

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет

Економічні проблеми сталого розвитку
Economical Problems of Sustainable Development



Матеріали

Міжнародної науково-практичної конференції студентів та
молодих вчених імені професора Балацького О. Ф.
(Україна, Суми, 16 – 18 квітня 2019 р.)

Суми
Сумський державний університет
2019

УДК [330.34+330.336](063)
Е45

Рецензенти:

Л. Л. Гриценко – доктор економічних наук, професор кафедри фінансів і підприємництва навчально-наукового інституту фінансів, економіки та менеджменту імені Олега Балацького Сумського державного університету.

Є. В. Мішенін – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування навчально-наукового інституту фінансів, економіки та менеджменту імені Олега Балацького Сумського державного університету.

*Рекомендовано вченою радою
Сумського державного університету
(протокол № 13 від 20 червня 2019 р.)*

Е45 Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених імені професора Балацького О. Ф. «Економічні проблеми сталого розвитку» / за заг. ред.: Т. А. Васильєвої, О. В. Шкарупи – Суми : Сумський державний університет, 2019. – 230 с.

До збірника ввійшли матеріали щорічної науково-практичної конференції «Економічні проблеми сталого розвитку» імені проф. О.Ф. Балацького, в яких наведені результати наукових досліджень, виконаних молодими вченими та студентами різних країн із наукових напрямів, пов'язаних з економічними, управлінськими проблемами сталого розвитку в різних сферах актуальних наукових досліджень та практичній діяльності інститутів та сучасних організацій.

Для науковців, викладачів вищих навчальних закладів, студентів, аспірантів, докторантів та всіх, хто цікавиться науково-практичними проблемами сучасної економіки й теорії управління.

The collection consists of materials from annual International scientific-practical conference “Economic Problems of Sustainable Development”, but this year it's devoted to 80-years anniversary of Prof. Oleg F. Balatsky to his memory. The abstracts represent the results of scientific research applied in different countries in different spheres corresponded to the economic and managerial problems of sustainable development of actual activities of the institutions and modern organizations.

The conference is intended for academic scholars, scientists, representatives of HEIs, students, Ph. D. students, Post-Docs and all who is interested in scientific and practical problems of modern economics and management.

УДК [330.34+330.336](063)

© Колектив авторів, 2019

© Сумський державний університет, 2019

ЗМІСТ

<i>Мальонкіна І. С., Мішеніна Г. А.</i>	ФОРСАЙТ-ТЕХНОЛОГІЇ ЧИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ПРОГНОЗУВАННЯ? ІНСТРУМЕНТИ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ	11
<i>Пилипенко А. Ю., Валенкевич Л. П.</i>	ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК СТИЛЬ ЖИТТЯ	13
<i>Павленко А., Валенкевич Л. П.</i>	СИСТЕМА ДОКУМЕНТООБІГУ: СУЧАСНИЙ СТАН	14
<i>Онїщенко М. Л., Дубровіна О. М.</i>	ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНОСТЬ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: ОСНОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ	16
<i>Даценко А. Ю., Опанасюк Ю. А.</i>	НАДНАЦІОНАЛЬНА РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА ЄС. ПРИОРІТЕТИ ТА ЗАВДАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС.	19
<i>Павленко О. О., Мартиниць В. В.</i>	ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ЛАНЦЮГОВИХ ПІДСТАНОВОК ДЛЯ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ	21
<i>Дубровіна О. М., Смоленніков Д. О.</i>	АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ	22
<i>Жулавський А. Ю., Нишпоренко Є. В.</i>	ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНИХ ПРОГРАМ ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТА РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ	24
<i>Матвєєва Ю. Т., Даценко А. Ю.</i>	ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГАЛУЗІ ІНДУСТРІЇ КРАСИ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ПРОЕКТНОГО	26
<i>Мартиниць В. В., Третьак Т. В.</i>	МЕНЕДЖМЕНТУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ	28
<i>Павленко О. О., Майборода О. В.</i>	ВИКОРИСТАННЯ АКТИВНИХ ОПЕРАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ПРИ АНАЛІЗІ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	29
<i>Мальонкіна І. С., Гордієнко В. П.</i>	ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ЯК ЧИННИК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ	31

<i>Павленко Д. С.</i>	СИСТЕМА СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВАХ	33
<i>Євдокимова А. В., Петренко Н. О.</i>	СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГЕТИКИ В ЄС	36
<i>Феденко Т. О., Євдокимова А. В.</i>	ІНТЕГРОВАНЕ БЕРЕЖЛИВЕ ВИРОБНИЦТВО 6 СИГМ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	39
<i>Мухойд А. О., Смоленніков Д. О.</i>	ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА	42
<i>Григоренко В. Ю.</i>	ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ	44
<i>Телетов О. С., Захарченко Д. О.</i>	ПОРІВНЯННЯ РЕКЛАМИ НА ТРАНСПОРТІ ТУРЕЧЧИНИ ТА УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ МІСТ АНКАРИ І СУМ)	46
<i>Летуновська Н.Є. , Вакулішина І.М.</i>	ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМИ ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ АЗІЇ	48
<i>Телетов О. С., Цуненко А. М.</i>	СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОГО МАРКЕТИНГОВОГО ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧА	50
<i>Телетов О. С., Шепілов Д. О.</i>	РЕБРЕНДИНГ СПОРТИВНИХ ФУТБОЛЬНИХ КЛУБІВ НА ПРИКЛАДІ ПФК «СУМИ»	52
<i>Рудь М. П.</i>	ЕВОЛЮЦІЯ МАРКЕТИНГУ: ПРИЧИНИ І НАПРЯМКИ	55
<i>Телетов О. С., Тонкошкур Б. С.</i>	СТРОКОВІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ВИРОБНИКА СЛАБОАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ ПРАТ «ОБОЛОНЬ»)	57
<i>Телетов О. С., Колесник А. А.</i>	ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ, ЯК ЗАСОБУ МАРКЕТИНГОВОГО ТА ПОЛІТИЧНОГО ВПЛИВУ НА ЦІЛЬОВУ АУДИТОРІЮ	59
<i>Телетов О. С., Лебединець К. В.</i>	МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНИХ ОБ'ЄКТІВ МІСТА	61

<i>Kostel M. V., Zadorozhnyya D. S.</i>	CHOOSING A PROPER VALUATION METHOD	63
<i>Таранюк Л. М., Бублик А. М., Шахова С.В.</i>	ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВІДНОВЛЕННЯ ФАРФОРОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	65
<i>Kotenko N. V., Novak K. S.</i>	PROBLEMS AND PROSPECTS OF INTEGRATION OF UKRAINE INTO GLOBAL ECONOMY: FREE ECONOMIC ZONES ASPECTS	66
<i>Салтикова Г. В., Білоус Ю. Г.</i>	АНАЛІЗ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ ЗА 2010-2018 РОКИ ФІНАНСІАЛІЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СОЦІО- ПОЛІТИКО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ІТАЛІЇ	68
<i>Захаркіна Л. С., Колотіліна О. В.</i>	РЕГІОНАЛЬНА ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ	70
<i>Салтикова Г. В., Лисенко Д. В.</i>	ФІНАНСІАЛІЗАЦІЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ, ЇЇ ВПЛИВ НА «ЗЕЛЕНУ» ЕКОНОМІКУ ТА РОЗВИТОК «ЗЕЛЕНОЇ» ІНФРАСТРУКТУРИ	72
<i>Нешева А. Д., Павленко О. О.,</i>	НОВІ ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ	74
<i>Захаркіна Л. С., Рудь М. П.</i>	ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	76
<i>Ілляшенко К.В., Соломко Ю.О.</i>	ФІНАНСОВИЙ РИНОК ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ПЕНСІЙНІ НАКОПИЧЕННЯ	78
<i>Бойко О. І.</i>	ФІНАНСУВАННЯ ПРОЦЕСІВ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ В РІЗНИХ ТИПАХ РИНКОВИХ СТРУКТУР	80
<i>Дяченко А. В., Захаркіна Л. С.</i>	КЛАСИФІКАЦІЯ ВІДПРАЦЬОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ЖИВЛЕННЯ ЯК ОДНА З УМОВ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ПОВОДЖЕННЯ З ЕЛЕКТРОННИМИ ВІДХОДАМИ	82
<i>Шуптар- Пориваєва Н. Й.</i>	ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	84
<i>Богомаз Д. В., Зайцев О. В.</i>	ВПЛИВ ФІНАНСІАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ НА ФІНАНСОВУ БЕЗПЕКУ ДЕРЖАВИ	86
<i>Люльов О. В., Миронова А. М.</i>		88

<i>Петрушенко Ю. М., Пономаренко О. С.</i>	ФІНАНСІАЛІЗАЦІЯ ТИМЧАСОВО ВІЛЬНИХ КОШТІВ ЯК ЗАПОРУКА СПРОМОЖНОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	90
<i>Броннікова Л. О., Зайцев О. В.</i>	ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ І РОЗВИТКУ ПОДАТКІВ	92
<i>Журавка О. С., Литюга І. О.</i>	ОЦІНКА ДОСТАТНОСТІ КАПІТАЛУ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ	94
<i>Гриценко Л. Л., Гавриленко В. О.</i>	ЗАХИСТ ВНЕСКІВ НАКОПИЧУВАЛЬНОЇ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ	96
<i>Томіна В. І., Зайцев О. В.</i>	РОЗВИТОК ТЕОРІЙ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ	97
<i>Таранюк К. В., Медяник А.</i>	ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ	99
<i>Захаркіна Л. С., Рибалка Р. О., Бугайова С. О.</i>	ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА У СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ	101
<i>Касьяненко Т. В., Лимар Б. А.</i>	ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ОФШОРНИХ ЗОН	103
<i>Котенко С. І.</i>	ЗАСТОСУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЖИТТЄВИХ ЦИКЛІВ У ПРАКТИЦІ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ БАНКОМ	105
<i>Касьяненко Т. В., Чорна Я. В.</i>	ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ В КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	107
<i>Ляшко О. В., Зайцев О. В.</i>	ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	109
<i>Похилько С. В., Ліфар Н. П.</i>	ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ФІНАНСОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ	111
<i>Жукова Т. А., Лисенко Д. В.</i>	АНАЛІЗ КАЗНАЧЕЙСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ БЮДЖЕТІВ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ, ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛКИ	113
<i>Нагорна В. О., Зайцев О. В.</i>	ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	115
<i>Дубович Р. К., Скороходова Л. І.</i>	СУСПІЛЬСТВО, ДЕРЖАВА, БАНКИ, ГРОШІ, ЩО Є НАЙГОЛОВНІШИМ В ЕКОНОМІЦІ?	117
<i>Головка А. Г., Жукова Т. А.</i>	ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АУДИТУ В УКРАЇНІ	119
<i>Романенко М. Р., Скляр І. Д.</i>	ФІСКАЛЬНІ РИЗИКИ ЯК ФАКТОРИ ФІСКАЛЬНОЇ СТІЙКОСТІ ДЕРЖАВИ	121

<i>Ілляшенко Т. О., Луценко Д. В.</i>	КРАУДФАНДИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ	123
<i>Харченко В. К., Жукова Т. А.</i>	АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ЗА ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА: ГОЛОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ	125
<i>П'ятко Д. А., Зайцев О. В.</i>	ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНИХ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ	127
<i>Берестовська Ю. О., Жукова Т. А.</i>	ТОРГОВА МАРКА ТА ТОРГОВИЙ БРЕНД ЯК ІНСТРУМЕНТИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ: ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ	129
<i>Боронос В. Г., Соловей І. В.</i>	РОЛЬ СТАТУТНОГО ФОНДУ ЯК ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ:	131
<i>Товстуха О. В.</i>	БЮДЖЕТНИЙ МЕХАНІЗМ	133
<i>Шугруп О., Штут А. S.</i>	GREEN FARMING: WORLD TENDENCIES AND UKRAINE	134
<i>Заплава О.Ю., Введенська А.В.</i>	КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК ПЕРЕДУМОВА СТАЛОГО РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	136
<i>Сабадаш В. В., Власенко А. В.</i>	ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ УКРАЇНИ: ОЦІНКИ, МОЖЛИВОСТІ Й НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ	138
<i>Євдокимов А. В., Срібранець Ю. С.</i>	ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ	141
<i>Кучеренко П. В., Лукаш О. А.</i>	ЗЕЛЕНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СУЧАСНОМУ ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ	143
<i>Лимар Б. А., Мішенін Є.В.</i>	СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ АНАЛІЗУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	146
<i>Вороненко В. І., Новгородцева Д. С.</i>	ПОРЯДОК ДЕННИЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЄС ДО 2030 РОКУ	148
<i>Попова М. О.</i>	КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РЕЗЕРВІВ У ПРИРОДОКОРИСТУВАННІ	149
<i>Коваленко І. В., Ярова І. С.</i>	ЛОГІСТИЧНІ МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ПРИРОДОГОСПОДАРЮВАННЯМ	150

<i>Лукаш О. А., Солодова Є. Д.</i>	АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАЦІОНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	152
<i>Сотник І. М., Завражний К. Ю.</i>	ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС- ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ	154
<i>Сотник І. М., Кріпак Є. О.</i>	ЕСКО-МЕХАНІЗМИ ІНВЕСТИВАННЯ В ОБ'ЄКТИ ВІДНОВЛЮВАЛЬНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ ДОМОГОСПОДАРСТВ	156
<i>Малигін А. О., Дубінчін О. С.</i>	СПОРТ ЯК СОЦІАЛЬНО ВАЖЛИВА СФЕРА ПІДПРИЄМНИЦТВА	158
<i>Дерев'яно Ю. М., Лукаш О. А., Толок Т. С.</i>	АКТУАЛІЗАЦІЯ МЕТОДУ ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА	159
<i>Дерев'яно Ю. М., Безугла К. М.</i>	АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПРОДАЖІВ НА РИНКУ МОТОРНИХ МАСТИЛ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДУ	161
<i>Дерев'яно Ю. М., Лукаш О. А.</i>	РЕЙТИНГОВОГО АНАЛІЗУ БІЗНЕС- СЕРЕДОВИЩА КОМПАНІЇ	163
<i>Лукаш О. А., Богомолова К. В.</i>	СТАН РОЗВИТКУ «ЗЕЛЕНОГО» БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	165
<i>Малигін А. О., Попов О. Д.</i>	СПОРТ ЯК ВАЖЛИВА ГАЛУЗЬ ЕКОНОМІКИ	167
<i>Чорна Я. В., Фалько К. С., Мішенін Є. В.</i>	ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА	168
<i>Сергієнко Д. О.</i>	СПОНУКАННЯ, ПРИМУС ТА ПЕРЕКОНАННЯ ЯК МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ	170
<i>Сабадаш В. В., Бончукова О. В.</i>	ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА: ЗАГРОЗИ Й МОЖЛИВОСТІ БІЗНЕСУ	172
<i>Крижберська Н. В.</i>	ОЗНАКИ ВИНИКНЕННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	174
<i>Мирошниченко Т. В.</i>	ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ М. ПОЛТАВИ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ	176
<i>Сабадаш В. В., Пелещенко Р. О.</i>	ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ: НОВІ ВИКЛИКИ Й МОЖЛИВОСТІ	178

<i>Карінцева О. І., Чмут А. С.</i>	ЧИННИКИ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ ФІНАНСОВУ СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	180
<i>Карінцева О. І., Ковальова А. В., Ус Я. О.</i>	ВПЛИВ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЙ НА ЦИФРОВУ ЕКОНОМІКУ	181
<i>Kharchenko M., Kozlova D.</i>	THE IMPORTANCE OF COST CLASSIFICATION AS A MAIN PROCESS OF COST ACCOUNTING	183
<i>Карінцева О. І., Лисенко А. С.</i>	ОЦІНКА НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	185
<i>Харченко М. О., Пономарьова Г. С.</i>	ФОРМУВАННЯ ЦІНИ В УМОВАХ РИЗИКУ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	187
<i>Харченко М. О., Ковальов Я. С., Шафорост Ю. В.</i>	МОТИВУВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ЯК ОДНА З УМОВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	189
<i>Чигрин О. Ю., Шпак А. І.</i>	МАРКЕТИНГ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	191
<i>Нечипоренко Р. М., Федоришин І. В.</i>	ВПЛИВ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ НА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ	193
<i>Гончаренко І. М., Кубатко О. В.</i>	ПРЯМІ ТА ПОРТФЕЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ	195
<i>Chyhyryn O., Kozlova D.</i>	PLANNING AS A PRIMARY PROCESS OF HR MANAGEMENT	196
<i>Чигрин О.Ю., Мисік М.І.</i>	СТАРТАПИ У ГАЛУЗІ ІТ ТЕХНОЛОГІЙ: ПРИКЛАДИ РЕАЛІЗАЦІЇ	198
<i>Кучеренко П.В., Кубатко О. В.</i>	МОНІТОРИНГ СТАНУ ЕКОЛОГО- ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	199
<i>Бурлакова І. М., Солодова Є. Д.</i>	НЕЙРОЕКОНОМІЧНА ОСНОВА ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ	200
<i>Пелещенко Р. О., Кубатко О. В.</i>	ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА НАЦІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ	201
<i>Боронос В. Г., Відменко Ю. В.</i>	ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО СЕРЕДОВИЩА УКРАЇНИ	202
<i>Samuel Chayen</i>	AGRIVOLTAICS	204
<i>Казак А, Кубатко О.В.</i>	МАЛІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ	206
<i>Fedyuna S., Kovalov B.</i>	BIOECONOMY AS A PRIORITY DIRECTION OF STATE POLICY	207

<i>Шкарупа О.В., Кучеренко П.В., Власенко К.А.</i>	ПРОБЛЕМИ ТРАНСФЕРУ ЕКОІННОВАЦІЙ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ЯК ФАКТОР ДИНАМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА	209
<i>Шкарупа І.С.</i>	АНТИКОРУПЦІЙНА РОЛЬ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В БОРОТЬБІ З НЕЗАКОННИМИ ЗАБУДОВАМИ В МІСТАХ ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЇ «БЛОКЧЕЙН» В ЕНЕРГЕТИЧНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ В КОНЦЕПЦІЇ «ЗЕЛЕНОЇ» ЕКОНОМІКИ	211
<i>Деміхов О. І., Ней Лембіт, Романченко Я. О.,</i>	BUSINESS PLANNING AS A PROFIT MANAGEMENT INSTRUMENT IN THE RESTAURANT BUSINESS	213
<i>Мандрика В.А.</i>	АНАЛІЗ РОЗРИВУ У РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО СЕКТОРА МІЖ КРАЇНАМИ КЛЮЧОВІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ІНДЕКСУ ЗАХИСТУ ІНТЕРЕСІВ КЛІЄНТІВ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ	216
<i>Shkarupa O., Kuzut T.</i>	ASSESSMENT OF THE CONTEMPORARY CHALLENGES OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN IRAQ	217
<i>Багмет К.В.</i>	РЕАЛІЗАЦІЯ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК ФАКТОР ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	219
<i>Полях С.С.</i>	OFFSHORES – THE REAL RISK FOR UKRAINIAN BUSINESSES?	221
<i>Ibraheem M. Aliyas</i>	ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ	223
<i>Денисенко П.А.</i>		225
<i>Syhyda L., Belokur S.</i>		226
<i>Сигида Л.О., Колесник А.А.</i>		228

ФОРСАЙТ-ТЕХНОЛОГІЇ ЧИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ПРОГНОЗУВАННЯ? ІНСТРУМЕНТИ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

студентка **Мальонкіна І.С.**
к.е.н., доцент каф. управління **Мишеніна Г.А.**
Сумський державний університет

Планування, прогнозування, вдала організація та контроль є основними елементами успіху у будь-якій справі, так як дозволяють чітко вбачати хід ситуації. Особливе місце в будь-якій діяльності займає бачення перспективи, оскільки це дає змогу оцінити результати, ризики та можливості у певних сферах. На нашу думку, саме форсайт-методи, соціально-економічне прогнозування можуть бути використані для ефективною розробки стратегічного планування розвитку держави, регіонів, муніципалітетів. Як відрізнити ці схожі, на перший погляд, методи передбачення і який з них більш комплексно вирішить питання у сфері публічного управління?

Форсайт – це система, що охоплює комплексну, складну працю та взаємодію експертних груп різних сфер діяльності. Методологія кожного форсайт-проекту – унікальна, застосовується в залежності від завдань та сфер застосування. Використовуються зазвичай як методи кількісної оцінки так і знання та досвід членів експертних груп.

Соціально-економічне прогнозування – це формалізована сукупність методів і моделей для передбачення можливих варіантів подій у майбутньому. Така система є чітко регламентована, не залежно від ситуацій, має визначені теорії та моделі дослідження. Соціально-економічне прогнозування вважається більш науковим процесом, його важко наблизити і застосувати у реаліях з точною вірогідністю. Прийняття управлінських рішень лише на основі такого типу передбачення має надзвичайні ризики до несприятливих наслідків, але безперечно має свої переваги у науковій діяльності. Основною перевагою форсайт-технологій над соціально-економічним прогнозуванням є участь великої кількості осіб, визначених верств суспільства, які прагнуть не лише оцінити перспективи, а і готові до активних, рішучих дій, щоб покращити майбутній результат.

Таким чином, форсайт це не лише комплексний «аналітичний прогноз», а і консолідація експертів до інтенсивних обговорень, залучення до проведення анкетувань необхідних груп громадськості. Для такої технології характерний синтез зусиль і ресурсів трьох базових ніш суспільства – громадськості, влади, бізнесу.

Отже, на основі аналізу переваг та недоліків зазначених інструментів, саме у публічному управлінні вважаємо найбільш перспективним застосування форсайт-технологій. Впровадження та розвиток таких систем передбачення може розширити можливості сфери публічного управління, сприяти удосконаленню системи прийняття найбільш обґрунтованих та ефективних управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Квітка С.А. Форсайт як технологія проектування майбутнього: новітні механізми взаємодії публічної влади, бізнесу та громадянського суспільства / С.А. Квітка // Аспекти публічного управління. - 2016. – № 8 (34). – С. 5-15. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://aspects.org.ua/index.php/journal/article/download/281/276/>

2. Швайка Л.А. Державне регулювання економіки. Навчальний посібник / К.: Знання, 2006. - 435 с. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.info-library.com.ua/books-text-5949.html>

3. Прогнозування соціально-економічного розвитку у системі державного регулювання економіки. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://lubbook.org/book_217_glava_7_Tema_7_Pravove_reguljuvannja_.html.

4. Заскалкін А. С. Форсайт як інноваційний інструмент публічного управління розвитком системи державно-приватного партнерства / А. С. Заскалкін // Державне будівництво. – № 2/2016. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2016-2/doc/4/03.pdf>

ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК СТИЛЬ ЖИТТЯ

Студентка СумДУ, гр. М-71, **Пилипенко А.Ю.**
к.е.н., доц. **Валенкевич Л.П.**

Ми можемо спостерігати, що в останні роки відбулася популяризація підприємницької діяльності, а також підприємництво перетворюється в одну з головних форм реалізації права громадян на працю. При цьому громадянин, який здійснює підприємницьку діяльність, як правило, не тільки здійснює забезпечення обсягом робіт не тільки себе, а й створює робочі місця для інших громадян.

Велика кількість людей мріє відкрити свою власну підприємницьку діяльність, але боїться перепон на власному шляху, більше того, зустрінися з проблемою віч-на-віч. Але ми повинні розуміти, що проблеми існують для того, щоб їх вирішувати. Адже вирішуючи проблему, ми набираємося досвіду, вчимося справлятися з різними життєвими ситуаціями, наближаємося до власної мети, і, врешті-решт, добиваємося успіху.

Кожна людина має власні процеси і проходить свій життєвий цикл, у свою чергу, підприємництво включає в себе всі етапи створення і розвитку власної ідеї, починаючи від її пошуку і закінчуючи комерційним втіленням її в життя. Для старту власного бізнесу кожна особа повинна зробити початкові кроки - пройти певні етапи підприємництва. Отож, підприємництво, як людський організм проходить різні стадії розвитку (від народження і до смерті), що свідчить про те, що підприємницька діяльність стає частиною людського життя.

Підводячи підсумки, можна сказати, що людина існує задля справи, а не справа задля людей, тобто іншими словами для самовідданої людини підприємницька діяльність стає дещо більшим, ніж просто роботою, стає частиною її життя, частково перетворюючись на його сенс. Кожна людина сама обирає свій шлях, те, як прожити власне життя, чим їй займатися, яку підприємницьку діяльність обрати, яка в подальшому перетвориться на стиль її життя.

Список використаних джерел:

1. 4Reasons why entrepreneurship is a lifestyle URL: <https://due.com/blog/4-reasons-entrepreneurship-lifestyle/> (дата звернення: 10.09.2018)

СИСТЕМА ДОКУМЕНТООБИГУ: СУЧАСНИЙ СТАН

студентка СумДУ, гр. КД- 71, **Павленко А.**

Сьогодні інформація в суспільстві є головним дієвим засобом менеджменту в будь-якій організації, це важлива частина всіх сфер життя: політичної, економічної, соціальної. Адже інформація визначає якість управління. В установах будь-яке рішення керівництва базується на інформації, на службовому документі, тому підвищення ефективності державного управління сприяє вдосконаленню роботи з внутрішньою і зовнішньою документацією. Все частіше виникають різноманітні проблеми пов'язані з документообігом, що погіршує роботу та знижує продуктивність, для їх вирішення необхідно удосконалювати системи документообігу.

Документообіг - це "рух документів в установі з моменту їх створення або одержання до завершення виконання або відправлення", тобто повний цикл життя всіх документів в установі до передачі їх до архіву або на знищення. Документообіг об'єднує такі процеси діловодства, як приймання, реєстрація і розгляд документів, рух документів до виконавців, контроль за виконанням, зберігання і використання документів тощо [1, с.210].

З виникненням та розвитком ефективних інформаційно-комп'ютерних технологій з'являється можливість впровадження інновацій в організацію, тобто створення та використання електронного документообігу. Його використання стає загальноприйнятим, якщо врахувати темпи розвитку сучасних технологій та засобів розроблення програмного забезпечення загального призначення.

Відповідно, електронний документообіг – це сукупність процесів створення, оброблення, відправлення, передавання, одержання, зберігання, використання та знищення електронних документів, які виконуються із застосуванням перевірки цілісності та у разі необхідності з підтвердженням факту одержання таких документів. Порядок електронного документообігу визначається державними органами згідно з чинним законодавством [3, с.21]. Впровадження нової системи (електронної) документообігу регламентується чинним законодавством. Однак, це стосується в першу чергу державних установ.

Слід зазначити, що впровадження такої системи потребує значних коштів на комп'ютеризацію самої установи та на закупівлю відповідного програмного забезпечення, в першу чергу. Консерватизм та низька освіченість персоналу, який не має бажання навчатися та освоювати нові технології, страх прозорості своєї роботи перед керівництвом, що виникне одразу після впровадження електронного документообігу є найвагомішими перепонами на шляху запровадження електронного документообігу.

Окремої уваги потребує документообіг малого та середнього бізнесу. Як правило, такі організації мають невеликий розмір: незначна кількість працівників та структурних підрозділів, немає підпорядкування вищій інстанції. Найбільш поширені документи в таких організаціях є кадрові накази, договори, бухгалтерська звітність. Електронний документообіг в такій організації є неефективним. Вказівки передаються особисто керівником або оприлюднюються. В цьому сенсі є обов'язковим паперовий оригінал. На нашу думку, паперові оригінали потрібні також для документів, які мають довгочасний термін зберігання. Створення оптимального документообігу в таких організаціях потребує закріплення за конкретним виконавцем відповідних функцій. На жаль, зазвичай ці функції виконує сам керівник. Дефіцит часу призводить до того, що значна кількість документації оформляється з порушенням встановлених правил, губиться, що унеможливає ідентифікації певних локальних актів. В організаціях, які мають діловода, стан документообігу значно кращий, що і оптимізує робочий час керівника.

Таким чином, на цей час продуктивність та ефективність діяльності установ та організацій залежить від якісного та швидкого документообігу, контролю за виконанням документів, а також організації їх пошуку, використання та довгострокового зберігання, в тому облаштування робочих місць комп'ютерами, під'єднаними до світової мережі є необхідною умовою. Мати доступ до всіх необхідних інформаційних ресурсів, можливість скоротити часові витрати на пошук дозволяє підвищити продуктивність працівників. Автоматичний контроль виконання документів підвищує якість державно-управлінської діяльності, робить результати підготовки документів більш прогнозованими й керованими, а відповідно - забезпечує результативність та ефективність державного управління в цілому. Удосконалення систем документообігу скорочує інформаційні потоки, ліквідує непотрібні матеріали, спрощує та здешевлює надходження, передачу, використання, збору, зберігання інформації з допомогою новітніх технологій. Поліпшує контроль за всією організацією, та забезпечує надійність управління установи.

Керівник: к.е.н, доц. **Валенкевич Л.П.**

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: ОСНОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ

к.е.н., доц. кафедри управління, **Онщенко М.Л.**
студентка 4 курсу, **Дубровіна О.М.**
Сумський державний університет

Важливим напрямком діяльності будь-яких підприємств в Україні, які пов'язані з міжнародною виробничою діяльністю, експортом та імпортом товарів та послуг, що дає змогу українським підприємствам виходити на зовнішній ринок є – зовнішньоекономічна діяльність. Ні для кого не секрет, що конкурентоспроможність товарів та послуг підприємства зумовлює вдалу участь у зовнішній торгівлі. Суб'єкти господарювання часто вимушені шукати можливість виходу на зовнішній ринок через перенасичення та збільшення конкуренції товарів на внутрішніх ринках. Через це, розвиток зовнішньоекономічної діяльності важливий не тільки для самого підприємства, а й для країни та національної економіки в цілому[2].

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства здійснюється на валютній основі та регулюється спеціальними нормативно-правовими актами держави. На неї мають вплив стабільність економіки країни, законодавство країн суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, система цін у світі, рівень розвитку національної економіки та ін.

Основними торговельними партнерами України є Європа, країни СНД та інші держави, що знаходяться територіально близько. Проте через нестабільну політичну ситуацію в Україні, слабку економіку та військовий конфлікт з Росією зовнішньоекономічна діяльність підприємств України занадто далеко від ідеалу [1].

Відсутність належного ресурсного забезпечення, велике технологічне відставання від розвинених країн, низький рівень якості більшості товарів призводять до незадовільної структури експорту, основа якої – сировинні матеріали, напівфабрикати.

Існує низка причин через, які Україна знаходиться на останньому місці за рівнем розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Основними зовнішніми чинниками, які підвищують рівень зовнішньоекономічної діяльності підприємств, є чинники глобального середовища, фінансово-економічні чинники, інституційні та політичні [3].

Через низький рівень інвестиційної привабливості та несприятливий інвестиційний клімат підприємства не отримують достатньої кількості, насамперед, фінансових ресурсів для розвитку підприємств, упровадження

новітніх технологій, технічного переоснащення, наукових досліджень, упровадження інновацій [3].

Крім того, для більшості сфер діяльності характерні тривалі терміни окупності інвестицій, несприятлива динаміка цін, інфляційні процеси тощо. Кредитна, податкова, валютна та митна політики держави вже давно стали дестимуляторами для розвитку країни.

Негативно впливають і політична ситуація в країні, розвинута корупція, недовіра до державних органів влади, неформальні відносини між органами державної влади й бізнесом, влада олігархів. Для України характерне явище недобросовісної конкуренції в ЗЕД за всіма пунктами ст. 85 Закону «Про конкуренцію Європейського Співтовариства (ЄС)», зокрема непряме фіксування цін, поділ ринків і джерел постачання, застосування різних умов до однакових угод із різними торговими сторонами [3].

Важливим для зовнішньоекономічної діяльності є геополітичний чинник, який в Україні нажалі слугує гальмами. Так, через високий географічний бар'єр входу на зовнішні ринки, проблеми з переміщенням товару, значні митні витрати діяльність України на зовнішніх ринках не є конкурентоспроможною. Геополітика також це активна співпраця з міжнародними об'єднаннями, яка визначається членством в міжнародних організаціях, численність й ефективність виконання міжнародних угод щодо економічної співпраці [3].

Незважаючи на те, що Україна активно використовує міжнародні норми, законодавство у сфері зовнішньоекономічної діяльності не є досконалим. Особливо важкою та незрозумілою є процедура збирання та обробки документів і реєстрації суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Ще однією причиною недосконалої зовнішньоекономічної діяльності підприємств України є невідповідність обладнання та технологій сучасному рівню розвитку. А це тягне за собою додаткові витрати, зниження показників якості й технічних параметрів продукції, а отже – невідповідності світовим стандартам, що не дає можливості створити конкуренцію іноземним аналогам [2].

Через фінансові труднощі підприємства не здатні швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища, встановлювати нове обладнання, впроваджувати новітні технології, розширювати асортимент продукції, удосконалювати роботу. Крім того, через низьку ефективність експортних операцій, що є наслідком високих витрат на виробництво, підприємства, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність зазнають збитків.

Суттєва проблема – неефективність системи менеджменту ЗЕД, відсутність стратегічного й маркетингового підходів в управлінні підприємством. Найчастіше використовують засоби короткотермінового пристосування [1].

Визначені проблеми дають змогу систематизувати та чітко визначити напрями їх подолання для забезпечення ефективної зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

- Для усунення цих перешкод і підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності українські підприємстві, необхідно:
- враховувати у зовнішньоекономічних стратегіях результати дослідження проблем підвищення ефективності та розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств;
- виявляти напрями вдосконалення методів торгівлі;
- пошук напрямів удосконалення системи управління та планування зовнішньоекономічних зв'язків на рівні підприємства;
- реалізація організаційно-економічних заходів підвищення конкурентоспроможності товарів;
- розробка заходів з підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств в торгівлі;
- застосовувати сучасні підходи і методи дослідження зовнішніх ринків [2].

Наведені напрями розвитку підприємств повинні системно відображатись у стратегіях розвитку ЗЕД підприємств та зовнішньоекономічній політиці держави. Проте окрім змін у самому підприємстві Україна прагне вагомих змін у державі, які нажаль потребують багато часу, сил та терпіння українців [1].

Список використаних джерел:

1. Кондратюк А. Проблеми та перспективи зовнішньоекономічної діяльності підприємств України/ А. Кондратюк, Г. Жалдак // Економічний дискурс. – № 1. – 20016. – С. 121-129.
2. Орлик І. О. Проблеми та пріоритети розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств торгівлі України / І. О. Орлик // Науковий вісник НЛТУ України. –№. 22.2 – 2012. – С. 216-220
3. Черчик Л. Основні проблеми зовнішньоекономічної діяльності підприємств України / Л.Черчик // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2. – 2015. – С. 21-26.

НАДНАЦІОНАЛЬНА РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА ЄС. ПРІОРИТЕТИ ТА ЗАВДАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС.

студентка 4 курсу гр. М-51 Даценко А.Ю.
ст. викладач, к.е.н. Опанасюк Ю.А.
Сумський державний університет

Актуальність дослідження головних фракцій регіональної політики ЄС не викликає ніяких питань. Адже концептуальні розробки регіональної політики є повністю реальними та об'єктивними. На сьогодні Європейський Союз є центром, який зосереджений на значному багатстві та економічному потенціалі, характер розвитку якого дуже нерівномірний.

Розробками концепцій регіональної політики займалися наступні вчені: Т. Паландер, І.Г. Фон Тюнен, А. Вебер, Г. Хоутлінг, В. Кристалла, Г. Мюрдаль, С. Полард, У. Ізард, Ф.Перру, Д. Паєлінк, Г.В. Балабанов, О.Т. Дібров, Ф.Д. Заставний, В.І. Нуделман, М.Д. Пістун, В.А. Поповкін, О.Г. Топчів, а також економісти М.І. Долишній, С.А. Романюк, П. Нійкамп, Х. Армстронг, Н.Ванхоф, Ф.КукД.Бахлер, Г. Гожелак, О.Г. Гранберг, М.К. Бандман, Н.І. Ларін, С.С. Артоболевський, О.В. Грицай, І.Д. Іванов.

При розмові про регіональну політику ЄС необхідно пам'ятати, що, на відміну від держав, вона не є природною і само собою зрозумілою. ЄС як міжнародна організація, нехай навіть і особливого типу, не обов'язково повинна займатися підтримкою слабких регіонів країн-членів, тим більше фінансового характеру. Більш того, в світі немає жодної іншої міжнародної організації, яка б мала власну регіональну політику щодо субнаціональних регіонів своїх країн-учасниць.

Це пов'язано з природними проблемами перерозподілу не між регіонами всередині однієї держави, а між регіонами різних держав і навіть між державами: для цього потрібна солідарність не тільки всередині однієї країни, а й між ними. Прояв регіональної політики на міжнародній арені не властивий для міжнародних організацій і тому фінансова підтримка регіонального розвитку всередині самої міжнародної організації - досить рідкісне явище. ЄС відрізняється особливою зацікавленістю в зниженні регіональних відмінностей і в підтримки периферійних регіонів, що пов'язано, головним образом, з історією європейської інтеграції.

Регіональна політика ЄС служить, головним чином, цілям забезпечення єдиного ринку. Більш того, вона є необхідною і обов'язковою передумовою для «чотирьох свобод» єдиного ринку: свободи пересування людей, капіталів, товарів і послуг. Без необхідної регіональної політики, спрямованої на зниження регіональних диспропорцій і вирівнювання економічного розвитку регіонів ЄС, після введення спільного ринку і

чотирьох свобод, конкурентоспроможні галузі економіки могли б сконцентруватися в одних регіонах, а відстале економічне становище інших регіонів може ще більше посилитися.

Крім того, важливим аргументом на користь активної регіональної політики ЄС є те, що зниження рівня безробіття і інфляції в результаті підтримки слабorozвинених регіонів вигідно для всього ЄС, оскільки це сприяє розвитку всієї економіки Союзу.

В ЄС для позначення даної сфери політики сформувалися такі поняття, як «регіональна політика» (regional policy), «структурна політика» (structural policy) і «політика згуртування» (cohesion policy).

Новий програмний період 2018-2022 рр. має наступну мету: мобілізація інноваційного потенціалу регіонів, ефективне використання спроможності об'єднаних зусиль різних політик і територіального співробітництва для досягнення стійкого зростання, яка в основному повторює завдання, поставлені в попередній період. Однак вона не тільки стала комплексною, а й більшою мірою соціально-орієнтованою. Стратегічна мета буде здійснюватися на основі виконання основних завдань:

- конвергенція: підтримка економічного зросту та посилення високого рівня зайнятості населення в менш розвинених областях (78% від фінансування всіх регіональних проектів фондами: Європейський соціальний фонд, Фонд згуртування, Європейський фонд регіонального розвитку);

- конкуренція та зайнятість : допомога у сільськогосподарських, міських, промислових регіонів у диверсифікації економіки задля покращення конкурентоспроможності та зайнятості.

- територіальна співпраця: підтримка всіх видів територіального співробітництва між регіонами всередині ЄС і з регіонами за його межами (4% від фінансування всіх програм про регіональний розвиток, які здійснюються, головним чином, Європейським фондом регіонального розвитку).

Основна (практична) мета регіональної політики, в загальному і цілому, полягає в економічному об'єднанні різних регіонів ЄС. Це необхідно з точки зору якісного розвитку інтеграційного руху і його поглиблення. У зв'язку з цим мету регіональної політики можна сформулювати ще й в соціально значимому ключі: значне поліпшення якості та рівня життя громадян ЄС. Тому економічне згуртування не можливе без соціального згуртування.

Отже, основною метою регіональної політики – є конвергенція (згуртування) регіонів, що здійснюється через дозвіл структурних негараздів, і підвищення рівня життя населення. Вона спрямована саме на регіони, а не на держави-члени ЄС.

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ЛАНЦЮГОВИХ ПІДСТАНОВОК ДЛЯ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ

доцент, к.е.н. **Павленко О.О.**

к.е.н. **Мартинець В.В.**

Сумський державний університет

Використання математичних методів для дослідження економічних явищ дозволяє більш аргументовано та обґрунтовано приймати управлінські рішення, як на мікрорівні, так і на макрорівні. Застосування методу ланцюгових підстановок є одним з таких досить варіативних методів. Метод ланцюгових підстановок - це статистичний метод, який досліджує одночасний вплив кількох факторів на відповідний сукупний показник, явище чи функцію, при цьому має бути визначена функціональна залежність між досліджуваними явищами [1].

Кожний етап ланцюга дослідження економічних явищ пов'язаний з аналізом якісних та кількісних показників, що характеризують соціально-економічне становище від мікрорівня (x_1) до макрорівня (x_4). При цьому оцінка показників кожного наступного етапу обумовлена впливом показників попереднього етапу (рисунок 1).

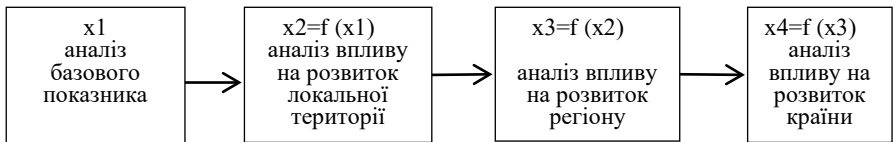


Рис. 1 – Етапи ланцюгу впливу базового показника на економічний розвиток території

Використання статистичної інформації [2] дозволяє визначити достатньо широкий набір показників для оцінки економічного розвитку. Для характеристики розвитку країни найбільш доцільним буде використання показників ВВП. При цьому досить важливим є пошук саме базового показника, оскільки від нього залежить побудова регресійної моделі. За базовий показник x_1 доцільно буде прийняти показник, який відноситься хоча б до одного з наступних факторів: соціальний, економічний, екологічний, політичний та культурний.

Список використаних джерел:

1. Метод ланцюгових підстановок. Розробка управлінського рішення [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://bibliograph.com.ua/upravlenie-3/47.htm>

2. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

студентка групи М-51 **Дубровіна О.М.**
Науковий керівник: к.е.н., доц. **Смоленніков Д.О.**
Сумський державний університет

Важливою умовою успішного функціонування закладу вищої освіти (ЗВО) є доброзичливе ставлення до нього зовнішніх стейкхолдерів. Достатньо часто процес формування позитивного образу університету зводиться до організації рекламної компанії, проведення днів відкритих дверей та професійних ярмарків. Але не завжди такого роду періодичні заходи дають змогу ефективно формувати та управляти іміджем університету.

Процес формування іміджу ЗВО є достатньо висвітленою темою, яку досліджували як зарубіжні, так і вітчизняні науковці. Так Тихомирова Є. визначає імідж як найбільш важливу, але не повну інформацію про об'єкт. Серед найважливіших складових формування іміджу ЗВО Тихомирова вважає рейтингування університетів [3].

Лазаренко І.Р. вважає, що імідж освітньої установи являє собою не «набір випадкових компонентів, а струнку систему взаємозалежних якостей, інтегративну сукупність характеристик» [2].

Останнім часом зростає популярність рейтингів університетів. Вони стають об'єктами уваги суспільства та ЗМІ, їх ретельно переглядають абітурієнти та студенти. Незалежно від ставлення до даних рейтингів їх переваг та недоліків, рейтингування, без сумнівів, сприяє формуванню образу як конкретного навчального закладу, так і системи освіти в цілому [3].

Розглядаючи роль іміджу у забезпеченні конкурентоспроможності університету, нами визначено, що репутація є одним з найважливіших нематеріальних ресурсів ЗВО, при чому репутація виступає чітко сформованою громадянською думкою про заклад вищої освіти та оцінкою його діяльності. Особливістю такого явища як репутація є те, що вона повинна бути основою іміджу університету та формується протягом достатньо тривалого часу. Очевидно, що позитивний образ ЗВО сприяє зростанню довіри споживачів до нього, що в свою чергу впливає на вибір його освітніх продуктів [1].

Проаналізувавши низку досліджень з проблем розробки іміджу, нами були виокремлені фактори формування іміджу ЗВО, які зведені в табл.1 за критеріями керованості та внутрішньої чи зовнішньої природи.

Таблиця 1 – Фактори формування іміджу ЗВО
(розроблено автором на основі [1])

Природа факторів	Внутрішні	Зовнішні
Керовані	- репутація керівництва; - корпоративна культура; - інтер'єр та екстер'єр ЗВО; - наявність наукових шкіл; - соціальна та екологічна відповідальність ЗВО	- роль ЗВО в суспільстві і науці
Опосередковано керовані	- рівень професіоналізму працівників - відкритість та інтеграція ЗВО - думка студентів про ЗВО	- думка абітурієнтів про ЗВО; - думка роботодавців про ЗВО
Некеровані	- історія навчального закладу	- затребуваність випускників на ринку праці

Імідж університету та рівень якості надаваних ним послуг тісно пов'язані між собою. Імідж університету буде спонукати студентів відповідати високій репутації та постійно вдосконалювати свої знання. В свою чергу, й викладачі намагаються постійно покращувати свою діяльність, розвиватися та підвищувати рівень матеріалу, який вони викладають своїм студентами, вдаються до використання новітніх технологій [1].

Список використаних джерел:

1. Бачинська О. М. Роль іміджу в структурі забезпечення конкурентоспроможності ВНЗ. Актуальные вопросы повышения конкурентоспособности государства, бизнеса и образования в современных экономических условиях: материалы I Международной научно-практической Интернет-конференции. Полтава, 2013. URL: http://www.confcontact.com/20130214_econ/4_bachinska.htm (дата звернення 06.04.2019).

2. Лазаренко, И. Р. Формирование имиджа образовательного учреждения как управленческое новшество. Педагог. 2000. № 9. URL: http://www.altspu.ru/Journal/pedagog/pedagog_9/stat8.html (дата звернення 05.04.2019).

3. Тихомирова Є. Проблеми формування іміджу освітнього закладу. Нова педагогічна думка. 2012. № 1. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Npd/2012_1/2tihomir.pdf (дата звернення 06.04.2019).

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНИХ ПРОГРАМ ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТА РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ

К.е.н., проф. Жулавський А.Ю.
студентка Нишпоренко Є.В.
Сумський державний університет

Станом на сьогоднішній день антропогенне та техногенне навантаження на навколишнє середовище в Україні значно перевищує відповідні показники у більш розвинених країнах світу. Це свідчить про досить негативну тенденцію щодо стану екології в країні та потребує термінового вирішення екологічних проблем.

Метою національної екологічної політики є стабілізація і поліпшення стану навколишнього середовища, а також зниження екологічних ризиків шляхом інтеграції екологічної політики до соціально-економічного розвитку України для гарантування екологічного природного середовища, життя і здоров'я населення, впровадження екологічно збалансованої системи природокористування та збереження природних екосистем [1].

На сьогоднішній день в Сумській області актуальною проблемою є дефіцит фінансових ресурсів місцевих бюджетів, необхідних для вирішення проблем та завдань щодо охорони навколишнього середовища.

Фінансово-економічний механізм реалізації регіональних програм охорони навколишнього середовища та раціонального використання природних ресурсів Сумської області включає в себе засоби економічного та фінансового забезпечення виконання програми.

Джерелами фінансування заходів у складі природоохоронних програм є: державний бюджет; державний фонд охорони навколишнього середовища; спеціальний фонд обласного бюджету Сумської області; бюджети міст обласного значення та інші джерела фінансування, таблиця 1.

Таблиця 1. Ресурсне забезпечення програми охорони навколишнього середовища Сумської області на 2019 – 2021 роки, тис. грн. [1, с.18]

Джерела фінансування Програми	Роки			Усього витрат
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	
Обсяг ресурсів, усього	7322,55	6128,65	5193,65	18644,85
У тому числі:				
Державний бюджет	-	-	-	-
Обласний бюджет	5566,0	4280,0	3395,0	13241,0
Місцеві бюджети	-	-	-	-
Ін. джерела фінансування	1756,55	1848,65	1798,65	5403,85

Використання коштів обласного фонду охорони навколишнього середовища проводиться на підставі кошторису видатків, який щороку затверджується Сумською обласною радою у встановленому порядку. Кошти обласного фонду охорони навколишнього природного середовища направляються на проведення природоохоронних заходів, що передбачені чинними цільовими природоохоронними програмами, мають відповідне наукове та проектне обґрунтування [1, с.17].

З метою підвищення ефективності використання фінансових ресурсів поточне планування заходів щодо природоохоронної діяльності здійснюється з урахуванням інших діючих в Сумській області галузевих та державних програм, що містять заходи у сфері охорони навколишнього природного середовища.

Засобом економічного стимулювання природоохоронної діяльності є спільне фінансування за рахунок бюджетних коштів різних рівнів для здійснення природоохоронних заходів, що передбачені діючими природоохоронними програмами [1].

Щоб забезпечити ефективність екологічної політики, більшу увагу слід приділити орієнтації економічних інтересів природо користувачів на охорону і раціональне використання природних ресурсів. У цьому випадку усувається суперечність між відомчим підходом окремих підприємств та інтересами всього суспільства, а також відносини в природокористуванні піднімаються на рівень, що відповідає вимогам розвинутого суспільства [2, с.11].

Для досягнення оптимального балансу між економічними та природоохоронними цілями необхідно створити ефективний фінансовий та інституціональний механізм підтримки з метою комплексного розгляду економічних та екологічних питань. Треба відмітити, що екологічна політика представляє собою систему принципів підходів і напрямів природоохоронної діяльності та сукупність природоохоронних заходів на державному, регіональному і місцевому рівнях, з метою ефективного податкового, фінансового та правового забезпечення [2, с.11].

Список використаних джерел:

1. Рішення Сумської обласної ради «Про програму охорони навколишнього природного середовища Сумської області на 2019-2020 роки» - Суми, 2019 р. - С. 28.

2. Федчак, О.М. Фінансове забезпечення раціонального використання та охорони природних ресурсів в Україні [Текст] / О.М. Федчак // Збірник наукових праць Міжнародної наук.-практ. інтернет-конференції, Суми-Курськ, 21-22 травня 2010 року / Суми : СумДУ, 2010. - Ч.2. - С. 126-132.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГАЛУЗІ ІНДУСТРІЇ КРАСИ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

к.е.н., старший викладач кафедри управління **Матвєєва Ю.Т.**
студентка 4 курсу гр. М-51 **Даценко А.Ю.**
Сумський державний університет

На сьогодні відбувається досить активний розвиток індустрії краси, який характеризується виробництвом великої кількості косметичних препаратів, появою нових процедур та послуг, відповідно з'являються нові робочі місця на ринку праці в умовах популяризації б'юті послуг серед населення.

Саме тому актуалізується питання вивчення особливостей менеджменту підприємств індустрії краси. Зокрема на особливу увагу заслуговують питання щодо можливостей організації бізнесу в галузі індустрії краси на основі використання елементів проектного менеджменту.

Питанням економіки індустрії краси присвячені праці таких вітчизняних та зарубіжних вчених як: М. Грін, Л.В. Жарова, М. Кузнецов, М.-Ф Тесьє, Н.О. Ткаченко, О. Хайновська, П. Юрченко та ін.

Для того, щоб визначити важливість б'юті послуг на локальному рівні нами було проведено анкетування серед 100 дівчат, які є студентками ННІ ФЕМ імені Олега Балацького СумДУ, рис. 1.

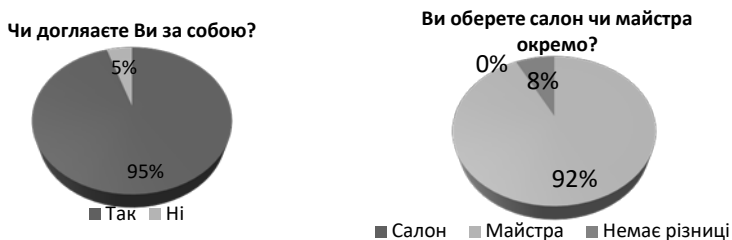


Рис. 1 – Визначення актуальності б'юті послуг серед студенток ННІ ФЕМ імені Олега Балацького СумДУ

Аналіз результатів опитування показав, що 95 % опитаних дівчат доглядають за собою. Цікавим є той факт, що 92% опитуваних обирають конкретного майстра, а не салон. Це означає, що кадровий менеджмент салонів краси заслуговує на особливу увагу. Більшість дівчат обирають майстра або салон краси за порадами подруг та відповідно інформації, отриманої з Інтернет ресурсів.

Необхідно зазначити, що за оцінками Forbes, на сьогодні не менше як чотири десятки найвідоміших стартапів в індустрії краси (із загальним щорічним оборотом \$445 млрд) засновано жінками. Нині це найпоширеніший бізнес для старту успішної кар'єрної самореалізації жінок.

Так, на основі аналізу діяльності салонів краси нами узагальнено особливості менеджменту підприємств в галузі індустрії краси, рисунок 2.

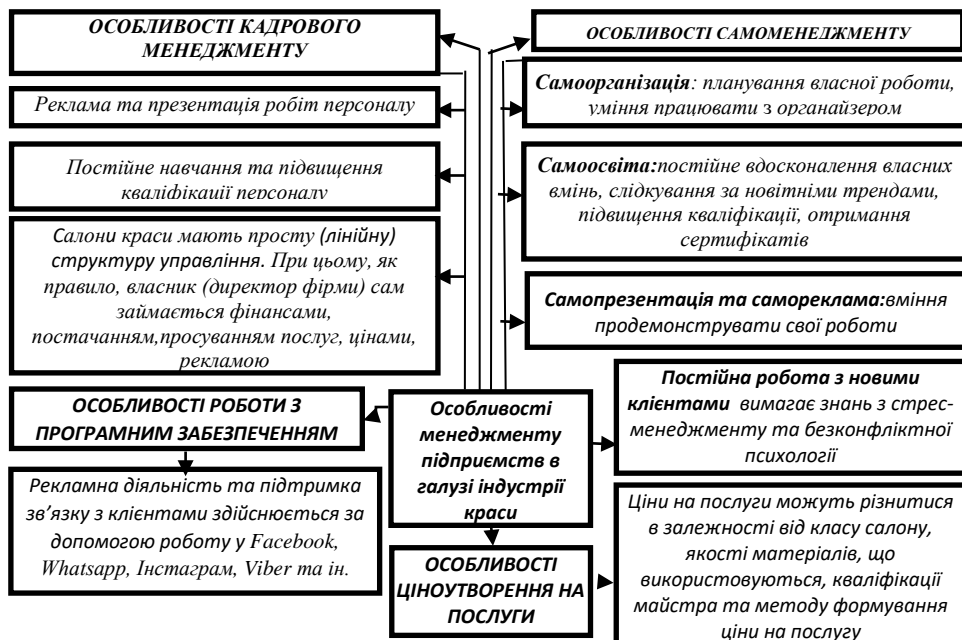


Рис. 2 – Особливості менеджменту підприємств в галузі індустрії краси

Успіх організації, що реалізує себе в галузі надання б'юти послуг забезпечує позитивна репутація майстра.

Таким чином, в сучасних умовах, ефективне функціонування підприємств галузі індустрії краси вимагає творчого підходу, специфічних знань та вмінь, використання окремих якісних матеріалів, позиціонування на ринку надання послуг з краси не лише салону, а окремого майстра з відповідного напрямку діяльності.

Таку організацію власної діяльності можна здійснити на основі використання проектного підходу в контексті реалізації різних заходів (міні-проектів) з self-placement та self-breeding.

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ

к.е.н. Мартинець В.В.
студентка гр. М- 61 Третяк Т.В.

Одним з показників успішної та ефективної діяльності організації є конкурентоспроможність. Серед основних чинників забезпечення конкурентоспроможності на ринку доцільно виділити наступні: продукт, ціна, канали збуту, рівень кадрового потенціалу та інші. Серед основних факторів, що визначають конкурентоспроможність організації слід зазначити наступні: стратегія та політика діяльності організації, наявність матеріальних, інформаційних, фінансових, трудових ресурсів, запровадження інновацій, ефективність системи менеджменту організації. Результативність виявлених чинників та показників визначає рівень конкурентоспроможності організації та її успішність на ринку.

На основі проведеного дослідження нами був запропонований системний підхід до оцінки конкурентоспроможності організації, який включає кількісну та якісну оцінку. Кількісна оцінка представлена такими складовими як: фінансова складова (коефіцієнт фінансової автономії, коефіцієнт довготермінового залучення капіталу, коефіцієнт маневреності власного капіталу, коефіцієнт покриття); виробнича складова (фондовіддача, рентабельність реалізації, рентабельність основних засобів, рентабельність продукції); соціальна відповідальність (індекс питомих соціальних інвестицій, частка соціальних інвестицій від прибутку, індикатор перспективного розвитку); корпоративна складова (коефіцієнт рівня витрат на «соціальний пакет» та розвиток персоналу, плинність кадрів); збутова складова (рентабельність продажів; коефіцієнт затовареності готовою продукцією). Якісна оцінка представлена: товарною складовою, складовою «споживач», ринковою складовою. Кількісна оцінка проводиться на основі розрахунку запропонованих коефіцієнтів в динаміці, якісна на основі соціального опитування потенційних споживачів.

В залежності від бізнес-середовища в якому функціонує організація та конкурентних переваг менеджмент організації може обирати такі конкурентні стратегії [1]: стратегію управління змінами, стратегію «блакитного океану», стратегію синергії, стратегію ментального айкідо, венчурні стратегії, стратегію «червоного океану», соціальні стратегії та інші.

Список використаних джерел:

1. Бельтюков Є. А., Некрасова Л. А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності //Економіка: реалії часу. – 2014. – №. 2. – С. 6-13

ВИКОРИСТАННЯ АКТИВНИХ ОПЕРАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ПРИ АНАЛІЗІ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

доцент, к.е.н. **Павленко О.О.**
студентка гр.ПУ – 61/1у **Майборода О.В.**
Сумський державний університет

Значна увага в галузі публічного управління пов'язана з дослідження міграційних процесів. Це питання є актуальним як відносно внутрішньої так і зовнішньої міграції. Міграційний рух населення являє собою демографічний процес, який змінює чисельність та склад населення на основі його територіального переміщення [1]. Саме тому дослідження динаміки міграційних процесів дозволяє визначати стратегії впливу як органів державної влади так і органів публічного управління на міграційний рух.. На рисунку 1 наведена динаміка міграційного руху населення у 2018 році для деяких областей України.

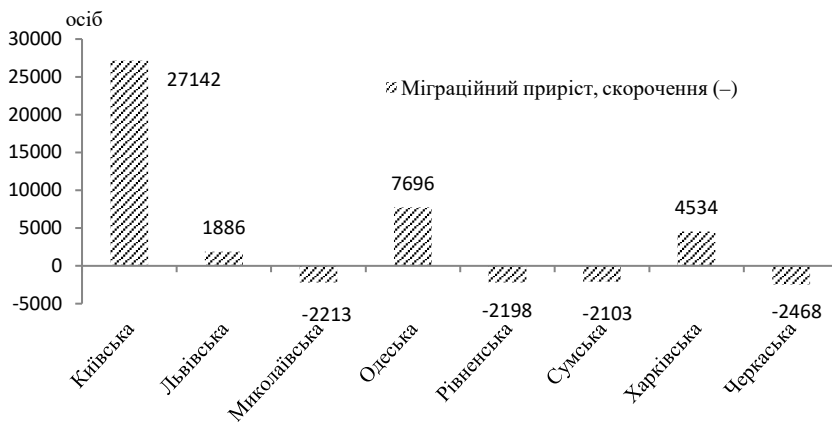


Рис. 1. Міграційний рух населення України у 2018 році
(побудовано на основі [2])

На основі аналізу статистичної інформації [2] можна визначити основні фактори впливу на формування міграційних процесів. Як видно з рисунка 1 для областей з чисельністю населення більше мільйона осіб притаманний міграційний приріст (Київська, Харківська), в той час як для невеликих за чисельністю (Миколаївська, Рівненська, Сумська) характерне

міграційне скорочення. Така тенденція відповідно впливає на соціально-економічні показники, інфраструктурні, фінансові, екологічні.

Таким чином необхідна розробка активних операційних стратегій щодо збалансованості міграційних процесів у суспільстві. Взагалі впровадження активних стратегій в рамках операційного процесу спрямовано на прийняття таких заходів, які впливатимуть на формування попиту або динаміки досліджуваного промисла [3]. В рамках публічного управління такими активними стратегіями можуть бути:

- проінформованість населення даного регіону щодо рівня заробітної плати на різних підприємствах та в організаціях. Для реалізації цієї стратегії необхідно залучення засобів масової інформації, а саме телебачення, Інтернет ресурсів, друковані видання;

- сприяння з боку надавачів публічних послуг, а саме центрів зайнятості населення, більш активній участі у підготовці кваліфікованих кадрів;

- проведення на державному рівні податкових та соціальних реформ.

Таким чином міграційні процеси будуть мати більш злагоджений характер, тим самим підтримуючи рівновагу в соціально-економічних процесах.

Список використаних джерел:

1. 1.Державна служба статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

2. 2.Міграційний рух населення України у 2018 році [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/ds/mr/mr_u/mr1218_u.html

3. 3.Management for Bachelors [Текст]: textbook / Edit.: О.Ф. Balatskyi, О.М. Telizhenko. - Sumy: Universytetska Knyga, 2015. - 610 p. [Електронний ресурс] – Режим доступу:<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/46272>

ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ЯК ЧИННИК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

студентка групи ПУ-71 Мальонкіна І.С.
Сумський державний університет

Україна є державою, яка географічно знаходиться в центрі Європи і має потужний потенціал для соціально-економічного розвитку. Конкурентними перевагами України є сприятливі природно-кліматичні умови, значні запаси мінерально-сировинних ресурсів, висока продуктивність земельних угідь, розвинений виробничий комплекс, потужний трудоворесурсний потенціал. Проте аналіз соціально-економічного розвитку України та її окремих регіонів свідчить про наявність кризових процесів, зокрема поглиблення міжрегіональних та міждержавних суперечностей, зростання диспропорцій та загострення економічних і соціальних проблем, погіршення якості життя населення тощо.

На сучасному етапі вихід із кризи можливий лише на основі здійснення системних реформ, які передбачені Стратегією сталого розвитку «Україна – 2020», метою якої є впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід держави на провідні позиції світу [1]. Серед загальної кількості першочергових реформ важливе місце займає реформа децентралізації, оскільки внутрішньополітичний розвиток держави та зовнішня ситуація навколо України загостили питання передачі повноважень та ресурсів на нижчі рівні публічного управління. Крім того, децентралізація є однією з форм розвитку демократії, що дозволяє при збереженні держави та її інститутів, розширити місцеве самоврядування, активізувати населення на вирішення власних інтересів, звузити сферу впливу держави на суспільство, замінюючи цей вплив механізмами саморегуляції, виробленими самим суспільством, зменшити витрати держави і платників податків на утримання держапарату.

До причин, які зумовили необхідність децентралізації влади в Україні можна віднести: надмірна централізація влади у прийнятті рішень; фінансова недієздатність місцевого самоврядування; відсутність солідарної відповідальності за розвиток території; низький рівень взаємної довіри між громадськими організаціями та владою; неузгодженість місцевої політики щодо соціально-економічного розвитку з реальними інтересами територіальних громад; погіршення якості та доступності публічних послуг; незадовільний стан розвитку соціальної інфраструктури; невідповідність чинної системи адміністративно-територіального устрою України вимогам забезпечення повсюдності самоврядування [2].

Реалізація політики у сфері децентралізації у комплексі з реформуванням місцевого самоврядування та адміністративно-

територіального устрою в Україні обумовлює необхідність вирішення таких основних завдань:

- запровадження трирівневої системи адміністративно-територіального устрою (регіон, район, громада);
- доступність та якість публічних послуг, що надаються органами і місцевого самоврядування та виконавчої влади;
- досягнення оптимального розподілу повноважень між органами місцевого самоврядування та органами виконавчої влади шляхом передачі функцій виконавчої влади від місцевих адміністрацій виконавчим органам рад відповідного рівня;
- здійснення бюджетної децентралізації, в тому числі шляхом перерозподілу загальнодержавних податків, забезпечення гарантованої Конституцією України автономності місцевих бюджетів, закріплення за кожною ланкою самоврядування стабільної доходної бази для реалізації їх функцій та стимулювання податкоспроможності громад;
- створення належних матеріальних, фінансових та організаційних умов для зміцнення економічної бази розвитку територіальних громад;
- посилення відповідальності органів та посадових осіб місцевого самоврядування за свої рішення перед виборцями і державою [3].

Таким чином, децентралізація влади, завдяки незалежним зусиллям місцевого самоврядування та підвищення його активності, може стати ефективним знаряддям у покращенні соціально-економічного розвитку території та держави в цілому, раціонального використання ресурсного потенціалу, зміцненні демократичних процедур та захисту прав людини.

Список використаних джерел:

1. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020»: Указ Президента України №5/2015 від 12.01.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.
2. Жулавський А.Ю. Децентралізація як фактор реалізації регіональної політики / А.Ю. Жулавський, В.П. Гордієнко // Сучасні тенденції розвитку регіонів, підприємств та їх об'єднань: Монографія / За ред. Л.М. Савчук. – Дніпро: Пороги, 2018. – С. 24-35.
3. Основи децентралізації влади: методичні рекомендації / Д.О. Лукін, В.П. Гордієнко, Г.О. Мірошніченко та ін.; За ред Д.А. Лукіна. – Суми: ГО «Рада молодих вчених», 2015. – 144 с.

Науковий керівник: к.е.н., доцент **Гордієнко В.П.**
Сумський державний університет

СИСТЕМА СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВАХ

студент групи М-51 **Павленко Д.С.**
Сумський державний університет

Активний розвиток національної економіки, посилення впливу глобалізації та інтенсивне підвищення конкурентної боротьби й ролі науково-технічного прогресу обумовлюють розвиток стратегічного менеджменту. Особливої уваги заслуговує впровадження засад стратегічного управління в секторі малого та середнього підприємства (МСП). З одного боку, беручи до уваги значну роль малого та середнього бізнесу в державі, виникає загальна потреба в якісному регулюванні цієї сфери ринкових відносин. Водночас, власники та керівники компаній МСП зацікавлені в побудові ефективної та довгострокової бізнес-моделі.

Розвиток підприємництва має великий вплив на державну політику з метою створення середовища та інфраструктури, яка підтримує підприємництво. Зрозуміло, що при впровадженні політики підприємництва одна модель діяльності не підходить усім, і в довгостроковій перспективі уряди повинні забезпечити сприятливе середовище для виникнення прибуткового підприємництва, тому використання стратегічного управління для кожного підприємства окремо є найбільш вдалим рішенням [1].

Процес здійснення стратегічного управління підприємницької діяльності може значно вплинути на її результативність, а тому потребує дотримання взаємопов'язаних етапів впровадження.

Розроблення місії компанії визначає головну орієнтир її діяльності, статус й впливає на формування системи цілей. Високий рівень конкурентоспроможності перш за все досягається правильним формуванням цілей організації, що є фундаментом стратегічного планування.

Аналіз внутрішнього середовища полягає в виокремленні сильних та слабких сторін, аналізі науково-технічного рівня та прогнозуванні розвитку змін параметрів функціонування підприємства. В результаті може бути проведена оцінка економічного потенціалу організації. Дослідження зовнішнього середовища полягає у визначенні ймовірних сприятливих ситуацій та загроз, виокремленні конкурентних переваг і напрямків розвитку.

На етапі визначення перспектив діяльності й типу організації враховується економічний стан для функціонування й розвитку МСП. Основні фактори й результативні показники впливають на визначення типу підприємства. На розвиток сфери малого та середнього підприємництва значною мірою впливають застосування нових технологій, новітніх методик впровадження організаційних й управлінських рішень.

Характер поведінки організації на ринку спирається на зовнішнє середовище та можливий характер змін, а також визначається за рахунок обраної стратегії розвитку підприємства й сформованого портфеля стратегічних альтернатив.

Однією з головних задач стратегічного планування на МСП є оцінка конкурентоспроможності та стратегічних конкурентних переваг, а також наявних ресурсів організації.

Обрана базова стратегія діяльності є рушійною ланкою для формування головної стратегії підприємства та залежить від показників стану функціонування в цілому. Оцінка зовнішнього потенціалу підприємств дозволяє визначити модель поведінки діяльності: високий потенціал зумовлює наступальну модель, низький – захисну [2].

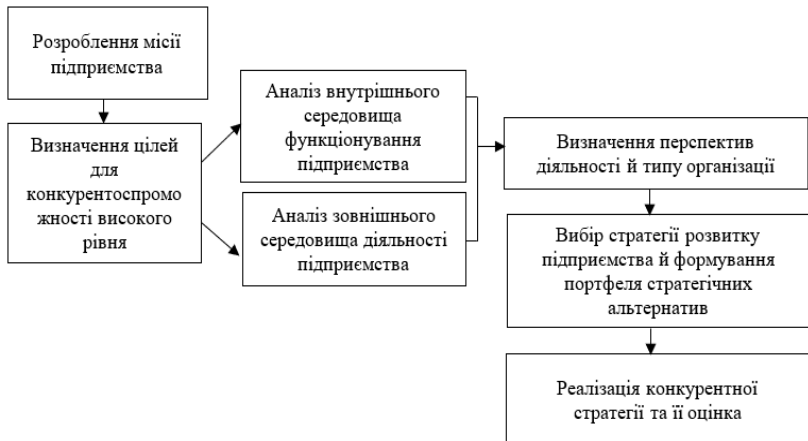


Рис. 1 – Етапи здійснення стратегічного управління (розроблено автором на основі [2])

Головним етапом формування системи стратегічного планування на МСП є розробка стратегічного плану формування конкуренто сприятливих показників діяльності та реалізація розробленої стратегії. Визначення завдань та функцій виконавців стратегії, тактичні завдання, графіки виконання є ключовими складовими програми.

В процесі стратегічного контролю здійснюється перевірка безпосередньо реалізації програми, з урахуванням відповідності даної стратегії сучасному стану внутрішнього та зовнішнього середовища підприємств та запланованим цілям. Умовою успішного впровадження стратегії є гнучкість до змін зовнішнього середовища.

Реалізація стратегії може зіткнутися з певними перешкодами такими, як недосконалість інформаційних систем та методів діяльності, недосконалий аналіз загроз, динамічність розвитку сфери МСП та інше.

Отже, проведення стратегічного планування у сфері малого та середнього бізнесу потребує дотримання певних етапів з метою розвитку і підвищення конкурентоспроможності організації. Ефективний аналіз зовнішнього й внутрішнього середовища повинен поєднуватися з правильним вибором цілей та стратегій розвитку з формуванням портфелю стратегічних альтернатив.

Список використаних джерел:

1. Minniti M. The role of government policy on entrepreneurial activity: productive, unproductive, or destructive. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2008. No 32(5). P.779-790.

2. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління : навч. посіб. К., 2011. 440 с.

Науковий керівник: к.е.н., доц. **Смоленніков Д.О.**

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГЕТИКИ В ЄС¹

ст.викладач кафедри управління **Євдокимова А.В.**
студент гр. М-51 **Петренко Н.О.**
Сумський державний університет

Зростаючі потреби населення в електроенергії, обумовлені розширенням об'ємів виробництва і споживання товарів і послуг, підвищенням стандартів якості життя та зростанням народонаселення, вимагають більш раціонального використання наявних нових енергетичних потужностей.

У зв'язку з цим, багато розвинених країн сьогодні активно розвивають альтернативну енергетику, частка якої в світовому енергобалансі постійно зростає. Однак, з огляду на технічні особливості використання джерел відновлюваної енергії, високу собівартість виробництва електроенергії з їх допомогою, традиційна енергетика в найближчому майбутньому не збирається здавати свої позиції.

Згідно з «Новою енергетичною стратегією України до 2035 року: «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність»» буде виконуватися програма Паризької кліматичної угоди, за якої відбуватиметься протидія змінам клімату за рахунок ядерної енергетики, гідроенергетики, вітрової енергетики та інших ВДЕ, що викидають найменшу кількість викидів парникових газів [2]. Атомна енергетика розглядається як найбільш економічно ефективне низьковуглецеве джерело енергії в той час, як Європа зменшує АЕС.

Європейський союз має стратегію на зменшення частки нафтової, газової, ядерної енергетики та заміни на відновлювані джерела енергії, такі як сонячна, вітрова, термальна енергії, біотопливо (рис.1). Стратегія призведе до зниження попиту на нафту і газ, зростання попиту на електроенергію і цін на неї, більша потреба у потужностях та більш сильна інтеграція ринку[3]. Енергопостачання, засноване на поновлюваних джерелах енергії, також ставить нові завдання: велика частина електроенергії надходить в електричні мережі децентралізованим чином, а потім змушена долати великі відстані. Наприклад, електрика виробляється вітровою енергією на півночі, яка повинна транспортуватися в споживчі центри на півдні Німеччини [5]. Тому розширення великих надрегіональних передавальних мереж і локальних розподільних мереж має ключове значення для успішного перерозподілу енергії. У той же час споживання і звичайна генерація повинні стати більш гнучкими. Відцифровка енергетичної революції за допомогою

¹ Виконано в рамках науково-дослідної теми № 0119U100766 «Оптимізаційна модель розбудови розумних та безпечних енергетичних мереж: інноваційні технології екологізації підприємств та регіонів»

інтелектуальних лічильників електроенергії дозволить краще узгодити виробництво і споживання енергії, в той же час розкриваючи потенціал економії.

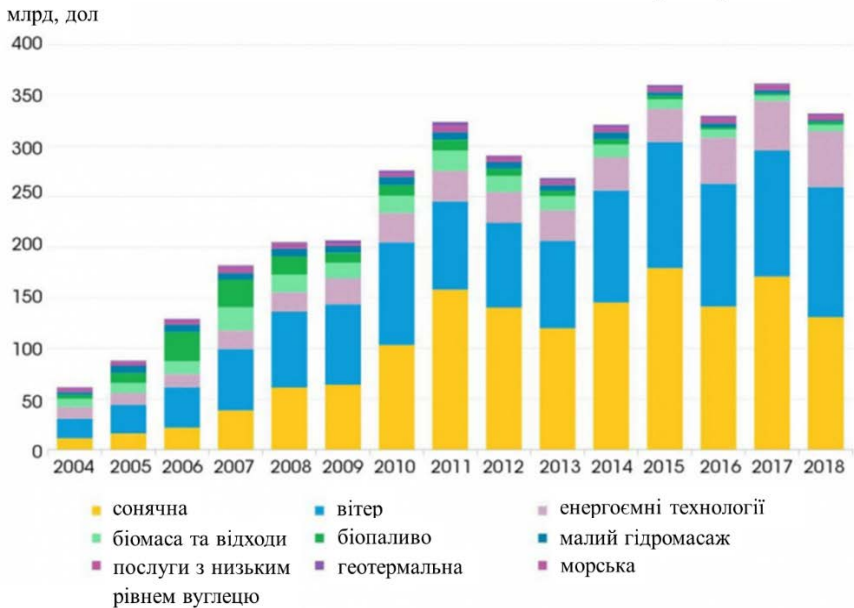


Рис. 1 – Глобальні нові інвестиції в екологічно чисту енергію [4]

Окремі розвинені країни намагаються знайти баланс між використанням різних видів традиційної енергії, який би забезпечував відносну екологічну чистоту енерговиробництва і стабільну генерацію дешевої електроенергії. Прикладом тому є Франція, яка наперекір загальноєвропейської тенденції відмови від атомних електростанцій (АЕС) і впровадження альтернативних джерел енергії, продовжує підтримувати свою атомну енергетику [1]. Франція – одна з небагатьох держав, які мають замкнутий ядерний цикл. У нього входять: видобуток руди, конверсія, збагачення, виготовлення палива, використання його в реакторі, можлива утилізація та захоронення відходів.

Європейський Союз прагне до збільшення ВДЕ, що ефективно впливає на збереження клімату та покращення екології, шляхом відмови від ядерної, нафтової, газової енергетик. Розвиток України поки що націлений на атомну енергетику і завдяки їй дотриманню угод. Перехід на ВДЕ потребує великих затрат, але це значно покращить кліматичну та екологічну ситуацію Європи.

Список використаних джерел:

1. Атомна та альтернативна енергетика Франції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukrenerho.com/article-7839/>.
2. Нова енергетична стратегія України до 2035 року: «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://mre.kmu.gov.ua/minugol/doccatalog/document?id=245213112>.
3. Енергетична стратегія ЄС та її наслідки для України [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://www.ier.com.ua/files/publications/Policy_Briefing_Series/2011/PB_04_2011_ukr.pdf.
4. Clean Energy Investment Exceeded \$300 Billion Once Again in 2018, <https://about.bnef.com/blog/clean-energy-investment-exceeded-300-billion-2018/>.
5. Unsere Energiewende: sicher, sauber, bezahlbar [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Dossier/energie-wende.html>.
6. Dkhili, H., & Dhiab, L. B. (2019). Environmental Management Efficiency of GCC Countries: Linking Between Composite Index of Environmental Performance, Socio-Political and Economic Dimensions. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 57-69. <http://doi.org/10.21272/mmi.2019.1-05>
7. Dkhili, H. (2018). Environmental performance and institutions quality: evidence from developed and developing countries. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 333-244. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-30>

ІНТЕГРОВАНЕ БЕРЕЖЛИВЕ ВИРОБНИЦТВО 6 СИГМ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

студент гр. УП.м-81 **Феденко Т.О.**
ст.викладач кафедри управління, к.т.н. **Євдокимова А.В.**
Сумський державний університет

За останні 20 років методології Інтегрованого бережливого виробництва 6 сигм (Integrated Lean 6 Sigma (IL6S)) довели, що підприємствам можливо в разі підвищити ефективність в напрямках вартості, якості та часу, в тому числі, в контексті сталого розвитку. І вражаючи результати таких компаній як Тойота, Дженерал Електрик, Моторола та багатьох інших є свідченнями цьому. Розглянемо основні напрями та особливості підходів Інтегрованого бережливого виробництва 6 сигм, які допомагають підприємствам досягати показників світового рівня.

Інтегроване бережливе виробництво 6 сигм – це стратегія розвитку компанії для досягнення та підтримки найкращих результатів. Це новий підхід до роботи, культура думати, планувати і діяти по-новому. Стратегія Інтегрованого бережливого виробництва 6 сигм включає:

- програму реалізації в рамках всієї компанії;
- формування висококваліфікованої, мотивованої та самодостатньої команди;
- націленість на усунення всіх видів втрат та 100% залученість співробітників.

Зонами особливої уваги Інтегрованого бережливого виробництва 6 сигм є Безпека, Якість, Вартість, Забезпечення, Екологічна безпека та Мораль.

- Фокусна зона Безпека – це абсолютно безпечне робоче місце, яке передбачає: спостереження за безпечною поведінкою, фіксування випадків небезпечної поведінки; увагу до так званих майже нещасних випадків та інцидентів; проведення швидкої оцінки ризиків та розвиток розумінь карт ризиків; дотримання процедури блокування обладнання тощо.

- Фокусна зона Якість покриває задоволеність споживачів і сприяє: зменшенню кількості скарг; проведенню інспекцій з якості; забезпеченню 100% дотримання оптимальних технологічних параметрів, відповідність аудитам.

- Фокусна зона Вартість – це мінімальний рівень втрат, який досягається за рахунок: зменшення середнього часу між зупинками, а також мінімізації кількості незапланованих зупинок та поломок; зменшення % санітарного браку, % зворотних відходів, надваги; підвищення показників

глобальної ефективності; зменшення фіксованих втрат та оптимізації робочих процесів.

- Фокусна зона Забезпечення включає зразковий рівень обслуговування клієнтів і оперує таким категоріями як: відповідність кількості виготовленої продукції та плану; вчасне забезпечення Споживача свіжою продукцією згідно замовлення; дотримання переходів між запусками обладнання, виконаних згідно плану.

- Фокусна зона Екологічна безпека – це мінімізація впливу на довкілля, а саме: покращення екологічних показників підприємства (енергоспоживання, водоспоживання, утворення відходів на тону продукції).

- Фокусна зона Мораль забезпечує створення найкращого робочого середовища і включає: рівень наданих та прийнятих до впровадження пропозицій з покращення від працівників; поширення досвіду роботи та гарних практик через так звані «Фокусні уроки»; створення системи для розкриття найкращих якостей людини та формування потенціалу організації, який забезпечить стабільні результати світового ринку.

Ключовим розумінням у впровадження Інтегрованого бережливого виробництва 6 сигм є 100% залученість, тобто всі представники підприємства (100% співробітників) активно залучені на досягнення Стратегічних цілей.

Всі вони є власниками обладнання та робочих процесів: «Я не просто відпрацював робочий день, а додатково провів інспекцію та технічне обслуговування обладнання, покращуючи умови його ефективної роботи, тобто, проявив відповідальне ставлення до обладнання, як до свого власного». Всі працівники самостійно контролюють свої робочі процеси і несуть відповідальність за результати своєї діяльності; знають втрати на своїх робочих місцях та усувають їх щодня; постійно навчаються та використовують свої здібності і вміння.

Сферою особливої уваги також є робота з втратами на робочому місці. Це означає подивитись уважно на свою роботу. Чи цінне для споживача продукції те, що ми робимо? Якщо ні – то це втрати. Чи з першого разу і в 100% випадків отримується якісна готова продукція? Якщо ні – то це також втрати.

Впровадження культури Інтегрованого бережливого виробництва 6 сигм відбувається відповідно визначених фаз. Фаза – це певний ступінь розвитку підприємства, який характеризується ефективністю роботи виробництва та рівнем розвитку співробітників, досягненням визначених стратегічних цілей. Всі заплановані дії відображаються в планах на різних рівнях організаційної структури фабрики, регулярно аналізуються. Вся інформація розміщується на відповідних дошках та є доступною для кожного працівника фабрики.

Отже, цілями впровадження культури IL6S є:

- безпечне робоче місце і безпечний спосіб виконання робіт;
- безпека кожного співробітника як перший і головний фокус програми;
- створення зручного, ергономічного робочого місця, що є необхідною умовою для досягнення високої ефективності роботи;
- задоволення від досягнення поставлених цілей;
- співробітники, що досягають цілі, завжди отримують визнання за свою роботу;
- особистий розвиток. Постійне навчання співробітників новим знанням і навичкам. Створення можливостей для отримання знань та їх ефективному використанню в щоденній діяльності.

Впровадження Інтегрованого бережливого виробництва 6 сигм для підприємства дійсно є зміною парадигми мислення, завдяки якому виникає відчуття власника за свою роботу та досягнутих результатів, а також створюються самодостатні команди, які здатні не лише якісно виконувати роботу, а й підтримувати та забезпечувати умови для досягнення найвищого рівня ефективності.

Список використаних джерел:

1. Applying Lean, Six Sigma, BPM, and SOA to Drive Business Results, H. Skalle/B. Hahn// Redguides, 2013.
2. Lean Six Sigma/ M. George// Osborne Media, 2002.
3. The Six Sigma Black Belt Handbook. Tools and Methods for Process Acceleration/ F. Voehl // CRC Press, 2013.
4. Integrated Enterprise Excellence/ F. Breyfogle// Bridges Books, 2008.
5. Total Productive Maintenance/ J. Abhishek// Emerald Group Publishing Limited, 2014.
6. Sotnyk, I., Shvets, I., Momotiuk, L., & Chortok, Y. (2018). Management of Renewable Energy Innovative Development in Ukrainian Households: Problems of Financial Support. *Marketing and Management of Innovations*, 4, 150-160. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-14>
7. Vegera, S., Malei, A., Romanova, O., & Sushko, V. (2018). Environmental Innovation as a Part of Mineral Resources Accounting and Financial Reporting Development for Natural Capital Involvement in Management Decision-Making Process. *Marketing and Management of Innovations*, 4, 244-262. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-22>

ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

аспірант Мухойд А.О.

ст. викладач кафедри управління, к.е.н., доц. Смоленніков Д.О.

Сумський держаний університет

Соціальне підприємництво отримує на сьогоднішній день все більшого поширення як метод залучення людей, переважно молодих, у вирішення соціальних проблем. Однак на даний час у науковців немає єдиної думки кого саме можна називати соціальним підприємцем. У різних джерелах термін «соціальний підприємець» трактується по-різному. Одні вважають, що термін повинен відноситись виключно до засновників організацій, основним джерелом доходу яких є плата їх клієнтів. Інші вважають, що соціальний підприємець – це той, хто виконує роботу за державними контрактами, а треті відносять до соціальних підприємців тих, хто розраховує перш за все на гранти і пожертви. Говорячи про соціальне підприємництво, необхідно пам'ятати, що його коріння лежить в традиційному підприємстві.

Виділяють наступні риси соціального підприємництва.

1. Перевага соціальної місії над комерцією, тобто місією організації є вирішення реальної соціальної проблеми або істотного зменшення її гостроти. При цьому соціальний ефект є не побічним продуктом діяльності, як в підприємстві, а прямим цілеспрямованим результатом (в свою чергу, це обумовлює напрямок отриманого прибутку на соціальні цілі організації, а не в кишеню інвесторів або власників).

2. Існування стійкого комерційного ефекту, що забезпечує самоокупність і конкурентоспроможність підприємства. Найкращим способом є отримання доходу переважно від продажу товарів і послуг, а не грантів та благодійності, які в якості додаткових фінансових ресурсів, однак, не виключені. При цьому варто зазначити, що в Україні на даний момент немає стійкого терміну, який означав би самоокупну діяльність, спрямовану на вирішення соціальних проблем тих чи інших груп населення, ні в повсякденній мові, ні тим більше, в правовому полі.

3. Новаторство, з яким комбінуються соціальні та економічні ресурси, без чого неможливі ані стійкість соціальної місії, ані економічна стійкість, коли організація взяла на себе задачу вирішення соціальної проблеми, тобто перетворення існуючого небажаного соціального порядку в більш сприятливий. Саме сформований небажаний соціальний порядок в певній області може бути передумовою виникнення нестандартних соціально-економічних організацій, якими є соціальні підприємства.

Загалом соціальне підприємництво – це діяльність не тільки на користь соціально незахищених верств населення. Соціальне підприємництво прагне вирішити реальні соціальні проблеми інноваційним методом. Тому соціальне підприємництво розуміється як соціальна інновація, що модифікує всю суспільну систему. До соціальних інновацій відносяться нові стратегії, концепції, ідеї і організації, які задовольняють будь-які соціальні потреби – від умов праці та освіти до розвитку громад та охорони здоров'я, сприяючи розширенню і зміцненню громадянського суспільства. Метою соціальних інновацій є створення сприятливих умов для розвитку суспільства. При цьому подальші зміни – це стійкі зміни, які не потребуватимуть постійного підживлення благодійними організаціями.

Порівняльний аналіз різних форм соціальної діяльності призводить до деяких висновків.

По-перше, головна відмінність соціального підприємництва від традиційного підприємництва полягає в прямій дії по реалізації соціальної програми. Якщо в якості показника ефективності діяльності традиційного підприємця виступають фінансові результати, то в протиположному результаті роботи соціальних підприємців має подвійний сенс. Прибуток є не єдиною метою. Прибуток реінвестується в здійснення соціальної місії. Для традиційного підприємця основоположним є комерційна успішність його ідей, для соціального підприємця основоположним є успішність ініційованих ним соціальних інновацій, ті соціальні зміни, які були викликані його діяльністю.

По-друге, соціальне підприємництво також не можна віднести до соціально відповідального бізнесу. Соціально відповідальний бізнес – це прибуткові компанії, націлені на отримання прибутку від своєї діяльності для своїх акціонерів, а також які мають вторинну мету – сприяння більш широкій соціальній користі. Для соціально відповідального бізнесу характерна часткова відмова від прибутку на користь суспільства. Таким чином, відмінності між комерційним сектором, соціально відповідальним бізнесом і соціальним підприємництвом можна визначити, ґрунтуючись, в першу чергу, на їх цілях, звітності і розподілі прибутку.

Список використаних джерел:

1. Kuznetsova, A., Kalynets, K., Kozmuk, N., & Vozna, L. (2018). Innovative management in global financial CSR governance. *Marketing and Management of Innovations*, 2, 262-269. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.2-21>
2. Migala-Warchol, A., & Pasternak-Malicka, M. (2018). Living Standards of EU Countries' Residents: Impact of Education and Innovation. *Marketing and Management of Innovations*, 4, 307-315. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-26>

МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

аспірант кафедри маркетингу та УІД, **Григоренко В.Ю.**
Сумський державний університет

Зазвичай, на підприємствах малого та середнього бізнесу керівну посаду обіймає безпосередній власник або один з декількох власників. На подібних підприємствах основним джерелом фінансування (капіталізації) є або особисті кошти його власника-керівника, або кредитні кошти, надані власнику під гарантії його приватного майна. В подібній ситуації керівник малого чи середнього підприємства повинен здійснювати управління, орієнтуючись на отримання негайного прибутку. Оскільки в здійсненні підприємницької діяльності в таких її аспектах, як розробка бізнес-пропозиції для потенційних ринкових сегментів, пошук і приваблення клієнтів, здійснення продажів та обслуговування цих клієнтів тощо ключову роль відіграє маркетинг, то, відповідно, обрання і формування маркетингової політики просування на підприємстві малого та середнього бізнесу має відбуватися з урахуванням невідкладних потреб у негайному прибутку та швидко одержуваній економічній ефективності.

На сьогодні в силу певних обставин в середовищі менеджменту малих та середніх підприємств набирає популярності тенденція орієнтації маркетингової діяльності на застосуванні засобів реклами та створенні бренду підприємства. Але, як з'ясувалося, використання якомога більшої кількості реклами й потужний брендинг в контексті малих та середніх підприємств є економічно недоцільним, оскільки створення бренду на Заході займає не менше двох років і вимагає витрат від 5 млн. доларів США і вище. На думку фахівців, в Україні це займе такий самий період, не враховуючи часу на розробку відповідних програм. Хоч сума витрат за первісними підрахунками буде меншою за нижню межу – можливо 2,5-3 млн. доларів США [1], вона є “не підйомною” для більшості підприємств малого бізнесу. З точки зору економічної доцільності та в жорсткому середовищі обмежених фінансових і часових ресурсів для малого підприємства інвестиції коштів в складання образу підприємства, полегшення пізнаваності торгової марки, формування бренду підприємства та інші подібні іміджеві показники, які не призводять до негайного прибутку, є далеко не завжди ефективними й значною мірою недоцільними. Тому менеджменту підприємств малого та середнього бізнесу необхідно зосередитись на використанні тих маркетингових комунікаційних заходів, що дозволяють чітко визначати показник їх економічної ефективності. Як зазначалося вище, існування і функціонування будь-якого підприємства малого бізнесу залежить від

прибутку, отриманого з продажів, тому підприємству з числа малого або середнього бізнесу необхідно максимально зорієнтувати свою маркетингову політику на *прямі продажі* (метод дистрибуції товарів або послуг, коли кожний комунікативний контакт із представником своєї цільової аудиторії відбувається напряму від підприємства до споживача і спонукає останнього до негайних дій в напрямку купівлі товарів або послуг підприємства), *рекламу на місці продажу, мерчандайзінг* тощо [2]. Використання методу прямих продажів дає змогу менеджменту підприємств малого та середнього бізнесу визначати показник економічної ефективності який можна звести до простої формули:

$$\text{Пеф} = Y - X, \quad (1)$$

де X – сума інвестованих в маркетингову діяльність коштів (грн), а Y – прибуток, який згенерувала інвестиція X (грн).

Наприклад, ефективність рекламного повідомлення на місці продажу можна відчути вже через кілька днів після того, як воно з'явилось. Слід зазначити, що вимір та оцінку результатів, необхідно робити в грошовому еквіваленті, а не у відсотковому. Оскільки відсоткові показники можуть викривляти дані і надавати керівництву підприємств малого та середнього бізнесу інформацію, що може не відповідати дійсному стану речей [3].

Отже, у зв'язку з певною обмеженістю ресурсів підприємств малого та середнього бізнесу, будь-які дії щодо управління економічною ефективністю рекламних кампаній та брендингу як важливої складової маркетингової політики просування для зазначених підприємств, мають розглядатися виключно у площині керування економічним зростанням. Для ефективного планування своєї діяльності підприємствам необхідно чітко визначати такі параметри, як коефіцієнт конверсії рекламної кампанії, довгострокова економічна ефективність постійного споживача та середнє значення прибутку, що отримується з одного продажу.

Список використаних джерел:

1. Бренд-менеджмент: теорія і практика.-навч. посібник / укл.: І. В. Струтинська. – Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. – 204 с.
2. Телетов О.С. Бренд-менеджмент у маркетингу підприємств малого бізнесу / О. С. Телетов, В. Ю. Григоренко // Реінжиніринг бізнес-процесів маркетингової сфери промислових підприємств : монографія ; за заг. ред. докт. екон. наук, проф. Л. М. Таранюка / Суми: Видавець СНАУ, 2018. – С. 184-192.
3. Телетов О.С. Evaluating the economic efficiency of an advertising campaign as an important part of a small business marketing program / О. С. Телетов, В. Ю. Григоренко // Проблеми і перспективи економіки.

ПОРІВНЯННЯ РЕКЛАМИ НА ТРАНСПОРТІ ТУРЕЧЧИНИ ТА УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ МІСТ АНКАРИ І СУМ)

д.е.н., проф., Телетов О.С.
студентка гр. МКМ-81, Захарченко Д.О.

Реклама, як один з найефективніших на сьогодні інструментів маркетингу, зародилася ще до нашої ери. Втім у ті часи про маркетинг, як науку, ніхто й гадки не мав. Зараз за місце для реклами в засобах масової інформації, на біл-бордах, на транспорті борються, в неї вкладають мільйони гривень та чекають на те, що вона буде максимально ефективною.

Реклама на транспорті є різновидом зовнішньої реклами, це – реклама в метрополітені, оформлення автобусів і тролейбусів, таксі, трамваїв, вантажних автомобілів та ін. Останнім часом все більше спостерігається тенденція розміщення екранної реклами в маршрутних таксі та поїздах далекого прямування [1]. Цей вид реклами характеризується низькими витратами, високою повторюваністю, широким вибором форматів і форм, а її ефективність у порівнянні з іншими видами зовнішньої та внутрішньої реклами досягається завдяки постійному руху транспорту, що дозволяє охопити більшу кількість цільової аудиторії. Вважається, що реклама на транспорті охоплює близько 90% населення.

В різних країнах даний вид реклами має певні відмінності, які необхідно враховувати при її розробці та позиціонуванні. В Україні рекламу розміщують у засобах міського пасажирського транспорту: трамваях, тролейбусах, різних видах автобусів та метрополітені. Найбільша концентрація реклами спостерігається в так званих «маршрутках», а найякіснішу рекламу можна помітити в метро. З чим це пов'язано? Метрополітен знаходиться лише в чотирьох найбільших містах країни, в яких існує жорстка конкуренція, тому маркетологи та рекламисти мають постійно працювати над креативністю та унікальністю рекламних повідомлень, що мають виділяти їх серед аналогічних повідомлень компаній, підприємств, установ на інших носіях. Реклама в маршрутних таксі зазвичай вирізняється своєю дешевизною та відносно низькою якістю, наявністю граматичних помилок чи недотримання правил поєднання кольорів та шрифтів. У населення існує стереотип, що в транспорті не може бути якісної реклами і цей стереотип в основному будується на ставленні до реклами в маршрутках.

Стан справ у нашого південного сусіда по морю Туреччини – протилежний. За приклад візьмемо столицю країни – Анкару. У місті населення користується чотирма основними засобами пересування: метрополітен, електричка, автобус та долмуш (аналог наших маршруток). Варто зазначити, що на транспорті Анкари реклами набагато менше не тільки ніж у великих містах України (Києві, Харкові, Дніпрі, Одесі, Львові,

Запоріжжі), а й у середніх за кількістю населення обласних центрах. Тому порівняння в цьому питанні між Анкарою та Сумами є цілком доречним. *По-перше*, в автобусах та долмушах реклама практично відсутня. Місцева влада жорстко контролює її кількість та якість. Можна помітити поодинокі реклами на автобусних зупинках, але й вона є скоріше винятком, ніж закономірністю. У метрополітені реклами більше, але зустріти її можна лише у вагонах поїздів та вона має чітку тематичну спрямованість. У підземці Анкари в основному рекламують культурні заходи: виступи співаків, спектаклі сучасного та традиційного театрів, майстер-класи для дітей, заходи в освітніх школах. Дуже рідко можна помітити рекламу магазину або тих чи інших товарів, та й ті стосуються лише виробів побутової техніки. На станціях метрополітену реклама відсутня, немає навіть маленького банера чи натяку на нього.

Виокремимо основні відмінності, що стосуються реклами на транспорті в Україні та Туреччині. 1. *Кількість*. Як було сказано вище, у Туреччині реклама ще тільки набирає обертів, тому її кількість у рази менша за ту, що ми зустрічаємо в Україні. Реципієнти ж України настільки перенасичені кількістю та різноманітністю рекламних повідомлень, що інколи навіть не можуть всерйоз до неї ставитися. 2. *Якість*. У Туреччині здебільшого реклама є якісною, хоч в українському метрополітені завдяки винахідливості та креативним діям українських рекламистів та маркетологів рекламні повідомлення виглядають професійнішими. 3. *Суб`єкти реклами*. В Україні рекламують все, що не заборонено Законом України «Про рекламу». У Туреччині діють суворі правила щодо того, що може бути рекламовано. Як і в більшості мусульманських країн, що з стародавніх часів слідує постулатам за типом «Не зображуй живого на неживому», низка тем та способів їх подання є забороненою. 4. *Транспорт, який використовують для реклами*. В Україні, як було зазначено вище, рекламу вміщують на будь-якому транспорті, як пасажирському, так і вантажному. У Туреччині ж (Анкара) реклама зустрічається лише в метро та електропоїздах, як на державних видах транспорту. В місті ж рекламу можна побачити лише на автобусних зупинках.

Таким чином реклама на транспорті в різних країнах підпорядковується різним правилам. При розміщенні рекламних повідомлень слід пам`ятати про їх цільову аудиторію. Оскільки реклама на транспорті охоплює значну кількість споживачів, за невеликої вартості й за умов правильного управління нею, її можна впевнено вважати одним з найефективніших різновидів.

Список використаних джерел:

1. Телетов О.С. Рекламний менеджмент : [підручник для ВНЗ] / О.С. Телетов // Суми : Університетська книга [3], 2014, – 367 с.

ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМИ ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ АЗІЇ

к.е.н., асистент кафедри маркетингу та УІД, **Летуновська Н.Є.**
студент ННІ ФЕМ ім. О. Балацького, **Вакулішина І.М.**
Сумський державний університет

Кожна країна має свою неповторну візитівку, яка потім використовується в туристичній рекламі як у межах країни, так і за кордоном. Японія, як відомо, є батьківщиною аніме. З кожним роком в країні збільшується кількість аніме-турів, присвячених одній або кільком таким мультиплікаціям. Причиною можна назвати те, що у багатьох картинах змальовуються місця, які існували чи існують насправді. Так наприклад, в аніме «Принцеса Мононоке» події відбуваються в лісі, який справді існує [1]. Він знаходиться в регіоні Мацу (Мінітоку, Японія). Але, нажаль, саме тієї частини, у якій відбувалися події фільму вже немає, бо її знищила цивілізація, однак багато туристів кожного року приїздить до цього лісу, щоб побачити природу, яку було зображено в аніме. Також це місце стало однією із локацій для зйомки рекламних роликів, серіалів та фільмів у жанрі фентезі. Ще одним прикладом можна вказати аніме «5 сантиметрів у секунду». Цей фільм відзначається своєю реалістичністю та детальністю зображених пейзажів міста, тому фанати картини прагнуть відвідати ці місця, щоб зробити фото і відчутти себе героями улюбленого аніме [2]. У Нагоя (Японія) існує копія дому з аніме «Мій сусід Тоторо». Будинок побудували в 2005 році спеціально до Всесвітньої виставки Експо 2005 [3] для збільшення кількості відвідувачів заходу, зокрема молоді. У цьому будинку і сьогодні проводяться екскурсії. Неподалік від будинку є оглядова площадка для бажаючих оглянути всю територію, на якій знаходиться дім, тому що він ніби постав із кадрів фільму. Найпопулярнішим місцем для зйомки історичних фільмів та серіалів в Японії можна вважати тематичний парк розваг «Ейгамура» (з японської мови – кіносело) [4]. У цьому місці відтворені старовинні вулиці та багато традиційних японських споруд. Також тут знімають туристичну рекламу історичного спрямування.

У Південній Кореї візитною карткою можна вважати музичну індустрію. Корейська поп-музика (k-pop) з кожним роком усе більше заповняє світ. Айдоли (з англ. мови idol – ідол), а саме так називають співаків та співачок у країні, знімаються в багатьох рекламних роликах. Туризм у Південній Кореї рекламують дві чоловічі групи, які здобули найбільшу популярність у світі. Їх назви Bangtan boys (або BTS) та EXO. Гурт EXO після виступу на церемонії закриття зимової Олімпіади в Пхеньяні став послом Міністерства культури, спорту та туризму в Кореї. Улітку 2018 року з'явилася рекламна кампанія «Korea Asks You: Have You Ever?». Було випущено кілька рекламних роликів [5] та постери, на яких був

зображений склад гурту. Метою рекламної кампанії було залучення закордонних туристів до Південної Кореї за рахунок потужної фанбази артистів [6]. Гурт Bangtan boys останні три роки знаходиться на вершинах усіх відомих чартів світу. Вони два роки підряд отримували нагороду від Billboard Music Awards як «Артисти соціальних мереж». Завдяки своїй популярності та впливовості були залучені до реклами туризму. У жовтні 2018 року було викладено відео «My Seoul Playlist» та створений слоган «Live Seoul like I Do» і рекламні постери [7]. Кожен учасник гурту відповідав за рекламу однієї туристичної теми Сеулу: гастрономічний туризм, історичний туризм, місця, де можна прогулятися та відпочити в сучасному місті, шопінг-туризм, екстремальний туризм, ексклюзивний Сеул та місця для фанатів k-поп.

Китай по праву можна вважати країною фільмів та серіалів історичного спрямування. Можна третя стрічка китайської кіноіндустрії є історичною. При цьому на зовнішній кіноринок виходять лише одиниці з відзнятих фільмів, в основному все іде на внутрішній. Творці фільмів намагаються зробити свої стрічки максимально відповідними до тієї епохи, у якій відбуваються події. Звертається увага на деталі – від кольору тканини для костюмів до візерунків на меблях. Створюються музеї та/або тури, присвячені конкретному фільму чи серіалу. Прикладом такої стрічки є «Імператриця Китаю». Ця стрічка стала найдорожчою в Китаї, а згодом і однією з найпопулярніших [8]. Завдяки їй збільшилася кількість туристів історичних пам'яток, прототипи яких показані в стрічці.

Список використаних джерел:

1. Древний лес острова Якусима в аниме Хаяо Миядзаки «Принцесса Монококе» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kinoandvideo.ru/articles/27.1_ancient_forest_of_the_yakushima_island.php.
2. Сцены аниме «5 сантиметров в секунду» срисованы с реальных локаций [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://shazoo.ru/2014/03/22/20783/cceny-anime-5-santimetrov-v-sekundu-srisovany-s-realnyh-lokacij>.
3. Деревенский дом из аниме «Мой сосед Тоторо» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://kinoandvideo.ru/articles/31.1_satsuki_and_mei_house.php.
4. Эйгамура – парк развлечений студии Тозэй [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://tabitabi.ru/place/Toei_Kyoto_Studio_Park.html.
5. Arirang TV Imagine Your Korea HISTORY Korea Asks You, Have you ever? EXO_SUHO [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://newsvideo.su/video/9308377>.
6. EXO Members Ask «Have You Ever» In Teaser For Upcoming 2018 Korea Tourism TVC [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.hellokpop.com/news/exo-teaser-2018-korea-tourism-tvc/>.
7. BTS продвигают туризм Сеула за рубежом [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.k-pop.ru/article/268391>.
8. Сериал Императрица Китая [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.o-kitae.ru/video/serial-imperatritsa-kitaya-dorama-onlayn.html>.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОГО МАРКЕТИНГОВОГО ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧА

д.е.н., професор, **Телетов О.С.**
студентка групи МК-61, **Цуненко А.М.**
Сумський державний університет

На сьогодні світ стрімко розвивається як інформаційне суспільство взагалі, враховуючи погляди та інтереси окремої людини зокрема. Люди все частіше потребують громадської діяльності (дехто більшою мірою, інші меншою), адже всі вони мають потребу в спілкуванні. В умовах стрімкого оцифрування будь-якої діяльності людини, все інтенсивніше використовуються можливості Інтернету. Саме це зумовило появу численних соціальних мереж, медіа-сайтів тощо. Станом на 2018 рік рейтинг соціальних мереж в Україні такий: Facebook – 53,11%, Instagram – 16,79%, Youtube – 9,1%, Pinterest – 8,88%. Раніше займаюча лідируючі позиції мережа Vkontakte, займає лише – 2,94%, що зумовлено політичними подіями 2014-2019 років у країні [1].

Останнім часом мережу Інтернет все частіше використовують для ведення бізнесу: закупівля товарів, отримання послуг, одержання консультацій та ін. З метою привернення уваги споживача маркетологи починають все частіше застосовувати інструменти інтернет-маркетингу, найрозповсюдженішим з яких є реклама в мережі Інтернет. Оскільки сучасна людина все більше і більше цінує свій час, їй імпонує можливість здійснити покупку швидко й не виходячи з дому. Причини, за якими покупці під час вибору товару звертаються до соціальних мереж, включають: 1) бажання перебувати в курсі останніх тенденцій моди; 2) можливість отримати більш детальну інформацію про товар чи компанію-виробника; 3) необхідність провести ціновий аналіз аналогічних товарів; 4) можливість дізнатися про відгуки інших споживачів та залишити свій; 5) бажання стати частиною спільноти прихильників певного бренду; 6) бажання взяти участь в акціях та конкурсах [2]. У підсумку все перераховане допомагає покупцеві прийняти рішення про закупівлю того чи іншого товару чи одержання послуги.

Другим ефективним напрямком є поява в інтернет-просторі значної кількості *блогерів* — людей, що ведуть *блоги* — веб-сайти, в які постійно додають тексти, зображення чи мультимедіа, тому значна кількість компаній почала використовувати їх для просування своєї продукції. Блогери (іноді їх називають «громадськими» чи «соціальними» авторитетами) щодня в соціальних мережах діляться публікаціями в яких коментують політичні події, обговорюють новини, а також розповідають про здійснені покупки. Таким чином вони непрямо і ненав'язливо дають пораду про те, які компанії,

товари або послуги є кращими. Глядачі, читачі чи слухачі ставляться до блогерів як до родичів, друзів чи знайомих, тому оприлюднена ними інформація щиро сприймається як думка, а не реклама. Тому для значної частки споживачів поради відомого їм блогера стають вирішальними у прийнятті остаточного рішення про покупку.

Не менш важливими є й поради сім'ї, друзів чи знайомих. Цим також навчилися користуватися та отримувати користь сучасні компанії та маркетологи. Інформація, яку ви викладаєте на особистих сторінках в соціальних мережах про сприйняття та не сприйняття тих чи інших політичних подій, вподобання до тих або інших культурних заходів, емоції, що викликають успіхи чи невдачі улюблених Вами команд чи спортсменів, активно моніториться та використовується для створення так званої *унікальної пропозиції* тих чи інших *товарів* або *послуг*, саме для Вас, вашої сім'ї та ваших друзів.

Побачивши кількість «лайків» під «постом» іншої людини або одержавши *лайк* з будь-якого вашого повідомлення або *посту* Ви все більше переймаєтесь довірою та повагою до нього, тому, одержавши інформацію про товар чи про бренд від ваших знайомих, Ви ймовірніше теж цим зацікавитесь та розповісте чи порадите ще комусь; такий процес, що одержав назву *вірусного маркетингу*, охоплює велику кількість потенційних споживачів і не припиняється практично ніколи.

Отже, соціальні мережі набувають все більшої популярності серед компаній, підприємств, установ та окремих споживачів. Використання засобів інтернет-реклами та вплив на споживачів через відомих осіб, знайомих та *інтернет-друзів* підвищує шанси компанії привернути увагу до товару або послуги та підштовхнути потенційного споживача до здійснення покупки.

Список використаних джерел:

1. Як змінилась статистика соціальних мереж в Україні до 2018 ...- [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://marketer.ua/ua/social-network-of-ukraine-how-did-the-statistics-change-until-2018/>

2. Does social media affect consumer choices? – Quora – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.quora.com/Does-social-media-affect-consumer-choices>

3. How Social Media is Influencing purchase decisions – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://socialmediaweek.org>.

РЕБРЕНДИНГ СПОРТИВНИХ ФУТБОЛЬНИХ КЛУБІВ НА ПРИКЛАДІ ПФК «СУМИ»

д.е.н., проф., Телетов О.С.
студент групи МК-51, Шенілов Д.О.
Сумський державний університет

На даний момент професійний футбол у місті Суми переживає не найкращі часи: клуб ПФК «Суми» ледь не відмовився від участі в другій половині змагань сезону 2018-2019 рр. серед команд Першої футбольної ліги України. Причина в тім, що в попереднього власника (який взагалі не є сум'янином) не було зацікавленості розвивати місцевий футбол, а в засобах масової інформації та соцмережах обговорювались епізоди, пов'язані з участю команди в договірних матчах. Департаментом захисту економіки Національної поліції під процесуальним керівництвом Генеральної прокуратури України за дієвої підтримки Федерації футболу України упродовж одного року проводився комплекс привселюдних та непривселюдних слідчих (розшукових) заходів з документування злочинної схеми організації договірних футбольних матчів. За результатами заходів зібрано доказову базу відносно організаторів та учасників п'ятьох злочинних груп. До складу однієї з таких груп входив і колишній президент клубу ПФК «Суми» [1]. Останній рік він спілкувався з менеджментом клубу по телефону, переховуючись від правоохоронців. За цей час погіршилось не лише фінансування та турнірне становище ПФК «Суми», а й ставлення вболівальників до його бренду, за результатами чого різко зменшилася їх присутність на трибунах під час проведення календарних футбольних матчів (на сьогодні середня відвідуваність домашніх матчів становить приблизно 150 осіб, при загальній місткості стадіону «Ювілейний» 25 830 чол.). Окрім того вболівальники перестали дивитися футбол на стадіоні через низьку поінформованість і загальне незадоволення рівнем надання послуги.

На сьогодні відомо, що Професійна футбольна ліга дозволила «Сумам» продовжувати участь у змаганнях, не дивлячись на певні порушення регламенту (наприклад номінальні домашні матчі були проведені на виїзді). Слід зазначити, що з 2014 року місцеві органи влади припинили сприяти розвитку клубу, станом на весну 2019 року база команди тимчасово знаходиться в Запорізькій області, а в листопаді домашні матчі сезону 2018 року команда проводила в Охтирці. І це при тому, що клуб носить назву міста, а на клубній емблемі знаходиться його герб – три славнозвісні сумки.

Виходячи з вище описаних обставин доцільно запропонувати необхідність проведення ребрендингу ПФК «Суми» з метою зміни сприйняття бренду, повернення лояльності вболівальників та залучення до співпраці органів місцевої влади. Як зазначається в [2] головним чинником

конкурентоспроможності підприємства, компанії, установи є здатність до постійного оновлення їх маркетингових стратегій. Тому однією з першочергових інвестицій нового власника футбольного клубу, має бути розроблення трансформаційної стратегії бренду футбольного клубу.

Нами не було знайдено класифікації брендів футбольних клубів України, тому пропонуємо такий підхід. Футбольні клуби колишнього СРСР за походженням назви можна умовно класифікувати так: 1) відомчі («Зеніт» – приладобудування, «Торпедо» – автомобілебудування, «Металург» — металургійна галузь, «Локомотив» — залізничники, «Шахтар» — добувники вугілля, «СКА» – армійські, «Динамо» – міліція, «Спартак» – профспілкові об'єднання. «Колос» — аграрні товаровиробники та т.ін.); такі найменування (аналогі брендів), мали по кілька команд, наприклад тільки у вищій лізі динамівські команди були і в Києві, і в Москві, і в Мінську, і в Тбілісі; 2) позавідомчі, найменування яких походять від географічних назв (дніпропетрівське «Дніпро», одеський «Чорноморець», полтавська «Ворскла», чернігівська «Десна», львівські «Карпати», чернівецька «Буковина» тощо); 3) специфічні та комбіновані назви — «Промінь», «Темп», «Світанок», «Стахановець» та інші.

Із середини 40-х років минулого сторіччя наше місто представляли команди під назвами: «Динамо», «Авангард», «Спартак», «Харчовик», «Колос», «Фунзенець», «Електрон», «Насосник», «Автомобіліст», «Явір», «Суми». Остання назва є найнейтральнішою, тому зміна назви навіть у рамках ребрендингу даного спортивного клубу не є доцільною, бо нам потрібно, щоб люди асоціювали команду з собою і себе з командою. Тобто виникає проблема, щоб вирішити двоєдине завдання: створити креативний бренд та зберегти впізнавані його складові (ім'я, логотип, знак тощо), тобто здійснити ребрендинг. Слід зазначити, що *ребрендинг* — малодосліджений стан в системі спортивного маркетингу, який, відповідно до [2], застосовується під час змін на ринку, послаблення позицій власного бренду та посилення позицій конкурентів, внаслідок невдало розробленої ідентичності бренду та помилкового позиціонування фірмової марки, відсутності єдиної творчої концепції (єдиного образу, групи символів, візуальної стилістики тощо) відображення сутності бренду в комунікаційній політиці футбольного клубу.

Ребрендинг застосовується з метою: 1) нівелювання негативних складових, накопичених за існуючого бренду; 2) розробки так званої *трансформаційної моделі*, формування якої дозволяє перейти від існуючої моделі бренду до *ідеальної*, що є орієнтиром для розвитку бренду; 3) повідомлення одержувачам комунікаційних повідомлень (власному персоналу та контактним аудиторіям) щодо сутності й причин змін у позиціонуванні існуючого бренду для того, щоб спонсори, постійні та

потенційні болільники сприяли впровадженню нових цінностей й ефективним відповідям новим викликам (за твердженням маркетологів навіть після того, як у клубі відбудуться значні зміни, футбольні фани тривалий час орієнтуються на створений перед цим образ, наприклад, часів гри сум'ян-заслужених майстрів спорту Михайла Фоменка чи Олега Гусєва). *Спонсори*, що вкладають гроші в асоціацію своєї компанії з брендом футбольного клубу чи його гравцями, ведуть переговори від імені своїх компаній в цілях формування програм продажів, які могли б пробудити ентузіазм у роздрібних торговців, зазиваючи на спортивні арени споживачів, і створити хороший настрій у службовців компаній [3]. Завданням ребрендингу ПФК є: розробка комплексу відповідних заходів, які допомагають залучити глядачів на трибуни, а спонсорів до діалогу щодо перетворення клубу в повноцінний бренд; створення акцентованої взаємодія з різними культурними організаціями – так званого «ефекту присутності»; отримання зі спортивної події прибутку для клубу спонсора. *Власнику* професійного футбольного клубу необхідно постійно опановувати новими інструментами і засобами ремаркетингу, які він може запропонувати футбольному бізнесу, як специфічній сфері діяльності, а саме: робота з вболівальниками – *створення портрету цільового споживача*; активність в соціальних мережах, особливо в день матчу (*pre-match advertising*), проведення заходів з вболівальниками; інформування вболівальника завдяки засобам *BTL та ATL*; використання мобільних додатків, які дозволяють клубу постійно спілкуватись із своїми фанами; запровадження методу клубних карток, який дає змогу власникам квитків постійно отримувати певні бонуси і знижки та т. ін.

Отже, футбольний клуб у своїй ребрендинговій діяльності має спиратися на новітні технології, які, в першу чергу, покликані вивести взаємодію менеджменту клубу та вболівальника на новий рівень. Таким чином, для проведення ребрендингу ПФК «Суми» необхідно модифікувати комунікації, створювати сильний візуальний стиль клубу, вдосконалювати «мову» спілкування із вболівальником. Щоб повернути довіру – потрібно показати свою прозорість і відкритість; Щоб повернути підтримку міста – підтвердити амбіції та бажання щось вкласти, а не лише отримувати.

Список використаних джерел:

1. Національна поліція України. Футбол – договірні матчі. / 2018 / Електронний ресурс. Режим доступу: <https://youtu.be/Ka28NLU-bsQ>
2. Телетов О.С. Брендинг та ребрендинг в умовах сучасних промислових виробництв / О.С. Телетов // Збірник наукових праць «Вісник державного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». – Львів. – 2010. – № 690. – С. 463– 469.
3. Телетов О.С. Рекламний менеджмент : [підручник для ВНЗ] / О.С. Телетов // Суми : Університетська книга [3], 2014, – 367 с.

ЕВОЛЮЦІЯ МАРКЕТИНГУ: ПРИЧИНИ І НАПРЯМКИ²

аспірантка гр. PhD-74, Рудь М.П.
Сумський державний університет

Еволюція маркетингу нерозривно пов'язана зі змінами його основних категорій, в першу чергу ринку. Насичення ринку товарами і загострення конкуренції на національних і міжнародних ринках призводить до постійного вдосконалення та пошуку нових видів маркетингу для забезпечення попиту на товар та збільшення обсягів продажів. Постійний пошук, генерування творчих ідей та гіперконкуренція призводить до постійного розвитку маркетингу [1, с.59]. Завдяки цим діям формуються нові види маркетингу, що допомагає фірмам постійно генерувати, покращувати та реалізувати свої ідеї в просуванні товарів на ринках України та закордоном [2, с.120].

Виділимо наступні причини виникнення нових видів маркетингу:

- гіперконкуренція, яка виступає рушійною силою для фірм що хочуть втримати свої позиції на ринку та захопити нові;
- нові можливості впливу на споживачів які спровоковані розвитком НТП;
- неефективність або мало ефективність традиційних видів маркетингу;
- покупці з кожним роком стають більш вибагливими щодо купівлі товару;
- постійне створення нових трендів на товари чи послуги (частіше навіяні закордонним досвідом).

Як бачимо одним з головних причин виникнення нових видів маркетингу є неефективність або мало ефективність традиційних видів маркетингу. У традиційному маркетингу споживачів розглядають як раціонально мислячих суб'єктів прийняття рішень [3, с.54]. Ключову роль відіграють практичні властивості та переваги товарів. Чітко відокремлюється цільові споживачі від інших теоретично можливих. З однієї точки зору така чітка орієнтація на цільового споживача допомагає краще здійснювати маркетинг, але з іншої обмежує вибраним цільовим ринком [4, с.387]. На нашу думку одним з головних мінусів традиційних видів маркетингу є бажання ділити все на частини та розглядати з аналітичної та схематичної точки зору, в той час як сучасні види маркетингу наприклад холістичний маркетинг навпаки наголошує на тому що більше не потрібно розподіляти

² Робота виконана за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідних тем: «Механізм управління формуванням стратегій випереджаючого інноваційного розвитку промислових підприємств» (№ ДР 0117U003928); «Розроблення механізму комерціалізації інноваційної продукції» (№ ДР 0118U003572)

процеси компанії на 4Р, необхідно сприймати її як єдине ціле, в якому немає незалежної і довільно змінюваних частин.

До нових видів маркетингу відносять [5, с.136]: нейромаркетинг, event marketing, маркетинг відносин, партизанський маркетинг, аромомаркетинг, блогмаркетинг, інтернет-маркетинг, вірусний маркетинг, маркетинг соціальних мереж, холістичний маркетинг.

Розглянемо які види маркетингу вносять зміни у комплекс маркетингу 5Р.

До товару відноситься: латеральний маркетинг, холістичний маркетинг.

Ціна: інтернет-маркетинг, холістичний маркетинг.

Просування: нейромаркетинг, event marketing, маркетинг відносин, партизанський маркетинг, аромомаркетинг, блогмаркетинг, інтернет-маркетинг, вірусний маркетинг, маркетинг соціальних мереж, холістичний маркетинг.

Люди: маркетинг відносин, партизанський маркетинг, блогмаркетинг, холістичний маркетинг.

Отже, як бачимо найбільше змін було направлено на створення нових видів маркетингу у маркетинговій політиці просування. Сьогодні все більшої значущості набуває вміння швидко реагувати на нові тенденції ринку та вміти підлаштуватися та впроваджувати власні. Маркетингова політика просування виступає інформаційним тиском на потенційних клієнтів і допомагає фірмам виділятися з поміж інших та встановлювати довготривалі стосунки з покупцями.

Список використаних джерел:

1. Колотова Н. Б. Нові інструменти маркетингу відносин інноваційних проєктів машинобудівних підприємств: краудсорсинг і краудфіндінг. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. №3. С. 56-65.
2. Гончарова Н. П., Перерва Н.П. Маркетинг инновационного процесса, Киев: Вира-Р, 1998. 267 с.
3. Шинкаренко И. Мантры и смертные грехи маркетинга: Интервью с Ф.Котлером. *Експерт Україна*. 2006. № 22 (73). С. 24-27.
4. Павленко А. Ф. Маркетинг : підручник. Київ: Київський національний економічний ун-т імені Вадима Гетьмана, 2008. – 600 с.
5. Ілляшенко Н. С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств: монографія. Суми: Вид-во СумДУ, 2011. 192 с.

СТРОКОВІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ВИРОБНИКА СЛАБОАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ ПРАТ «ОБОЛОНЬ»)

д.е.н, професор, Телетов О.С.
студент групи МК-61, Тонкошкур Б.С.
Сумський державний університет

Теоретично маркетингові стратегії класифікують за станом ринкового попиту на продукцію фірми, залежно від напрямків зростання асортименту та обсягів виробництва, у відповідності до стадій життєвого циклу вироблюваної продукції, за елементами комплексу маркетингу, товарної чи сегментної спеціалізації та інші. Все це так звані функціональні стратегії, які залежно від термінів їх реалізації являють собою короткострокову, середньострокову або довгострокову стратегії маркетингу [1]. Розглянемо їх на прикладі ПрАТ «Оболонь» – одного з найпотужніших підприємств-виробників слабоалкогольних напоїв в Україні.

Приватне акціонерне товариство «Оболонь» є лідируючим підприємством з виробництва безалкогольних та слабоалкогольних напоїв в Україні. Основними видами діяльності ПрАТ «Оболонь» є виробництво пива, мінеральної води, солоду, сиропів, надання транспортних, ремонтних, будівельних послуг, оптова і роздрібна торгівля, проведення ярмарок, аукціонів, лотерей, зовнішньоекономічна та торгово-посередницька діяльність. Ключові чинники успіху ПрАТ «Оболонь» наведено в [2]. 1. Науково-технічні переваги: використання нового обладнання, нових елементів технології; перехід з механізованих на автоматизованих технологічних процесів. 2. Особливості організації виробництва – значному покращенню якості пива; збільшення та вдосконалення асортименту; фасовка продукції в якісну та яскраву упаковку; зниження витрат на виробництво через краще використання виробничих потужностей і площ. 3. Створення підприємствами власної розподільчої мережі, покращення сервісу, поліпшення внутрішньогалузевого та міжгалузевого кооперування, оптова торгівля. 4. Володіння знаннями та досвідом конкурентної боротьби. 5. Вдосконалення управління – застосування автоматизованої інформаційної системи; розвиток системи управління якістю; підвищення кваліфікації працівників та впровадження дієвої системи мотивації.

Відповідно до [1], *короткострокові стратегії* ПрАТ «Оболонь» сформовані на задоволення вимог та очікувань замовників, *середньострокові* – на випуск нових сортів продукції та утримання позиції лідера на ринку пива та безалкогольних напоїв, *довгострокові* – на вдосконалення концепції соціально-етичного маркетингу: врахування інтересів тріади виробник-споживач-суспільство, зосередження постійної уваги до збереження

навколишнього середовища тощо. Невід’ємною складовою всіх трьох стратегій є постійне вдосконалення системи управління, яка відповідає вимогам стандартів, та прогнозоване передбачення тенденцій розвитку ринку [3].

Напрямки *функціонування* інших стратегій [3] наведено в табл. 1.

Таблиця 1 – Набір функціональних стратегій розвитку ПрАТ «Оболонь»

Призначення стратегії	Характеристика стратегії
Маркетинг	Розширення цільового ринку компанії, вдосконалення маркетингової політики розподілу, збільшення ролі реклами, PR-діяльності та інших комунікаційних зв’язків
Виробництво	Забезпечення дотримання технічних стандартів виготовлення продукції, забезпечення високої якості проведення подальшого удосконалення, модернізації та модифікації обладнання та устаткування
Фінанси	Дотримання курсу стабільності основних фінансових показників, сталий розвиток прибутків та рентабельності
Кадри	Забезпечення збереження раціонально підбраного та розставленого персоналу, залучення кваліфікованих молодих кадрів, вдосконалення систем стимулювання праці
Корпоративна культура	Вдосконалення системи корпоративної культури, виховання готовності працівників до змін, забезпечення сприятливого клімату в трудових колективах центрального офісу та регіональних відділень

Отже, розробка й впровадження строкових й функціональних стратегій в діяльність промислового підприємства (компанії, фірми, установи) має оптимізувати позиціонування вироблюваної продукції, екологічну безпеку навколишнього середовища, в тому числі з виходом на міжнародні ринки, підсилювати командний дух компанії та таке інше, що сприятиме збереженню та підсиленню конкурентних позицій й розглянутого нами вітчизняного ПрАТ «Оболонь».

Список використаних джерел:

1. Телетов О.С. Маркетинг у промисловості: Підручник. / О.С. Телетов – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 248 с.
2. Оболонь (компанія) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://uk.wikipedia.org/wiki/Оболонь_\(компанія\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Оболонь_(компанія))
3. Аналіз стратегії підприємства ЗАТ „Оболонь” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.studcon.org/analiz-strategiyi-pidpryemstva-zat-obolon>

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ, ЯК ЗАСОБУ МАРКЕТИНГОВОГО ТА ПОЛІТИЧНОГО ВПЛИВУ НА ЦІЛЬОВУ АУДИТОРІЮ

д.е.н, професор, **Телетов О.С.**
студентка групи МК-61, **Колесник А.А.**
Сумський державний університет

Сучасне політичне життя важко уявити без агітаційно-пропагандистських матеріалів, які спрямовані на формування позитивного ставлення громадськості до певного товару, компанії, особи чи політичної сили. Маркетологи, соціологи, політики і політтехнологи прекрасно усвідомлюють, що багато аспектів нашого сучасного життя активно зміщуються на простори інтернету, який починає ефективно використовуватись в рекламній діяльності та PR. У формування іміджу, створення нових форм комунікацій, рекламу з метою завоювання своєї аудиторії в соціальних мережах вкладаються чималі гроші [1].

Ще кілька років тому реклама в соціальних мережах була чимось екзотичним для України. Сьогодні ж, жодний маркетинговий соціальний чи політичний успіх не обходиться без відповідного рекламного повідомлення, сайту, сторінки в соціальних мережах тощо. Як показав час, це один з найбільш ефективних і, безсумнівно, перспективних напрямків в рекламі та PR-технологіях. Найбільш поширеною маніпуляцією є вплив через умовних лідерів думок. Існує кілька типів так званих *маніпулятивних тролів* [2]. **Перший** – це люди, які коментують і створюють контент на користь певних політиків чи партій. Здебільшого це публічні люди, які отримують гроші за свої пости, в яких непрямо рекламуються певні компанії, товари, особи, політичні партії, громадські рухи тощо. **Другий** тип – це напівавтоматизовані системи – так звані *боти*. Люди здають в оренду свій акаунт в соцмережі за відповідну суму. Натомість програма аналізує дані ваших друзів, надсилає їм рекламу, що матиме найбільший персональний вплив на автора акаунта. Так, наприклад, до **переваг** політичної реклами в соціальних мережах належать: 1. *Інтерактивність*. У багатьох випадках, зацікавленій людині легко вступити в діалог з рекламодавцем в реальному часі або найближчим часом отримати відповідь на питання, що його цікавлять. 2. *Економія грошей*. Одна з основних переваг – це економія коштів. При використанні інтернет-реклами і PR-у немає необхідності купувати або орендувати приміщення, утримувати їх і оплачувати роботу персоналу. 3. *Економія часу*. Такий вид реклами не потребує багато часу для її поширення в порівнянні з друкованою рекламною продукцією та рекламою на телебаченні. 4. *Геотаргетинг* (механізм, який дозволяє показувати рекламу тільки тим користувачам, які виходять в

Інтернет з заданого регіону або міста). Завдяки глобальності охоплення аудиторії в соціальних мережах, рекламодавець може налаштувати відображення своєї реклами на відповідному для нього рівні. 5. *Ненав'язливість*. Такий вид реклами дає людині можливість вибрати: ознайомитися з рекламою чи пропустити її.

Недоліки маркетингової політичної реклами та PR-у в соціальних мережах такі: 1. *Незнання інтернет технологій*. Як правило, люди в похилому віці не користуються соціальними мережами. Якщо ваша цільова аудиторія 60+, не варто робити соціальні мережі своїм основним рекламним майданчиком. 2. *Хибна статистика*. Власники сайтів або банерних мереж часто приховують свою реальну статистику відвідуваності і переходів по рекламних банерів. За допомогою різних комп'ютерних прийомів штучно підвищується статистична кількість відвідувань своїх інтернет-ресурсів.

Отже, реклама в соціальних мережах потребує особливої подачі, від якої залежить ефект та ефективність її (реклами) дії на цільову аудиторію. Сучасний маркетинговий та політичний вплив на реципієнта не є досконалим, але його мета залишається незмінною – якомога більше залучати, переконувати, ідеалізувати різновид товару, образ компанії, ім'я політика, вибір яких є перемогою для обох сторін [3]. Коментарі й лайки в соціальних мережах – це комунікативне вираження позицій певних сегментів ринку та проявів електоральних настроїв.

Список використаних джерел:

1. Види політичної реклами в інтернеті [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.04141.com.ua/news/2233951/vidi-politichnoi-reklami-v-interneti
2. Політики інвестують в інтернет. Як захиститися від маніпуляцій у соцмережах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : nv.ua/ukr/ukraine/events/politiki-investujut-v-internet-jak-zakhistitisja-vid-politichnikh-manipuljatsij-u-sotsmerezkhakh-2508370.html
3. Телетов О.С. Рекламний менеджмент: Підручник. – 3-тє вид., випр. – Суми: Університетська книга, 2014. - 367 с.: іл.

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНИХ ОБ'ЄКТІВ МІСТА

д.е.н.,проф. каф. маркетингу УІД, **Телетов О.С.**
студентка групи МК 71/2-8, **Лебединець К.В.**
Сумський державний університет

Від винаходу кінетоскопів, німого кіно і першого кінопоказу стрічки «Прибуття потягу на вокзал Ла-Сьота» братами Люм'єр пройшло вже більше 120 років. Індустрія кіно набирає все більші оберти, постійно видозмінюючись та відкриваючи нові можливості для глядачів. На сьогодні вже буденним є широкоформатне кіно високої якості з неймовірними спецефектами доступними кожному охочому з будь якого джерела: інтернету, телебачення чи кінотеатру. Технічні інновації з кожним роком дивують глядача все більшою реалістичністю за допомогою 3D окулярів, IMAX кіно, рухомих сидінь, присутності різних запахів, води.

У 1912 році в місті Суми був відкритий перший кінотеатр «Міраж» по вул. Воскресенській, після цього протягом декількох років ще чотири кінотеатри почали свою активну діяльність. У другій половині 50-х років в м. Суми був лише кінотеатр ім. Шевченка (на вул. Соборній) та кінотеатр «Хроніка» (на Покровській площі). В 1959 році на Петровській площі було збудовано кінотеатр «Комсомол», а в 1967 році - «Жовтень». У 70-х роках минулого століття до них додалися: кінотеатр «Дружба» (на проспекті Шевченка), кінотеатр «Псел» (на Баранівці) та кінотеатр «Промінь» (у міському парку). Окрім цього фільми демонструвалися в палацах культури СМНВО ім. М. В. Фрунзе, ДК Хімік та КРЗ, а також на декількох відкритих майданчиках (наприклад «Юність» біля Троцького Собору). Всі вони, у свій час, мали шалену популярність серед старших поколінь.

На сьогоднішній день досі діють тільки два з них: «Космос» і «Дружба». Нещодавно, у місті відкрили ще один кінотеатр «Планета Кіно» який має більш сучасний вигляд з поміж інших і складає їм серйозну конкуренцію. Ці три кінотеатри знаходяться у центрі міста. Спальні ж райони (Роменський, Курський, Хіммістечко, 9-12 мікрорайони та ін.) кінотеатрів зараз не мають. Тому для дослідження було обрано 9-12 мікрорайони: вони є густонаселеним, рівновіддалені від центра міста з чітко визначеною цільовою аудиторією.

Втілюючи ідею відкриття кінотеатру в 9-12 мікрорайонах було вирішено провести маркетингові дослідження, що до його доцільності. В цьому нам допомогло анкетування. Метою анкетування було: визначення необхідності відкриття кінотеатру, місце його розташування методом

зацікавлення відвідувачів. Нами було визначено важливі для глядача критерії. Для одержання точних результатів опитування було обрано людей різної статі, віку, професій та соціального статусу.

Результати проведених досліджень показали, що більшість опитованих (29%) відвідують кінотеатр декілька разів на рік, найчастіше з друзями (29%) і сім'єю (21%). Найпопулярнішим кінотеатром сумчани вважають «Дружбу» (44%), «Планету кіно» (39%); «Космос» майже ніхто не відвідує. Для зацікавлення відвідувачів найбільш вдалою виявилась ідея розміщення у фойє акваріумів (32%), доцільним були б місця для фото з героями улюблених фільмів та мультфільмів (26%), а розміщення великої кількості рослин виявилось не доцільним (лише 9%). Окрім цього опитовані, які зазвичай приходять дивитися фільми і мультфільми з дітьми пропонували найняти аніматорів, які б розважали дітей до і після фільму. За нашими підрахунками вікова категорія яка активно відвідує кінотеатри це люди 11 - 30 років. Більшість опитованих відносить себе до середнього класу (51%), тобто можуть собі дозволити їжу і одяг, але речі тривалого користування купляти вже складно. За опитуванням важливості різних факторів вибору кінотеатру найвищим пріоритетом став комфорт у кінотеатрі, потім ціни на квитки, за ним великий вибір фільмів. Менш важливим є близькість розташування кінотеатру, наявність пільг, тощо. На останньому місці – необхідність кафе та інших місць відпочинку.

Оскільки більшості все одно, як далеко знаходиться кінотеатр, на нашу думку доцільним є відкриття кінотеатру в 9-12 мікрорайоні, роблячи орієнтацію на відповідну цільову аудиторію: школярі, молодь, сім'ї з дітьми. Враховуючи опитування і дослухаючись рекомендацій, у залі для очікувань і фойє варто обов'язково розмістити акваріуми чи клітки з тваринами. Місця для фото з героями фільмів теж приваблять відвідувачів. Наявність кафе зовсім не обов'язкова, краще зробити більш комфортним перегляд фільмів і низькі ціни на квитки, люди це більш цінують. Зацікавивши відвідувачів і прислухаючись до їх порад кінотеатр неодмінно буде популярним і прибутковим.

На нашу думку таке дослідження спонукає людей проводити більш часу з близькими, отримувати нові враження, пропонує альтернативний варіант цікавого відпочинку та запобігає використанню піратських копій.

Список використаних джерел:

1. Телетов О. С., Маркетингові дослідження: Навч. посіб. – К.: Знання України, 2010. – 299 с. – Бібліогр.: с. 292-295.

CHOOSING A PROPER VALUATION METHOD

Assoc.prof. **Kostel M.V.**
Student gr. F.m.-82an **Zadorozhnya D.S.**
Sumy State University

Business valuation becomes a key instrument of corporate governance in the context of market relations. A significant number of corporations choose to increase the value of their own business as the main strategy. So, we find it very important to compare the usability of main methodological approaches to assessing the value of an enterprise. Estimation of the value of the company - is a streamlined, purposeful process of determining the value of the company in terms of money, considering the forecasted and actual income, brought at a certain time on a particular market. The peculiarity of the process of assessing the value of the enterprise is its market character.

Nowadays there are a significant number of assessment methods offered in the special literature. Some methods have a number of modifications, so it creates difficulties in their choosing.

Three methodological approaches have become the most widespread in foreign and domestic practice of valuation: based on income, property (expense), market value. In general, all three main approaches are interconnected. Each of them uses various types of market information.

An appraiser opens different perspectives every time he chooses an appropriate approach. Although these approaches are based on data collected in the same market, so everyone must deal with different aspects of the market. Ideal market concept considers all three approaches should lead to the same value. However, most markets are imperfect, supply and demand are not in equilibrium. Potential users may be misinformed. Thus, approaches can give different cost indicators. Each of the three approaches is based on its inherent method. In terms of cost and comparative approaches, the enterprise is treated as an entity with its own property in forms of tangible and intangible assets that provide certain profits. Whereas, according to income approach methods, an enterprise is considered as a set of business lines (backed by contractual rights and ownership rights to sales, procurement lines and technologies), capable of providing an appropriate cash flow.

We built a comparative table of mentioned methods in order to make a good choice of most fit valuation approaches considering advantages, disadvantages and shortcomings.

Table 1 – Comparative characteristics of the main approaches to assessing the value of the enterprise

Approach	Advantages	Disadvantages	Shortcomings
Income approach	considers sharing the complex of assets comparing to their separate use, as well as the capital efficiency.	<ul style="list-style-type: none"> • hard to forecast future income; • high potential of errors in determination of the business risks, the cost of capital by elements, parameters for post-prognosis period. 	forecasting future earnings, is based on business plans developed by enterprises they are largely advertising.
Cost-effective approach	based on the assessment of existing assets, eliminating a significant part of the contradictions of the analytical assessment characteristic of other approaches.	<ul style="list-style-type: none"> • no future profits are considered, • impact on business intangible assets is neglected; • market efficiency factors are out of focus • no unambiguous answer to how to evaluate assets: either as an integral property complex or separately. 	<ul style="list-style-type: none"> • ignoring the different levels of assets liquidity of an enterprise. • failure to consider the time structure of the enterprise debt (payables and receivables with different maturities have different current values)
Market approach	the easiest to use, as well as statistically valid. A few correction methods have been developed.	<ul style="list-style-type: none"> • mandatory presence of an active market; • this approach requires an amendment, most of which affects the validity of the results; • data is not always comparable. 	<ul style="list-style-type: none"> • consider all the advantages and disadvantages of the company being valued. • the problem of selecting a multiplier, due to certain disadvantages inherent in each of them. • the application of the comparative approach is oriented primarily to large companies.

List of references:

1. Verdenhofs, A., & Tambovceva, T. (2019). Evolution of Customer Segmentation in the Era of Big Data. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 238-243. <http://doi.org/10.21272/mmi.2019.1-20>
2. Rach, V., Rossoshanska, O., Medvedieva, O., & Yevdokymova, A. (2019). System Modeling of Development of Innovative Project-Oriented Enterprises. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 105-131. <http://doi.org/10.21272/mmi.2019.1-09>

ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВІДНОВЛЕННЯ ФАРФОРОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

д.е.н. проф. **Таранюк Л.М.**
студент **Бублик А.М., Шахова С.В.**

Виробництво глиняних та фарфорових виробів в Україні нараховує не одне століття. Раніше за часів існування СРСР в Україні нараховувалось біля двох десятків виробництв з фарфору. Сьогодні Україна фактично втратила фарфорову галузь.

Головним фактором, який зумовив фарфорове виробництво в Україні – значні поклади білої глини «каоліну», які поступаються тільки Китаю та Великобританії. При цьому технологія видобутку менш коштовна у порівнянні з іншими країнами, завдяки геологічному заляганню глини в Україні на глибини 20 метрів, у порівнянні з іншими країнами, де цей ресурс необхідно видобувати з глибини понад 100 метрів під землею.

Станом на 1991 рік в Україні нараховувалось 11 підприємств з виробництва фарфору, в 2012 році їхня кількість скоротилась до трьох, і в 2019 році залишився лише один – Дружківський фарфоровий завод. Слід зазначити, що це були конкурентоспроможні підприємства, продукція яких імпортувалась до країн СНГ, Прибалтики, Німеччини, Ізраїлю та ін.

Поштовхом до катастрофічного стану фарфорової промисловості України стало підписання цінової угоди з Росією на постачання газу за ініціативи Ю.Тимошенка у 2012 році. Для українського виробника фарфору ціна була занадто висока, технологія виробництва передбачала використання природного газу. Вартість якого закладається в ціну готової продукції. Китайські виробники скористались цим негайно. Демпінгуючи ринок українського виробника фарфору, використовуючи прогалини митного законодавства - спрощеної системи ввізного митного оформлення, який діє до дрібних партій товару (не вимагається сертифікат якості), імпортують неякісний товар.

Також слід зазначити, катастрофічний стан українських виробників фарфору відбився і на ринку робочих місць. У зв'язку із закриттям фарфорових підприємств, скоротилась їхня кількість. Відбувається втрата кваліфікованого персоналу - фахівців фарфорової промисловості.

Ситуація, що відбувається, ще не є безнадійною. Для виходу з кризи необхідно вжити наступних заходів:

- запровадити програми державної підтримки з відродження фарфорово-фаянсової промисловості галузі;
- надання спрощеного кредитування виробникам фарфору в Україні;
- впроваджувати нові технології з вироблення фарфору;
- переглянути митне законодавство, щодо ввозу фарфорової продукції з дотриманням сертифікації.

PROBLEMS AND PROSPECTS OF INTEGRATION OF UKRAINE INTO GLOBAL ECONOMY: FREE ECONOMIC ZONES ASPECTS

associate professor **Kotenko N.V.**
student F.m. - 82an, **Novak K.S.**
Sumy State University

The prospects for the integration of a country into the modern world economy, the definition of its place in the global division of labor depends on the openness and attractiveness of investment in local facilities. The most appropriate tool to achieve this goal is to establish the special economic and financial regimes at a part of the country's territory. Such regimes usually are defined as free economic zones (FEZ), which are separated from the common customs borders, have complete freedom in the mode of economic issues, special management mode, preferential conditions of economic activity, tax incentives for local entrepreneurs and foreign firms. Free economic zones encourage an export capital formation and foreign capital inflows into service and industry sectors, as well as joint trading and other business activities with foreign capital. These zones are an integral part of economic relations today at the international level.

Article 3 of the Law of Ukraine "On General Principles of Creating and Operating Special (Free) Economic Zones" establishes the possibility to create the following types of FEZ: free customs zones and ports, export, transit zones, customs warehouses, technology parks, technopolises, integrated production, tourist and recreational, insurance, banking zones, etc. Separate zones can combine different functions [1]. Article 13 of this Law institutionalizes state guarantees for investment protection, namely the right to export profits and capital invested in the special (free) economic zone outside the special (free) economic zone and Ukraine [1].

As is known, in the early 2000s, 11 special economic zones (SEZs) and priority development areas (TPRs) were created in Ukraine. Their main purpose was to develop the industrial and depressed regions of Ukraine. The most successful of them were Porto-Franco in Odessa, Slavutych, Yavorov, Transcarpathia, Donetsk, Azov in Mariupol, Polesye in the Volyn region. Nowadays, there is no clear understanding of the status of these entities both in legal and financial terms. Official site of the Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine contains only the list of these zones [2] and the basic points of their activity based on the legislations [3]. It's impossible to find any report of their activity: costs, receipts, tax privileges, created jobs, etc.

At the same time, the situation with the investments balance of Ukraine continues to deteriorate. Annually, the country loses from 8.6 [4] to 11.6 billion dollars [5] through offshore zones and low tax jurisdictions. In contrast, the volume of direct foreign investment in the economy of Ukraine reaches only 1,8712 billion dollars a year [6] (figure 1).

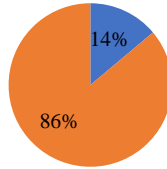


Figure 1 – Exceptions of foreign direct investment in the economy of Ukraine and capital withdrawn in 2017%

This ratio shows a failure in attracting investment and a loss in the competitive struggle with foreign resources recipients that actively use preferential technologies. The national economy is “bleeding”. Huge funds are being withdrawn through capital and tax evasion into different kinds of global offshores (from 4.5 to 9% of GDP per year). Now Ukraine is in the TOP 15 of such countries [6].

One of the main reasons for the offshores` popularity is avoidance of taxation within the country (legal reduction of tax burden). The idea of Ukrainian SEZ was also to propose tax preferences for domestic and foreign enterprises. Even though withdrawn through the Cyprus offshore funds returns to Ukraine pretending to be foreign investment, leaving this money in SEZ allows saving public time and financial resources.

Conclusions. The purpose FEZ is to attract global players with large investments, to reach the high level of labor intensity, manufacturability and productivity. It depends on the legal authority either to create all the conditions for the development and to stimulate investment into the real economy or to close the borders and “tighten belts”. It is necessary to consider the FEZ not from the standpoint of competition in the domestic economic market, but as the country's competitive advantage in the struggle for the investor.

References:

1. The Law of Ukraine "On the General Principles of the Creation and Functioning of Special (Free) Economic Zones" [Electronic resource]. – Access mode: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2673-12/ed20150812/stru/conv>
2. The List of SEZ and TPR. Official sites of the Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine. – Access mode: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=65af61ae-d9d8-48fc-b1f0-a8ee8094994b&title=PerelikSezTaTpr>
3. The main indicators of the SEZ. Official sites of the Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine. – Access mode: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9a321bee-7eaf-48c9-8888-1933f263a96d&title>
4. Global Financial Integrity. – Access mode: <https://www.gfintegrity.org/>
5. Tax Justice Network. [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.taxjustice.net/>
6. UkrStat [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. SEZ/[Electronic resource]. – Access mode: <http://forumkyiv.org/uk/analytics/specialni-ekonomichni-zoni:-panaceya-dlya-ukrayini-chi-nevipravdana-zagroza>

АНАЛІЗ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ ЗА 2010-2018 РОКИ³

старший викладач, к.е.н. Салтикова Г.В.
студентка гр. Ф-61/1, Білоус Ю.Г.
Сумський державний університет

Аналіз динаміки прямих іноземних інвестицій є важливою темою для дослідження, особливо в період розвитку нашої країни, її нестабільності, низького рівня життя, в порівнянні з високорозвиненими країнами, адже прямі іноземні інвестиції з досліджень зарубіжних та вітчизняних вчених і практиків є одним із головних чинників економічного зростання, як окремих регіонів, так і країни загалом і звичайно ж покращення умов життя українців.



Рис. 1 – Прямі іноземні інвестиції в Україну за 2010-2018рр. станом на 01.01

З наведеного графіку ми бачимо, що до 2014 року динаміка прямих іноземних інвестицій є зростаючою, а починаючи з 2014 року і до 2017 року спадаючою, а потім знову зростаючою; це зумовлено військовими діями на Сході України, політичною та економічною нестабільністю, відсутністю належних реформ та наявністю корупційних схем.

В результаті аналізу надходження прямих іноземних інвестицій за країнами – інвесторами, лідируючі позиції серед інвесторів з 2010 до 2014 року займають країни ЄС, а саме Кіпр, Нідерланди, Німеччина, інші країни займають незначну частку інвестування в Україну, порівняно з цими країнами; після 2014 року лідируючі позиції займають Кіпр та Нідерланди, але з меншим розміром інвестицій, порівняно з початком 2010 років.

³ Виконано в рамках науково-дослідної теми № 0117U003922 «Інноваційні драйвери національної економічної безпеки: структурне моделювання та прогнозування»

Дослідивши галузеву структуру іноземних інвестицій можемо сказати, що найбільша частка інвестицій припадає на промисловість, страхову та фінансову діяльність, тобто в Україні завдяки прямим іноземним інвестиціям розвивається лише дві галузі національного господарства, що є низьким показником у порівнянні з іншими країнами світу, а величезний економічний потенціал сільського господарства та будівництва залишається для іноземних інвесторів непривабливим в порівнянні з іншими економічними галузями. Тож державі необхідно вживати заходів задля стимулювання іноземних інвестицій у інших галузях, адже іноземні інвестиції дозволяють розвиватися економіці країни, отримати безліч нових технологій, які в свою чергу сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності нашого виробництва на світових ринках.

Проаналізувавши територіальну структуру розміщення прямих іноземних інвестицій, бачимо, що переважна частина інвестицій спрямована на розвиток виробничих потужностей столиці України та найбільших міст, таких як Львів, Харків, Одеса; до 2014 року значна частина була зосереджена і в Донецьку, але в зв'язку з антитерористичною операцією інвестиції в дану область з кожним роком зменшуються. Така ситуація лідируючих областей не сприяє розвитку інших регіонів країни та відрізняє рівень життя українців і змушує виїжджати в більш розвиненні міста країни, у пошуках робочих місць та вищої заробітної плати.

Провівши дослідження надходження прямих іноземних інвестицій, дістаємо висновку, що прямі іноземні інвестиції розподіляються нерівномірно; значною мірою на розвиток іноземного інвестування в Україні вплинуло погіршення політичної ситуації у кінці 2013 – початку 2014 років. Це, в свою чергу, вимагає перегляду державного регулювання інвестиційної діяльності, його стимулювання, покращення, удосконалення, підвищення ефективності.

Задля розвитку інвестиційної діяльності необхідно покращити інвестиційну привабливість деяких галузей економіки та виробництв. Також уряду необхідно вживати систему послідовних заходів задля стабільності валютного курсу, адже він впливає на стабільність цін для підприємств, що займаються експортно-імпортними операціями, а це стримує вкладення коштів в інвестиції, в першу чергу, іноземних інвесторів.

Отже, загальнодержавні органи, обласні органи державної влади і місцевого самоврядування всіх рівнів мають вдосконалювати законодавство, вводити пільги, всіляко заохочувати інвестиційну діяльність, підтримувати її, забезпечувати довіру громадян до банківських та небанківських установ – інвестиційних фондів, задля покращення економічного розвитку як окремих регіонів, так і країни в цілому.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

2. Hrechyshkina, O., & Samakhavets, M. (2018). Importance of Foreign Direct Investment in Financing for Innovative Development of the Republic of Belarus. *Marketing and Management of Innovations*, 4, 339-348. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-2>

ФІНАНСІАЛІЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СОЦІО-ПОЛІТИКО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ІТАЛІЇ⁴

доцент **Захаркіна Л.С.**
аспірант кафедри економічної кібернетики, **Колотіліна О.В.**
Сумський державний університет

Останніми роками спостерігається тенденція фінансіалізації економіки, що характеризує активний процес розвитку фінансового сектору включаючи суб'єкти соціо-політико-економічних складових розвитку в систему відносин фінансового сектору. Процес фінансіалізації соціальної сфери, економічного розвитку та політичного стану поступово охоплював всі країни світу, що безумовно впливає на фінансовий сектор, економічний розвиток в цілому.

На прикладі Італії прослідкуємо динаміку соціо-політико-економічного розвитку країни, та проведемо паралелі залежності між показниками впливу економічного сектору на соціальну сферу. Сформуємо інформаційну базу індикаторів з 2000 року по 2016 рік соціо-політико-економічного розвитку Італії. До індикаторів політичного стану країни віднесемо: державний борг, загальні резерви, військові витрати, портфельний капітал, частка місць, якими володіють жінки в національних парламентах та дохід, без урахування грантів; до індикаторів економічного стану - ВВП, валова додана вартість за коефіцієнтною вартістю, імпорт товарів та послуг, валова економія, експорт товарів та послуг, зростання ВВП). Соціальна сфера характеризується таким блоком вибраних показників: робоча сила, державні видатки на освіту, безробіття, населення віком 15-64 років, населення біженця країною або територією притулку, народжуваність [1, 2].

Розрахункові значення представимо у вигляді діаграми динаміки соціальної сфери, економічного розвитку, політичного стану з 2000 року по 2016 рік (рис. 1).

У 2008 році криві трьох складових перетинаються, набувають майже однакових значень. Що свідчить про однаковий розвиток фінансіалізації (економічної складової, ВВП) та соціального розвитку (соціальної нерівності). З посиленням фінансіалізації, збільшується і її вплив на різні сфери життя та економіки – трудові ресурси, стійкість фінансових систем, соціальну нерівність. У цьому контексті стає дедалі важливіше відслідковувати причинно-наслідкові зв'язки таких впливів та локальні і глобальні ризики, пов'язані з ними. Зростання кількості фінансових інститутів та їх представництв в країні призводить до підвищення рівня економічного розширення в суспільстві.

⁴ Виконано в рамках науково-дослідної теми № 0117U003922 «Інноваційні драйвери національної економічної безпеки: структурне моделювання та прогнозування»

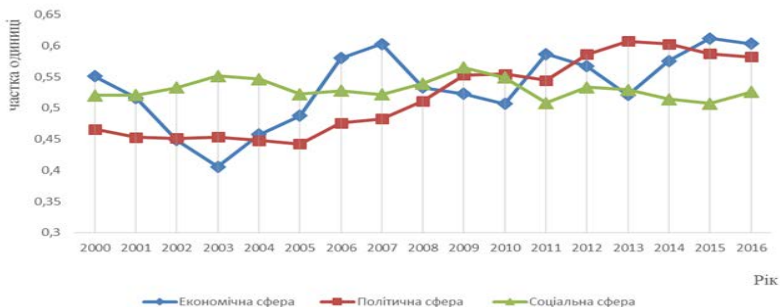


Рис. 1 Діаграма динаміки показників економічного, політичного та соціального розвитку Італії (побудовано авторами на основі ([3-8]))

Підводячи підсумки можна стверджувати, що фінансіалізація охопила всі сфери розвитку країни, а саме, соціальну, економічну, політичну сферу. Фінансіалізація являє собою вагомий вплив, фактор що формує соціальний сектор (соціальну нерівність).

Список використаних джерел:

1. Важинський Ф. А. Основні методи прогнозування соціально-економічного розвитку регіону / Ф. А. Важинський, І. Ф. Коломієць. // Науковий вісник: зб. наук.-техн. пр. - Львів: Український державний лісотехнічний університет. – 2004. – Вип. 14.7. – С. 166–170.
2. Kuzmenko O. Practical aspects of modeling the stable political and economic situation in the country on the basis of multi-criteria optimization methods //Journal of Strategic and International Studies – 2014–№4, Volume IX – pp. 17-24.
3. Економіка та зростання. Індикатори [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://data.worldbank.org/indicator>.
4. Освіта. Індикатори [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://data.worldbank.org/indicator>.
5. Зовнішній борг. Індикатори [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://data.worldbank.org/indicator>.
6. Фінансовий сектор. Індикатори [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://data.worldbank.org/indicator>.
7. Здоров'я. Індикатори [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://data.worldbank.org/indicator>.
8. Соціальний розвиток. Індикатори [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://data.worldbank.org/indicator>.
9. Zadorozhnyi, Z.-M., & Yasyshena, V. (2019). Intangible Assets as an Accounting and Management Object. Marketing and Management of Innovations, 1, 132-142. <http://doi.org/10.21272/mmi.2019.1-10>
10. Bakari, I. H., Idi, A., & Ibrahim, Y. (2018). Innovation Determinants of Financial Inclusion in Top Ten African Countries: a System GMM Approach. Marketing and Management of Innovations, 4, 98-106. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-09>

РЕГІОНАЛЬНА ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

старший викладач, к.е.н. Салтикова Г.В.
студентка групи Ф-61 Лисенко Д.В.
Сумський державний університет

На сучасному етапі розвитку економіки України роль регіонів поступово збільшується, необхідною же умовою для їх ефективного функціонування є залучення інвестиційних ресурсів. Оскільки в нашій державі спостерігається нерівномірний інвестиційний розвиток регіонів, то питання формування регіональної інвестиційної політики є актуальним. В Господарському кодексі України визначено, що однією з складових економічної політики є інвестиційна – діяльність, з створення оптимальних умов для залучення, раціонального використання та здійснення контролю за інвестиціями необхідних для досягнення пріоритетних цілей економічного розвитку.[1] В нормативно-правовій базі України, що регулює інвестиційні процеси, не використовується термін «інвестиційна політика», тісно пов'язаним з ним є «державне регулювання інвестиційної діяльності»; вважається, що однією з причин, яка пригальмує інвестиційну діяльність є саме заплутаність та недосконалість законодавства. Окрім цього, високий рівень корумпованості, недовіра до судової системи, відсутній чіткий механізм реалізації інвестиційної політики, інертність місцевої влади.

На регіональному рівні має посилюватися мобілізація інвестиційних ресурсів та здійснюватися оптимізація напрямів їх вкладення. Завдання інвестиційної політики полягає у визначенні регіоном конкурентної переваги перед інвестором, донесення повної та прозорої інформації, щодо пріоритетних сфер інвестування, та можливостей, взаємодії органів влади з учасниками інвестування, та обов'язково висвітлення негативних аспектів, слабких сторін території; це можливо зробити за допомогою інвестиційного паспорта, відео, інтернет-порталу складених українською та англійською мовами.

За даними Європейської Бізнес Асоціації індекс інвестиційної привабливості України знаходиться на нейтральній площині - 3,07 балів з 5 можливих. Значення індексу протягом останніх п'яти років знаходиться в межах 2,5 та 3,15 балів.[2] У минулому 2018 році відбулося впровадження нового валютного законодавства та розвиток електронних баз; цих нововведень недостатньо для істотних зрушень, відповідно регіони України знаходяться на середньому рівні привабливості для інвесторів.

Рейтинг інвестиційної активності та соціально-економічного ефекту від інвестицій розроблено незалежним агентством «ЄвроРейтинг». За третій квартал 2018 року позицію областей з ефективною інвестиційною політикою зайняли Київська, Львівська, Одеська, Полтавська, Вінницька, Закарпатська.

Інвестиційна політика вище середнього рівня в Дніпрі, Харківській, Івано-Франківській – це свідчить про, недостатньо високу інвестиційну активність, з динаміки видно, що ці області втрачають лідируючі місця, можливо, це пов'язано із зволіканням влади. Чернігівська, Сумська, Херсонська області знаходяться на нижчих рівнях, в даному випадку, непрофесіоналізм органів місцевого самоврядування щодо створення інвестиційного іміджу територій, порівнюючи з другим кварталом 2018р. динаміка також негативна[3]. З метою зростання привабливості регіонів необхідно забезпечити доступ до публічної інформації про діяльність для постійного моніторингу, створювати онлайн-майданчики з повною, зрозумілою та правдивою інформацією про територію, підвищити фахову компетенцію органів влади.

Інвестиційна політика регіонів України знаходиться на середньому рівні розвитку; найбільшими проблемами є відсутність чіткого механізму її розробки та реалізації на державному рівні, недосконале нормативно-правове поле, яке складається з достатньо великої кількості законів, які приводять до суперечливості. Необхідним є розвиток системи гарантій, що надаються державою інвестору в пріоритетних напрямках інвестування для держави. Складна ситуація на Сході України, корупція на високому рівні, відсутність судової, земельної реформ, недостатній рівень захисту вкладників, поверхне висвітлення інформації, бар'єри при ввезенні через кордон товарів, техніки, устаткування, податковий тиск, навіть при правильно сформованій інвестиційній політиці – ці проблеми будуть значно відлякувати інвесторів, тому для того, щоб розвиватися та впроваджувати новації, необхідно мінімізувати негативні аспекти. Це все є можливим, окрім часу для цього необхідний також високий рівень обізнаності представників влади та послідовна програма виведення України з соціально-економічної кризи.

Список використаних джерел:

1. ГОСПОДАРСЬКИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
2. Знову нейтралітет: Як інвестори оцінюють бізнес-клімат напередодні виборів [Електронний ресурс] // ЕВА. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://eba.com.ua/znovu-nejtralitet-yak-investory-otsinyuyut-biznes-klimat-naperedodni-vyboriv/>.
3. Рейтинг инвестиционной эффективности областей Украины по итогам третьего квартала 2018 г.: Киевская область – вновь лучшая [Електронний ресурс] // ЕвроРейтинг. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://euro-rating.com.ua/rejting-investitsionnoj-effektivnosti-oblastej-ukrainy-po-itogam-tretego-kvartala-2018-g-kievskaya-oblast-vnov-luchshaya/>.
4. Chirichenko, Y., & Fisunen, N. (2018). Marketing determinants of the development of the investment market: innovations in the assessment of demand and supply (case study for the construction industry). *Marketing and Management of Innovations*, 3, 81-94. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-07>

ФІНАНСІАЛІЗАЦІЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ, ЇЇ ВПЛИВ НА «ЗЕЛЕНУ» ЕКОНОМІКУ ТА РОЗВИТОК «ЗЕЛЕНОЇ» ІНФРАСТРУКТУРИ

аспірантка кафедри управління, **Нешева А.Д.**
доцент, к.е.н., **Павленко О.О.**
Сумський державний університет

Протягом минулих двох десятиліть, постійно триваюче погіршення економічного та екологічного стану більшості країн світу підкреслило необхідність заміни існуючих підходів до економічної політики на політику спрямовану на охорону довкілля. Саме тому, напередодні Конференції Організації Об'єднаних Націй (ООН) 2012 року з питань сталого розвитку, або Ріо +20, «зелена економіка» стала домінуючим політичним підходом для досягнення глобальних переходів у бік сталого розвитку. [1]

«Зелена економіка» за визначенням ООН повинна значною мірою стимулювати відновлення світової економіки і зростання зайнятості населення, одночасно з тим, сприяти прискоренню боротьби зі зміною клімату, деградацією навколишнього середовища та бідністю. [1]

Для міжнародного співтовариства реалізація реформ «зеленої економіки» передбачає створення ситуації в якій, глобальна економіка і глобальна екологічна ситуація «працюють» для підтримки одна одної, створюючи компенсаційні механізми для пом'якшення екологічно руйнівної діяльності.

Для країн з низьким рівнем доходу та великими запасами природних ресурсів ці реформи сприятимуть створенню нових засобів фінансування національних програм розвитку та збереження природних екосистем.

На місцевому рівні реформи «зеленої економіки» сприятимуть створенню та реалізації нових програм по збереженню природних ресурсів, покращенню умов життєдіяльності, підвищенню стійкості до екологічних небезпек, а також сприятимуть формуванню потоків доходів для місцевих громад, позбавлених грошей, шляхом фінансіалізації природних ресурсів та ін.

Логіка, що лежить в основі фінансіалізації природних ресурсів, полягає в тому, що економічне зростання та збереження навколишнього середовища сумісні лише тоді, коли природа та її функції оцінюються та продаються правильно. Фінансіалізація природи включає кілька пов'язаних процесів.

По-перше, фінансіалізація природи вимагає створення чітко визначених «природних» товарів, шляхом застосування методів грошової оцінки до природних екосистем та екологічних процесів. По-друге, існує необхідність реалізації інституційних змін для впровадження комерційних принципів (наприклад, ефективність), методів (наприклад, бухгалтерський облік, оцінку витрат та доходів) та цілей (наприклад, максимізація прибутку) в управління

навколишнім середовищем та практику управління ресурсами. По-третє, грошова вартість, яка притаманна екосистемам, використовується як основа для створення торгівельних інструментів, таких як вуглецеві квоти, які потім продаються як екологічні квоти та компенсації.

Найбільш яскравим, на сьогоднішній день, прикладом «фінансіалізації природи» є квоти на викиди вуглецю, що діють з моменту ухвалення Кіотського протоколу. Торгівля викидами в рамках Кіотського протоколу передбачає прямий продаж викидів від однієї країни до іншої, які при торгівлі через міжнародні кордони дозволяють продовжувати викиди парникових газів у промислових регіонах в обмін на пом'якшення клімату в інших місцях. [2]

Фінансіалізація викидів парникових газів на даний момент є найбільш активно застосовуваним механізмом регулювання викидів в рамках переходу країн до «зеленої економіки». Крім того, ряд добровільних ринків для фінансіалізованих екологічних продуктів та послуг виникли як результат різноманітних приватних торгових і сертифікаційних схем. Ці добровільні ринки не пов'язані з законами або міжнародними угодами, а є ринками, на яких уряди, компанії та приватні особи можуть придбати екологічні квоти та компенсації (mitigation products).[3]

У національному контексті фінансіалізація природних ресурсів вимагає співпраці між донорами, міжнародними банківськими та фінансовими установами, екологічними організаціями, офіційними інститутами управління, національними урядами та громадянським суспільством.

Встановлення зав'язків між цими організаціями є надзвичайно привабливим для урядів багатьох країн з нижчим і середнім рівнем доходу. Це пояснюється тим, що програми фінансіалізації природних ресурсів є високоефективними для залучення зовнішніх інвестицій у розвиток зеленої інфраструктури міст та створюють механізми платежів за екосистемні послуги та продукти до бюджетів місцевих громад з метою компенсації місцевих витрат на збереження довкілля, тим самим сприяючи зменшенню бідності в відповідних регіонах.

Список використаних джерел:

1. Green Economy (2019). UN Environment // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.unenvironment.org/explore-topics/green-economy>
2. Кіотський протокол до Рамкової конвенції Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату (від 17.11.2006). Верховна Рада України // [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_801
3. Environmental Markets (2019). Bluesource // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.bluesource.com/market-makers/environmental-markets/>

НОВІ ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ⁵

доцент, **Захаркіна Л.С.**
аспірантка гр. PhD-74 **Рудь М.П.**
Сумський державний університет

Фінансові інновації являють собою нові фінансові продукти, технології та інститути. В останні роки вони роблять все більший вплив на економічну діяльність у всьому світі. Зростає посилення уваги до всього, що пов'язано з фінансами: фінансова діяльність підприємств і акціонерних товариств, цінні папери, функціонування банків, бірж, страхових компаній, пенсійних фондів і т.д. Роль інновацій в економічному розвитку є безперечною. Відмова від готівки, платежі за допомогою селфі, цифрові гаманці і розумний місто – такі основні нововведення, які несуть світові фінансові технології.

Розглянемо більш детально нові фінансові інновації у світі .

На сьогодні відмова від паперових грошей все більше поширюється світом. Причинами такого швидкого поширення є [1]:

- Зручність оплати рахунків картою. Набагато простіше розплатитися картою, ніж перераховувати готівку. Розповсюдження цієї технології витіснить готівку з такої що існує.
- Безпечність безготівкових розрахунків. На відміну від паперових грошей, картка захищена ПІН-кодом, і навіть маючи фізичний доступ до неї зловмисник не зможе її використовувати.

1. Безконтактна оплата. На сьогодні є одним з головних трендів фінансових інновацій. Причиною виникнення цієї інновації було прагнення обмеження контактів сторонніх осіб з картою користувача і тим самим зменшити можливість шахрайства. Кожна безконтактна транзакція захищена унікальною криптограмою або динамічним кодом, який повинен бути перевірений і підтверджений в режимі реального часу для здійснення транзакції. Інновацією вважається оплата мобільним телефоном за допомогою спеціальної програми. Зазвичай підтвердження відбувається за допомогою смс, телефонного дзвінка, введення коду, а в сучасних моделях смартфонів з функцією Face ID підтвердження відбувається шляхом сканування обличчя. А також Touch ID за допомогою сканування відбитка пальця.

Понад 5 млн торгових компаній в 77 країнах світу вже підтримують цю фінансову інновацію. В Україні безконтактна система працює вже 5 років. З моменту запуску технології було випущено майже 2 млн безконтактних карт, а 50% терміналів в торгових точках приймають безконтактні розрахунки [2].

⁵ Робота виконана за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідних тем: «Механізм управління формуванням стратегій випереджаючого інноваційного розвитку промислових підприємств» (№ ДР 0117U003928); «Розроблення механізму комерціалізації інноваційної продукції» (№ ДР 0118U003572)

2. Розумне місто. Для втілення цієї концепції необхідно одночасне впровадження ультрасучасних технологій. У тому числі і фінансових. Саме фінансові компанії першими впровадили в містах smart-нововведення – а саме в індустрії транспорту та комунікацій. Так наприклад в Україні частково запроваджується ця інновація, жителі міст мають можливість оплатити проїзд картою або смартфоном зі спеціально встановленим додатком прямо на турнікеті. Тільки з моменту запуску цієї послуги в Києві в метро мешканці та туристи з 36 країн розрахувалися безконтактно понад 7 млн раз і сумарно заощадили понад 120 тис. годин без необхідності стояти в чергах за жетонами.

3. Фінтех-стартапи. Являють собою креаторів які відкривають абсолютно нові ніші, змінюючи майбутнє платіжної індустрії, або створюють унікальні продукти в сфері традиційних фінансових сервісів. Найбільшого поширення серед фінансових інновацій нового зразка отримали різні інтернет-гаманці, шлюзи прийому онлайн-платежів і швидкі кредити. Також поступово стають популярними онлайн-системи по управлінню активами, наприклад, робо-едвайзінг – підбір інвестиційного портфеля за допомогою комп'ютерних алгоритмів [3].

Отже, як бачимо світ фінансових інновацій постійно розвивається, і з'являються нові технології та можливості. Однак, в Україні такі інновації застосовуються не в повній мірі, так наприклад фінансова інновація розумне місто застосовується частково у великих містах, з'явилися парковки для авто, послуги яких можна оплатити за допомогою безконтактної оплати. У деяких великих містах проводяться фестивалі без готівки, і в ході їх проведення відвідувачі можуть оплачувати послуги за допомогою банківських карток. Причини застосування не в повній мірі інновацій і не по всій Україні пов'язано на пряму з фінансуванням та інвестиціями, які нажаль не інвестуються в фінансові інновації.

Список використаних джерел:

1. Друкер П.Ф. Бізнес та інновації / П.Ф. Друкер; пер. з англ. – М.: Вільямс, 2007. – 432 с.
2. Вагізова В.І. Фінансові інновації у вітчизняній економіці // Креативна економіка, 2008, № 8 (20), С. 80-86. електронні ресурси
3. Journal of Financial Innovation. Available at: <http://revista.ibrif.org> (Accessed 5 March 2015).
4. Zadorozhnyi, Z.-M., & Yasyshena, V. (2019). Intangible Assets as an Accounting and Management Object. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 132-142. <http://doi.org/10.21272/mmi.2019.1-10>
5. Bakari, I. H., Idi, A., & Ibrahim, Y. (2018). Innovation Determinants of Financial Inclusion in Top Ten African Countries: a System GMM Approach. *Marketing and Management of Innovations*, 4, 98-106. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-09>

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

доцент, к.е.н. **Ілляшенко К.В.**
студентка групи Ф-61 **Соломко Ю.О.**
Сумський державний університет

На сучасному етапі розвитку економіки України роль аудиту поступово збільшується, адже аудиторська діяльність є головною частиною у контролі управлінського розвитку суб'єктів господарської діяльності та невід'ємним елементом удосконалення життєвих процесів підприємств з різними формами власності.

Особливості розвитку аудиту в Україні можна визначити обробивши наступні дані, які наведені в таблиці 1 «Аналіз аудиторської діяльності в Україні станом на 2014 - 2018 роки.

Таблиця 1. Аналіз аудиторської діяльності в Україні
2014-2018 роках [1]

Рік	Кількість суб'єктів аудиторської діяльності, включених до Реєстру аудиторських фірм та аудиторів	Кількість аудиторів з чинним сертифікатом у тому числі сертифікати аудитора банків	Обсяг наданих послуг суб'єктами аудиторської діяльності, тис. грн.	Середній дохід на одного суб'єкта аудиторської діяльності без ПДВ, тис. грн
2014	1488	2993	1 314 596,3	905,4
2015	1326	2787	1 291 811,8	1 015,6
2016	1107	2675	1 761 202,6	1 644,5
2017	1002	2646	1 973 102,3	1 969,2
2018	959	2653	2 209 002,1	2 204,3

Особливості проведення аудиту в Україні можна простежити проаналізувавши данні, які знаходяться в таблиці 1. Так, виходячи з показників в таблиці кількість суб'єктів аудиторської діяльності, включених до Реєстру аудиторських фірм та аудиторів з кожним роком має тенденцію до зменшення. За 2018 рік зменшилась на 43 од. в порівнянні з 2017 роком, так як і в 2016 році по всій Україні відбувається зменшення на 8,9 %. Максимальну кількість суб'єктів господарювання завершили свою діяльність у Донецькій на 43,9 % та в Луганській областях на 38,5 %.

В Україні за період 2014-2017 роки скоротилась кількість аудиторів, але вже у 2018 році ми можемо помітити тенденцію до зростання на 7 осіб. Це може свідчити про те що стан задачі екзаменів на отримання сертифікатів покращився.

Незважаючи на те, що кількість суб'єктів аудиторської діяльності стала меншою, обсяг наданих ними послуг починаючи з 2016 року збільшується. У

2018 році він зріс на 235 899,8 тис грн. у порівнянні з 2017 роком. Теж саме можемо сказати і про середній дохід на одного суб'єкта, який має стійку тенденцію до збільшення. За період 2014 – 2018 рік дохід виріс на 1 298,9 тис грн. і це гарна тенденція, як для аудиторських компаній так і для країни в цілому.

Більшість показників мають гарну тенденцію до покращення, але на жаль, в Україні в наш час здійснення аудиторської діяльності має ряд проблем:

- несприятливий стан національної економіки, що визнаний війною на Сході України
- недостатня довіра аудитору, який здійснює перевірку;
- кількість кваліфікованих аудиторських кадрів знаходиться на низькому рівні;
- дефіцит конкретного механізму, який встановлює ціну на аудиторські послуги;
- штрафи та покарання за неправильність звіту не застосовуються для аудитора;
- недоліки в теоретичних та методологічних матеріалах з аудиторського контролю.

Проаналізувавши основні проблеми розвитку аудиту в Україні, висунемо ряд рішень, зокрема:

- затвердити єдину ціну на послуги, що надає аудиторська компанія. Саме це допоможе звернути увагу на якісне надання послуг і тим самим збільшиться попит на цей вид послуг;
- застраховувати відповідальність аудиторських компаній за виконаний ними контроль
- встановлення єдиних правил і функцій для аудиторської діяльності в Україні. У них необхідно зазначити, що саме входить в сферу аудиторської діяльності, адже аудиторські фірми в Україні займаються поєднанням декількох видів діяльності

Дослідивши проблеми розвитку аудиторської діяльності можна сказати, що покращення аудиту в Україні це важкий процес до якого відноситься покращення економічного контролю всієї країни, збільшення кваліфікаційних вимог до людей, які проводять аудит, покращення нормативів та методів у здійсненні аудиторської діяльності.

Список використаних джерел:

1. Аудиторська палата України/ Електронний ресурс, веб-сайт <https://www.apu.com.ua/>

ФІНАНСОВИЙ РИНОК ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ПЕНСІЙНІ НАКОПИЧЕННЯ

Аспірант **Бойко О.І.**
Сумський державний університет

В останні десятиліття в зв'язку з демографічними змінами в багатьох країнах світу з одного боку та зі швидким поширенням інноваційних технологій з іншого боку, виникає необхідність до створення нових підходів на ринку праці. В більшості розвинених країн світу та країнах з перехідною економікою відбувається процес так званого старіння націй, що призводить до зменшення кількості громадян працездатного віку, які повинні забезпечувати все більшу кількість людей пенсійного віку. Ще одна проблема виникає в період глобальних економічних перетворень, яка призводить до зміни вектору з реального сектору економіки на фінансовий. Очевидно, що існує досить значний розрив між даними секторами і результатом перевищення фінансового сектору економіки над реальним стає зменшення кількості робочих місць та відповідно зниження доходів більшої кількості населення. Така ситуація є також наслідком впровадження інноваційних технологій, коли йде повне або часткове заміщення людської праці автоматизованою.[1] При цьому зайнятість населення також переходить на новий рівень. Люди працездатного віку шукають нові можливості та виводять на ринок нові конкурентоспроможні та економічно ефективні пропозиції, які в змозі знизити соціальну та економічну напругу. Це є поштовхом до створення особистих накопичень, які є запорукою власного добробуту. Фінансовий ринок при цьому є необхідним для формування і підтримки механізму залучення коштів від населення та елементом ефективного управління залученими коштами. В розрізі пенсійного забезпечення компанії зі страхування життя виступають дієвими інституційними інвесторами, які залучають кошти як від населення, так і від підприємств в вигляді страхових платежів. Ці кошти спочатку акумулюються на рахунках страхових компаній, потім інвестуються. [2] З точки зору інвестиційної привабливості можна вважати довгострокові накопичувальні програми, так як страховики можуть планувати розмір інвестицій заздалегідь, прогнозуючи надходження страхових платежів по даним довгостроковим програмам. Відповідно, така інвестиційна політика може бути запорукою якісного управління щодо оцінки ризиків та диверсифікованого розміщення капіталу. [2] Вкладники мають змогу забезпечити себе гідними накопиченнями, за допомогою капіталізації та саме довгострокової тривалості дії накопичувальних програм, тому що коливання доходності вирівнюються при більш тривалих договорах, що саме й приносить вищу інвестиційну доходність.

Страховання життя виступає важливою складовою для країн, де відбувається розвиток фінансових ринків та де є потреба значних капіталовкладень в розвиток інфраструктури. Така діяльність тісно пов'язана з реальним сектором економіки, що може стимулювати підприємницьку та комерційну діяльність, що в свою чергу дає змогу збільшувати кількість робочих місць.

На сьогоднішній день ми можемо спостерігати активний розвиток ринку страхування життя в порівнянні з попередніми роками. Зацікавленість громадян в самостійному вирішенні питання пенсійного та соціального захисту напряму залежить від їх платоспроможності, яка є результатом фінансової стабільності, і саме це є основою розвитку страхування. Але в порівнянні з економічно розвиненими країнами рівень страхової залученості в Україні знаходиться на досить низькому рівні. В даному контексті можемо говорити, що робота та ефективне функціонування компаній зі страхування життя залежить від економічного розвитку країни, від державного регулювання фінансових ринків, загальної обізнаності громадян в правильності використання та розподіленні власних коштів. [3] Основною умовою є також перехід на міжнародні стандарти роботи та контролю з боку державних органів. Одним із таких важелів є впровадження положень Solvency II, які встановлюють вимоги до власного капіталу страхових компаній, до систем контролю та до звітності.

Список використаних джерел:

1. Лютий О.І., Мороз П.А. Суперечності процесів фінансиалізації та їх вплив на економічне зростання в Україні. [Електронний ресурс]/О.І.Лютий, П.А.Мороз//Економіка України. – 2014. – Випуск 4. – Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=EkUk_2014_4_4
2. Залетов О. Державне регулювання інвестиційної діяльності страхових компаній в Україні. [Електронний ресурс]/Олександр Залетов//Вісник КНУім.Т.Шевенко. – 2016. – Випуск 3. - Режим доступу: http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2016/06/180_4_25-32
3. Галушак В.В. Страхування життя в Україні: переваги та недоліки його розвитку. [Електронний ресурс]/В.В.Галушак//Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2018. Випуск 29, ч.2. – Режим доступу: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_29/economic_29_2.pdf#page=87

ФІНАНСУВАННЯ ПРОЦЕСІВ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ В РІЗНИХ ТИПАХ РИНКОВИХ СТРУКТУР

Аспірантка, гр. PhD-74, **Дяченко А.В.**
К.е.н., доцент, **Захаркіна Л.С.**
Сумський державний університет

В умовах зростання уваги до процесів впливу економічної діяльності на навколишнє середовище зростає актуальність вибору джерел та механізмів фінансування процесів екологізації. Актуальність питання фінансування екологічних витрат підприємства зумовлена також необхідністю балансування між середньою ринковою ціною на продукції та послуги та витратами суб'єкта господарювання на їх виробництво.

Для різних типів ринкових структур можливості включення екологічних витрат у ціну також різні. На ринку досконалої конкуренції підвищення ціни компанією можливе лише у разі зростання середнього рівня витрат у галузі. Тобто у разі індивідуального підвищення витрат підприємства ціна не може бути підвищена, а отже екологічні витрати, як додаткові, не можуть бути перенесені на собівартість. Інакше – втрата частки ринку, нерентабельність виробничо-господарської діяльності (у зв'язку з реалізацією за цінами, що нижче собівартості). Створити ринкову нішу екологічних товарів, що відрізняються за ціною від аналогічних неекологічних товарів, на ринку досконалої конкуренції, досить важко, можна говорити про відсутність такої можливості, адже відсутність бар'єрів входу на ринок, велика кількість продавців, однаковий товар не дозволяють встановлювати ціни вище середньоринкової, а отже і включати у собівартість витрати, пов'язані з екологізацією.

У межах монопольної ринкової структури можливості підприємства у встановленні ціни і обсягу виробленої продукції формуються, виходячи з цілей та бажаної величини прибутку. Відповідно, включення величини екологічних витрат у собівартість можливе і розцінюється ринком як позитивне, тобто витрати, пов'язані з використанням екологічної сировини, встановленням очисного обладнання, перероблення відходів екстерналізуються, внутрішні витрати суб'єкта господарювання стають зовнішніми, компенсуються на ринку.

Наявність монопольної ренти надає можливості варіації у поведінці і виробничих процесах компанії у розрізі зростання витрат на встановлення очисних споруд, продукування екологічних інновацій, тобто саме монополісти та олігополісти з точки зору ефективності господарської діяльності можуть забезпечувати «екологічність» виробничих процесів.

Також у монополій та олігополій резерви фінансових ресурсів, що можуть бути використані на підвищення екологічної безпеки на виробництві,

екологізацію технологію, встановлення додаткових очисних споруд суттєвіші, ніж у суб'єктів господарювання, що функціонують на ринку досконалої та монополістичної конкуренції

Водночас відсутність конкуренції знижує мотивацію до екологізації виробничих процесів у монополістів та олігополістів. Тому монополістичне становище виступає засобом екстерналізації екологічних витрат підприємства, проте не забезпечує функціонування механізму екологізації виробничо-господарської діяльності суб'єкта господарювання.

В цілому підприємствами в різних типах ринкових структур для екологізації виробничих процесів можуть бути використані такі механізми та джерела: фінансування за рахунок власних коштів (амортизаційний фонд, фонд накопичення); кредитні ресурси; програми державно-приватного партнерства (місцевий бюджет); фінансування за рахунок державних програм; грантові кошти іноземних фондів.

Власні кошти є найдорожчим ресурсом для фінансування процесів екологізації, оскільки вартість даного капіталу найвища. Кредитні ресурси дозволяють оптимізувати витрати на екологізацію, проте потребують зваженого підходу у системі ризик-дохід. Програми державно-приватного партнерства передбачають часткове фінансування екологізації виробництва за рахунок власних коштів підприємства. Участь у таких проектах означає перекладання частини ризиків та фінансування витрат на державу, тобто дозволяє оптимізувати ризики та фінансові витрати в процесі прийняття рішень щодо екологізації діяльності підприємства.

Фінансування за рахунок державних програм здебільшого не потребує додаткових коштів підприємства. Проте участь у таких програмах потребує виконання певної низки нормативно-фінансових умов та наявності чітких критеріїв, показників результатів екологізації (досить часто їх результати екологізації важко виміряти відразу, вони можуть проявлятися через рік, п'ять років, або у віддаленій перспективі). Аналогічно для покриття екологічних витрат грантовими коштами суб'єкту господарювання потрібно провести значну роботу щодо підготовки пакету документів та обґрунтування запланованих витрат, прогнозування результатів використання грантових коштів, підтвердити розрахунками сталість запропонованого проекту після закінчення фінансування іноземним донором.

Отже, для підприємств з різних типів ринкових структур можливості фінансування процесів екологізації діяльності різні. Існують загальні механізми та джерела фінансування екологічних витрат. Проте у межах монополії підприємство має менше ринкових обмежень щодо фінансування екологічних витрат за рахунок власних коштів. Потенційно саме підприємства, що є монополістами, забезпечують впровадження нових технологій, що забезпечують екологізацію виробничих процесів.

КЛАСИФІКАЦІЯ ВІДПРАЦЬОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ЖИВЛЕННЯ ЯК ОДНА З УМОВ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ПОВОДЖЕННЯ З ЕЛЕКТРОННИМИ ВІДХОДАМИ

Аспірант **Шуптар-Поривасва Н.Й.**
Одеський державний екологічний університет

Проблема електронних відходів, зокрема, відпрацьованих джерел живлення (ВДЖ), набуває в Україні катастрофічних масштабів. За оцінками фахівців, сьогодні 99% всіх батарейок в країні (близько 160 млн. штук на рік) безконтрольно потрапляє в навколишнє природне середовище.

Недосконалість нормативно-правової бази, що регулює поводження з цією категорією електронних відходів, значною мірою, є причиною збільшення обсягів накопичення побутових гальванічних елементів й, відповідно, погіршення стану довкілля. З огляду на це, важливим кроком щодо удосконалення регуляторних засад поводження з ВДЖ стає розробка їх класифікації, що є метою даного дослідження.

При розгляді українського законодавства в сфері поводження з відходами спостерігається ряд колізій, які є перепорою на шляху розбудови вітчизняної системи управління електронними відходами й, безумовно, найнебезпечнішою їх складовою – ВДЖ.

Основним законом, що має регулювати питання поводження з автономними джерелами живлення, є Закон України «Про хімічні джерела струму»[1], згідно якого обов'язковій утилізації підлягають тільки «відпрацьовані небезпечні хімічні джерела струму ємністю 7 А/год та більше». В базовому Законі України «Про відходи» взагалі відсутні будь-які посилання, що стосуються правових засад поводження з ВДЖ. Таким чином, питання збирання та переробки відпрацьованих батарейок в нашій країні залишаються законодавчо неврегульованими.

В той же час, вже понад чверть сторіччя правовий статус змінних ВДЖ визначається європейським законодавством. Так, чинною на сьогодні є Директива 2013/56/EU[2], яка регулює процеси зберігання та утилізації використаних батарейок і акумуляторів, а Директива 2012/19/EU про відходи електричного та електронного обладнання[3] встановлює загальну диференціацію відходів електричного та електронного обладнання, а також відносить незамінювані батарейки та акумулятори до їх складу.

У відповідності з Угодою про асоціацію з Європейським Союзом Україна взяла на себе зобов'язання щодо впровадження роздільного збору відходів, у тому числі, й ВДЖ. Проте відсутність єдиного підходу до класифікації таких відходів, значною мірою, ускладнює формування стандартів поводження з цією категорією небезпечних відходів.

Незважаючи на те, що батарейки та акумулятори є компліментарними

товарами для низки електричних приладів домашнього та професійного призначення, без яких неможливим стає функціонування таких пристроїв, ВДЖ доцільно розглядати як самостійний вид електронних відходів, розподіл яких може здійснюватися по групах за сукупністю пріоритетних ознак, а саме:

- за призначенням (портативні, автомобільні, промислові);
- за складом активних компонентів (сольові, літєві, срібні, ртутні та лужні хімічні джерела струму);
- за рівнем впливу на навколишнє середовище (батареї, що містять токсичні метали);
- за типом хімічної реакції, яка обумовлює генерацію струму (первинні – гальванічні елементи, вторинні – елементи, які можна заряджати – акумулятори);
- за наявністю цінних компонентів (срібні батареї та всі інші);
- за формою та розміром (циліндричні, призматичні і дискові батареї).

В основу запропонованої класифікації ВДЖ покладена класифікація існуючих на даний час автономних джерел струму. Проте з виходом на ринок інноваційних пристроїв, в майбутньому безумовно з'явиться необхідність у виділенні нових класифікаційних ознак та удосконаленні наведеної класифікації.

Класифікація ВДЖ сприятиме отриманню даних, необхідних для розробки організаційно-технічних заходів щодо зменшення кількості відходів та їх утилізації, а також здійсненню сталого управління автономними джерелами живлення після закінчення строку їх споживання. Крім того, з метою використання ВДЖ в якості вторинної сировини на основі розробленої класифікації може бути створена генеральна схема їх централізованого збору, вивезення та переробки на територіях міських агломерацій.

Наприкінці слід значити, що розробка класифікації відходів автономних джерел живлення дозволить ще на крок наблизитися до створення національної системи поводження з ВДЖ і вирішенню проблеми електронних відходів на засадах сталому розвитку.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про хімічні джерела струму» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3503-15>
2. Directive 2013/56/EU on batteries and accumulators and waste batteries and accumulators [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:329:0005:0009:EN:PDF>
3. Directive 2012/19/EU on waste electrical and electronic equipment (WEEE) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32012L0019>

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

студентка групи Ф-62, **Богомаз Д.В.**
Сумський державний університет

В будь-якій країні система, пов'язана з регулюванням національної економіки, має свою національну відмінність. Тому визначення понять «державного регулювання» і «господарської системи» — це достатньо абстрактні судження. Набуття сенсу відбувається при наявності конкретного набору економічних умов, водночас, з іншого боку, впливають національні традиції, культура, релігія. Найбільшу низку національних відмінностей мають країни, котрі в минулому мали командно-адміністративну систему та зараз знаходяться на стадії завершення переходу до ринкової економіки, до їх числа прийнято відносити і Україну. Для таких країн потрібен обґрунтований розподіл функцій щодо сфер централізованого державного та ринкового регулювання, визначення пріоритетів та меж кожного, створення певних економічних умов, результатом чого стане їхня сприятлива дія та взаємодія.

Поняття централізованого економічного регулювання можна розділити на коротко- та довгострокову державну економічну політику.

Під короткостроковим, або емпіричним, державним регулюванням прийнято розуміти набір заходів, котрі прийнято застосовувати при одночасному нагромадженні будь-якого кризового явища. Можливо застосовувати прямі або опосередковані заходи, застосовуючи наступні інструменти: прискорена амортизація, субсидія, державна допомога у відношенні окремих фірм або галузей, дисконтна політика (підвищуються чи знижуються облікові ставки під час вексельної купівлі). Головні опосередковані інструменти пов'язані з регулюванням відсоткових норм, націоналізація будь-якого банку, державні закупівлі. В якості об'єктів у поточному емпіричному регулюванні виступають рівні попиту та пропозиції.

Під довгостроковим державним регулюванням відносно ринкової економіки розуміють процес, пов'язаний з економічним програмуванням. Відмінність від емпіричного принципу полягає у тому, що мається більша узгодженість у часткових планах, котрі властиві у відношенні окремих господарських одиниць, також скорочена стихійна сфера зростаюча частина свідомих, цілеспрямованих впливів стосовно економічних процесів. Особливу увагу загострюють на виявленні проблем і труднощів, водночас необхідна своєчасна корекція будь-якого рішення, прийнятого раніше. Довгострокові заходи мають підтримку з боку інформаційно-аналітичної бази, всебічного аналізу кожного можливого наслідку при втіленні прийнятої програми. В результаті програмування більш гнучке та маневрове.

Під структурним програмуванням розуміють вищу форму, пов'язану з економічним регулюванням. Основа полягає у кон'юнктурному програмуванні, доповнена набором науково обґрунтованих планів, пов'язаних з економічним та соціальним розвитком. Поняття структурного програмування прийнято поділяти поняття частково структурного та власне структурного програмування.

У частково структурному програмуванні наявна структурна перебудова у національному господарстві. Головне спрямування покликане врегулювати баланс стосовно попиту та пропозиції щодо будь-якої економічної сфери та галузі. Конкретна реалізація втілюється у галузевих і регіональних програмах, пов'язаних з економічним та соціальним розвитком. Окремі програми спрямовані на аграрний, енергетичний, інфраструктурний розвиток, науково-технічний розвиток та ін.

Таким чином з боку системи, пов'язаної з державним плануванням та управлінням, не повинно мати місце встановлення розмірів вироблення окремого виду продукції та її розподілення, потрібне визначення загальних господарських правил, нормативних меж та умов підприємницької діяльності.

Поняття антиінфляційної політики є важливим компонентом у комплексі заходів у економічному державному регулюванні. Важливі ролі віддані регулюванню державних витрат і надходжень до державного бюджету. Наприклад, у випадку високого темпу розвитку інфляції або значному інфляційному розриві з боку держави впроваджуються заходи, покликані знизити розмір реального доходу, тим самим обмеживши споживчий рівень одночасно з попитом. Зниження рівня доходу можливо здійснити, застосувавши додаткове оподаткування.

В результаті антиінфляційних заходів, пов'язаних з бюджетними надходженнями, акумулюються додаткові фінансові ресурси державної скарбниці, проте водночас погіршується господарська кон'юнктура і зростає безробіття. Рівень інфляції є тією ціною, котру сплачують ті, хто займається продажем своєї робочої сили.

Головні інструментальні об'єкти у державному регулюванні пов'язані з державним бюджетом, державною банківською системою та державним економічним сектором. При володінні цими об'єктами держава в змозі виконати економічні функції, пов'язані з централізованим управлінням. Конкретні методи полягають у податково-бюджетній і кредитно-грошовій політиці, котрі можна здійснювати, підключивши фінансово-кредитний механізм.

Науковий керівник – **Зайцев О.В.**,
к.е.н., доцент кафедри фінансів і підприємництва,
Сумський державний університет

ВПЛИВ ФІНАНСІАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ НА ФІНАНСОВУ БЕЗПЕКУ ДЕРЖАВИ⁶

доцент, **Люльов О.В.**
аспірантка 2 курсу, **Миронова А.М.**
Сумський державний університет

На етапі глобалізації фінансових ринків та зростання рівнів фінансіалізації й цифровізації проблемі розвитку неконтрольованого росту фінансового капіталу, як фактора впливу на фінансову безпеку країни, приділяється багато уваги. Прискорення темпів розвитку ринку цінних паперів має як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, це високо технологічне інформаційне середовище, яке розширює коло джерел інвестування суб'єктів господарювання, створює можливості для хеджування ризиків реального сектору економіки, допомагає перетворювати заощадження на інвестиції та зменшує залежність від послуг банківського сектору, а з іншого – знижує можливості для розвитку сектора реальної економіки, прискорює розвиток спекулятивного фінансового ринку та може стати причиною різкого виникнення фінансових бульбашок і кризових явищ через волатильність фінансових активів, що породжують нестабільність на світовому фінансовому ринку. Незважаючи на те, що фінансіалізація підвищує конкурентоспроможність фінансового ринку, її надмірний вплив призводить до десоверенізації менш розвинутих держав і втрати їх фінансової самостійності, несподіваних фінансових криз та перетворення реального сектору економіки на підсобного робітника [2].

В умовах посилення процесів глобалізації та фінансіалізації стан фінансової безпеки держави стає залежним від рівня розвитку фондового ринку фінансових гегемонів. Фінансіалізація проявляється більшою мірою саме через високий розвиток ринку деривативів. В Україні він зовсім слабкий: частка обсягу торгів деривативами (на біржовому та позабіржовому ринках разом) у загальному обсязі торгів на фондовому ринку досягає свого найбільшого значення у 2017 році і становить 1,2%, що еквівалентно 5,62 млрд. грн. Щодо кількості, то зареєстровано 2 випуски опціонних сертифікатів на загальну суму 32,5 млн. грн. та 249 шт. випусків деривативів, у той час як за фінансовими гегемонами, наприклад, за Північною Америкою зареєстровано близько 9 млрд. контрактів у 2017 році, а за Європою – близько 6 млрд. [4, 5]. Ринок деривативів впродовж останніх трьох років скорочується. Ці показники свідчать про те, що на сучасному етапі український фондовий ринок у порівнянні з глобальним є досить молодим сегментом фінансового ринку та не стимулює розвиток економіки в цілому та фінансової системи зокрема.

⁶ Виконано в рамках науково-дослідної теми № 0117U003922 «Інноваційні драйвери національної економічної безпеки: структурне моделювання та прогнозування»

Однак це не говорить про те, що Україна не чутлива до змін ринку глобального фінансового капіталу. Зміни американських фондових індексів одразу відображаються на фінансовому ринку України. Незначне падіння індексу Доу-Джонса \approx на 7 % у лютому 2018 року вдарило по всьому світу. У цілому у 2018 році за Індексом Доу-Джонса спостерігаються 2 різкі стрибки показника донизу: це лютий та грудень. Відповідну тенденцію демонструє і динаміка Індексу ПФТС та Індексу Української біржі, які є основними показниками стану фінансового ринку в Україні [1, 3]. З 2015 до початку 2018 рр. індекс ПФТС постійно зростав і у 2018 році становив приблизно 470 п. У липні відбулось перше різке падіння до 440 п. – потім знову нормалізація до рівня 610 п. і через декілька місяців друге падіння до 550 п. Тобто відбулось ті ж самі 2 стрибки, які точно за періодами відображають реакцію на стрибки Індексу Доу-Джонса. Якщо аналізувати Індекс Української біржі, то в його динаміці прослідковуються такі ж тенденції.

Таким чином, зміни показників глобального фондового ринку відображаються і на Україні. Однак так як дана галузь у нашій державі не досить розвинута, то значного впливу на погіршення фінансової стабільності держави, у порівнянні з іншими факторами, вона не несе. Це дає підстави стверджувати, що на сьогоднішній день фінансіалізація не є суттєвою загрозою фінансової безпеки України, але є одним із факторів впливу на неї. Ми не є чутливими до волатильності глобального фінансового капіталу і є захищеними від його неконтрольованого росту, що дає привід на сьогодні позиціонувати недорозвиненість фондового ринку України як особливість фінансової безпеки держави, а не як недолік чи потенційну загрозу. З іншого боку, ми втрачаємо перспективи від фінансових інвестицій та виключаємо можливість хеджування ризиків, які виникають у реальному секторі економіки, але стрімкий розвиток фінансового сектору може призвести до ще більшого погіршення фінансової ситуації в країні, вразливості та повної залежності від глобалізації та світових гегемонів.

Список використаних джерел:

1. Значення індексу ПФТС (Україна) [Електронний ресурс] / МінФін. Офіційний сайт про фінанси в Україні. – Режим доступу : <https://index.minfin.com.ua/ua/markets/stock/pfts/>. – 01.04.2019.
2. Лук'янов В. С. Фінансіалізація як прояв глобалізаційних трансформацій / В. С. Лук'янов // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 4 (142). – С. 15–23.
3. Промышленный индекс Доу-Джонса [Електронний ресурс] / TradingView. – Режим доступу : <https://ru.tradingview.com/symbols/DJ-DJI/>. – 01.04.2019.
4. Річний звіт НКЦПФР за 2017 рік [Електронний ресурс] / Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку // Офіційний сайт. – Режим доступу : <https://www.nssmc.gov.ua/documents/rchniy-zvt-nktsprf-za-2017-rk/>. – 01.04.2019.
5. 2017 Annual Volume Survey [Електронний ресурс] / Market Voice // FIA's Magazine of the Global Futures, Options and Cleared Swaps Markets. – Режим доступу : <https://marketvoice.fia.org/issues/2018-03/2017-annual-volume-survey>. – 03.04.2019.

ФІНАНСІАЛІЗАЦІЯ ТИМЧАСОВО ВІЛЬНИХ КОШТІВ ЯК ЗАПОРУКА СПРОМОЖНОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

д.е.н., професор **Петрушенко Ю.М.**
аспірант **Пономаренко О.С.**
Сумський державний університет, м. Суми

Фінансіалізація сприяє оптимізації застосування фінансових інструментів суб'єктами господарювання та зумовлює зростання інституціалізації фінансової влади у суспільстві. Урядом України було ухвалено рішення про призупинення розміщення місцевими радами тимчасово вільних коштів з бюджету загального фонду на депозитних рахунках у банках строком до кінця 2019 року. Оскільки місцеві бюджети отримували додаткові надходження у вигляді банківського відсотку, зазначені зміни у законодавстві зумовили необхідність пошуку альтернативних фінансових інструментів використання тимчасово вільних коштів та покращення рівня спроможності територіальних громад [1].

Хоча для органів місцевого самоврядування такий досвід є відносно новим, це спонукає до додаткового вивчення механізмів фінансіалізації. Адже досвід науковців розвинутих країн показав, що фінансіалізація стає основною формою накопичення капіталу та отримання прибутку, що приходить через фінансові канали, а не через виробництво та торгівлю. Вітчизняні науковці розуміють під фінансіалізацією регіону систему економічних відносин, націлених на секторальне виокремлення специфічної сфери послуг, з пріоритетною спрямованістю та ефективним використанням фінансового потенціалу територіальних формувань в інтересах їх розвитку на засадах сталості [2].

Альтернативним механізмом використання коштів загального фонду, з метою збільшення доходу місцевих бюджетів, може стати розміщення тимчасово вільних ресурсів через придбання державних цінних паперів. Це дасть змогу покращити ефективність використання тимчасово вільних коштів, забезпечить надійність вкладення у фінансові інструменти, гарантовані державою, та виплату процентного доходу. Облігації внутрішніх державних позик України (ОВДП) розміщуються тільки на внутрішньому фондовому ринку держави та підтверджують зобов'язання уряду щодо здійснення виплати їх пред'явникам відповідно до умов розміщення. Розміщуються ОВДП міністерством фінансів через Національний банк та банки - первинні дилери.

Крім того дохідність за ОВДП є вищою за дохідність по банківським депозитам, динаміки відповідних змін наведена на рисунку 1. Додатковою перевагою ОВДП є те, що коли ставки зростають, при погашенні облігацій

кошти можна знову вкласти з вищою дохідністю, в той час коли ставка за депозитом залишається фіксованою протягом дії договору.

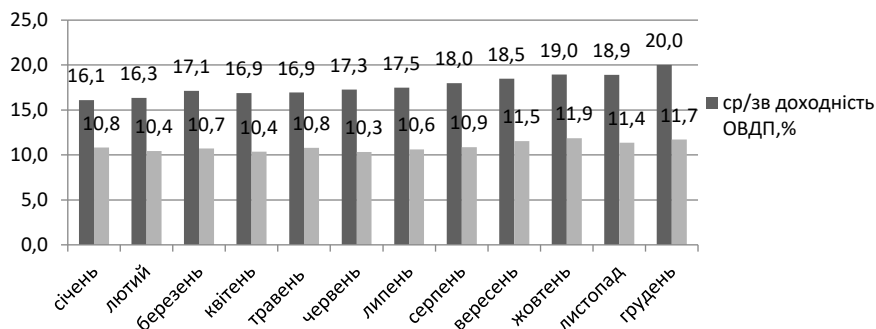


Рис.1 Порівняння відсоткових ставок за депозитами сектора загального державного управління та середньою дохідністю ОВДП за 2018 рік. Складено автором за даними [3].

За 2018 рік дохідність ОВДП зросла з 16,1% до 20%, в той час, як середньозважений процент за депозитами сектора державного управління — з 10,8% до 11,7%.

Слід також зазначити, що завдяки придбанню ОВДП, органи місцевого самоврядування задіяні в процесі управління державною борговою політикою. В сучасному світі фінансіалізація є невід’ємною складовою діяльності економічних систем на всіх рівнях. Оскільки ключовою реформою уряду України наразі є реформа децентралізації, вважаємо, що особливої актуальності набувають дослідження процесів фінансіалізації саме рівні регіонів та територіальних громад.

Список використаних джерел:

1. Альтернатива депозитам: як громадам ефективно використати тимчасово вільні кошти місцевих бюджетів.
URL:<https://decentralization.gov.ua/news/10751>.

2. Трейтяк О.В. Вплив фінансіалізації на розвиток регіональних господарських систем в умовах посилення євроінтеграції: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. Запоріжжя, 2016.255с.

3. Національний банк України статистика
URL:<https://bank.gov.ua/control/uk/allinfo>.

ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ І РОЗВИТКУ ПОДАТКІВ

Студентка групи Ф-62 **Броннікова Л.О.**
Сумський державний університет

Перш за все, хочу почати з того, що більшість сучасних суспільств застосовують оподаткування. Історія формування податкової системи перетинається з історією формування культури. Якщо ви вважаєте, що податки завжди платилися грошима, то це дуже помилково. І тут постає питання чим же вони платилися, як не грошима?

Візьмемо Стародавні часи. Китайці, наприклад, сплачували їх спресованим чаєм, а живароанські племена в Бразилії — засушеними людськими головами. З часами торгівля стала звичайним джерелом податкових надходжень, за рахунок митних зборів і податків, які стягували з подорожніх торговців.

Ключові складові механізму оподаткування зародилися в далекій давнині. Прикладом цього є те що, стародавні держави жили за рахунок війн. Запитаєте мене до чого тут податки? Переможені у війні зобов'язані були сплатити так звану «контрибуцію», які пізніше замінюються на сплату податків. Розуміючи неефективність переможеної армії, правителі приймають рішення зміцнити державу, завдяки професійним загонам, але все це потребує що? Звісно, додаткових коштів із скарбниці. Отже, можна сказати, що однією із складових виникнення податків стали військові витрати.

Найбільш популярними податками в Стародавньому Римі були земельний та подушний, оподатковувався товарний оборот та спадщина [1, с. 5]. Існували ще дивніші податки, такі як: податок на неодружених чоловіків, податок на бороду, вікна, двері [2, с. 11]. І це не безглуздя. Податок на вікна регламентував розташування будинків та їх розмір у місті. За «податковими» вимогами формувалася забудова центру міст у Ризі, Кракові, Варшаві, тощо. Існував податок навіть на життя, який впровадили в Англії в XIV ст. Саме із-за цього податку почалося повстання — Peasants' Revolt. Також був податок на свободу, який був застосований у Стародавньому Римі і сплачувався він при звільненні невольника.

Отже, для того щоб позбутися рабства, людина виплачувала потрібну суму не тільки своєму господарю, але насамперед Риму. Також у цій країні був податок на туалет, бо ці туалети використовувались не тільки за прямим призначення, а й ще для зустрічей, тому жителі не хотіли від них відмовлятися. З-поміж всіх цих податків був податок на саме драгоцінне у нашому житті - податок на повітря. Такий податок платили у Візантії ті люди, які мали високі споруди, адже вважали, що повітря для всіх, але великі споруди віднімають значну частину.

До половини XVII ст. податки вважали злом, до якого доводилося звертатися при спеціальних обставин, коли країна знаходилася у тяжкому стані [1, с. 6]. До того ж в XVIII окремі британські економісти-теоретики до важливих прибутків країни зараховували не самі податки, а прибутки з доменів і лісів, конфіскація власності, права на деякі предмети, наприклад втрачених тварин, а тож на власність, яка залишилася після полеглих кораблів. До другої ланки відносилися незвичайні доходи — різноманітні податки та мита.

У слов'ян початковим пунктом в оподаткуванні була невимушена підтримка і дань. Жителі дарували князю всілякі дари і поклони [1, с. 112].

Завершальним етапом моєї теми стає рідна Україна, а точніше Запорозьке військо. Воно також мало особисту концепцію оподаткування. Це було вже знайоме нам мито, яке навалювалося на шинки та на продавців. Запитаєте чому на продавців? Для того щоб провезти свій товар. Існував податок на утримання церкви і духовенства, його ще називали «руга» [3, с. 5]. Значну частину прибутку Запорозької Січі становив так званий димовий збір — це збір з козаків, які знаходяться в законному шлюбі, котрі проживали в селах і були підлеглими Січі [1, с. 8].

Отже, дивлячись на захоплюючу історію становлення та розвитку податків можна сказати, що вони були дуже різноманітними. Але, виходячи з історії аж до XXI ст., податки не користувалися популярністю, а визнавалися як суспільна необхідність. Зараз широко використовують непрямі податки на споживання. Рівень оподаткування не всюди однаковий: у Сполучених Штатах податки становлять близького третини ВВП, а тимчасово у Швеції — це близько половини ВВП. Всі люди вважають, що податки це так зване ЗЛО. З однієї сторони це можливо і так, бо податки забирають значну частину нашої заробітної плати, але уряд повинен за рахунок чогось розвивати країну, адже суспільний розвиток та соціальні блага самі собою не фінансуються.

Список використаних джерел:

1. Податкова система: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Лютий І.О., Демиденко Л.М., Романюк М.В. та ін.; За ред. І.О. Лютого. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 456 с.

2. Сідельникова Л.П. Податкова система навч. посіб. / Л.П. Сідельникова, Н.М. Костіна. — К.: Видавництво ЛІРА-К, 2012 — 576 с.

3. Цимбал Т. Еволюція поняття «податок». Науковий вісник Національної академії ДПС України, 2(24) 2004, с.211.

Науковий керівник – **Зайцев О.В.**,
к.е.н., доцент кафедри фінансів і підприємництва,
Сумський державний університет

ОЦІНКА ДОСТАТНОСТІ КАПІТАЛУ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

доцент **Журавка О.С.**
студент гр. ФБС.м-71а, **Литюга І.О.**
Сумський державний університет

Дискусійні питання стосовно якості та достатності капіталу на страховому ринку України виникають повсякчас. Причиною цього є важливість страхового ринку, як складової фінансової системи України, оскільки за рівнем капіталізації цей сектор займає другу позицію після банківського. Не дивлячись на постійний контроль у сфері страхового ринку з боку державних регуляторів, на ринку з періодичною регулярністю виникають негативні процеси, що призводять до кризових наслідків і постійного зменшення кількості страхових компаній на ринку. Зокрема, згідно звіту Нацкомфінпослуг, на кінець вересня 2018 року в Україні функціонувало 285 страхових компаній, в той же час, як на аналогічну дату 2017 року – 296 компаній. Однією з причин зменшення кількості страховиків на ринку є саме недотримання умов достатності страхового капіталу.

Питаннями оцінки достатності капіталу на страховому ринку займалися наступні науковці: Бондарук В.С., Полчанов А.Ю., Гриценко К.Г., Опешко Н.С. На основі аналізу існуючих методик управління капіталом страховиків було сформовано перелік показників оцінки достатності капіталу на страховому ринку. В якості об'єкта дослідження було взято увесь страховий ринок України, оскільки в сукупності це надасть можливості уявити загальну ситуацію в галузі. В якості періоду дослідження було обрано період 2015-2018 років задля більшої порівнюваності. Результати розрахунків індикаторів достатності капіталу страхового ринку України відображено у таблиці 1.

Таблиця 1 – Оцінка достатності капіталу страхового ринку України за 2015-2018 роки, %

Показник	Період			
	2015	2016	2017	9 міс. 2018
Темп зміни капіталу страховиків	0,7	-22,8	1,6	9,3
Темп зміни суми чистих премій	20,2	18,4	7,7	22,1
Коефіцієнт автономії капіталу	57,3	52,6	47,6	46,3
Коефіцієнт покриття зобов'язань власними коштами	134,4	110,9	90,8	86,3
Співвідношення власного капіталу і страхових резервів	189,5	128,4	119,4	110,9

Проаналізовані коефіцієнти для багатьох досліджень є базовими з точки зору оцінювання достатності капіталу страховиків. Лише комплексний погляд

на отримані результати надає підстав робити загальний висновок про якість управління капіталом страховими компаніями України. Одним з базових індикаторів достатності капіталу страховиків є показник темпів зміни загального обсягу капіталу. Він демонструє відсоткову зміну розміру власного капіталу відносно попереднього базисного періоду. Отримані результати демонструють істотне зменшення розміру власного капіталу страховиків на вітчизняному ринку у 2016 році (падіння на 22,8%), а це свідчить про зменшення потенційної можливості страхового ринку реагувати на кризові ситуації, ризики підприємницької діяльності.

Динаміка показника зміни суми чистих премій на страховому ринку України вказує на відносно стабільні темпи зростання у 2015, 2016 році, проте 2017 рік відзначився значно меншим приростом суми чистих страхових премій. Фактично страхові премії це базове джерело формування доходної бази страховиків, але 2017 рік виявився періодом нестабільності і зменшення динамічно зростаючого страхового сектору, проте показники 9 місяців 2018 року продемонстрували тенденцію до відновлення попередніх темпів росту.

Показник автономії капіталу вказує на частку власного капіталу в загальному розмірі активів. А оскільки власний капітал – це фактично гарантійний фонд страхової компанії, що формується з додаткового капіталу, резервного капіталу, нерозподіленого прибутку, то переоцінити його важливість важко. Рекомендоване значення більшістю науковців визначається на рівні не меншому, ніж 50%. В нашому випадку значення 2015 та 2016 років перевищували нормативне значення, а показники 2017 та 2018 років вже знаходяться нижче зазначеного рекомендованого значення.

Коефіцієнт покриття зобов'язань власними коштами демонструє тенденції аналогічні до раніше аналізованих показників достатності капіталу страхового ринку. Зокрема, з 2015 до 2018 року аналізований коефіцієнт зменшився з 134,4% до 86,3%, що однозначно є ризиковим фактором для ринку. Показник співвідношення власного капіталу і страхових резервів згідно з рекомендованими значеннями має бути не менше 30%. В нашому випадку отримані значення значно перевищують рекомендовані, що є позитивним фактором, але динаміка свідчить про погіршення ситуації.

Аналіз загальних тенденцій достатності капіталу страхового ринку України свідчить про відносно зниження темпів приросту ключових індикаторів. Отримані результати аналізу можуть стати основою для припущення, що у випадку продовження низхідної тенденції за аналізованими показниками, можлива деяка кризова ситуація на ринку з поступовим еволюційним виходом з ринку нежиттєздатних страхових компаній за прикладом вітчизняної банківської кризи 2014-2016 років.

ЗАХИСТ ВНЕСКІВ НАКОПИЧУВАЛЬНОЇ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ

професор **Гриценко Л.Л.**
студентка гр. **ФБСм-71а, Гавриленко В.О.**
Сумський державний університет

Впровадження накопичувальної пенсійної системи є одним з основних завдань та важливих кроків реформування пенсійного забезпечення України. Реформа пенсійної системи передбачає три рівні пенсійного забезпечення: класична солідарна система (перший рівень), загальнообов'язкова накопичувальна система, тобто залучення до фінансування майбутньої власної старості всіх громадян України (другий рівень) і добровільна недержавна система пенсійних заощаджень.

Метою реформування вітчизняної пенсійної системи є впровадження накопичувальної системи та створення усіх належних передумов щодо захисту внесків усіх її учасників. Для досягнення найбільшої ефективності захисту внесків громадян накопичення вкладатимуться в фінансові інструменти, що дозволять отримати дохідність, на яку не вплине інфляція.

Відповідно до сценарію запровадження другого пенсійного рівня законопроекту № 6677 накопичені внески інвестують у різні фінансові інструменти, учасник отримує накопичену суму внесків та інвестиційний дохід.

Головним органом, відповідальним за впровадження другого рівня пенсійної системи, є Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку, яка розробила модель, що всі кошти будуть знаходитись у розпорядженні держави в особі єдиного Накопичувального фонду. Проте уряд наголошує на участі держави в управлінні пенсійними активами на конкурсних засадах. Запропонована комісією модель – централізована і передбачає наявність одного адміністратора пенсійних активів, що є головною її відмінністю від моделі, описаної у законопроекті № 6677.

Таким чином, існують два різні підходи до формування моделі накопичувальної пенсійної системи, але проаналізувавши їх, можна зробити висновок, що для створення належних умов захисту внесків усіх її учасників необхідно дослідити досвід країн світу, які вже усвідомили недієздатність децентралізованої моделі. Також важливо зазначити, що недостатність розробки саме законодавчих аспектів впливає на можливість захисту та ефективного управління внесками накопичувальної пенсійної системи.

Отже, одним із першочергових етапів на шляху соціально-економічних перетворень в Україні виступає зміцнення та удосконалення апарату пенсійного страхування, що має важливе значення для забезпечення сталого розвитку України, подолання наслідків фінансової-економічної й політичної кризи, підвищення рівня соціального забезпечення пенсіонерів.

РОЗВИТОК ТЕОРІЙ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ

студентка групи Ф-61 **Томіна В.І.**
Сумський державний університет

Багато науковців вважають, що перші відносини економіки та держави склалися в Європі у XV ст. З того часу багато хто замислювався над питанням про співвідношення держави та економіки. І виходячи із цього виникають перші школи економічної науки головним питанням яких було — «За допомогою чого збагачується держава?»

У процесі економічного регулювання фахівці виділяють декілька етапів, які в цілому характеризують певний період управління, що відрізняються між собою необхідністю вмішуватись державі в економіку.

Перший етап має назву — епоха доринкової економіки. Меркантилізм — перша школа політичної економії, яка виникла в XVI-XVII ст. Основним завданням цієї школи було вчення про поповнення грошей. Ця політика була заснована тільки на збагаченні державної скарбниці, накопичення золота. Вони цього досягали за рахунок введення високих податків, пограбування колоній, митних зборів. Адже, чим було більше грошей в скарбниці тим країна процвітала та була багатшою. В основному справи в державі були направлені на те, щоб більше продавалось своїх товарів та менше купувалось інших. Отже, політика цієї школи була за проведення безпосереднього втручання держави. Основні представники цієї школи були : А. Монкретьєн, У. Стаффорд, А. Серра, Томас Мен [1, с. 112].

Другий етап отримав назву — епоха нерегульованої ринкової економіки. Фізіократи – друга школа політичної економії, яка виникла у Франції в XVIII ст. Засновником школи був Ф. Кене. Представники цієї школи вважали, що поповнення скарбниці відбувається у виробництві за допомогою праці, а не за допомогою торгівлі. Також в основному збільшення їхнього багатства відбувалося тільки в виробництві, а точніше у сільському господарстві, тому що там забезпечується надлишок створеної продукції над витратами на їх виробництво. Отже, один з головних принципів фізіократів полягає в тому, що селяни які займаються фермерством (вони створюють основну частину багатства для держави) не залежать від політики держави, вони керуються тільки природою. Представниками цієї школи були А. Р. Тюрго, В. Мірабо [2].

Подальший розвиток політичної економії — класична політична економіка, яка відштовхувалась від принципу фізіократів. В її основу положено праці А. Сміта та Д. Рікардо. В книзі «Дослідження про природу та причини багатства народів» Адама Сміта обґрунтовуються принципи, що праця являється головним чинником збагачення державної скарбниці. Також він розповів про ринковий механізм як механізм народної координації. На

думку представників цієї школи основним чинником збільшення багатства є поділ праці, який надалі підвищує її продуктивність та збагачує ресурси країни. Також на основі класичної економії, започаткувалися дві течії економічної теорії, які мали назви: марксистська та неокласична. Неокласична течія виникла в ХІХ ст. представниками були з австрійської школи: Карлом Менгером та Ойгеном Бем-Баверком. В основу їхньої течії найбільше приділялось уваги суб`єктивному факторові в економіці. Вагомий внесок вніс Альфред Маршал.

Третій етап отримав назву — епоха регульованої ринкової економіки. Джон Кейнс заснував економічну теорію, яку стали називати кейнсіанством. Програма керування ринковою економікою була покладена в основу його праці «Загальна теорія зайнятості, проценту та грошей». Її виникнення зумовила економічна криза, під час якої країна не здатна забезпечити робочі місця громадянам, усунути кризове становище, що призводить до погіршення функціонування економіки. Тоді держава має вносити певні дії, для запобігання економічної кризи, забезпечувати певні умови для зростання економіки та зайнятості населення. Інша теорія економічної економії отримала назву інституціоналізм, засновником якої був Т. Веблен, представниками У. Мітчелл, Д. Гелбрейт. Ця теорія широко використовується в сучасній економіці. Її задача полягає в взаємодії усіх економічних та соціальних інститутів-факторів. Вона виступає за зростання доходу населення, розширює соціальні програми. Важливим чинником цієї теорії є трансформація та зміна суспільства [3].

Отже, можна підсумувати що у епоху доринкової економіки держава брала безпосередню участь в економіці. В другу епоху держава не втручалася в економіку. Остання епоха діє і тепер, сучасна економіка розглядає всі фактори, з метою отримання прибутку, що розподіляється на частину для подальшого розвитку підприємництва та частину для особистого збагачення.

Список використаної літератури:

1. Економіка і підприємництво: Навчально-методичний посібник для студентів денної та заочної форми / Гнатенко Є.П., Коваленко О.Ю/ Миколаїв, 2012. – 150 с.
2. Електронний конспект Економічна теорія / Ружицька А.А./ [Електронний ресурс] / Ружицька А.А. – Режим доступу: http://nkatkanna.com/zmist_et.html
3. Палехова В.А. Політична економія: підручник. – Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2007. – 332с.

Науковий керівник – **Зайцев О.В.**,
к.е.н., доцент кафедри фінансів і підприємництва,
Сумський державний університет

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

ст. викл. **Таранюк К.В.**

студентка **Медяник А.**

В Україні існує достатньо розгалужена мережа соціальних служб, яка є неефективною. Кабінетом Міністрів у 2007 році була схвалена Концепція стратегія реформування системи надання соціальних послуг[2,3]. Втім вони на сьогодні реалізовані не в повному обсязі, через недосконалість законодавства з питань формування соціального замовлення, та запровадження стандартів соціальних послуг. Існуюча модель з надання соціальних послуг, частково відповідає європейським нормам і стандартам. До основних проблемних напрямів можна віднести: недосконалу нормативно-правову та законодавчу базу з питань надання соціальних послуг; нераціональний розподіл фінансування; монополія державного замовлення соціальних послуг.

Все вище наведене обумовлює: відсутність адресної соціальної допомоги, неможливість одержання фінансування за надання соціальних послуг, значну бюрократизацію в отриманні безоплатних соціальних послуг населенням. Дані аспекти зменшують можливість людей до інтеграції у суспільство, позбавляючи їх можливості на гідні умови існування - робить їх в'язнями існуючої системи.

З метою розробки раціонального та обґрунтованого механізму вирішення проблеми з надання соціальних послуг населення наведемо визначення поняття «соціальних послуг».

Соціальні послуги – це комплекс правових, економічних, психологічних, освітніх, медичних, реабілітаційних та інших заходів, спрямованих на окремі соціальні групи чи індивідів, які перебувають у складних життєвих обставинах та потребують сторонньої допомоги (далі – особи, що потребують соціальних послуг), з метою поліпшення або відтворення їх життєдіяльності, соціальної адаптації та повернення до повноцінного життя[1].

Для розробки механізму з вирішення проблем в сфері надання соціальних послуг населенню на нашу думку доцільно:

- проаналізувати досвід країн ЄС з розвинутою економікою, з впровадження кращих практик надання соціальних послуг;

- створити систему моніторингу з розподілу та використання коштів на соціальні послуги;
- за підтримкою держави, створити конкурентний ринок соціальних послуг населення;
- розробити та стандартизувати гарантований державою перелік соціальних послуг;
- розробити та впровадити критерії оцінки категорій населення, які потребують соціальної допомоги;
- впровадити систему незалежного оцінювання якості надавачів соціальних послуг;
- спростити процедуру та документальний супровід з отримання права на соціальну допомогу;
- вдосконалити систему мотиваційного заохочення, та соціального захисту, для надавачів соціальних послуг.

Список використаних джерел:

1. Про соціальні послуги : [Закон України від 19 черв. 2003 р. № 966-IV (із змінами, внесеними від 07.01.2018.)] // Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/966-15>
2. Про схвалення Концепції реформування системи соціальних послуг : [Розпорядження Кабінету Міністрів України від 13 квіт. 2007 р. № 178-р (втратило чинність на підставі Розпорядження КМ № 556-р від 8 серп. 2012 р.)] // Офіц. вісн. України. – 2007. – 27 квіт. (№ 28). – С. 69. – Ст. 1122.
3. Стратегія реформування системи надання соціальних послуг. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 08.08.2012р. // Урядовий кур'єр. – 2012.- 17 серпня.

ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА У СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ⁷

доцент **Захаркіна Л.С.**
студент гр. Ф.М-71 ан, **Рибалка Р.О.**
студентка гр. Ф- 61, **Бугайова Є.О.**
Сумський державний університет

Фінансова безпека – одна з найважливіших складових економічної безпеки в сучасних умовах ринкової економіки. Серед індикаторів фінансової безпеки найбільшу питому вагу має бюджетна безпека. Інструменти податкової політики є одними з ключових у системі забезпечення бюджетної безпеки, а отже і фінансової безпеки держави. Податкова політика держави є підґрунтям для розробки податкової системи держави, тим самим виконуючи основну функцію податків – фіскальну – наповнення бюджету держави. При цьому податкова політика повинна будуватися таким чином, щоб знаходився оптимум як між виконанням фіскальної функції, так і між виконанням інших функцій – стимулювання розвитку економіки та регулювання.

Сьогодні у наукових працях виділяють наступні поняття: «податкова політика», «фіскальна політика», «бюджетно-податкова політика». У більшій мірі ці поняття «податкова політика» та «фіскальна політика» є тотожними. Поняття «бюджетно-податкова політика» є більш ширшим та охоплює спектр взаємодії податкової та бюджетної політик. Адже ці дві політики є прямо пов'язаними. Для збільшення бюджетних надходжень активізуються інструменти податкової політики з метою збільшення податкових надходжень, котрі у будь-якій країні світу складають лівову частину бюджетних доходів держави. При профіциті бюджету нарощення бюджетних доходів є не настільки актуальним. Головне, щоб надходження були стабільними; при цьому податкова політика може бути м'якшою, виконуючи функції стимулювання та регулювання економічної діяльності суб'єктів господарювання.

Розглядаючи вплив податкової політики України у забезпеченні її фінансової безпеки, проаналізуємо склад індикаторів субіндексу «бюджетна безпека». Так, згідно Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України [1] субіндекс «бюджетна безпека» визначається за чотирма індикаторами: 1) відношення дефіциту/профіциту державного бюджету до ВВП, %; 2) дефіцит/профіцит бюджетних та позабюджетних фондів сектору загальнодержавного управління, % до ВВП; 3) рівень перерозподілу ВВП через зведений бюджет, %; 4) відношення обсягу

⁷ Виконано в рамках науково-дослідної теми № 0117U003922 «Інноваційні драйвери національної економічної безпеки: структурне моделювання та прогнозування»

сукупних платежів з обслуговування та погашення державного боргу до доходів державного бюджету, %.

Ці чотири індикатори пов'язані з розмірами доходів зведеного та Державного бюджету України. Відповідно до методики розрахунку даних індикаторів [1] слід відмітити, що індикатор 4 буде наближатися до оптимального значення 6% при зменшенні обсягу сукупних платежів з обслуговування та погашення державного боргу та одночасному зростанні доходів державного бюджету. Індикатор 3 буде наближатися до оптимального значення в діапазоні 25%-28% при зростанні обсягів ВВП більшими темпами, ніж зростають доходи зведеного бюджету. Наразі у 2016 та 2017 роках «...темпи приросту ВВП відстають від темпів зростання доходів зведеного бюджету. Такі диспропорції пояснюються як макроекономічною ситуацією країни, так і фіскальною спрямованістю податкової політики.» [2].

Згідно аналізу податкового рейтингу «Paying Taxes 2019», бачимо, що Україна втратила свої позиції порівняно з 2018 р. і з 43-го місця у 2019 р. посіла 54-те (-11 місць вниз) [3]. Розглянемо фактори такого падіння. Так, зросла сукупна ставка оподаткування з 37,8% у 2018р. до 41,7% у 2019 р. (+ 3,9%). Це не дивно, адже податок на виведений капітал так і не було введено.

Розглянемо що ж дають такі позиції України в «Paying Taxes 2019». Так як рейтинг – це інформація переважно для інвесторів, то ріст податкового навантаження звичайно не стане плюсом при виборі інвестора України як об'єкта інвестування. До того ж нестабільність у виконанні запланованих податкових змін є ще більш відштовхуючим фактором, ніж ріст податкового навантаження, адже збільшується невизначеність та зростають інституціональні ризики ведення діяльності у «плаваючому» податковому середовищі. Тож збільшення росту ділової активності суб'єктів господарювання у найближчий рік не передбачається.

Таким чином, можемо підсумувати, що саме через інструменти податкової політики забезпечуються показники бюджетної безпеки як основної складової фінансової безпеки держави.

Література:

1. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України : Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29.10. 2013, №1277 [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://consultant.parus.ua/?doc=08U1H409F0>

2. Васильєва Т.А., Захаркін О.О., Захаркіна Л.С. Напрями трансформації бюджетної політики в контексті забезпечення фінансової безпеки України. Проблеми і перспективи економіки та управління, 2018. № 2 (14). С. 7-12.

4. Paying Taxes 2019. The World Bank /IFC – [Електронний ресурс]. – URL: https://www.pwc.com/gx/en/services/tax/publications/paying-taxes-2019/overall-ranking-and-data-tables.html?WT.mc_id=CT13-PL1300-DM2-TR2-LS1-ND30-TTA4-CN_payingtaxes-2019-ranking-data-table-button

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ОФШОРНИХ ЗОН

доцент **Касьяненко Т.В.**

студент гр. Е-71 **Лимар Б.А.**

Сумський державний університет

В наш час офшорні зони відіграють значну роль в економіці країни, оскільки вони сприяють через оподаткування зберегти більшу частину прибутку у власності підприємства, що дає можливість розширити виробництво. Але існує ряд невирішених проблемних питань - за допомогою офшорних зон підприємці приховують свій прибуток і взагалі уникають сплати податків.

Офшорні компанії працюють як юридичні особи за кордоном, відповідно до законодавства тієї країни, в якій знаходяться, і мають пільговий або безподатковий статус [1]. По суті створюються для того, щоб зменшити податкове навантаження на підприємства, тобто мати законний інструмент для так званої оптимізації ведення бізнесу. Наприклад: офшорні банки можуть створюватися не тільки великими компаніями, а і малими, і навіть приватними особами.

Вперше термін «Offshore» (дослівний переклад — поза берегом) з'явився в американській пресі наприкінці 50-х років ХХ ст. Йшлося про фінансову структуру, яка звільнилася від оподаткування через розміщення свого офісу поза межами США [2].

Як свідчить аналіз економічної історії, саме Європі було вигідно поява офшорних зон, це був спосіб уникнення подвійного оподаткування приклад, при експорті продукції з Англії в Аргентину.

Відповідно до даних статистики, кількість офшорних компаній перевищує населення цих офшорів. Як приклад, на Віргінських островах мешкає 25 000 людей, а з 1984 року там було зареєстровано близько 800 000 компаній. Причиною стало, що компанії мають свої філіали, через які, проходять великі обсяги фінансово-господарських операцій. Дана ситуація демонструє що зазначені механізми виступають укриттям для компаній, які прагнуть проводити свою діяльність у великих країнах, але не мають бажання платити великі податки.

Офшорні зони є дійсно вигідним інструментом, виходячи з наступних міркувань:

- місцевість, де створюється офшор, отримує додаткові податкові надходження у бюджет;
- підприємство несе менше податкове навантаження.

Також офшори приваблюють своєю конфіденційністю, що закріплено на законодавчому рівні країн-офшора. В сучасному світі всі сфери

економічного життя стають більш прозорими, але існує офшорна мережа, де є принципи секретності і таємниці. І цим користуються підприємці які не хочуть платити податки.

Відповідно до даних звіту Doing Business 2018 Україна підвищила свій рейтинг серед 189 країн стосовно умов та простоти ведення бізнесу: якщо у 2013 р. країна займала 137 місце, то у 2018 р. посідає уже 76 місце. Але за даними Державної служби статистики України, кількість суб'єктів підприємницької діяльності в Україні скорочується [3]. Проблем тут декілька: невисокий рівень конкурентоспроможності продукції, зниження кількості ринків збуту, скорочення платоспроможності покупців, і головне високе податкове навантаження. Для того щоб знизити тиск податкової системи деякі підприємства користуються послугами офшорних зон.

Для українських бізнесменів співпраця з офшорами стала можливою лише з приходом швейцарської компанії «Riggs Walmet Group» у квітні 1991 року. В Україні офшорні компанії переважно використовувалися під час фінансування українських проектів закордонними інвесторами – як поточного, так і довгострокового. У схемах цього типу часто використовувалися спеціалізовані компанії, які розташовані в зонах податкових пільг. Українські банки та фінансові компанії використовували офшорні схеми на світових ринках цінних паперів. Збільшилася також роль цих схем у формуванні транснаціональних господарських систем, коли офшорні фірми вбудовувалися в мережу зовнішніх філіалів українських підприємств.

Чим більше компаній зареєстровано в офшорах, тим менше отримає бюджет країни де вони працюють. Для вирішення даної проблеми в Україні потрібно, зменшити податкове навантаження спростити процедуру створення і ліквідації бізнесу. Ввівши ці та інші заходи наша країна позбудеться практики приховування прибутку через офшори. Що позитивно вплине на економіку, на збільшення робочих місць та збільшення бюджету що дасть змогу збільшити заробітну плату і соціальні виплати для громадян України.

Література:

1. 1.Офшори у світі: 7 ключів для розуміння [Електронний ресурс]. – Режим доступу: «<https://hromadske.ua/posts/ofshory-u-sviti-7-kliuchiv-dlia-rozuminnia>»
2. Волкова Ю.О. Розвиток офшорних центрів у системі міжнародного бізнесу / Ю.О. Волкова // Формування ринкових відносин в Україні. — 2008. – № 1. – С. 43–48.
3. Скробогатова Н.Є. Проблеми розвитку підприємництва в реаліях української економіки / Н. Є. Скробогатова // Проблеми системного підходу в економіці: збірник наукових праць, НАУ. – 2017. – 4 (60). – С. 119 – 154.

ЗАСТОСУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЖИТТЄВИХ ЦИКЛІВ У ПРАКТИЦІ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ БАНКОМ

аспірант кафедри управління **Котенко С.І.**
Сумський Державний Університет

У процесі свого розвитку банк, як цілісна система, наслідує певний біологічний розвиток, при цьому проходячи певні стадії життєвого циклу організації, правильне трактування яких має призвести до запобігання прийняттю неефективних рішень у банківській діяльності.

Щодо фінансового управління банком на основі моделі його життєвого циклу, слід констатувати факт обмеженості наукових розробок. Так, В.В. Коваленко розглядає концепцію життєвого циклу у взаємозв'язку з розвитком кризових факторів в банківській системі [1, с. 91], А.С. Глотова пропонує формувати спеціальні заходи управління ліквідністю банку залежно від етапу його життєвого циклу [2, с. 5], С.В. Леонов відображає зв'язок зміни стадій життєвого циклу банку з обсягом його грошових потоків [3, с. 157-158].

В загальному розумінні стадії життєвого циклу організації є послідовними етапами її функціонування та розвитку або, це можуть бути періоди її життєдіяльності в рамках однотипних ціннісних установок, що обумовлюють особливості управлінських завдань, управлінських інструментів, які є адекватними періоду функціонування організації.

Банк, як і будь-яка організація, еволюціонує одночасно на зовнішньому і внутрішньому рівнях. Його життєвий цикл відображає зовнішню динаміку, а система фінансового менеджменту є внутрішньою складовою, яка так само зазнає еволюційних змін. Даний факт знаходить прояв у зміні рівнів зрілості і має бути врахований при виборі технологій управління фінансами.

Рівень зрілості системи фінансового менеджменту банку можна визначити за наступними критеріями [4, с. 119]:

1. Ефективність відтворення фінансових ресурсів банку за основними банківськими операціями. Оскільки обіг фінансового капіталу, створення при цьому доданої вартості та забезпечення безперервності банківської діяльності досягаються ефективним управлінням відтворювальними процесами, вони відображають рух фінансових ресурсів банку в межах фінансової діяльності, яка охоплює всі заходи та операції, пов'язані з накопиченням капіталу, його використанням, примноженням та поверненням.

2. Рівень готовності фінансових менеджерів банку до використання комплексних новітніх технологій управління фінансами, необхідність використання яких обумовлена тим, що саме персонал буде здійснювати управлінські процедури й операції, які входять до складу цих технологій.

3. Ступінь формалізації та інформаційного забезпечення фінансового менеджменту банку, тобто наскільки чітко визначені фінансові цілі банку та процеси управління банківськими операціями у внутрішніх положеннях із зазначенням сутності, структури, взаємозв'язків, учасників, документів, результатів.

Слід також зазначити, що можливість застосування положень еволюційної теорії організації при реалізації завдань фінансового менеджменту банку, зокрема формування ефективних технологій управління фінансами, обумовлена наступним:

1) більшість технологій, у тому числі в банківському секторі, розвиваються подібно до їх біологічних аналогів;

2) банк розвивається за певним життєвим циклом, який в узагальненому вигляді складається зі стадій виникнення, зростання, зрілості, спаду та припинення діяльності. Кожна стадія вимагає застосування відповідних стратегій та технологій управління фінансами банку.

Концепція життєвого циклу організації у фінансовому менеджменті банку також може використовуватись як інструмент відстеження динаміки функціонування, уникнення порушення стійкості, надійності, стабільності, прогнозування фінансового розвитку та виявлення його критичних періодів, оцінювання та встановлення відповідності діяльності та фінансових рішень стадії розвитку, управління змінами, своєчасного здійснення стратегічних та тактичних перетворень, підвищення ефективності діяльності

Список використаних джерел:

1. Коваленко В. В. Стратегічне управління фінансовою стійкістю банківської системи: методологія і практика: монографія / В. В. Коваленко. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010. – 228 с.

2. Глотова А. С. Методи управління ліквідністю на основі аналізу життєвого циклу кредитної організації / А. С. Глотова // Вестник СевКавГТИ. – 2013. – № 15. – С. 5-8.

3. Леонов С. В. Оцінка вартості банківського бізнесу / С. В. Леонов, Д. В. Олексіч // Вісник СумДУ. Серія Економіка. – 2008. – № 1. – С. 155-160.

4. Чмутова І. М. Врахування зрілості системи фінансового менеджменту банку при формуванні технології фінансового управління / І. М. Чмутова // Матеріали Міжн. наук.-практ. конф. «Інноваційна стратегія і тактика фінансово-економічного розвитку суб'єктів національного господарства» (Чернівці, 19-20 грудня 2014 р.) / Буковин. держ. фін.-екон. ун-т. – Чернівці: Гельветика, 2014. – Ч. 3. – С. 116-119.

ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ В КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

доцент **Касьяненко Т.В.**

студентка гр. Е-71 **Чорна Я.В.**

Сумський державний університет

Фінансова звітність підприємств багатьох країн світу характеризується різними відмінностями, обумовленими соціальними, економічними і політичними факторами. Диференційований підхід до сутності та змісту фінансових звітів помітно ускладнював інтерпретацію та аналіз даних для прийняття управлінських рішень в умовах, що характеризуються розвитком світової торгівлі, кооперації країн, зростанням впливу ТНК, глобалізації фінансових ринків.

Для спрощення ведення обліку господарських процесів та обробки його результатів створено міжнародні стандарти (положення) фінансової звітності (МСФЗ), які регламентують основні, принципові аспекти впливу на формування результатів діяльності підприємства та стану його активів і пасивів. Однак, спостерігаються і деякі відмінності ведення обліку, зокрема, і в країнах ЄС. Це пов'язано з тим, що МСФЗ не націлені на деталізацію всіх складових процедури фінансового обліку, – існує лояльність до професійної самостійності фахівців.

Так, наприклад, фінансова звітність за фінансовий рік у країнах-учасниках ЄС містить баланс, звіт про прибутки і збитки та примітки до фінансових звітів. Водночас, суб'єкти господарювання мають право включати й інші звіти або вимагати їх додання для повнішого, всебічного розкриття інформації: звіт про рух грошових коштів, звіт про загальні визнані прибутки та збитки, узгодження з прибутками та збитками за історичною собівартістю, звіт про джерела та використання коштів, звіт про розподілення прибутку, а також соціальний звіт. Відмінності також спостерігаються у можливості подання скороченої форми балансу, строках амортизації капіталізованих витрат, методах відображення гудвілу та податку на прибуток від надзвичайної діяльності, підходах до оцінки основних активів. Помітними є розбіжності щодо капіталізації витрат на нематеріальні активи.

Усі ці аспекти залежать і від законодавства конкретної країни. Наприклад, законами Австрії, Бельгії, Данії, Фінляндії, Німеччини, Італії, Люксембурга та Нідерландів визначена можливість подання спрощених звітів для малих підприємств із невеликим господарським оборотом. Для цього враховують такі критерії:

- сума (валюта) балансу;
- дохід від реалізації;
- чисельність персоналу підприємства.

Важливо, що ці особливості не впливають на реальне та справедливе відображення фінансового становища, що є головною умовою для європейських країн. Адже, загалом, виконуються основи обрахунку статей фінансових звітів: оцінка за історичною собівартістю; безперервність діяльності суб'єкта господарювання; послідовність; нарахування та відповідність доходів і витрат; автономність; повнота висвітлення; превалювання сутності над формою

Європейськими країнами розроблено їх власну систему інтегрованих економічних рахунків (ЄСІЕР), яка є варіантом системи національних рахунків ООН, адаптованою до умов організації економіки даних країн, – вона відповідає стандартам і вимогам СНР ООН, але характеризується і своїми відмінними рисами в методології та підходах забезпечення повнішої та чіткої інформації про різноманітні процеси в економіці.

Особливістю ЄСІЕР є застосування двох типів економічних одиниць і двох типів групувань економіки: за галузями і за секторами. Схожий підхід використовується і в системі національних рахунків ООН, але ЄСІЕР більш змістовно розкриває всі аспекти.

Як висновок, можна підкреслити, що фінансовий облік країн Європейського Союзу характеризується певними розбіжностями в способах складання та подання річної звітності, використанням альтернативних способів оцінки її статей, обрахування нематеріальних активів, дослідно-наукових витрат, методів відображення гудвілу і багато іншого. Даний процес потребує безперервного наукового аналізу та удосконалення, оптимізації відповідно до змінних умов нинішнього бізнес-середовища та модернізованих процесів господарської діяльності загалом. Тож не дивно, що міжнародні стандарти сьогодення представляють собою систему, що постійно змінюється і націлена на уніфікацію методології відображення, оцінки та показу інформації у звітності, базуючись на узгодженості зі світовими стандартами бухгалтерського обліку.

Список використаних джерел:

1. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах / Ф. Ф. Бутинець, Л. Л. Горещька. - Житомир : Рута, 2003.- 544 с.
2. Литвин Н. Б. Облік у зарубіжних країнах / Н. Б. Литвин. К. – Атіка, 2007. - 208 с.
3. Швець В. Г. Теорія бухгалтерського обліку / В. Г. Швець. - 2-ге вид., стер. – К.: Знання, 2004. - 444 с.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

студентка групи Ф-71/1 Ляшко О.В.
Сумський державний університет

Створення системи сучасної економіки в Україні нерозривно пов'язане зі зростанням підприємницької активності у всіх галузях економіки. Одним з ключових факторів підвищення конкурентоспроможності ринкового середовища є розвиток малого бізнесу [1].

Відомий факт, що Україна є країною великого потенціалу, але він не використовується достатньо обґрунтовано і широко. Однією з причин неповного використання ресурсів є несприятливий стан ділового середовища та інвестиційний клімат у країні [2].

Чому малі підприємства відіграють найважливішу роль у розвитку економіки країни? Тому, що малі підприємства: створюють найбільше робочих місць; дозволяють багатьом працівникам реалізувати свої навички; малі підприємства створюють конкурентне середовище, що призводить до зниження цін і покращує якість товарів і послуг; проста організаційна структура, швидке прийняття рішень створює умови для гнучкості виробництва [3].

Поточна бізнес-ситуація в Україні є незадовільною для розвитку малого бізнесу. До основних причин, що перешкоджають розвитку малого бізнесу, належать: 1) наявність корупційних дій у взаємодії з органами влади різних рівнів; 2) обмежений доступ до фінансування; 3) неможливість здійснення господарської діяльності повністю прозорою та юридичною; 4) надмірний тиск; 5) домінування інтересів великих підприємств на національному рівні; 6) відсутність ефективної державної підтримки; 7) незадовільне надання комунікаційної, інформаційної та консультативної допомоги; 8) небажання впроваджувати сучасні бізнес-технології; 9) недосконала система підготовки кадрів малого бізнесу.

Вирішення цієї проблеми має бути зосереджено на таких основних напрямках: 1) створення відповідної сучасної нормативно-правової бази; 2) запровадження спрощеної системи обліку; 3) вносити відповідні зміни та доповнення до законів України: «Про підприємництво», «Про підприємства в Україні», «Про власність» тощо; 4) Розробка єдиної системи реєстрації та легалізації компаній; 5) Удосконалення мережі та підвищення ефективності роботи громадських об'єднань малого бізнесу; 6) формування та розвиток системи фінансової підтримки; 7) створити спеціалізовану банківську установу або банк малого бізнесу; 8) Розробка методології прогнозування розвитку малого бізнесу; 9) Створення мережі інформаційно-аналітичних центрів для малого бізнесу; 10) Створити організацію для навчання та

перепідготовки кадрів через систему бізнес-центрів, інкубаторів та технологічних парків.

На тенденції розвитку малих підприємств в Україні безпосередньо впливають на негативну динаміку основних макроекономічних показників. Зокрема, зниження ВВП призвело до зниження внутрішніх державних фінансів, оборотного капіталу підприємств, до зниження купівельної спроможності жителів тощо.

До основних макроекономічних факторів, що впливають на розвиток малих підприємств, належать, перш за все, обмеженість внутрішнього попиту та наявність кризи внутрішнього продажу, оскільки вільні фінансові ресурси підприємств є недостатніми, а реальні доходи населення зменшуються; низька інвестиційна активність, нестача коштів у реальному господарстві, обмеженість кредитів.

На мою думку, одним з ключових питань розвитку малого бізнесу сьогодні є надання фінансових ресурсів, оскільки підприємці сьогодні мають мало доступу до кредитних або бюджетних джерел, а це означає, що потрібно купувати необхідні ресурси за високими цінами, продавати за низькими. З часом компанія залишається неконкурентоспроможною і повністю зникає з ринку [4].

Щоб криза малого бізнесу в країні не повністю знищила малий бізнес, в першу чергу необхідно знайти державну підтримку: підтримку у формуванні стартового капіталу для створення компанії та її подальший розвиток і сприятливі умови для розвитку малого бізнесу. Вона також повинна впровадити форми непрямої державної підтримки: податки і пільги або навіть звільнення від них, прискорена амортизація, використання знижок.

Підсумовуючи, зробивши аналіз проблем розвитку малих підприємств в Україні показує, що без державного втручання можна обмежити і знищити мале підприємство взагалі.

Список використаних джерел:

1. Малийбізнес у регіонах та містах України [Економічний часопис] : інформ.-аналіт. Журнал / «Вища школа». – 2007.
2. Безус А.М. Розвиток підприємств малого бізнесу в Україні / А.М. Безус // Проблеми розвитку економіки. –2016. – № 3(99). – С. 7–17.
3. Біла І.С. Бізнес-середовище в Україні / І.С. Біла // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Вип. 17. – С. 127–131.
4. Васюта В.Б. Розвиток малого підприємництва в Україні у 2008 р. [Економіка і регіон]: інформ.-аналіт.журнал. – 2008.

Науковий керівник – **Зайцев О.В.**,
к.е.н., доцент кафедри фінансів і підприємництва,
Сумський державний університет

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ФІНАНСОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ

доцент **Похилько С.В.**
студентка гр. Фз-61с, **Ліфар Н.П.**
Сумський державний університет

На сьогоднішній день питання стану розвитку та виявлення основних методів забезпечення платоспроможності фінансових посередників є надзвичайно актуальним. Автори А.Г. Загородній, Г. Л. Вознюк визначають фінансових посередників як сукупність фінансових установ, які акумулюють кошти фізичних та юридичних осіб, зокрема й шляхом випуску цінних паперів, а потім на комерційних засадах надають ці кошти позичальникам [1]. Такими установами є банки, інвестиційні компанії, страхові пенсійні фонди, кредитні спілки, ломбарди. За американським підходом фінансові посередники поділяються на три такі групи: депозитні, контрактно-ощадні та інвестиційні. Чим більше різновидів фінансових посередників працює на ринку, тим більш розвиненою є фінансова система країни [2].

Платоспроможність банків (на думку вчених В. Міщенко, Н. Слав'янської, О. Кореневої, платоспроможність – це спроможність банку виконати законні вимоги кредиторів [3]) характеризуються рівнем забезпеченості фінансових зобов'язань банків власним капіталом, вона являє собою фінансову стійкість банку, що утворюється завдяки підтриманню відповідності між активними та пасивними статтями балансу, між строками повернення кредитів та депозитів та забезпечується за рахунок постійного притоку депозитів, залучення коштів на поточні рахунки, зразкової репутації у своїх клієнтів.

За умов зниження попиту на банківські продукти виникають нові кредитні пропозиції, що надаються, наприклад, кредитними спілками, завданням яких є кредитування населення на споживчі й соціальні потреби, кредитування фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності, кредитування особистих селянських домогосподарств, залучення внесків фізичних осіб на депозитні рахунки [4]. Кількість кредитних спілок в Держреєстрі фінустанов України станом на 31 грудня 2017 року скоротилося на 18,2%, або на 84 установи, в порівнянні з аналогічною датою 2016 року — до 378. [5]. Це обумовлене основними проблемами розвитку кредитних спілок: недостатність капіталу, ліквідності кредитних спілок, недовіра населення, відсутність дієвої системи регулювання діяльності кредитних спілок, захист її членів, відсутність дієвої інфраструктури фінансової та технічної підтримки [6].

У сучасних умовах низької платоспроможності населення значного розвитку на сучасному ринку фінансових послуг набули ломбарди, що

дозволяють швидко поповнити платіжні засоби. Забезпеченню платоспроможності ломбардів сприяє те, що вони орієнтовані на надання миттєвих і короткострокових позик під заставу майна споживачів цих позик. За рахунок попиту населення на послуги ломбардів підвищується їх платоспроможність [7].

На відміну від державного пенсійного фонду України, діяльність недержавних страхових пенсійних фондів (НПФ) спрямована на залучення коштів нині працюючого населення, їх надійне зберігання та примноження і по досягненню визначеного строку почнуть їх виплачувати у суворій відповідності з цільовим призначенням, такі установи мають статус неприбуткової організації [8].

Для забезпечення платоспроможності фінансових посередників потрібно спростити процедури видачі кредитів, встановити вимог до форми резервного капіталу у відповідних активах; отримати державну підтримку за деякими напрямками (кредитні спілки), так як за умов зростання безробіття та неплатоспроможності населення зростає частка прострочених боргів за наданими кредитами.

Список використаних джерел:

1. Загородній, А. Г. Банківська справа : термінологічний словник [Текст] / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 508 с.
2. Суторміна В.М., Федоров В.М., Резанова Н.С. Фінанси зарубіжних корпорацій.–К.: Либідь, 1998. – 247с.
3. Міщенко В.І. Банківські операції: підручник /В.І. Міщенко, Н.Г. Слав'янська, О.Г. Коренева. – 2-е вид., переробл. і доп. - К. : Знання, 2007. – 727 с.
4. Пластун В. Л. Пріоритети розвитку кредитних спілок у сучасних умовах / В. Л. Пластун // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №10(112). – С. 131-137.
5. Офіційний сайт Нацкомфінпослуги: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nfr.gov.ua/>.
6. Партін Г. О., Заяць І. М. Проблеми діяльності кредитних спілок в умовах економічної кризи в Україні / Г. О. Партін, І. М. Заяць // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – №20. 8. – С. 232-235.
7. Булій Н. О. Особливості ломбардної діяльності на ринку фінансових послуг України [Електронний ресурс] / Н. О. Булій. – Режим доступу: <http://libfor.com/index.php?newsid=1371>.
8. Мальований М. І. Соціальне страхування : навчальний посібник / М. І. Мальований, П. К. Бечко, В. П. Бечко. – К.: Цент учбової літератури, 2012. – 484 с.

АНАЛІЗ КАЗНАЧЕЙСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ БЮДЖЕТІВ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ, ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

ст. викл. кафедри фінансів і підприємництва **Жукова Т.А.**
студентка групи Ф-61 **Лисенко Д.В.**
ННІ ФЕМ імені Олега Балацького СумДУ

Доцільне використання фінансових ресурсів є запорукою розвитку, тому актуальним в наш час є питання щодо раціонального спрямування грошових коштів та забезпечення своєчасного фінансування. Задля вдосконалення адміністративно-територіальних одиниць була проведена реформа децентралізації, яка передбачає передання повноважень до нижчих органів влади разом з необхідними для їх виконання ресурсами. З бюджетів об'єднаних територіальних громад, які утворилися внаслідок впроваджених змін, здійснюються видатки на утримання закладів освіти, культури, медичної сфери, фізичної культури та органів місцевого самоврядування, у разі виконання бюджетів відбувається казначейське обслуговування, під час якого здійснюється контроль на основі кошторису цільового спрямування коштів. Проблемні питання обслуговування казначейством бюджетів ОТГ досліджені та висвітлені у працях Л. Марченко, В. Стоян, В. Зозулі, Т. Овчаренко та ін.

Реформа практично вступила в дію у 2015 році, головним завданням якої передбачено забезпечити рівномірний економічний розвиток територій, станом на 03.04.2019р. вже об'єдналося 886 громад. Преференцією створення ОТГ є отримання медичної, освітньої субвенцій, 60% податку на доходи фізичних осіб залишаються на місцях, можливість отримання коштів ДФРР для розбудови інфраструктури. На рис. 1.1 наведені дані власних доходів 665 ОТГ за 2018 рік та 2017 роки.[1]



Рис. 1 – Темпи зростання власних доходів об'єднаних територіальних громад

Для цільового використання наявних ресурсів, контролю за їх рухом Державна казначейська служба наділена відповідними повноваженнями.

Відповідно до ст. 43 Бюджетного Кодексу, казначейське обслуговування бюджетних коштів передбачає: розрахунково-касове обслуговування розпорядників і одержувачів бюджетних коштів; контроль здійснення бюджетних повноважень під час зарахування надходжень бюджету, взяття бюджетних зобов'язань розпорядниками бюджетних коштів та здійснення платежів за цими зобов'язаннями; ведення бухгалтерського обліку і складання звітності про виконання бюджетів із дотриманням національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку та інших нормативно-правових актів МФУ.[2] Для ефективної роботи та автоматизації процесу розпорядники та одержувачі бюджетних коштів користуються програмою АРМ «Бюджетна установа», де створюються юридичні (реєстрація договору), фінансові зобов'язання, платіжні доручення та їх реєстри, відповідно за вибором джерела фінансування, КЕКВ тощо. Сформовані документи в друкованому примірнику з підписами та оригіналами договорів, накладних, актів чи реєстрів до них доставляють до ДКСУ, де здійснюється перевірка даних цільового використання коштів, якщо документи створені невірно їх повертаються на доопрацювання. У разі, якщо все відповідає нормам, то здійснюється оплата за товари, послуги, виконані роботи і надається виписка про її виконання. Недоліком такого обслуговування є втрата часу: дорога до установи, очікування своєї черги та результату перевірки. На сьогоднішній день для вирішення цієї проблеми є необхідним дистанційне обслуговування органами ДКСУ клієнтів за допомогою програми СДО з метою швидшого процесу обробки інформації. Ця система є більш комфортною, адже можливо здійснювати видатки на відстані. Принцип роботи полягає в підтягненні створених документів та накладанні електронних підписів та печатки. Але недосконалість самої програми знову затримує здійснення фінансування, а саме поганий зв'язок із сервером, робота інтернету в селищах унеможлиблює перегляд документів, які повинні підтягуватися, контроль за встановленим лімітом розміру документів.

Отже, дистанційне казначейське обслуговування сприятиме підвищенню його якості, за умови максимального захисту інформації. Необхідно вдосконалювати програми для полегшення роботи, адже за допомогою Інтернету можливо передати будь-які файли вчасно, швидше здійснити їх перевірку та своєчасно забезпечити цільове фінансування.

Список використаних джерел:

1. Фінансова децентралізація: експерти розповіли про результати 2018 року та перспективи 2019 [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://decentralization.gov.ua/news/10670?page=>
2. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

студентка групи Ф-71/1 **Нагорна В.О.**
Сумський державний університет

На сучасному етапі трансформації економіки розвиток малого бізнесу може стати одним із найважливіших чинників соціально-економічного зростання. Органами державної влади здійснюється підтримка та стимулювання підприємництва в Україні. Для цього приймаються і реалізуються закони України «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні», «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців щодо спрощення реєстрації осіб як платників податків», розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення концепції загальнодержавної програми розвитку малого і середнього підприємництва на 2014-2024 роки», також проводяться місцеві і регіональні програми підтримки малого та середнього бізнесу.

Оцінка проблем та поточних тенденцій розвитку малого бізнесу в Україні свідчить про те, що такий розвиток незабаром призведе до поступового згортання малого бізнесу. Тому, на наш погляд, для перспективи ефективного розвитку малого бізнесу потрібно застосувати такі стратегії:

1. Пряма фінансова та технічна допомога:

- розробити механізми надання адресної фінансової та техніко-матеріальної допомоги малим підприємствам та підприємцям малого бізнесу, що виробляють екологічно чисту сільськогосподарську продукцію, займаються її переробкою та експортом;

- сприяти переорієнтації вивільненої робочої сили на нові види діяльності у сільському господарстві та у сфері розвитку «зеленого туризму»;

- сприяти залученню безробітних, зареєстрованих у містах, до працевлаштування на новостворених робочих місцях у сільській місцевості [1].

2. Професійна підготовка та ефективне управління кваліфікованими кадрами:

- місцевій владі необхідно сприяти самозайнятості активних безробітних шляхом надання їм одноразової грошової допомоги для започаткування власної підприємницької діяльності;

- при перепідготовці та підвищенні кваліфікації особливу увагу слід приділяти професіям, що не тільки користуються попитом на ринку праці, але й дають змогу започаткувати власну справу; - проводити семінари та курси підвищення кваліфікації для всіх бажаючих розпочати підприємницьку діяльність [2].

3. Об'єднання та самоорганізація малого бізнесу на політичних та економічних засадах, а саме – у формах спілок, асоціацій, громадських об'єднань, кооперативних мереж. Також, стимулювати проведення регіональних конкурсів (тендерів) щодо закупівлі товарів та надання послуг малими підприємствами за кошти державних та місцевих бюджетів, а також, залучати підприємців до виконання регіональних замовлень [3].

4. Інтеграційна підтримка через підряд, субпідряд, франчайзинг, лізинг тощо [3].

5. Створення відповідної нормативно-правової бази на місцевому рівні, із врахуванням регіональних особливостей [3].

6. Формування та розвиток системи фінансової підтримки малого підприємництва [3].

7. Інформаційне, консультативне та кадрове забезпечення.

8. Відновити щоквартальну статистичну звітність про діяльність суб'єктів малого підприємництва, використовуючи метод вибіркового обстеження [3].

9. Розробити методику прогнозування розвитку малого підприємництва [3].

10. Створити мережу інформаційно-аналітичних центрів малого підприємництва [3].

Отже для перспективи розвитку малого бізнесу необхідно реалізувати перелічені та згруповані нами стратегічні напрями, провести заходи щодо початкової підтримки економічного розвитку у сфері малого підприємництва, який буде спрямований саме на збільшення його внеску у соціальний та економічний розвиток держави, а підвищення ефективності малого бізнесу сприятиме збільшенню обсягів промислового та сільськогосподарського виробництва, наслідком чого буде наповнення державного бюджету України. Але все ж таки в подальшому потрібно координувати та розвивати малий бізнес.

Список використаних джерел:

1. Тимченко О.І. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в регіонах України / О.І. Тимченко // Ефективна економіка, № 6, 2015.

2. Фещенко С.С. Сучасні проблеми розвитку бізнесу в Україні / С.С. Фещенко // Управління розвитком, № 2, 2014.

3. Бех Н. Особливості розвитку та функціонування малого і середнього бізнесу в Україні / Н. Бех // Галицький економічний вісник. – 2010. – № 1(26). – С. 16-18

Науковий керівник – **Зайцев О.В.**,
к.е.н., доцент кафедри фінансів і підприємництва,
Сумський державний університет

СУСПІЛЬСТВО, ДЕРЖАВА, БАНКИ, ГРОШІ, ЩО Є НАЙГОЛОВНІШИМ В ЕКОНОМІЦІ?

студент гр. 308-е **Дубович Р.К.**
викладач економічних наук **Скороходова Л. І.**
Машинобудівний коледж СумДУ

На перший погляд у переліку: суспільство, держава, банки, гроші найголовнішим в економіці є гроші! Бо всім у світі керують гроші. Але так це насправді? Які ще існують вагомі підстави для цього твердження? Для початку визначимо, що таке економіка, а потім розглянемо чотири її аспекти та визначимо роль кожного з них.

Економіка – це наука, яка займається вивченням способів максимально ефективного використання наявних у розпорядженні обмежених ресурсів. Також економікою називають спеціалізовану систему, контролюючу виробництво, розподіл, обмін і споживання товарів і послуг. [1]

В основі всієї економіки лежить виробництво товарів. Вони, у свою чергу, задовольняють попит споживачів і створюють механізм торгівлі, споживання та обміну. Для цього виробництво потребує природних, виробничих та трудових ресурсів. Кількість всіх ресурсів є обмеженою тому їх необхідно використовувати найбільш ефективним способом. Це означає що, максимальний результат повинен бути досягнутий при мінімальній затраті відповідного виду ресурсів. Для того щоб отримати ці ресурси нам необхідні гроші (власні або позикові).

А людська праця може бути ресурсом? Так, її можна купити. Плата за людську працю називається заробітною платою (відрядною і погодинною). Також люди, тобто суспільство, створюють товар (ресурс) який потім можна продати. В економіці ресурси розрізняють за такими видами: *трудові ресурси* до них відносять працю людей з їх знатністю до вироблення продукції; *капітал* поділяється на фінансовий капітал (банківські активи та цінні папери) і реальний капітал (виробничі блага); *підприємницький ресурс* тобто здатність людей бути підприємцями, організовувати виробничі процеси; *знання* які ми отримуємо у спеціально відведених для цього місцях (школах, університетах) та самостійно (самоосвіта). Вони необхідні нам для господарського життя та створення нового або вдосконалення вже існуючого; *природні ресурси* до них відносять біологічні, водні, земельні, рекреаційні та інші запаси.

На захист суспільству і трудовим ресурсам в економіці Аристотель, а слідом за ним європейські середньовічні мислителі-схоласти вважали працю одним з головних економічних ресурсів. Подібний підхід розділяла і перша економічна школа в світі – меркантилізм. Шотландець Адам Сміт, що заклав фундамент економічної теорії, розглядав такі економічні ресурси, як праця, земля і капітал. [2]

Але суспільство це не тільки трудові ресурси, а й споживчі. Вони створюють попит на товари і послуги таким чином рухаючи економіку вперед. Вони створюють головні складові економіки: споживання, розподіл, виробництво і обмін ресурсів. Люди живуть у суспільстві яким керує держава. Держава створює соціально і економічно важливі закони, а отже має великий вплив на економіку і її розвиток. Але наскільки держава є важливим складовим аспектом економіки?

В історії можна виділити декілька етапів еволюції ролі держави в економіці: держава як орган політичної влади, держава як "нічний сторож" (тільки контроль без особливого втручання), держава як інструмент макроекономічного регулювання та "соціальна держава" - ефективна держава в умовах глобалізації економіки. У деяких етапах історичного розвитку держава будувала свою політику невтручання в економіку (це відбувалося до ХХ ст.), а у деяких повністю контролювала її. [3]

Регулююча роль держави у ринковій економіці визнається практично всіма школами сучасної економічної теорії. Однак щодо меж регулювання і впливу держави на економіку одностайного рішення або формули успіху немає. З цього можемо зробити висновок що держава впливає на економіку тільки для її контролю, а у деяких випадках і зовсім не впливає, щоб не зашкодити. Все залежить від ситуації.

Банки контролюють грошові потоки, видані кредити і інвестиційні кошти та ін. Вони виконують розподільчу і контролюючу функцію в економіці. Тобто вони тільки допомагають і обслуговують економіку не приймаючи у ній провідної ролі.

Отже ми розглянули всі чотири аспекти економіки і можемо зробити такий висновок: економіка вчить нас правильно розпоряджатися товарами, а товари виробляють люди, соціум, суспільство. Виходить *люди* головні і без них немає товарів і попиту на товар (гроші також друкують люди). На мою думку з усього вище приведенного *соціум* є найголовнішим в економіці. Але треба зазначити, що гроші і інші складові не менш важливі. При правильному розподілі ресурсів і обов'язків можна створити налагоджений механізм процвітаючої економіки.

Список використаних джерел:

1. <http://korysniporady.com.ua/shho-take-ekonomika-ponyattya-i-osnovni-skladovi-ekonomiki/>
2. http://stud.com.ua/19489/ekonomika/ekonomichni_resursi
3. http://pidruchniki.com/15800119/ekonomika/rol_derzhavi_ekonomitsi

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АУДИТУ В УКРАЇНІ

студент гр. Ф-51 Головка А.Г.

Старший викладач кафедри фінансів і підприємництва Жукова Т.А.

ННІ ФЕМ імені Олега Балацького СумДУ

Становлення української економіки до ринкових відносин спричинило кардинальні зміни для планування, обліку та контролю діяльності підприємств, переробки сталих принципів керування комерційними фірмами.

На наш час проблеми покращення аудиту в Україні різнобічні, але майже всі вони залежать від розвитку аудиторської діяльності в державі, і вимагають швидких рішень.

Проаналізувавши минулі дослідження на початковому етапі розвитку українського аудиту – в 1993-1994 роках, особливого значення такому виду досліджень, як аудиторському, ніхто не надавав. Він був впроваджений Світовим банком і Міжнародним валютним фондом силоміць. Ці фактори частково уповільнювали покращення аудиту в країні [3].

Обсяги аудиторських послуг з кожним роком стрімко збільшуються. Так за 2013 рік було надано 1314,6 млн. грн., за 2014 – 1219,8 млн. грн., за 2015 – 1761,2 млн. грн., за 2016 рік – 1973,1 млн. грн., 2017 рік – 1998,75 млн. грн., 2018 рік – 1920,8 млн. грн. Але при цьому, загальна кількість суб'єктів аудиторської діяльності, включених до Реєстру аудиторських фірм та аудитів, зменшилась за цей період на 8,9%.

Якщо аналізувати регіони, то найбільш наданих аудиторських послуг було у Києві та Київській області, що в 2016 році становило 1634,5 млн. грн., що дорівнює 82,8% від загальної суми, що були надані в Україні загалом.

Проте, не зважаючи на серйозні нехватку аудитора як відстоювача інтересів інвестора попиту на цей вид діяльності не збільшилося.

Основними проблемами аудиторської діяльності являються:

- нехватка методичних вказівок з аудиторського нагляду;
- потреба в значному досвіді в сфері аудиту;
- потреба в значній кількості спеціалістів, що знаються на аудиті (Саме через цю проблему і виникає неосвоєний простір аудиторської діяльності);
- не має сталих форм документів з аудиту, передбачених українським законодавством, тому використовуються міжнародні стандарти аудиту;
- потреба в рекомендаціях з приводу модернізації аудиту тощо.

Загалом, розробка аудиту в сфері підприємництва має для країни значні переваги в порівнянні з іншими видами фінансово-господарського контролю, а саме:

- заощадження державних коштів, що йдуть для забезпечення механізму аудиту;
- отримання більше грошей до бюджетної скарбниці від стягнення податків з аудиторських фірм;
- незалежність, конкурентна боротьба, професіоналізм аудиторів, що роблять перевірки якісніше.

Нинішнє становище в Україні вимагає негайного рішення питань, що є в діяльності професійних аудиторів. Головним з них є проблема сучасного аудитора та довіри до нього. Головним критерієм при виборі аудитора є саме довіра до нього. [3].

Тобто, можемо виділити головні аспекти на майбутнє в українській аудиторській діяльності:

1. Модернізування апарату практичного використання МСА в Україні.
2. Корегування до Закону України «Про аудиторську діяльність» для того, щоб він відповідав іншим законодавчим актам України, які мають вплив на механізм аудиторської діяльності та збільшити кількість фірм, для яких кожен рік аудиторська перевірка буде без виключення, що також зробить більшим обсяг аудиторських послуг [1].
3. Виходячи з великого досвіду практики міжнародних і вітчизняних аудиторських фірм, розробити методичні вказівки аудиторської перевірки фінансової звітності фірм у розрізі галузей їх діяльності.
4. Більш плідна співпраця аудиторських організацій України з міжнародними та європейськими професійними організаціями аудиторів для перейняття досвіду.
5. Впровадження системи ціноутворення на аудит та аудиторські послуги під наглядом міжнародних професійних організацій аудиторів [2].

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про аудиторську діяльність». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>
2. Т.А. Калінська «Сучасний стан і проблеми вітчизняного аудиту» // Калінська Т.А. // Наукововиробничий журнал. – 2013.
3. Л.М. Одінец, А.О. Титаренко, М.В. Швець «Система фінансового контролю і розвиток аудиторства в Україні» // Одінец Л.М., Титаренко А.О., Швець М.В. // Вісник Кременчуцького державного політехнічного університету. – 2012

ФІСКАЛЬНІ РИЗИКИ ЯК ФАКТОРИ ФІСКАЛЬНОЇ СТІЙКОСТІ ДЕРЖАВИ

студентка Ф.мз-81с Романенко М.Р.

Для діагностики економічних проблем та пошуку належної фінансової політики для їх вирішення, правильне вимірювання чистих потреб державного сектора є вкрай актуальним. Оцінювання фінансової стійкості є важливим елементом обґрунтованої фінансової політики, що базується на аналізі можливих фінансових ризиків. Кожна економіка має свій профіль фінансових ризиків – факторів, що впливають на стан бюджету.

Фінансові ризики визначають як відхилення результатів фінансової діяльності від очікуваних під час прогнозування бюджету чи складання іншого прогнозу, що виникли внаслідок макроекономічних шоків (економічне зростання, ціни на сировинні товари, процентні ставки або обмінні курси) чи у процесі реалізації умовних зобов'язань (зобов'язань, викликаних невизначеними подіями, як явними (законом чи контракт, наприклад боргові гарантії), так і неявними (моральні зобов'язання або зобов'язання уряду, що базуються на суспільних очікуваннях, наприклад, фінансова допомога банкам чи організаціям державного сектору) [1].

Оцінювання фінансових ризиків, а отже, і фінансової стійкості передбачає розрахунок набору індикаторів, орієнтованих на виявлення бюджетних дисбалансів. У цьому питанні важливо ґрунтовно проаналізувати досвід інших країн. До цих індикаторів висуваються такі вимоги: а) розрахунок проводиться за досить тривалі проміжки часу; б) визначається область критичних значень, потрапляння в яку сигналізує про високі ризики дестабілізації бюджету; в) кожен індикатор має чітку економічну інтерпретацію.

Проаналізувавши, я виділила особливості оцінювання фінансової стійкості у Європейському Союзі:

1. Єдиний підхід до розрахунку індикаторів для усіх країн-членів, що суттєво спрощує порівняння ситуації щодо рівня фінансової стійкості у державах-членах та сприяє узгодженню фінансової політики в ЄС.

2. Оцінювання довго-, середньо- і короткострокові показники ризику.

Враховуючи рекомендації МВФ [2; 3; 4], я виділила такі джерела фінансових ризиків для економіки України.

Ризики, обумовлені внутрішніми процесами соціально-економічного розвитку

– ризики, що виникають у процесі бюджетного планування (непослідовність реалізації стратегічного бюджетного планування, низька якість прогнозування соціально-економічного розвитку, що покладене в основу бюджетного планування, збереження існуючих механізмів планування бюджетних установ);

- ризики додаткових витрат (зростання витрат бюджету, викликаних коливанням курсу гривні до основних іноземних валют, фінансування популістських політичних рішень, витрати бюджету на підтримку стабільності банківської системи в періоди фінансових криз, ризики пов'язані з фінансуванням державних підприємств);

- ризики зменшення доходів (сповільнення економічного зростання, відсутність адекватних інституційних змін щодо розподілу доходів, збереження високої соціальної нерівності, ризики адміністрування податків,

- ризики, викликані непослідовністю реформ, можна визначити як фіскальні ризики стратегічного характеру (передвиборчі популістські рішення, невиконання зобов'язань перед МВФ)

Ризики зовнішнього походження:

- погіршення світової кон'юнктури (падіння попиту на продукцію галузей українського експорту, зростання цін на енергоносії,

- загострення військово-політичної ситуації з Росією;

- кризові явища у світовій фінансовій системі.

Наведений перелік ризиків є досить загальним і потребує більш детальної розробки стосовно умов соціально-економічного розвитку України. Для повної та стратегічної оцінки фіскальних ризиків необхідно здійснити оцінку бюджетного обмеження, якості бюджетного планування.

Список використаних джерел:

1. Горюнов Е. Теоретические основы, свойства и интерпретация индикаторов бюджетного разрыва / Горюнов Е. // Экономическая политика. – 2016. – Т. 11. – № 2. – С. 112-132. – Режим доступу: http://ecpolicy.ru/pdf/2016_2/goryunov.pdf

2. Fiscal Monitor. April, 2014; Public Expenditure Reform: Making Difficult Choices (2014), World Economic and Financial Surveys // International Monetary Fund [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.imf.org/~media/Websites/IMF/imported-flagship.../_fm1401pdf.ashx

3. Fiscal risks: sources, disclosure, and management/Fiscal Affairs Dept. ; Aliona Cebotari . . . [et al.], editors [Електронний ресурс] / – Washington, DC: International Monetary Fund, 2008. – Режим доступу: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/dp/2009/dp0901.pdf>

4. IMF. Fiscal monitor. Now is the time fiscal policies for sustainable growth. Washington, DC, 2015

5. Vasylieva, T., Harust, Yu., Vynnychenko, N., & Vysochyna, A. (2018). Optimization of the financial decentralization level as an instrument for the country's innovative economic development regulation. Marketing and Management of Innovations, 4, 382-391. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-33>

6. Dkhili, H. (2018). Environmental performance and institutions quality: evidence from developed and developing countries. Marketing and Management of Innovations, 3, 333-244. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-30>

Науковий керівник – к.е.н., доцент **Скляр І.Д.**

КРАУДФАНДИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Ілляшенко Т.О.

студентка гр..Ф-61/1, **Луценко Д.В.**

Сумський Державний Університет

Поточна економічна ситуація в Україні, яка не в останню чергу віддзеркалює наслідки зовнішньої військової агресії для всіх без виключення сфер нашого життя і, зокрема, економічного сектору, характеризується системним дефіцитом фінансових ресурсів, за рахунок яких мали би бути профінансовані десятки і сотні вкрай важливих для бізнесу інвестиційних проєктів.

Нестача та обмежений доступ бізнесу до класичних джерел фінансування інвестиційної діяльності примушує шукати альтернативні можливості і способи фінансування таких проєктів. До такого альтернативного інструментарію забезпечення потреб індивідуальних інвесторів як краудфандинг, який отримав вже своє визнання за кордоном все частіше звертаються і вітчизняні представники малого і середнього бізнесу.

Так як наша країна має низький ступінь розвитку фондового ринку, ми не в змозі використовувати його інструменти та ресурс у повній мірі. Крім того, інвестування коштів для більшості звичайних людей являє собою незрозумілу, проблематичну процедуру, що не викликає довіри через нестабільний економічний стан в Україні в цілому та її банківському секторі зокрема. Як наслідок, постає проблема неможливості залучення тимчасово вільних ресурсів фізичних та юридичних осіб з метою фінансування реалізації усіляких інвестиційних проєктів і програм, які однозначно сприяли би відродженню промислового потенціалу України і покращенню якості життя населення країни в цілому. За офіційними даними НБУ тільки за минулий рік оstarбайтерами було перераховано в Україну чотирнадцять мільярдів доларів, які скоріше будуть спрямовані на споживання, ніж на інвестування у розвиток через відсутність дієвих механізмів такого залучення коштів.

На нашу думку, в такій ситуації варто застосовувати сучасний простий механізм, який дозволяв би задовольняти інвестиційні потреби компаній і бізнесу в цілому за рахунок ресурсів суспільства, активна частина якого готова жертвувати чи ризикнути наявним капіталом. Подібний метод називається - краудфандинг (громадське, колективне інвестування), що виник у розвинених державах. Тобто, краудфандинг представляє собою кооперацію людей, які самі фінансують startup-організацію чи ідею. Проте представлена поміч не є постійно односторонньою. Особи, які інвестують у проєкти, здобувають певну

користь. Ідеї, що мають політичний, культурний, комерційний, особистий та соціальний характер спираються на невелике фінансування, при цьому завзято використовується Інтернет без посередників. Краудфандингова компанія бере на себе контрольну функцію та виступає у якості фінансового посередника. Досліджуваний метод інвестування проєктів є досить новим, адже діє приблизно років двадцять. Він використовувався для збору коштів за допомогою мережі Інтернет здебільш на впровадження культурних проєктів, або невеликих стартапів у всіх галузях повсякденного життя і на сьогодні аналогічних компаній нараховується десятки і сотні.

Саме через вдалу реалізацію краудфандингу в області суспільних програм, він активно починає займати позицію у галузі фінансування масштабних бізнесів та startup. Прихильники досліджуваного способу впевнені у ньому та трактують, що він надає змогу гарним ідеям прорватися та одержати кошти завдяки мудрості натовпу і отримати безкоштовну рекламу без зайвих витрат. Крім того, плюс краудфандингу закладений у автономності, незалежності фінансування від банку, бірж чи венчурних фондів. Засновник проєкту має шанс зібрати кошти без позик та передач авторських повноважень.

За умови, коли проєкт вступив у дію, то для бізнесмена означає остаточний можливість на успіх, так як майбутні клієнти приєднуються до виробництва бізнесу і рекламують його. Проте краудфандинг має недолік, який позначається на відкритості та прозорості ідеї. Через це, конкуренти її можуть вкрасти.

Зарубіжний досвід свідчить, що у більшості випадків вдається зібрати коштів, більше ніж це потрібно було для реалізації ідеї. Краудфандинг переважно використовується у прогресивних, інноваційних ідеях, а саме: винаходи, відео і музика, соціальні проєкти, мода, малий бізнес.

В Україні краудфандинг представлений у таких платформах, як «Спільнокошт», «Куб», «На старті». Завдяки першій компанії, більше десяти проєктів отримали кошти на зйомку кліпів, організацію фестивалів, громадські та екологічні акції, роботу ЗМІ.

На нашу думку, краудфандинг є досить вигідним способом фінансування програм, проте залишаються проблеми, які потребують вирішення: низький ступінь доходу населення; відсутнє нормативно-правове регулювання з боку держави; не достатньо проінформоване суспільство стосовно функціонування краудфандингу; недовіра досліджуваного способу фінансування та ін.

Подолання наведених вище недоліків та розв'язання існуючих проблем дозволить українському бізнесу отримати новий і дієвий спосіб фінансового забезпечення власної інвестиційної діяльності необхідними ресурсами.

АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ЗА ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА: ГОЛОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ

Студент гр. Ф-51/1у, Харченко В.К.

Старший викладач кафедри фінансів і підприємництва Жукова Т.А.
ННІ ФЕМ імені Олега Балацького СумДУ

На сьогодні в основі світових інтеграційних процесів, а також і в діяльності підприємства система внутрішнього і зовнішнього управління: контроль, планування, облік діяльності організації – продовжує змінюватися, тому що на це впливають інтереси підприємства, власників, акціонерів, працівників, що потребує застосування та провадження інновацій в діяльність. Практика говорить, що найефективнішим способом до змін є впровадження внутрішнього аудиту на підприємстві. Головною проблемою в Україні є недооцінка важливості внутрішнього аудиту як сфери контролю на підприємстві. Це можна зв'язати з недостатнім розміром необхідної інформації для розвитку внутрішнього аудиту, що б дало поштовх до покращення до покращення конкурентоспроможності підприємства та підвищення ефективності діяльності. Це і визначає актуальність теми дослідження.

Малі підприємства у більшості випадків не мають достатньої кількості ресурсів для утримання належної кількості персоналу, матеріальних ресурсів та рівня знань працівників для роботи необхідного рівня системи контролю. А у підприємствах-гігантах, які мають необхідну ресурсну базу та кваліфікованих працівників, також є недолік – вони можуть бути неналежно керованими. Наслідком цього є витрати, які використані на організацію контролю і не дали бажаного результату.

Проблематику творення внутрішнього аудиту в організації розглядали вітчизняні вчені: Білуха Н.Т., Бутинець Ф.Ф., Кулаковська Л.П., Рудницький В.С., Усач Б.Ф. та інші.

Щоб краще зрозуміти суть внутрішнього контролю розглянемо 3 функції контролю за:

- повноваження – це забезпечує виконання лише тих операцій, які дійсно сприяють розвитку організації.

- документальне оформлення – контроль, що забезпечує відображення всіх дозволених операцій в облікових регістрах. Цей вид контролю створює умови, при яких операції правильно оформляють обліковими записами і не виправляються без відповідного дозволу.

- збереження – контроль, що сприяє тому, щоб прийняте до обліку майно не могло бути використане не за призначенням.

Наприклад, під час перевірки різних об'єктів на підприємстві проведення внутрішнього аудиту складається з декількох етапів, але сам процес матиме стандартні складові: планування перевірок, які включають зустрічі; збір інформації та фактів про роботу підприємства; визначення стану підрозділів; оцінка системи управління; підготовка аудиторського висновку.

Одними з найбільш поширених проблем контролю та обліку діяльності підприємств ми можемо віднести:

- зловживання службовою посадою (невірне висвітлення прибутків, а також їх привласнення; надмірне списання коштів у касі);

- невиконання своїх обов'язків по роботі або неякісне їх виконання (не читаючи зміст документа, підписувати його, проводити інвентаризацію формально та виконувати покупки у вигідних для особи місцях з отриманням вигоди);

- недостовірно оцінені операції, наприклад, заготівля, виробництво чи реалізація.

Основна причина виникнення цих недоречностей - це власники, які не розуміють сутність, мету і головні завдання внутрішнього контролю та не приділяють належної уваги до будівництва цієї системи ефективного управління та контролю.

Система контролю повинна виконувати функції нагляду і виправляти правопорушення, а не навпаки. На нашу думку, однією з головних ознак контролю повинно бути – постійний характер. Якщо впровадити на всіх рівнях влади країни, області, міста чи села, то створиться система муніципального контролю. А якщо говорити про підприємства, то необхідний підрозділ внутрішнього аудиту. Важливість такого відділу на підприємстві – це здатність власників до постійного контролю за станом організації, знайти і виявити резерви та перспективні шляхи розвитку організації. Внутрішній аудит це гарантія достовірної перевірки економічної ефективності та правильності введення операцій. Для правильної побудови системи контролю особливо важливе місце посідає правильна організація облік цінностей на місцях зберігання продукції, правильне здійснення операцій від надходження та реалізації продукції, а також ефективне використання коштів. Для виконання всіх умов необхідно, щоб керівники розуміли суть діяльності підприємства та операцій, раціонально аналізували їх та впливали на договори щодо реалізації продукції.

Список використаної літератури:

1. Узагальнена інформація про стан аудиторської діяльності в Україні у 2016 році.

2. Білуха М.Т., Микитенко Т.В. Фінансовий контроль: теорія, ревізія, аудит: Підручник. – К.: Українська академія оригінальних ідей, 2005. – 888 с.

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНИХ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ

студентка гр. Ф-71/1 П'ятко Д.А.
Сумський державний університет

Ще раз звернемо увагу на проблеми формування фінансових ресурсів в Україні та виділимо чинники, що впливають на ефективність цього процесу в сучасних умовах. Розгляд проблем формування державних фінансових ресурсів є науковим завданням. Загальною тенденцією сучасного суспільного розвитку є підвищення ролі фінансів у механізмі державного регулювання економіки. Фінансові ресурси країни включають такі, що є у розпорядженні органів державного упорядкування, підприємств, в т.ч. фінансових установ і суспільства (населення). У розпорядженні країни перебувають ресурси бюджетної системи й різноманітних видів централізованих та децентралізованих фондів, а також фінансових інститутів держави. Ще одна частина фінансових ресурсів у країні локалізується в управлінні фірм, установ і організацій різноманітних форм власності та видів діяльності. Також частина — в управлінні фізичних осіб суспільства у видах вкладів, заощаджень і депозитів у банківській системі та в інших фінансових установах. Важливою проблемою вдосконалення фінансових відносин є питання про встановлення розумного співвідношення між централізованими і децентралізованими фінансовими ресурсами [1, с. 50].

Теорія зазначає, що високий рівень податків та обов'язкових платежів і внесків приводить до підвищення фінансових ресурсів країни і зменшення, відповідно, фінансових ресурсів фірм, що досить негативно позначається на результатах їхньої діяльності, зменшує рівень матеріальної зацікавленості у досяганні зростання показників, а також стимулює відтік коштів у тіньовий бізнес. Проте, на сьогодні існує нагальна необхідність визначення основних проблем щодо фінансових ресурсів країни в умовах фінансово-економічної нестабільності. Проблема ефективного формування та керування державними фінансовими ресурсами значно погіршується в умовах їх недостатності, що є результатом сучасних політичних обставин. До такої ситуації призвело різке зменшення бази оподаткування, яка є джерелом податків. Знизились і доходи окремих юридичних осіб, разом з цим і податкові надходження від фізичних осіб. У таких умовах особливо уважно потрібно відноситись до збереження і ефективного залучення ресурсів, що вдалося мобілізувати країні.

Систему оподаткування, що склалася на поточний момент, можемо характеризувати як «споживницьку» з точки зору, що система оподаткування в останні роки вирішувала лише поточні бюджетні проблеми і не забезпечувала стимулювання розвитку виробництва. Ще, також, залишається мало врегульованою ситуація з адмініструванням платежів до бюджетів. Ухилення підприємств від оподаткування ще мають місце, а їх причини зумовлені,

насамперед, корупційними факторами.

Загалом, збільшення доходів державного бюджету можливе за рахунок або підвищення рівня оподаткування, або додаткового залучення неподаткових надходжень. Підвищення рівня оподаткування сьогодні є неможливим, навпаки його необхідно знижувати. Основний шлях збільшити податкові надходження до бюджетів — це розширення бази оподаткування на підставі економічного зростання за рахунок розширення як кількості так і внутрішніх фінансових ресурсів підприємств і домашніх господарств [1, с. 51].

На практиці доведено, що самоврядування є дієвим лише у тому разі, якщо володіння потрібними фінансовими та матеріальними ресурсами є достатнім для досягнення поставлених цілей соціально-економічного спрямування. Серйозним є питання стабілізації доходних джерел бюджетів держави і органів місцевого самоврядування. Головним джерелом забезпечення останніх мають бути власні бюджетні доходи, а не надходження з центральних органів.

Отже, фінансові ресурси відіграють серйозну роль у розвитку економіки країни. Раціональне залучення фінансових ресурсів підтримує та розвиває рівень життя суспільства. Фінансові ресурси є важливим фактором процесу відтворення на всіх етапах розвитку, але створення фінальної структури відтворення забезпечується на етапі розподілу, де встановлюються відношення між фондами накопичення, відшкодування і споживання, де розподіляються доходи між виробниками матеріальних благ, галузями господарювання та соціальними прошарками. Також однією з основних умов визначення змісту й призначення фінансових ресурсів є пошук їхньої взаємозалежності з вартісною структурою ВВП.

Провідне місце у створенні фінансових ресурсів має бюджет як головний фонд фінансових ресурсів. Таким чином аналіз доходів до бюджету країни, доходів від податків, антидефолтних показників як державного так і гарантованого боргу держави є доцільними при дослідженні особливостей становлення фінансових ресурсів країни. На відмінну від фінансів підприємницьких організацій та суб'єктів фінансового ринку, які були реформовані за дуже короткий час і здійснюють свої функції до тепер на ринкових засадах, фінанси держави трансформуються ще порівняно повільно, застосовуючи поступові та поетапні механізми реформ.

Список використаних джерел:

1. Рожко О. Специфіка формування фінансових ресурсів держави в умовах фінансової кризи. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. 2012. № 1(132). С. 49-52.

Науковий керівник – **Зайцев О.В.**,
к.е.н., доцент кафедри фінансів і підприємництва,
Сумський державний університет

ТОРГОВА МАРКА ТА ТОРГОВИЙ БРЕНД ЯК ІНСТРУМЕНТИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ: ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ

студент гр.Ф-51/1у, **Берестовська Ю.О.**

Старший викладач кафедри фінансів і підприємництва **Жукова Т.А.**
ННІ ФЕМ імені Олега Балацького СумДУ

У сучасному суспільстві постала проблема ідентифікації продуктів або послуг. Таким ідентифікатором являється бренд, котрий уособлює в собі уявлення суспільства про продукт. Але бренд немає юридичного захисту з боку держави. Тому найчастіше підприємці реєструють результати своєї діяльності під назвою певної торгової марки.

Торгова марка – це ознака, за допомогою якої кожен покупець, може визначити товар (продукт або послугу) одного продавця і побачити відмінність цього товару від товару конкурентів. Назва торгової марки повинна бути органічною, так як це впливає на аудиторію, провокуючи до купівлі продукту. Це може бути логотип, символ, назва, малюнок та ім'я товару. Бренд – це образ, який утворюється в голові споживача. На відміну від бренду власник повинен пройти процедуру оформлення ТМ [1]. Це надасть йому юридичні та майнові права. Також це присвоєння авторських прав, які в майбутньому попередять проблеми плагіату.

Актуальною проблемою серед власників торгових марок є намагання обійти закон різними способами. Прикладом є назви мінеральних вод, які апелюють до місця її виготовлення. А саме «Трускавецька», «Миргородська», «Іволжанська». На нашому ринку можна зустріти декілька видів цієї продукції. Поряд із оригіналом на ринку можна побачити багато підробок. А ще є дуже багато прикладів, коли невідомі бренди копіюють відомі, змінюючи в назві лише одну літеру, тим самим вводять в оману покупців. А деякі люди купуючи підробку починають думати, що у справжнього бренду зіпсувалась якість. А це завдає дуже великих збитків виробникам оригіналу, нам споживачам, а ще великої шкоди довколишньому середовищу.

У більшості країн світу власник логотипу має повне право заборонити використання своєї торгової марки або схожої на неї, якщо вона зареєстрована у національному або регіональному державному органі влади. Також у багатьох країнах на загальновідоміші торгові марки поширюється режим правової охорони, що передбачає заборону її використання способами, які завдають їм шкоди, ослаблюють репутацію або призводять до незалежного вилучення прибутку за рахунок репутації відомого бренду[2].

Але в нашій країні через недосконалість законодавства, щодо захисту інтелектуальної власності та використання географічних назв у

найменуваннях торгових марок, багато аферистів користуються відомими брендами. Тому торгова марка потребує в нас набагато впливовішого законодавчого захисту. Велика кількість підприємців не захистили право на торгову марку, цим самим даючи можливість своїм конкурентам зі схожою продукцією, яка має свідоцтво про державну реєстрацію схожої торгової марки, успішно реалізовувати свій товар. Тому потрібно розробити певний план, щодо розвитку вітчизняних брендів та дати чітке поняття як можна захистити інтелектуальні права. Захистом торговельних марок займається багато державних установ. Зокрема: Державний департамент інтелектуальної власності, а також Установа і сукупність експертних, наукових, освітніх, інформаційних та інших державних закладів відповідної спеціалізації, що входять до сфери управління Установи. Діє спеціальний закон у сфері охорони прав на торговельні марки – Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг». На реалізацію положень зазначених законів прийняті відповідні підзаконні акти (Правила складання, подання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг, затверджені наказом Держпатенту України від 28.07.1995 р. № 116 в редакції наказу від 20.08.1997 р. № 72)[3].

Незаконне використання торгової марки або бренду, карається законом. А саме - це штрафні санкції, конфіскація продукції, зняряд виробництва та сировини, а також кримінальна відповідальність. Для правової охорони та захисту торговельних марок необхідно систематизувати державні управлінські функції у цій сфері та адекватно їх перерозподілити між органами виконавчої влади, удосконалити реєстрацію знаків та товарів торгових марок, виробити єдині способи оцінки схожесті позначень у логотипах. Також правова охорона торговельних марок повинна бути доступною та недорогою, а також дуже ефективною. А це надасть нам можливість зробити великий крок уперед до розвитку правової держави.

Список використаних джерел:

1. Торгова марка та бренд. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://moyaosvita.com.ua/biznes/chim-vidriznyayetsya-brend-vid-marki/>
2. Правова охорона торгових марок. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?
3. Проблеми захисту торгових марок в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=38559>

РОЛЬ СТАТУТНОГО ФОНДУ ЯК ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

д.е.н., професор **Борнос В.Г.**

Студентка **Соловей І.В.**

Сумський державний університет

Як відомо, без стартових інвестицій неможливо розпочати будь-який бізнес, адже навіть найменше підприємство вимагає певної суми, щоб зареєструвати його в органах виконавчої влади, відкрити рахунок у банку, виготовити печатки і штампи, придбати необоротні і оборотні активи, найняти працівників тощо. Для цього необхідно авансувати гроші, які використовуються на різні платежі, а частина вноситься на поточний рахунок у банку.

Основу власного капіталу підприємства складає статутний капітал, який є важливою складовою процесу утворення і функціонування будь-якої юридичної особи. Реалізація найбільш значимих заходів щодо налагодження фінансово-господарської діяльності забезпечується фінансуванням зі статутного фонду, який є базою формування капіталу підприємства, фундаментом його діяльності, запорукою стабільності та надійності.

Сучасні умови вітчизняної економіки далекі від ідеальних, і ринкова вартість акцій часто формується досить стихійно. Ефективне функціонування підприємств значною мірою обумовлюється структурою та розміром капіталу. Тому дослідження проблем формування та оптимізації структури статутного фонду набуває особливої актуальності.

Статутний фонд – це сукупність внесків засновників або учасників в майно під час створення підприємства для забезпечення його статутної діяльності, розмір якого визначається установчими документами відповідно до чинного законодавства.

Розглядаючи економічну сутність, варто відзначити найважливіші характеристики капіталу, які полягають у тому, що він постає основним чинником виробництва; характеризує фінансові ресурси підприємства, які приносять прибуток; використовується як головне джерело формування добробуту його власників; є головним виміром ринкової вартості підприємства. Його динаміка є важливим показником ефективності господарської діяльності підприємства.

Основною метою будь-якого підприємства є отримання прибутку, і тому реалізувати її воно може лише за умови збереження власного капіталу. Таким чином, статутний капітал постає необхідною умовою діяльності підприємства і виконує такі функції:

– засновницьку (кошти, внесені до статутного фонду, складають основу для підприємницької діяльності підприємства під час його створення);

- регулятивну (визначає частку кожного учасника, що впливає на розподіл майна у разі виходу зі складу власників);
- довгострокового фінансування (використовується підприємством протягом тривалого часу);
- організаційну (служить фактором, що впливає на менеджмент товариства);
- гарантійну (гарантує виконання вимог контрагентів).

Порядок і джерела формування статутного фонду залежить від типу підприємства і форми власності, на базі якого воно функціонує.

Крім того, що статутний фонд є основним та умовно безстроковим джерелом фінансування господарської діяльності та погашення збитків підприємства, він ще є одним із найвагоміших показників, які використовуються при оцінці фінансового стану підприємства, оскільки показує як ступінь фінансової незалежності від зовнішніх джерел фінансування, так і ступінь кредитоспроможності підприємства (здатності негайно виконати зобов'язання перед кредиторами у відповідності до фактично наявного у підприємства капіталу).

Таким чином, розмір статутного фонду певною мірою впливає на можливість зовнішнього фінансування, ділову репутацію підприємства. Величина статутного фонду, яка визначає участь кожного з засновників, акціонерів у капіталі підприємства, є критерієм визначення суми прибутку, яку кожен із них одержує при його розподілі.

Приведення величини статутного капіталу до реально необхідного рівня також може допомогти підприємству почати свою статутну діяльність і підвищити довіру третіх осіб до підприємства і, як наслідок, до можливості залучення необхідних ресурсів за нижчими цінами.

Список використаних джерел:

1. Fedulova, I., Piatnytska, G., & Lukashova, L. (2018). Small business in Ukraine: peculiarities and problems of development in the conditions of the fourth industrial revolution. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 216-228. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-19>

РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ: БЮДЖЕТНИЙ МЕХАНІЗМ

аспірант **Товстуха О.В.**
Сумський державний університет

Запорукою успішності території є її соціально-економічний розвиток. Проте він не можливий без побудови ефективних підходів до взаємовідносин між різними рівнями владних органів. Одним з механізмів, що формують такі відносини є бюджетне регулювання.

Бюджетне регулювання – це сукупність комплексу дій направлених на формування та використання централізованих грошових фондів [1].

Виходячи з цього визначення, в контексті соціально-економічного розвитку на даний механізм покладається функція із забезпечення сталого соціального та економічного розвитку території [2].

Процедурна організація бюджетного механізму регулювання соціально-економічного розвитку направлена на єдність у взаємовідносинах учасників бюджетного процесу та забезпечення виконання факторів необхідних для забезпечення сталого розвитку.

Насьогодні бюджетний механізм регулювання соціально-економічного розвитку набуває більш вагомого значення, а значить потребує глобального переосмислення. Це обумовлено процесом децентралізації, що відбувається в країні, та рядом пов'язаних реформ (серед яких фіскальна, освітня та медична), що мають значний вплив на соціальний розвиток територій. А врахування змін викликаних ними в фінансово-економічних відносинах між різними рівнями влади дозволить побудувати більш ефективний механізм бюджетного регулювання соціально-економічного розвитку.

Отже, наявний насьогодні бюджетний механізм регулювання соціально-економічного розвитку не дозволяє в повній мірі відчувати переваги від децентралізації та супутніх реформ. Проте навіть за таких умов спостерігається позитивна тенденція до забезпечення сталого розвитку території, посилення яких можливе лише за умови перегляду даного механізму.

Список використаних джерел:

1. Качний О. С. БЮДЖЕТНИЙ МЕХАНІЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ [Електронний ресурс] / О. С. Качний // Інвестиції: практика та досвід, №7. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.investplan.com.ua>.
2. Datsii, N.V. (2015), "World experience of the formation and development of civil society and social state", Visnyk Natsional'noho universytetu tsyvil'noho zakhystu Ukrainy, vol. 4 (1), pp. 25-34.

GREEN FARMING: WORLD TENDENCIES AND UKRAINE

associate professor **Chygryn O.**

student **Chmut A.S.**
Sumy State University

Today the development of organic agriculture is one of the most promising directions for the development of any state. Ukraine with its favorable conditions for organic agricultural production: climatic conditions, geographical location, proximity to potential internal buyers, large territory with fertile soils, begins to use its own potential for the domestic organic production. Organic animal breeding harmoniously unite soil, plants and livestock, taking into account the physiological needs and behavior of farm animals and feeding them with high quality, organically grown forages. Stock breeding is extremely important for organic farming system in relation to the maintenance of the current level of soil fertility and its increase; influence on flora through cattle grazing; biodiversity increase through simplification of additional interaction of species within the farm, and diversification of management system. At the same time, Ukraine has an ideal environment for the development of organic poultry, and therefore, in the near future, has every chance to become a powerful organic poultry exporter. The organic poultry market is characterized by a growing supply and demand for poultry and eggs. Currently, 1,2% of the world's agricultural land is organic. The highest organic shares of the total agricultural land, by region, are in Oceania (6,5 %) and in Europe (2,7%; European Union 6,7%). However, some countries reach far higher shares: Liechtenstein (37,7%) and French Polynesia (31,3%) have the highest organic shares [1, 11]. Figure 1 demonstrates the increasing share of global organic product market.

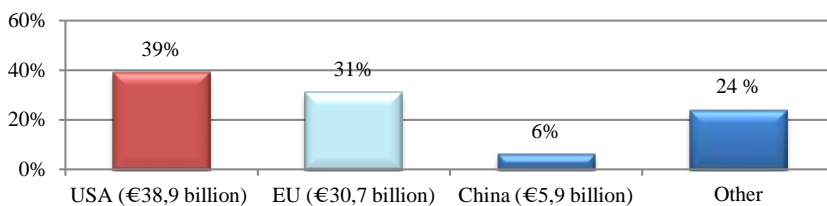


Figure 1. The share of global organic product market by country

Organic farming as a holistic system of farming and production that combines best practices of natural resource conservation, the application of high standards of proper maintenance of animals and production methods that meet certain requirements for products which are manufactured using natural substances and processes [12]. The long-term experience of different countries demonstrates the ecological, economic and social benefits of organic production.

The world market of certified organic products was valued more than \$100 billion in 2016–2017. It proves the development of world green production technologies. Meanwhile, according to the Swiss-Ukrainian FIBL project [2], Ukraine ranks 11th among the European organic producers and 5th for organic production increase. Ukraine could become one of the five largest organic producers in the world by 2020. In recent years, Ukraine’s organic product market has been increasing due to organic raw materials processing. In particular, it refers to cereals, flour, dairy and meat products, juices, syrups, jam, honey, oil, tea, and medical herbs. However, Ukrainians consume far less organic products (€3 per capita) than the EU residents (€53.7 per capita). Ukraine ranks 25th in organic product market volume in Europe: the hectare of organic land gives €50 to the domestic market, compared to €2,455 in Europe [1]. Due to a wide diversification of the domestic agricultural products and the characteristics of each agricultural production sectors, it is obviously impossible to find a single suitable strategy that satisfies the whole agrarian sector. Each sector of agricultural production must be considered separately. It is necessary to move from the general rules to specific steps, from organic market “origin” to “a market share” or at least “active development”.

The analysis of European tendencies and peculiarities of domestic organic poultry farming development allowed formulating the main development constraints of the domestic industry.

1. Low buying power of Ukraine’s population. 2. Low consumer awareness. “Organic poultry” market is shared with “home farm poultry” market. 3. Labor-intensive certification process. 4. Chicken age is a significant constraint in organic poultry farming.

Thus, it takes six months from purchasing of chicks to laying the first eggs, which means direct losses and significant influences on the entrepreneurs’ interest in this industry. However, despite these constraints, the future of organic poultry farming is promising. This speaks for the development potential of the whole agricultural sector. First, the organic production is twice and a half more labor intensive than conventional agricultural production. In Ukraine the enterprises need five times more employees as the level of technical equipment is much lower. Second, small households may become potential organic producers.

References:

1. Willer, H., Lernoud, J. (2018). *The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends 2018*. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM – Organics International, Bonn. Retrieved from <http://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2018.html>.

2. IFOAM – Organics International (2017): *Organic Landmarks*. The IFOAM.bio website. IFOAM – Organics International, Bonn. Retrieved from <https://www.ifoam.bio/en/what-we-do/organic-landmarks>.

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК ПЕРЕДУМОВА СТАЛОГО РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Студенти групи 402-ЕП Заплава О.Ю., Введенська А.В.
Полтавський національний технічний університет Імені Юрія Кондратюка

Креативна економіка – це галузь світової економіки, що швидко розвивається. Вона динамічна в частині генерування доходів, створення робочих місць і розвитку експорту, оскільки менше прив'язана до матеріальних ресурсів. Важливим методологічним питанням є обґрунтування показників, які слід покласти в основу виявлення і вивчення потенціалу креативної економіки. "Індекс креативності" є базовим показником стану регіону в креативній економіці, його доцільно використовувати в якості барометра довгострокового економічного потенціалу регіону. Індекс креативності розраховано як середнє арифметичне індексу таланту, технології та толерантності, а кожен із проміжних індексів (індекс креативного класу, людського капіталу, наукового таланту, інвестицій в науку та індекс інновацій) доцільно розраховувати шляхом ділення показника кожної області на середньозважений показник.

Авторами було проведено оцінювання ступеня розвитку креативної економіки для кожного регіону України, що дало змогу виокремити креативні центри та регіони-аутсайдери.

Регіони України мають сприятливу базу для зростання частки креативного сектору у ВВП, підвищення творчого складника всіх процесів, товарів та послуг і проникнення креативних та нестандартних рішень у всі галузі народного господарства, що суттєво підвищить створювану у них додану вартість. Безперечними лідерами за індексом креативності є Харківська та Дніпропетровська області, які мають інфраструктурні умови та потенціал для створення нових форм креативного підприємництва. Високі позиції розвитку креативної економіки в цих областях забезпечуються через наявність в регіонах значного наукового та технологічного потенціалу, потужної освітньої та наукової бази і відповідно високим рівнем розвитку індустрій інноваційно-креативних послуг.

Відповідно до виявленого потенціалу до перспективних видів діяльності Харківської області слід віднести: наукову діяльність, тобто дослідження та впровадження нових технологій; освіту, адже харківські ЗВО користуються попитом в Україні; сферу послуг, а саме розширення мережі готелів та ресторанів, покращення транспортного обслуговування, реконструкція зон відпочинку.

Для Дніпропетровської та Запорізької області перспективною буде інноваційна діяльність, тобто трансформація вже існуючих наукових розробок

у покращений продукт, залучення бажаючих до створення креативних інноваційних проєктів. При цьому Дніпропетровська область має значний потенціал до розвитку наукової діяльності. Для Одеської області основною є туристична діяльність, адже вигідне географічне положення регіону сприяє великій кількості туристів. Цьому також сприяє й менталітет українців, притаманними рисами яких є кмітливість, винахідливість, працьовитість, тощо.

Недостатній розвиток інших областей пояснюється недосконалістю нормативно-правового поля розвитку індустрій та недостатнім рівнем фінансового забезпечення їх функціонування.

Креативний сектор в економіці України є сформованим, розвивається та збільшує вклад у генерування ВВП. Але вектор на побудову повноцінної «креативної економіки» ще не обраний до реалізації, хоча її привабливість як основи стратегії соціально-економічного зростання України нині, в умовах, що склалися, є надзвичайно високою. Інноваційний прорив здійснюють ті регіони і країни, в яких культурне розмаїття спочиває на міцному фундаменті ефективних інститутів і сильної місцевої влади. Значні резерви пробудження творчої активності та інноваційного підприємництва закладені в регіональних і муніципальних інструментах підтримки малого і середнього бізнесу, формування інтелектуальних територій, покращення людського капіталу, сприяння культурній та духовній різноманітності і стимулювання творчої діяльності місцевого співтовариства.

Очікувані ефекти від усебічного розвитку та динамічного зростання креативного сектору економіки України: вихід країни із перманентної економічної кризи, соціально-економічне зростання, підвищення інноваційної економіки, створення нових робочих місць, зменшення розриву у рівнях соціально-економічного розвитку з розвиненими країнами, зміна суспільної свідомості та закріплення нового типу мислення, що відповідає сучасним реаліям.

Список використаних джерел:

1. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее [Электронный ресурс] / Р. Флорида / пер. с англ. – 2005. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/745279>.

2. Сотнікова Ю.В. Креативна економіка в Україні: реальність чи перспектива? / Ю.В. Сотнікова // Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика. – 2017. – №3. – С. 123-127.

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ УКРАЇНИ: ОЦІНКИ, МОЖЛИВОСТІ Й НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ

доцент, **Сабадаш В.В.**
група ЕН.м–81/2пi **Власенко А.В.**
Сумський державний університет

Зростання рівня соціально-економічного розвитку, що наближувало б країну до міжнародних стандартів і економіко-політичної об'єктності у геополітичному просторі, серед інших значною мірою забезпечується інвестиційними ресурсами, зокрема іноземними. Динаміка, інтенсивність та результативність інвестиційних процесів визначаються сформованим у країні (регіоні) інвестиційним кліматом (ІК), який визначається інвестиційним потенціалом та інвестиційними ризиками. Відповідно, оцінювання інвестиційного клімату країни (регіону) завжди є актуальним питанням конкурентоздатності економіки. Інвестиційні рішення базуються насамперед на таких оцінках і дослідженнях. Формування сприятливого ІК було й залишається актуальним завданням для національної економіки, особливо у період політичної, економічної й соціальної нестабільності і серйозних геополітичних викликів. Інвестиції (внутрішні й зовнішні) є основним драйвером економічного зростання, модернізації виробництва й соціальної сфери, нарощення обсягів виробництва товарів (послуг) й споживання.

Спираючись на результати досліджень [1–3], визначимо такі ключові чинники оцінювання ІК країни: нормативно-правовий, політичний, економічний, фінансовий, соціально-культурний, міжнародні відносини, розвиток ринкової економіки, загальні умови господарювання. Своєрідним «барометром» прийняття інвестиційних рішень для економічних суб'єктів слугує ранжування країн авторитетними міжнародними організаціями/ інституціями за обраними показниками і критеріями. Такі рейтинги є досить достовірним джерелом інформації для великих компаній та інвестиційних фондів, оскільки характеризують широкий спектр економіко-соціальних, комерційних, технологічних, фінансових, законодавчих, інвестиційних, ін. процесів у національних економіках і допомагають визначитися із найбільш привабливими та прибутковими країнами-реципієнтами чи галузями інвестування. Незважаючи на певні незначні покращення рейтингових позицій за останні роки, загалом Україна має міжнародні бізнес-рейтинги, які важко назвати задовільними (табл. 1). Аналіз причин і факторів такої ситуації (зокрема, [4]) дозволяє нам визначити такі ключові: слабкий рух економічних реформ (зокрема, у фінансовій, митній, зовнішньоекономічній сферах); вкрай низька ефективність судової реформи (зокрема, захист прав інвесторів). Так, у щорічному рейтингу верховенства права міжнародної неурядової організації World Justice Project Україна посіла 77 місце (із 126 країн; 2019 р.), країни-сусіди – Таїланд, Сербія; РФ – 88 поз., Білорусь – 66 поз. Індекс відображає забезпечення законності в державі, зокрема стану урядових повноважень, рівня корупції, відкритості уряду, фундаментального характеру

права, забезпечення безпеки й порядку, цивільного і кримінального правосуддя; політична й економічна нестабільність, як наслідок – високі інвестиційні ризики; висока частка державних підприємств в економіці (зазвичай, із низькоефективним менеджментом); значний рівень корумпованості (за Індексом сприйняття корупції 2018 р. – 126 поз. у рейтингу із 183 країн; країни-сусіди – Ліберія, Малаві, Малі, Джибуті, Габон, Казахстан); низький рівень дерегуляції, зокрема економічної; бюрократизованість процедур і нереформована дозвільна система; неможливість розроблення й реалізації економічними суб'єктами стратегій розвитку через невизначеність і ризики бізнес-середовища; значний тіньовий сектор національної економіки; анексія РФ АР Крим; збройний конфлікт на Сході України. Слід вказати й на такі чинники, як техніко-технологічна відсталість, що поступово «консервується»; відтік робочої сили на закордонні ринки (за експертними оцінками та відповідного міністерства, 7–9 млн. осіб); скорочення кількості населення (майже 30 тис. осіб/міс. у 1 кв. 2019 р.) і старіння нації. Превалювання державних підприємств перешкоджає розвитку приватного сектора, що стримує інвестиційним потоки.

Таблиця 1 – Україна в ключових міжнародних рейтингах

Рейтинг	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2019 р., країни-сусіди
<i>Індекс економічних свобод</i>	162	166	150	147	РФ – 98, Польща – 46, Білорусь – 104
<i>Doing Business – Легкість ведення бізнесу</i>	80	81	76	71	РФ – 40, Польща – 24, Білорусь – 37
<i>Індекс глобальної конкурентоспроможності (складається за два роки)</i>	79	85	81	X	Польща – 39, РФ – 38

Джерело: складено авторами на основі [5–7].

Спираючись на дослідження [8; 9] і критичний аналіз поточної економічної ситуації в Україні, можемо визначити такі дієві заходи з покращення ІК та привабливості бізнес-середовища національної економіки: невідкладна реформа судової системи і відновлення довіри міжнародних інвесторів; подальша валютна лібералізація; суттєва дерегуляція контролюючих та дозвільних систем; суттєве зниження рівня корупції, “сгону”-економіки та реальне функціонування дійсно незалежних антикорупційних інституцій; подальше спрощення процедур з організації бізнесу та його ліквідації; реальна підтримка МСБ; проведення реформи ДФС та МС України; ефективне таргетування інфляції та зниження ставки рефінансування, що сприятиме розвитку підприємництва й бізнес-ініціатив.

Список використаних джерел:

1. Резник Н. П. Чинники формування інвестиційного клімату / Н. П. Резник // Інвестиційні пріоритети епохи глобалізації: вплив на національну

економіку та окремий бізнес : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – Дніпропетровськ, 2008. – Т. 1. – С. 25–27.

2. Третяк Н. М. Фактори формування інвестиційного клімату в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://fp.cibs.ubs.edu.ua/files/1303/13tnmffi.pdf>.

3. Пажина С. Л. Формування простору чинників інвестиційної діяльності регіону [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://ndc-ipr.org/media/documents/business-inform-2012-6_0-pages-62_65.pdf.

4. Гура А. О. Інвестиційний клімат в Україні: сучасний стан та напрями покращення // Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди «Економіка». – Харків, 2015. – Вип. 15. – С. 188–196.

5. *Index of Economic Freedom* [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.heritage.org/index/>.

6. The World Bank, Doing Business [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.doingbusiness.org/en/rankings>.

7. World Economic Forum / Офіційний сайт – Режим доступу : <https://www.weforum.org/>.

8. Анісімова Л. Б. Напрями підвищення інвестиційної привабливості України для іноземних інвесторів / Л. Б. Анісімова, С. В. Качула, О. О. Каліберда // Економічний простір: Зб. наук. праць. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2011. – № 50. – С. 30–39.

9. Швець В. Я. Аналіз інвестиційного клімату в економіці України та шляхи його покращення / В. Я. Швець // Економічний нобелівський вісник, 2014. – №1. – С. 502–508.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

доцент Євдокимов А.В.
аспірантка Срібранець Ю.С.
Сумський державний університет

На всіх етапах розвитку системи державних закупівель в Україні ставиться одна й та сама мета: добросовісна конкуренція в умовах прозорості та відкритості для усіх учасників закупівельного процесу.

Хоча сам факт наявності централізованого закупівельника в особі держави не гармонує з принципами ринкової економіки, проте без системи державних закупівель не обходиться жодна країна ЄС.

Процес формування системи державних закупівель в Україні супроводжувався проблемами від законодавчого забезпечення на рівні держави до професійної підготовки кадрів на місцях.

На початку 1990-х років поняттю «державні закупівлі» передував термін «державне замовлення». Першопричиною введення державного замовлення була неспроможність виробляти планові обсяги продукції в умовах обмеженості наявних матеріальних ресурсів. Тому державним замовленням було охоплено близько $\frac{3}{4}$ народного господарського виробництва, яке мало повне ресурсне забезпечення. З часом сама система централізованого планування розподілу ресурсів і виробництва продукції вже не підтверджувала свою дієздатність. Відповідно трансформувались функції державного замовлення, як засіб забезпечення потреб споживачів, що утримуються за рахунок державного бюджету [1]. Нормативно-правова база у ці роки регулювала здебільшого механізм держзамовлення в іноземного постачальника на конкурсних засадах з використанням міжнародних норм. У той же час внутрішньодержавні контракти укладалися на директивних засадах. Такий стан речей суперечив стратегічній меті та не сприяв розвитку відкритої ринкової соціально-економічної системи.

У 1997-1998 роках були прийняті нормативні акти, які наближали процедури розміщення державних замовлень до вимог системи Світової організації торгівлі. Однак рівень виконання закупівель на таких умовах був досить низьким – лише 2% процедур закупівель товарів, робіт та послуг [2].

Форма проведення державних закупівель змінювалась з року в рік: з 2000 по 2006 роки оголошення про початок та результати закупівлі, а також акцент, публікувались в паперовому «Віснику державних закупівель»; з 2006 по 2008 рік – платний доступ до звітування держпідприємств через веб-портал приватного монополіста; 2008 рік – створення безкоштовного державного веб-порталу з низкою доступних ключових документів; 2012 рік – виведення з-під відкритого режиму закупівель держпідприємств за власні кошти; 2014 рік – значне розширення інформації для обов'язкового оприлюднення, ускладнення

безкоштовного та спроба запровадити платне розміщення, постійна загроза зриву вчасного оприлюднення інформації про закупівлі, скасування паперового «Віснику державних закупівель» [3].

В рамках Угоди про асоціацію між Україною та ЄС та приведенням законодавства України до відповідних норм, з 2016 року державні закупівлі здійснюються через електронну систему, що представлена централізованим веб-порталом та комерційними майданчиками, які конкурують між собою. Поняття «державні закупівлі» влилося в поняття «публічні закупівлі». «Всі все бачать» – наразі прозорість процесу державних закупівель забезпечується на всіх етапах закупівельного процесу від планування до постачання товару. Мається на увазі відкритість процедури закупівлі, безпосередність її проведення, доступність до інформації про торги громадськості. Такі трансформації підвищили обізнаність громадян, адже саме вони є кінцевими споживачами послуг і тими, хто насправді платить за них через оподаткування.

У порівнянні з попередніми системами фахівці визначають переваги використання електронних закупівель у наступному: 1) значна економія робочого часу, 2) економія грошових засобів на організації і проведенні закупівель, 3) зменшення впливу “людського фактору”, 4) прозорість і відкритість процесу закупівлі, 5) чесна конкуренція, рівні права всіх учасників, 6) спрощення участі в процедурах закупівлі, 7) високий рівень безпеки і захисту інформації.

Переваги системи електронних закупівель також підтверджуються фактичними діями розпорядниками державних коштів: у перший рік впровадження електронних закупівель було оголошено 414,77 тис. тендерів на очікувану вартість 273,75 млрд. грн., а економія коштів за результатами їх проведення склала 12,38 млрд. грн. [4]

Список використаної літератури:

1. Державне регулювання закупівель в умовах реалізації адміністративної реформи / Івано-Франківський центр науки, інновацій та інформатизації. – Івано-Франківськ: 2012. – с. – 82.

2. Шатковський О. Розвиток законодавства України щодо державних закупівель: від еволюції до революції / О. Шатковський // Радник в сфері державних закупівель, 2015. – № 5(44). – С. 44-48

3. Гармонізація системи державних закупівель в Україні зі стандартами ЄС. Звіт про результати проведення пілотного тренінгу, присвяченого якісному поліпшенню громадянської активності у сфері державних закупівель. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://eupublicprocurement.org.ua/wp-content/uploads/2014/12/Final-Report-on-NGOs-Pilot-Training-25-26-Sept-UKR.pdf>

4. Публічний модуль аналітики. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://bi.prozorro.org>

ЗЕЛЕНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СУЧАСНОМУ ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

студентка **Кучеренко П.В.**
Сумський державний університет

В останні десятиліття одним з найважливіших факторів, що впливають на розвиток економіки, стала концепція сталого розвитку. Сталий розвиток – це глобальний і комплексний процес, тут є безліч складових – соціальна, економічна, екологічна та інші. Готелі, які прагнуть йти в ногу з часом, впроваджують в свої плани розвитку елементи «зеленого бізнесу» – такого бізнесу, при якому повсюдно здійснюється екологічно «дружня» діяльність.[1]

Не секрет, що впровадження «зелених» технологій – справа досить витратна, тому тривалий час українські готелі відставали від європейських у яких слова «стійкий» і «зелений» вже давно міцно увійшли в діловий лексикон. Але крім чисто економічного чинника є ще кілька аргументів для обґрунтування переходу на «зелені рейки»:

1) Як це не здається дивним, врешті-решт, грамотна екологічна політика в готелях призведе до економії коштів. Наприклад, встановивши більш дорогі енергозберігаючі лампочки, через деякий час можна буде скоротити на 20-40% витрати на електроенергію. У готелі Holiday Inn в Торонто на початку 2000-х років встановили змішувачі низького тиску і аератори для душу, за рахунок чого за рік заощадили приблизно 13,5 тис. доларів США.[2]

Можна пригадати безліч способів для економії коштів - використання безводних бачків, що змивають в туалетах, економічних посудомийних пристроїв, люмінесцентних ламп і енергозберігаючих лампочок розжарювання, датчиків руху, що включають світло в приміщенні тільки тоді, коли там хтось знаходиться. Також, наприклад, багато готелів пропонують клієнту самостійно вибирати, коли змінити рушник – це може дозволити істотно зекономити на пральних засобах, водних ресурсах для прання і, як наслідок, дозволить скоротити витрати.

2) Переваги над конкурентами. Екологічні сертифікати та інші документи, що свідчать про відповідність українським і міжнародним стандартам - це ще й чудовий маркетинговий привід, що цілком підсвідомо мандрівники, вибираючи з двох приблизно однакових варіантів, віддають перевагу більш надійному готелю. Особливо це є дуже актуальним у наш час, адже зараз людина намагається якісно та з розумом відноситись до природи та екологічності.

3) Екологічні програми – ефективний засіб підвищення мотивації персоналу. Багато компаній перенаправляють зекономлені в результаті реалізації екологічної стратегії кошти на виплату заробітної плати працівникам. Співробітник, знаючи, що від успішної реалізації тієї чи іншої

програми він отримає винагороду, буде мати стимул. Працівник сам буде прагнути до якісного виконання своєї частини роботи по досягненню мети.

4) Лояльність клієнтів. Також багато мандрівників звертають увагу на те, як в готелі підходять до питання екології. Якщо гості дізнаються, що пляшки, банки і папір відправляються на переробку, а не на звалище, якщо вони знатимуть, що в ресторані подається їжа з органічних продуктів, а для трансферу використовувався автобус з екологічним двигуном, це, безумовно, буде тільки плюсом в його особистому рейтингу готелів.

5) Один з найважливіших аргументів до реалізації програм сталого розвитку - відповідність нормативним вимогам. Якщо зараз підприємства реалізують подібні програми на добровільних засадах, то в якийсь момент вимоги можуть посилитися, і тоді у вигідному становищі опиняться ті готелі, які свого часу вже почали реалізовувати екологічну програму. Решта ж ризикують втратити можливість займатися організацією проживання.

6) Мінімізація ризиків. Традиційно стратегія управління ризиками в готелях концентрувалася на безпеці і охороні здоров'я – контролі якості продуктів харчування і води, боротьбі з шкідниками, пожежної безпеки, захисту від стихійних лих, профілактики спалахів захворювань і охорони безпеки гостей. Зараз же цей список можна поповнити ще і екологічними пунктами. До них відносяться:

- Благодійність готелю у екологічному напрямку;
- Зменшення забруднення води і ґрунтів;
- Зниження навантаження на атмосферу, зниження рівня шуму;
- Ведення готельним підприємством природоохоронної діяльності;
- Впровадження грамотної політики щодо відходів.[3]

З одного боку можна сказати, що частина цих пунктів готелі або курорти не зобов'язані виконувати – це завдання держави. На загальнонаціональному або державному рівні – безумовно. Але якщо, наприклад, п'ятизірковий готель, розташований на морському узбережжі, що не буде сам піклуватися про чистоту прилеглих пляжів (найчастіше ці самі пляжі і належать готелям), то незабаром туди взагалі перестануть приїжджати.

Однак мова йде не тільки про прилеглі території. Так, Marriott виділив 2 млн. доларів Фонду сталого розвитку Амазонії на реалізацію програм із захисту лісів. Багато найбільших готельних мереж беруть участь в закупівлях устаткування, продуктів для ресторанів тільки якщо постачальники мають потрібні екологічні сертифікати.[2]

На даний момент, спостерігається такий процес: провідні готелі впроваджують все більше «зелених» технологій і програм, а ділові мандрівники також все частіше вказують на важливість екологічного чинника при пошуку готелю. В цьому випадку агентствам ділового туризму важливо знати політику того чи іншого готелю. У США і деяких інших країнах «зелені»

готелі об'єднуються в спеціалізовані асоціації та процес пошуку можна звести до досить простих ознак - чи входить цей готель до такої асоціації та чи є у нього спеціалізовані екологічні сертифікати, що свідчать про відповідність екологічним стандартам. Як правило, готелі не приховують про те, що мають у своєму розпорядженні подібні сертифікати, прикріплюючи відповідні «медальки» на офіційних сайтах.[3]

Отже екологічні програми реалізуються не просто заради «загального блага», а через те, що це елементарно дозволяє економити гроші. Сьогодні можна впевнено говорити про те, що зелені технології активно впроваджуються в життя готелів та ресторанів, а споживачі дають зрозуміти, що готові платити за «чистий» туризм. Проведений аналіз підтверджує значущість та істотний потенціал екологічно-орієнтованого розвитку цієї галузі, а також привабливість такого розвитку як з точки зору турботи про навколишнє середовище, так і з точки зору економічного інтересу. Залишається сподіватися, що ця тенденція продовжить розвиватися і в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Підручник «Екологічний менеджмент» [http://pidruchniki.com/ekologiya/ponyattya_stalogo_rozvitku_kriteriyi_printsipi_ekologichna_dominanta_stalogo_rozvitku]: Навчальний посібник. – Київ, Центр навчальної літератури, 2004. — 407 с.
2. Портал про готельний бізнес [<http://prohotel.ru/publication/?tagid=6&tag=>]
3. Портал про готельний бізнес, новини [<http://prohotel.ru/news-177316/0/>]: стаття «Зеленые отели – будущее гостиничного бизнеса»

Науковий керівник – доцент **О. А. Лукаш**

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ АНАЛІЗУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

студент **Лимар Б.А.**

проф. **Мішенін Є.В.**

Сумський державний університет

За умов сучасної глобалізації актуальність проблеми безпеки економіки України набуло найбільшого пріоритету в соціально-економічній політиці. Особливе значення вона має в момент прийняття політичних рішень. Методологічні засади щодо забезпечення економічної безпеки впливають на формування відповідної соціально-економічної політики на різних ієрархічних рівнях господарювання. Посилення економічної безпеки включає здійснення постійного аудиту та аналізу еколо-соціально-економічних процесів стосовно їхнього впливу на реальний стан економічної безпеки, а також проведення оцінювання стратегічних програм, нормативно-правових актів, та аналіз ефективності прийняття рішень стосовно сфери економічної політики.

Наукові публікації свідчать про багатогранний спектр визначень щодо поняття «економічна безпека держави». Так, у роботі [1], національна безпека – це свідомий цілеспрямований організований вплив суб'єкта управління на поточні загрози й небезпеки, за допомогою якого державні та недержавні інституції утворюють сприятливі умови для прогресуючого розвитку українських національних інтересів, джерел добробуту суспільства й держави, та забезпечують ефективне функціонування системи національної безпеки України [1]. Також, економічна безпека розглядається як становище держави, в якому вона має можливість утворювати і розвивати ефективні умови для найкращого розвитку та зростання добробуту громадян. Основним критерієм економічної безпеки країни вважається здатність її економіки зберігати або, хоча б, швидко відновлювати рівень суспільного відтворення в умовах критичного зменшення або припинення поставок ресурсів (товарів, послуг, технологій та інше) або внутрішньої чи зовнішньої кризової ситуації [2].

Аналіз економічної безпеки повинен охоплювати усі її структурні елементи: ресурсно-сировинну безпеку; безпеку енергетики; безпеку фінансового сектору; безпеку суспільства; інноваційно-технологічну безпеку; продовольчу безпеку; безпеку зовнішньої економіки. У системі національної безпеки економічна має чітко визначені функції та містить у собі значне функціональне навантаження. Головне функціональне призначення економічної безпеки полягає у тому, що воно є фінансовою основою національної суверенності, що дає реальні можливості у забезпеченні інших видів безпеки. Тобто економічна безпека - є базою для функціонування решти

її елементів, що включені в цю систему (військової, технічної, продовольчої, екологічної).

Національна безпека у всіх її формах прояву реалізується через систему державного фінансування, головною складовою якої є створення валового внутрішнього продукту. Фінансова складова економічної безпеки характеризує такий стан національної економіки, який дає можливість зберігати стійкість до внутрішніх і зовнішніх небезпек, забезпечує конкурентоспроможність економіки, її незалежність від зовнішнього середовища та соціально-еколого-економічний добробут населення.

Дивлячись на сучасну ситуацію в нашій країні, питання щодо створення соціально-еколого-економічної безпеки є одним із найважливіших державних пріоритетів і до цієї проблеми необхідно залучити не тільки представників влади, а і стейкхолдерів. Таким чином можна зробити висновок, що в умовах глобалізації потрібний ретельний макроекономічний аудит економіки та соціально-еколого-економічної безпеки країни.

Список використаних джерел:

1. Ліпкан В.А. Теоретико-методологічні засади управління у сфері національної безпеки України : монографія. Київ. 2005. 350 с.
2. Дмитриченко Л.И. Государственное регулирование экономики: методология и теория: монография. Донецк: УкрИТЭК, 2008. 330 с.

ПОРЯДОК ДЕННИЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЄС ДО 2030 РОКУ⁸

асистент **Вороненко В.І.**
студентка **Новгородцева Д.С.**
Сумський державний університет

Європейський Союз зробив позитивний і конструктивний внесок у розвиток Порядку денного сталого розвитку до 2030 року. Декларація тисячоліття та Цілі розвитку тисячоліття, які закінчилися наприкінці 2015 року, зробили величезний внесок у підвищення поінформованості громадськості, збільшення політичної волі та мобілізації ресурсів для боротьби з ліквідацією бідності.

Дійсно, найбільший прогрес останніх років відбувся саме там, де Цілі розвитку тисячоліття допомогли зосередити увагу. Наприклад: глобальна бідність скоротилася вдвічі на п'ять років раніше строку 2015 року; 90% дітей у регіонах, що розвиваються, тепер користуються початковою освітою, диспропорції між хлопцями та дівчатками, що навчаються, скоротилися.

Програма 2030 для сталого розвитку спирається на цей досвід. Ядром програми є Цілі сталого розвитку, але є також важливі елементи щодо засобів імплементації та подальших дій і перегляду. Порядок денний до 2030 року включає в себе подальші дії після Конференції Ріо+20 з питань сталого розвитку. У ньому розглядаються як викорінення бідності, так і економічні, соціальні та екологічні аспекти сталого розвитку у збалансованому та інтегрованому вигляді. Порядок денний до 2030 року також розглядає питання, які були відображені в Декларації тисячоліття, але не в Цілях розвитку тисячоліття, включаючи такі питання, як ефективні інституції, належне управління, верховенство права і мирне суспільство.

Новою перевагою є універсальність Порядку денного до 2030 року - це означає, що він застосовується для всіх країн на всіх рівнях розвитку з урахуванням їх різних можливостей і обставин. Реалізація буде керуватися новим Глобальним партнерством, яке характеризується спільною відповідальністю, взаємною підзвітністю та широким залученням.

Порядок денний сталого розвитку до 2030 року включає більш чіткі рамки подальших дій та перегляду, ніж існували для Цілей розвитку тисячоліття, щоб допомогти забезпечити реалізацію Порядку денного для всіх. ЄС відіграв важливу роль у формуванні Порядку денного до 2030 року шляхом проведення публічних консультацій, діалогу з партнерами та поглиблених досліджень. ЄС продовжуватиме відігравати провідну роль при переході до реалізації цієї амбітної, трансформаційної та універсальної програми, яка забезпечує викорінення бідності та сталий розвиток для всіх.

⁸ Робота виконана в рамках НДР «Форсайт-прогнозування стійкості національної економіки: від соціо-еколого-економічних протирічч до конвергентної моделі» (№ 0117U003932).

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РЕЗЕРВІВ У ПРИРОДОКОРИСТУВАННІ

доцент **Попова М.О.**

Одеський державний екологічний університет

В даний час, аналізуючи світовий досвід організації раціонального природокористування, слід мати на увазі, що ключовими компонентами процесу охорони навколишнього середовища є ефективні управлінські методи, що базуються в основному на технологічних рішеннях по створенню ресурсозберігаючих і маловідходних технологій.

Принципи, покладені в основу раціонального природокористування, враховують одночасно два напрямки: оптимальне скорочення до мінімуму шкідливого виробничого впливу і стійке функціонування біосфери.

Концепція формування управлінських резервів в природокористуванні ґрунтується на сучасних методах управління, наукових розробках екологічного менеджменту з обов'язковим урахуванням техніко-економічних і функціональних показників. У відповідності до позначених показників формування управлінських резервів в природокористуванні здійснюється за принципом ефективності, який складається в порівнянні фактично досягнутих результатів з плановими результатами за критерієм витрачених коштів та отриманих вигод.

На сьогоднішній день резерви управлінської діяльності в області природокористування включають в себе наступні напрямки: 1) використання сучасних форм управління інноваційними процесами в природокористуванні; 2) залучення нових і модернізація старих технологій управління природокористуванням; 3) впровадження маркетингового підходу в управлінні природоохоронними об'єктами; 4) організація прогресивного навчання і підвищення кваліфікації працівників природоохоронної сфери.

Специфіка формування управлінських резервів в природокористуванні безпосередньо впливає на конкурентоспроможність товару з урахуванням екологічного показника. Так, вдосконалення управлінських резервів повинно бути спрямоване на вирішення економіко-екологічних завдань, що в свою чергу підвищить економічну ефективність екологічних заходів.

Однак, слід взяти до уваги, що процес формування і використання управлінських резервів на різних територіальних утвореннях не є універсальним.

Таким чином, при розробці концептуальних основ формування управлінських резервів в природокористуванні слід враховувати місцеві територіальні особливості, різні економічні умови і особливості організації природокористування.

Список використаних джерел:

1. Popova M.A. Some of applied aspects of the process of formation reserves in multiply-connected economic-ecological systems // Actual problems of globalization: Collection of scientific articles. – Midas S.A., Thessaloniki, Greece, 2016. - P. 43-46.

2. Попова М.А. Современные аспекты регулирования регионального природопользования / М.А. Попова // Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених «Економіко-екологічні проблеми сучасності у дослідженнях молодих науковців», 29-30 червня 2017 р.: тези доп. – Одеса, 2017.

ЛОГІСТИЧНІ МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ПРИРОДОГОСПОДАРЮВАННЯМ

студент **Коваленко І.В.**

доцент **Ярова І.Є.**

Сумський державний університет

Розвиток ринково орієнтованих підприємницьких ініціатив у сфері природогосподарювання, обумовлює нові вимоги до організаційно-економічного механізму управління. Це визначає важливість і необхідність розвитку системних досліджень щодо удосконалення механізмів та інструментів екологоорієнтованого управління природогосподарюванням на логістичних засадах. Саме застосування логістичних механізмів в діяльності природогосподарських підприємств дозволить оптимізувати матеріальні, фінансові та інформаційні потоки, забезпечити соціо-еколого-економічну гармонізацію інтересів усіх учасників ланцюга товароруку, забезпечити можливість підвищення рівня прибутковості та конкурентоспроможності суб'єктів природогосподарювання.

Екологічно орієнтоване логістичне управління природогосподарюванням нами визначається як організаційно-управлінська діяльність, спрямована на більш повне врахування еколого-економічних та соціально-екологічних параметрів природогосподарювання на всіх етапах організації, планування, контролю та регулювання руху матеріальних, нематеріальних (екосистемних), інформаційних, фінансових, трудових та сервісних потоків у просторі й часі у межах процесів відтворення, використання й охорони природних ресурсів з метою досягнення інтегрованого соціо-еколого-економічного ефекту на основі оптимізації потокових процесів. Отже, *мета* екологоорієнтованого природогосподарського логістичного управління – це оптимізація повного циклу економічних потоків відтворення, комплексного та багатоцільового використання лісових ресурсів, яка спрямована на максимальне зниження відповідних виробничих витрат, еколого-економічних збитків, а також максимізації прибутку за умов підприємницької організації лісового господарства.

Об'єктом логістичного управління природогосподарюванням є логістичний потік як упорядкована інтегрована єдність матеріальних (сировинних), нематеріальних (екосистемних), інформаційних, фінансових, трудових та сервісних потоків.

Предметом логістичного управління природогосподарюванням є методологія оптимізації економічних (логістичних) потоків на засадах екологічно збалансованого сталого відтворення та використання природних

ресурсів. Саме оптимізація логістичних потоків орієнтована на мінімізацію сукупних природно-господарських витрат та економіко-екологічних втрат (збитків), максимізацію прибутку підприємницької організації, а також отримання синергетичного ефекту на всіх етапах відтворювальних процесів у природоресурсній сфері.

Ключові *принципи* логістичного управління природогосподаруванням зводяться до таких: системність та комплексність; урахування галузевої специфіки та особливостей управління; організація обліку витрат на управління логістичними потоками, наприклад, у межах створення відділу логістичного управління; узгодження критеріїв та показників соціально-еколого-економічної ефективності окремих ланок природогосподарського логістичного ланцюга як на мікро-, так і на макрологістичному рівнях;

використання інформаційних технологій та принципів управління еколого-економічними знаннями природогосподарування; постійний моніторинг ефективності, результативності та якості функціонування кожного елемента логістичної системи.

Головна мета логістичного управління природогосподаруванням конкретизується в його завданнях. Враховуючи те, що логістика за своєю сутністю в процесі природогосподарування виконує інтеграційні функції, то незалежно від виду логістичної системи до її глобальних *завдань* слід віднести: створення комплексних інтегрованих систем матеріальних, нематеріальних (екосистемних), інформаційних, фінансових, сервісних потоків та потоків трудових ресурсів; стратегічне регулювання, планування, контроль та контролінг за використанням природогосподарських логістичних систем (механізмів); постійне вдосконалення логістичної концепції природогосподарування шляхом адаптованого регулювання на зміни зовнішніх і внутрішніх умов функціонування.

Таким чином, досягнення еколого-економічних цілей природогосподарування на підприємницьких засадах пов'язано з оптимізацією руху матеріальних, нематеріальних (екосистемних), інформаційних, фінансових, трудових та сервісних потоків у просторі й часі у межах процесів відтворення, використання та охорони природних ресурсів.

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАЦІОНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

доцент **Лукаш О.А.**
студентка **Солодова Є.Д.**
Сумський державний університет

Зовнішня торгівля для ринкової економіки України є важливим та потужним каталізатором розвитку. Від спроможності вітчизняних виробників знаходити можливості для виходу на нові ринки чи розширювати свою діяльність на ринках, де вони вже присутні, залежать перспективи забезпечення зростання обсягів виробництва та валового внутрішнього продукту країни, збільшення податкових та валютних надходжень, створення робочих місць, підвищення конкурентоспроможності національної економіки, поглиблення її глобалізації та покращення стану платіжного балансу держави. Тому актуалізується вивчення чинників, що обмежують сучасний експортний стан країни, та розробка інноваційних напрямків подальшого розвитку зовнішньої торгівлі для досягнення загального економічного національного балансу.

В першу чергу доцільно проаналізувати динаміку обсягів експортно-імпорتنних операцій (рис. 1). [2]

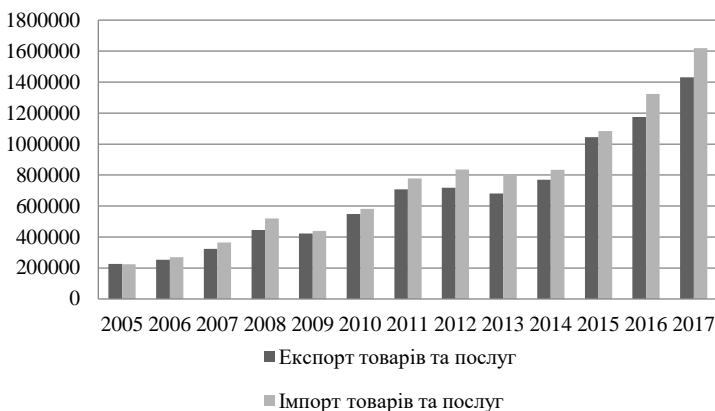


Рис. 1 – Динаміка співвідношення експорту та імпорту України за 2006-2017 рр. (млн. грн.)

Імпорт в Україну в останні роки хронічно випереджає експорт, що стає причиною проблематичності розвитку експортного потенціалу [2]. Тому виникає потреба у створенні ефективної системи підтримки зовнішньої

торгівлі, що дасть змогу покращити сучасний стан реалізації експортних операцій держави.

Стратегічною метою є посилення позицій України на світових ринках інноваційної продукції, диверсифікація постачання та забезпечення конкурентоспроможності на зовнішніх ринках. Для досягнення поставлених завдань потрібна активність у багатьох сферах держави за допомогою ефективного використання економічних, правових та політичних механізмів впливу:

- 1) інституційне забезпечення;
- 2) прийняття відповідних законодавчих і нормативно-правових актів;
- 3) інформаційна підтримка;
- 4) удосконалення механізмів фінансової підтримки експорту.

Також, як свідчить європейський досвід, важливим принципом розвитку експортного потенціалу підприємств є дотримання загальноприйнятих у світі високих стандартів якості виробництва продукції та надання послуг, зростаючий рівень інноваційної активності в усіх, а особливо в пріоритетних сферах економіки держави, забезпечення захищеності прав інтелектуальної власності на продукцію підприємства-експортера. Дотримання цих принципів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняного виробництва та стабільності у зростанні обсягів продажу.

Отже, забезпечення розвитку експортного потенціалу вимагає введення певних економічних, політичних й правових умов та дотримання вище зазначених принципів. Ця позиція сприятиме раціоналізації й реалізації прийняття управлінських рішень, пов'язаних із формуванням експортоорієнтованої стратегії розвитку підприємства для керівників та підвищенню рівня економічного зростання національної економіки.

Список використаних джерел:

1. Проект національної стратегії розвитку експорту України [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://ukrexport.gov.ua/ukr/zed/strategy/ukr/4589.html>

2. Статистика динаміки співвідношення експорту та імпорту України [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://index.minfin.com.ua>

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ

професор Сотник І.М.,
аспірант Завражний К.Ю.
Сумський державний університет

Розвиток Індустрії 4.0 та впровадження її досягнень у практику господарювання обумовлює радикальні зміни бізнес-процесів підприємств, засновані на імплементації інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у постачальницькі, виробничі та збутові операції суб'єктів господарювання. Наслідком такої цифрової трансформації (ЦТ) є зростання продуктивності праці, ефективності управління запасами, логістичних рішень компаній тощо.

ЦТ можна визначити як процес інтеграції цифрових технологій в усі аспекти бізнес-діяльності, що вимагає докорінних змін технології, культури, операцій і принципів створення нових продуктів та послуг. Для максимально ефективного використання нових технологій і їх оперативного впровадження на підприємствах, останні повинні суттєво вдосконалити методи ведення бізнесу і повністю переглянути процеси та моделі своєї роботи. Це також означає поступову відмову від застарілих технологій, обслуговування яких може дорого обходитися компаніям, а також зміну культури, яка тепер повинна підтримувати прискорення процесів, що забезпечується ЦТ [1].

Передові постачальники рішень управління підприємством просують сучасні інноваційні розробки у сфері ІКТ для інвестиційних проектів ЦТ бізнесу. У зв'язку з цим, у компаній-замовників часто виникають проблеми з інтеграцією нових методів та оптимізацією вже існуючих систем управління. Основною вимогою при реалізації змін є забезпечення взаємозв'язку ІКТ із поступовим переходом на нову технологічну платформу з максимальним використанням існуючих систем, наскільки це необхідно у виробничих цілях.

Одним із завдань досягнення ЦТ бізнесу є необхідність побудувати взаємозв'язок рішень бізнес-аналітики (Business intelligence – BI), системи планування ресурсів підприємства (Enterprise Resource Planning – ERP), системи управління виробництвом (Manufacturing Execution System – MES) і промисловим Інтернетом речей (Industrial Internet of Things – IIoT). Інтегруючи ERP і виробничі дані для більш точних прогнозів попиту, компанії можуть скоротити запаси, уникаючи перевиробництва. Завдяки IIoT можна революціонізувати виробництво, використовуючи інтелектуальні підключені пристрої на заводах [2]. Водночас, оскільки системи MES і ERP виробників часто розробляються різними постачальниками програмного забезпечення, інтеграція цих систем може стати проблемою. Проте, зі збільшенням обсягу даних, що використовуються для поліпшення виробничих процесів, зростає

перехресний зв'язок і взаємодія між компонентами, відкриваючи нові можливості для інтеграції систем.

Багато керівників прагнуть скоротити витрати за допомогою ERP, тому підвищення ефективності, зниження витрат на обслуговування інформаційних систем й оптимізація бізнес-процесів часто є основними причинами впровадження нових ERP-систем. Поряд з цим, BI, звіти, аналітика та інформаційні панелі можуть допомогти реалізувати більшу частину переваг системи ERP [3]. Отже, в рамках ЦТ бізнесу виникає необхідність визначити, з якої системи почати трансформацію.

Система BI може дати інформацію у вигляді аналізу ключових показників і розроблення збалансованої системи показників, за допомогою яких доцільно контролювати процес ЦТ. Перехід із застарілої системи ERP на нову, інноваційну, дає компанії додатковий сучасний інструмент розвитку та інтеграції з існуючими інформаційними системами підприємства. Впровадження MES разом з ІоТ та послідовна інтеграція процесів в ERP створює можливості для передачі інформаційних потоків в обидва боки. Так, детальний план виробництва передається з рівня ERP на рівень MES, а оперативний факт виконання з рівня MES на рівень ERP. Включення в цей контур ІоТ допомагає здійснювати виробничі процеси з використанням сучасних технологій взаємодії без участі людини [4].

Починаючи ЦТ бізнесу в умовах, коли на підприємстві існує безліч розрізнених інформаційних систем, ми отримуємо складні інтеграційні процеси, підтримка яких потребує великої кількості ресурсів. Для оптимального використання ІКТ і старту процесу ЦТ необхідно провести комплексний аналіз ролі людини в точках прийняття рішень управління підприємством та порівняння можливостей різних сучасних ERP систем, їх зв'язок з BI, MES та ІоТ, а також інтеграцію з системою електронного документообігу. В результаті аналізу буде отриманий план оптимізації, метою якого є ЦТ та інтеграція бізнес-процесів в єдину систему управління підприємством.

Список використаних джерел:

1. What is digital transformation? [Electronic resource], 2019. – Mode of access: <https://www.hpe.com/us/en/what-is/digital-transformation.html>.
2. Industry 4.0: Harnessing the power of ERP and MES integration [Electronic resource], 2017. – Mode of access: <https://www.industryweek.com/supply-chain-technology/industry-40-harnessing-power-erp-and-mes-integration>.
3. Business Intelligence: The missing link to your ERP strategy? [Electronic resource], 2016. – Mode of access: <https://www.panorama-consulting.com/business-intelligence-the-missing-link-to-your-erp-strategy/>.
4. Gupta Ch. What does ІоТ mean for MES? [Electronic resource] / Ch. Gupta, 2018. – Mode of access: <https://www.automationworld.com/what-does-iiot-mean-mes>.

ЕСКО-МЕХАНІЗМИ ІНВЕСТУВАННЯ В ОБ'ЄКТИ ВІДНОВЛЮВАЛЬНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ ДОМОГОСПОДАРСТВ

проф. Сотник І.М.
студент гр. ПЕ-61 Кріпак Є.О.
Сумський державний університет

Розвиток відновлювальної енергетики (ВЕ) в Україні сьогодні визнано державним пріоритетом, зважаючи на можливості підвищення за її допомогою енергетичної незалежності країни, поліпшення екологічного стану, створення нових робочих місць, економії суспільних витрат. Для реалізації цього завдання вітчизняний уряд, починаючи з 2009 року, здійснює економічну підтримку розвитку ВЕ як у секторі юридичних осіб, так і домогосподарств у вигляді запровадження «зеленого» тарифу для продажу електроенергії, згенерованої потужностями ВЕ, податкових, митних пільг, надбавок до «зеленого» тарифу тощо. Водночас, більшість зазначених економічних інструментів застосовується для підприємств, тоді як фінансова підтримка реалізації проектів ВЕ для населення потребує вдосконалення. Причиною тому є низькі доходи українців при порівняно високих розмірах капіталовкладень в об'єкти ВЕ, що не дає можливості скористатися перевагами «зеленого» тарифу більшості українських родин. Одним із перспективних шляхів вирішення цієї проблеми є розвиток механізмів фінансування будівництва потужностей ВЕ у секторі домогосподарств за рахунок використання схем енергосервісу при залученні енергосервісних компаній (ЕСКО).

Традиційно енергосервіс використовується для підтримки реалізації енергозберігаючих заходів. Його суть полягає в тому, що ці проекти впроваджуються спеціалізованими ЕСКО, а оплата їх послуг та повернення вкладених ними інвестицій здійснюється виключно за рахунок економії, досягнутої в результаті проведення енергоефективних заходів [1]. ЕСКО є однією з найефективніших і найпоширеніших у світі організаційних форм підвищення енергетичної ефективності національних економік, дієздатність яких доведена на практиці як у розвинених країнах, так і в країнах, що розвиваються. Останнім часом ці компанії активно опановують проекти у сфері ВЕ.

Механізм енергосервісних договорів є дуже привабливим для будь-яких суб'єктів господарювання, оскільки не вимагає збільшення їх витрат, а фінансові, економічні та технічні ризики несе виконавець енергосервісу. Незважаючи на численні переваги енергосервісу існують і певні недоліки цієї діяльності. Наприклад, для замовника – це отримання економічного ефекту від реалізованого проекту ВЕ лише після виплати всіх платежів ЕСКО, ризик вибору низькокваліфікованої ЕСКО тощо, для ЕСКО – надання недостовірної інформації замовником, що може спричинити невідповідність фактичних

результатів реалізації заходів плановим, некваліфікована експлуатація замовником обладнання, відсутність страхових продуктів, адаптованих під енергосервісні контракти, неплатоспроможність замовника, зокрема затримка сплат за енергосервісом, тривала окупність проектів ВЕ та ін. Подолання зазначених недоліків може бути забезпечене за умови активної законодавчої та державної економічної підтримки розвитку ринку енергосервісу в країні.

При реалізації проектів ВЕ в Україні доцільно використовувати всі напрацьовані практикою фінансові механізми роботи ЕСКО [2-3], залежно від її функцій у рамках енергосервісного договору та можливостей фінансово-кредитних установ. Проте застосування механізму фінансування, що передбачає лише взаємодію замовника й ЕСКО, за сучасних умов надзвичайно ускладнене, оскільки у ЕСКО, як правило, відсутні кошти для проведення усього комплексу заходів за проектами ВЕ [4]. Тому необхідно диверсифікувати джерела фінансування будівництва потужностей ВЕ, які реалізуються ЕСКО, сприяти залученню ресурсів міжнародних фінансових організацій, приватних інвесторів, а також передбачити виділення коштів із державного та місцевих бюджетів для розбудови вітчизняного ринку енергосервісу. Слід зазначити, що вагомими бар'єрами для розвитку енергосервісу й інвестування ЕСКО в реалізацію проектів ВЕ у секторі домогосподарств Україні залишаються: необхідність залучення позикових коштів під високі кредитні ставки банків, слабкий ступінь довіри населення до послуг, що надаються ЕСКО, значні обсяги інвестицій і тривалі терміни окупності проектів, відсутність законодавчих гарантій виплати доходів ЕСКО у разі реалізації ними проектів. Подолання зазначених бар'єрів та активізація належної державної підтримки ЕСКО-механізмів інвестування у «зелену» енергетику сприятиме розвитку енергосервісу і залученню необхідних фінансових коштів у процесі розбудови приватного сектору ВЕ в Україні.

Список використаних джерел:

1. Енергосервіс [Електронний ресурс] / Держенергоефективності, 2018. – Режим доступу: http://sae.gov.ua/uk/content/energoserwis_1.
2. Сотник І.М. Ефективний енергоменеджмент: теоретичні основи фінансової діяльності енергосервісних компаній / І.М. Сотник, Л.А. Кулик // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2015. – № 3. – С. 212 – 225.
3. Використання фінансових інструментів при реалізації місцевих проектів розвитку інфраструктури та енергозбереження: Методичний посібник / [під заг. ред., І. Ф. Щербини]; ІБСЕД, Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи», USAID. – К., 2011. – 60 с.
4. Ляхова О. О. Проектне фінансування енергозбереження в Україні [Електронний ресурс] / О. О. Ляхова // Ефективна економіка. – 2012. – №3. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=997>.

СПОРТ ЯК СОЦІАЛЬНО ВАЖЛИВА СФЕРА ПІДПРИЄМНИЦТВА

Малигін А.О.

студент групи ПЕ-71 Дубінчін О.С.

Сумський державний університет

У нашій країні і за кордоном створено багато спортивних і туристичних організацій усіх форм власності, які діють на комерційній основі. До таких організацій належать фізкультурно-оздоровчі клуби та асоціації – фітнес-клуби, масажні салони, клуби бодібілдингу, рукопашного бою тощо. Іншим компонентом спортивного бізнесу є професійний спорт – професійні клуби, ліги та федерації. Вони діють на основі самофінансування та отримання доходу шляхом реклами, видавництва, продажу прав на телебачення та радіомовлення. Крім того, сучасна спортивна індустрія включає виробництво спортивного одягу, взуття, обладнання, тренажерів та аксесуарів. В якості окремих складових спортивної індустрії можна виділити інформаційно-спортивний бізнес (спеціалізовані спортивні радіо- та телевізійні канали, інформаційні агентства, спортивні видавництва тощо) та бізнес у спортивних об'єктах (стадіони, басейни, спортивні зали, спортивні комплекси).

За своєю суттю бізнес дуже схожий на спорт: в основі підприємницької діяльності лежить конкуренція – суперництво між індивідами та групами. Мотивом активності як у спорті, так і в бізнесі є бажання конкурентів перемагати, виражати себе, доводити собі та іншим їх значення, завойовувати повагу інших. Спорт і бізнес дуже тісно пов'язані один з одним, мають подібну мотивацію і рушійні сили.

Спортивний бізнес задовольняє такі життєві потреби людей як: прагнення до фізичної активності та довголіття, здоров'я та спілкування, розваги та осмислення дозвілля. На відміну від інших видів підприємницької діяльності, спортивний бізнес відіграє соціально значущу роль у протистоянні надмірному вживанню алкоголю та тютюну, у боротьбі з шкідливими звичками та сидячим способом життя.

Виконуючи функцію розвитку та відновлення потенціалу фізичної сили, спортивний бізнес частково звільняє фінансові та матеріальні ресурси держави. Таким чином, керівництво отримує кілька корисних ефектів у зв'язку з розвитком спортивного бізнесу, який допомагає: зменшити державне фінансування різноманітних фізичних та спортивних програм на державному та місцевому рівнях; розвивати соціально важливу сферу підприємницької діяльності, завдяки якій населення стає здоровішим і створюються нові робочі місця; сприяти скороченню споживання алкоголю та тютюну, рівня злочинності; завдяки спортивному бізнесу збільшуються податкові надходження до бюджетів усіх рівнів.

АКТУАЛІЗАЦІЯ МЕТОДУ ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

доц. Дерев'янюк Ю.М., доц. Лукаш О.А.
студентка гр. ПЕ-61 Толлок Т.С.
Сумський державний університет

Сучасні проблеми торговельної діяльності як вітчизняних підприємств, так і закордонних є предметом багатьох досліджень оскільки їх кількісний та якісний аналіз та розроблення відповідної стратегії поведінки як економічних суб'єктів, так і державної політики є запорукою активізації торговельної діяльності як окремого підприємства, так і торгівлі в цілому. Однією із ключових сфер аналізу, що була та залишається одним із найбільш визначальних чинників успішної економічної діяльності є оцінювання та прогнозування стану бізнес-середовища, у якому постійно працюють економічні суб'єкти. У цьому полягає актуальність проведеного нами дослідження стану бізнес-середовища в Україні, яке може стати запорукою прийняття ефективних рішень на різних рівнях.

Проблемі оцінювання стану бізнес-середовища приділяється значна увага різним фахівцями. Однак, у більшості випадків автори (наприклад, [2]) по суті підкреслюють два дійсно важливих аспекти розгляду цього питання: внутрішньосистемний (мікроекономічний) та зовнішньосистемний (фактори макросередовища). У переважній більшості досліджень вони розглядаються відокремлено, що є некоректним з нашої точки зору.

Метою нашого дослідження було розроблення узагальнюючого методу оцінювання стану бізнес-середовища з урахування макро- та мікроекономічних проблем. Науковою новизною можна вважати удосконалення існуючих методів оцінювання стану бізнес-середовища з урахування макро- та мікроекономічних факторів впливу.

Важливим підґрунтям запропонованого методу є результати щорічного опитування провідних фахівців галузей економіки з приводу оцінювання ними найбільш значущих проблем, що стримують розвиток економічної діяльності в цілому. Дане опитування (The Executive Opinion Survey) [1] щорічно проводиться неурядовою організацією The World Economic Forum під час оцінювання глобальної конкурентоспроможності країн світу (The Global Competitiveness Report), в рамках якого проводиться обрахунок глобального індексу конкурентоспроможності. Фахівці, підприємці та керівники провідних компаній дають відповідь на питання відносно їхнього бачення ключових проблем, що стримують ведення бізнесу в цілому та активізацію торгівлі зокрема. Респондентам пропонувалось 15-16 варіантів проблем, що стримують бізнес, які вони мали ранжувати за важливістю.

Серед головних висновків проведеного дослідження можна назвати:

1. У попередніх дослідженнях автори по суті підкреслюють два дійсно важливі аспекти розгляду цього питання: внутрішньосистемний (мікроекономічний, або ж на рівні та в середині самого підприємства) та зовнішньосистемний (в основу якого покладені фактори макросередовища, серед яких є як економічні, так й інші: політичні, соціальні, екологічні). У переважній більшості досліджень при усьому цьому вони по суті розглядаються відокремлено.

2. Важливими проблемами досліджень з приводу оцінювання стану бізнес-середовища, як дуже важливого чинника активізації торговельної діяльності є намагання охопити дуже широкий спектр проблем пов'язаних з проблемою оцінювання стану бізнес-середовища; слабка взаємопов'язаність шляхів розв'язання проблем мікросередовища та макросередовища; більшість досліджень по суті не пропонують жодних практичних кроків до реалізації теоретичних положень авторських досліджень, залишаючи це судячи з усього «на відкуп» менеджменту компанії; майже відсутня апробація запропонованих методів.

3. Бізнес-середовище на нашу думку має розглядатися як поєднання усіх, як зовнішніх, так і внутрішніх факторів, що впливають на бізнес. Зовнішні чинники та внутрішні чинники можуть впливати один на одного і діяти разом, впливаючи на бізнес.

4. З метою виокремлення основних і найбільш значущих проблем вітчизняного бізнес-середовища за критерій було прийнято охоплення 2/3 відповідей респондентів ранжованих по спаданню важливості.

5. Були визначені достовірні, авторитетні та вільно доступні джерела статистичної інформації по кожному проблемному фактору оцінювання бізнес-середовища.

6. Проведено оцінювання найбільш проблемних факторів для ведення бізнесу у 2010-2017 рр. для України за допомогою узагальнюючого показника стану бізнес-середовища (BE) та визначено динаміку даного показника.

7. Як головний підсумок можна зазначити певну і відносно стабільність стану бізнес-середовища незважаючи на значні турбулентні процеси, що відбувалися та відбуваються останніми роками.

Список використаних джерел:

1. Appendix B: The Executive Opinion Survey: The Voice of the Business Community. (2018). Retrieved from <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2018/appendix-b-the-executive-opinion-survey-the-voice-of-the-business-community/>

2. Петруня, В. Ю. Показники оцінювання стану бізнес-середовища в Україні / В. Ю. Петруня, С. О. Геращенко // Науковий погляд: економіка та управління. – 2017. – № 1(57). – С. 76–81.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПРОДАЖІВ НА РИНКУ МОТОРНИХ МАСТИЛ

доц. Дерев'яно Ю.М.
студентка гр. БА.м-71 Безугла К.М.
Сумський державний університет

На сьогоднішній день ринок мастильних матеріалів досить насичений. Сучасні тенденції розвитку ринку і конкуренції з країнами вказують на підвищену увагу до просування власних торговельних марок. Щоб зайняти стійкі позиції на ринку, виробник повинен завоювати належну увагу до марки, що просувається. Від цього залежить те, як товар буде сприйнятий споживачем і як надовго він залишиться на ринку, рівень популярності, а відповідно, рівень продажів.

Наше завдання полягало у аналізі механізмів продажу на ринку мастильних матеріалів. Частка паливно-енергетичних товарів (в тому числі моторних мастил) у вітчизняному експорті, а відповідно й загальний стан цього ринку наведено у табл. 1.

Таблиця 1 – Структура експорту паливно-енергетичних товарів з України [1]

Рік	Обсяг експорту, млн дол. США	% у загальному експорті
2013	2865	4,5
2014	2014	3,7
2015	489	1,5
2016	446	1,2
2017	790	1,8

Статистика вказує на поступове зростання даного сегменту ринку останніми роками після дуже суттєвого падіння у попередні роки. На даний момент купити високоякісний імпортний продукт, але в невеликих кількостях, часто економічно ефективніше ніж налагоджувати його виробництво в Україні.

Для того, щоб утримувати позиції на ринку з монополістичною конкуренцією і покращувати їх, підприємствам необхідно приділяти особливу увагу стратегії просування. Компанії часто застосовують дві основні стратегії просування на даному ринку: прошивування і протягування, що відповідає плануванню комунікаційної підтримки бренду в каналах збуту і на споживчому ринку. *Стратегія протягування* передбачає детальний аналіз ринку, проведення детальних досліджень, з метою вивчення потреб і бажань споживачів в даний момент. Коли шлях прокладений, необхідний лише один ривок і просування йде по інерції. *Стратегія прошивування* передбачає, що торгова марка повинна бути унікальною для споживача, хоча може і не відповідати актуальним запитам споживачів. Просування відбувається завдяки

масовим рекламним і PR-компаніям. Їх мета – створити або розвинути потребу у товарі. Використовуючи цю стратегію, необхідно вкласти багато коштів, але менше часу на дослідження.

Отже, при продажах на зовнішні ринки моторного масла українського виробника від представника малого або середнього бізнесу потрібно чітко усвідомлювати свої переваги перед світовими лідерами такого ринку.

При розробці стратегії просування своїх товарів, а також моделі спілкування з клієнтами важливо:

- визначити конкретні реальні цілі і конкретизувати аудиторію, для якої розробляється стратегія просування;

- скласти певні скрипти продажів, за якими необхідно чітко спілкуватися із клієнтом. Основний: спростування заперечень, заготовлені фрази.

Особливу увагу на ринку мастильних матеріалів для кінцевих споживачів необхідно приділяти рекламі, на промисловому ринку – особистих продажів і стимулювання збуту. При чіткому виконанні етапів просування реалізація стратегії забезпечить бажані результати.

Щоб успішно здійснити розвиток ідей, а також нарощувати продажі, необхідно встановити якісний зв'язок з покупцями, а значить – процес збору інформації про вимоги споживача. Маркетологи повинні сегментувати ринок в таких цілях. Впровадження CRM-системи також дозволить поліпшити процеси маркетингу і продажів.

Список використаних джерел:

1. Саливон, С. Внешняя торговля Украины: экспорт после трех лет начал расти, но экономика продолжает превращаться в сырьевой придаток (Инфографика) [Електронний ресурс] / Сергей Саливон. – Режим доступу : <http://novavlada.info/gosudarstvo/novosti/vneshnyaya-torgovlya-ukrainy-eksport-posle-treh-let-nachal-rasti-no-ekonomika>

2. Маркетинговый словарь. Стратегии [Електронний ресурс] / Сергей Саливон. – Режим доступу : <https://pr-agentstvo.com/marketing-piarslovar/strategiya-protalkivaniya-push-strategy.html>

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДУ РЕЙТИНГОВОГО АНАЛІЗУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА КОМПАНІЇ

доц. Дерев'янюк Ю.М., доц. Лукаш О.А.
Сумський державний університет

Одним з найбільш популярних методів оцінювання якості бізнес-середовища компанії останніми роками став комплексний рейтинговий метод. Зокрема, одним з найбільш авторитетним став щорічний The Global Competitiveness Report із багатокомпонентним індексом GCI. Однак, окрім безпосередньо самого індексу, The World Economic Forum проводить щорічне опитування провідних фахівців галузей економіки з приводу оцінювання ними найбільш значущих проблем, що стримують розвиток економічної діяльності в цілому.

На наш погляд урахування думки опитаних експертів у рейтинговому аналізі може дати більш об'єктивне оцінювання бізнес-ситуації для кожної окремої країни (ринку) шляхом максимального наближення об'єктивних багатофакторних чинників врахованих у комплексному індексі та його окремих компонентах до фактичного суб'єктивного сприйняття ситуації учасниками бізнес-процесів. Зокрема, врахування експертної оцінки поточних проблеми дає можливість спростити комплексний аналіз бізнес-середовища та повернути увагу до найактуальніших проблем бізнесу та економіки в цілому, які турбують спільноту, що майже відсутнє за умови стандартного комплексного індексного аналізу ситуації.

З огляду на вищенаведені факти та проведені раніше дослідження, а також вимоги сучасного стану економіки нами було запропоновано метод оцінювання стану бізнес-середовища, що поєднує у собі як вимоги (бачення) фахівців (практиків) бізнесу, так і вже наявні та широко доступні аналітичні дані, що комплексно характеризують стан бізнес-середовища. Іншими словами, даний метод здатен вирішити одразу декілька ключових проблем подібних оцінок:

- врахування думки бізнес-практиків та їх суб'єктивне бачення існуючих ключових проблем, що заважають активізації діяльності вітчизняних підприємств;

- базується на актуальних, авторитетних та релевантних даних досліджень у напрямі оцінювання перспектив розвитку економічних відносин всередині країни та на міжнародних ринках;

- не вимагає суттєвих витрат часу та коштів, є досить простим, зручним та зрозумілим для інтерпретації результатів та врахування у практиці торговельної діяльності.

Аналіз усіх ключових проблемних факторів нам вважається недоцільним, особливо з огляду на те, що досить очевидним є постійне

домінування поміж інших 5-7 основних проблем. З метою виокремлення основних і найбільш значущих проблем вітчизняного бізнес-середовища нами було прийнято за критерій – охоплення 2/3 від відповідей респондентів ранжованих по спаданню важливості (на кшталт кваліфікованої більшості голосів у парламенті). За таким підходом ми отримали не більше 5-6 ключових проблемних питань для аналізу. Крім цього для цілей подальших обрахунків ми оцінюємо вагомість кожної проблеми з поміж відібраних ключових проблемних факторів ведення бізнесу.

В подальшому задля об'єктивізації результатів оцінювання бізнес-середовища ми пропонуємо користуватися не виключно даними зібраними у The Global Competitiveness Report, а розширюємо їх за допомогою авторитетних рейтингових оцінок тієї чи іншої проблеми, які біли попередньо відібрано. Для оцінювання стану бізнес-середовища в Україні в період 2010-2017 рр. ми пропонуємо такі індикатори (табл. 1):

Таблиця 1 – Вихідні дані аналізу факторів бізнес-середовища

№	Фактор	Джерело
1	Корупція	Corruption Perceptions Index https://www.transparency.org/research/cpi/overview
2	Податкова політика	Tax Attractiveness Index https://www.tax-index.org/start/
3	Доступ до фінансування	Getting Credit (Doing Business) http://www.doingbusiness.org/en/data/doing-business-score?topic=getting-credit
4	Неефективність держапарату	Worldwide Governance Indicators (Government Effectiveness) http://info.worldbank.org/governance/wgi/#home
5	Податкові ставки	Total tax rate (% of commercial profits) https://data.worldbank.org/indicator/IC.TAX.TOTL.CP.ZS
6	Інфляція	Inflation, consumer prices (annual %) https://data.worldbank.org/indicator/FP.CPI.TOTL.ZG
7	Обмежувальне трудове законодавство	Labor Market Regulation (Doing Business) http://www.doingbusiness.org/en/data/exploretopics/labor-market-regulation
8	Нестабільність державної політики	Worldwide Governance Indicators (Regulatory Quality) http://info.worldbank.org/governance/wgi/#home
9	Нестабільність державної влади	Worldwide Governance Indicators (Political Stability and Absence of Violence) http://info.worldbank.org/governance/wgi/#home

Список використаних джерел:

1. Derev'yanko, Yu. M. A Comparative Analysis of Business Environment: Evidence for Ukraine, Nigeria end Ghana / Yuriy M. Derev'yanko, Olha A. Lukash, Oluwatosin O. Obiwusi, Francisca A. Serwaa, Tetiana S. Tolok // Механізм регулювання економіки. – 2018. – № 4. – С. 55–67.

СТАН РОЗВИТКУ «ЗЕЛЕНОГО» БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

доцент **Лукаш О.А.**

студентка **Богомолова К.В.**

Сумський державний університет

Сьогодні, коли людство майже вичерпало природні ресурси і нарешті почало замислюватися про навколишнє середовище, так званий «зелений» бізнес став більш важливим, ніж будь-коли. Дійсно, навантаження на навколишнє середовище в Україні в 4-5 разів вище, ніж в інших країнах, а ступінь забруднення навколишнього природного середовища є одним з найвищих у пострадянському суспільстві.

Зелений бізнес - це концепція управління компанією, яка перш за все дбає про зменшення використання ресурсів і також ставить за мету мінімізацію еко-сліду від виробництва. До зеленого бізнесу входять три групи компаній (рис. 1) [2]

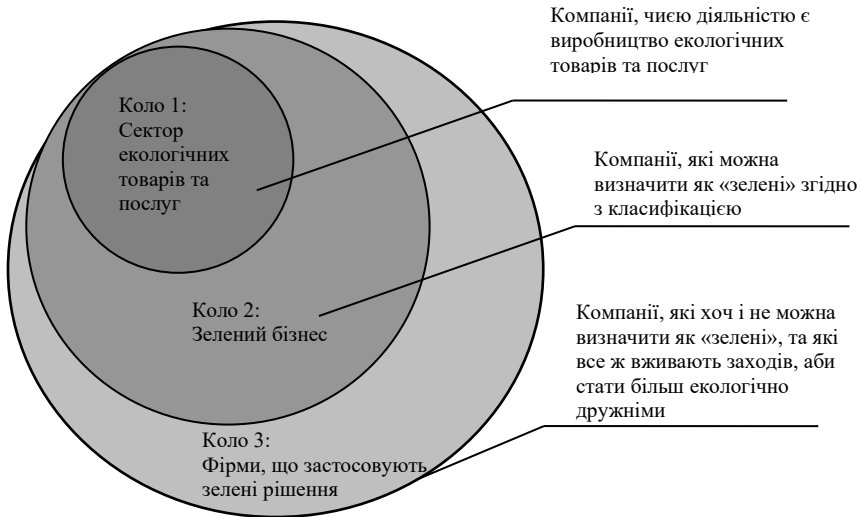


Рис. 1. Визначення зеленого бізнесу за Ernst & Young, 2008

Головною метою «зеленого» бізнесу є отримання прибутку від продажу екологічних товарів і послуг, виробництва та постачання яких передбачає використання техніки та технологій, що мінімізують негативний та руйнівний вплив на навколишнє середовище, а їх використання сприяє екологічно безпечним умовам життя для споживачів та екологічної свідомості суспільства.

Основними проблемами «зеленого» бізнесу є відсутність належного

фінансування, відсутність правових рамок і стандартів, невідповідність сучасних системних вимог до енергетичних систем, відсутність автоматизованих систем, неефективне державне втручання на ринку, що суперечить інструментам державної екологічної та економічної політики.

Для вирішення цих проблем були розроблені деякі програми, такі як: у березні 2010 року була затверджена Державна цільова економічна програма «Енергоефективність на 2010–2015 роки», яка передбачала цілі та заходи щодо зменшення залежності України від імпортованої енергії, зниження споживання природного газу та природних ресурсів (вода, мінерали, повітря) за рахунок зменшення споживання паливно-енергетичних ресурсів, скорочення витрат на виробництво енергії тощо. Також 27 квітня 2011 року Уряд схвалив зміни до вищезазначеної програми для стимулювання виробництва енергії з відновлюваних джерел енергії та альтернативних видів палива. Згодом уряд затвердив «Енергетичну Стратегію України до 2030 року». Автори стратегії вважають, що підвищення ефективності та структурні зміни у використанні енергії уможлививлять зменшення рівня зовнішньої залежності України з 54,8 до 11,7% до 2030 року.

Прикладом «зеленого» бізнесу в Україні є проект «Interpipe Steel» — це перший металургійний завод, найбільший електросталеплавильний комплекс з виробництва круглої сталевий заготовки у Східній Європі. Завод «Interpipe Steel» в місті Дніпрі покликаний забезпечити трубне і колісне виробництво компанії власної сталевий заготовлює.[1] Потужність нового заводу - 1,32 млн. тон круглої сталевий заготовки на рік. Завод передбачає заміну виробництва енергоємного, застарілого, екологічно «брудного» вогнища на прогресивний метод електричного плавлення виробництва сталі. Таким чином, він забезпечує щорічне збільшення виплат до бюджетних та позабюджетних фондів, скорочення споживання природного газу в Дніпропетровській області, зменшення загальних викидів шкідливих речовин в атмосферу.

Тобто, інституційні реформи та розвиток концептуальної та стратегічної бази, координація та співробітництво з бізнесом, можливість прориву інновацій економіки, трансформаційні закони, що стимулюють розвиток моделі «зеленої економіки», створюючи громадську ментальність до активного «зеленого» зростання, міжнародне співробітництво і координація, розвиток і схвалення на державному рівні, доктрина «зеленої економіки» як політичного документа необхідна для розвитку «зеленого» бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Інтерпайп сталь [Електронний ресурс] - режим доступу: <http://www.interpipesteel.biz/en>
2. Екологічний бізнес: основні напрямки діяльності [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://bondarchuk.vk.vntu.edu.ua/file/3830ab48a216282daa3b94c19342ded6.doc>

СПОРТ ЯК ВАЖЛИВА ГАЛУЗЬ ЕКОНОМІКИ

Малигін А.О.

студент групи ПЕ-71 Попов О.Д.
Сумський державний університет

Економіка і спорт, здавалося б, не зовсім сумісні речі, але це якщо дивитися поверхнево. Спробуємо зануритися глибше і розглянути їхній взаємозв'язок.

Напевно, більшість з нас хоча б раз дивилися Олімпійські ігри. Але хоч хтось задумувався як вони впливають на економіку кожної країни? Я думаю, що ні. Спорт це, безумовно, великий бізнес. Він напряму пов'язаний з торгівлею, бо саме торгівля у будь-яких спортивних сферах складає 3% від світової торгівлі. Прикладом може слугувати Майкл Джордан, який заробляє 30 млн.дол. в рік, граючи за «Чикаго Буллс», і ще вдвічі більше за підтримку спортивної продукції. І це лише одна спортивна знаменитість і одна компанія спортивного одягу.

В середньому прибутки від спорту можуть складати близько 6% ВВП країн, включаючи прибутки від продажу спортивного одягу, прибутки від телебачення та реклами, пов'язаної зі спортом, а також від відвідування людьми спортивних ігор чи заходів. Такий відсоток прибутку від спорту переважає навіть автомобілебудування чи сільське господарство.

Таким чином навіть ті, кого спорт цікавить менш за все, не припиняють бути важливою складовою спортивної економіки, адже всі люди, без винятку є споживачами продукції, пов'язаної зі спортом. У той час як одним людям спорт є цікавим як виявлення своєї особистості, для інших він є проявом фундаментальних економічних принципів.

Є два аспекти, які роблять цікавими будь-який вид спорту: функціонування ринку праці та галузева структура бізнесу.

Завдяки ринку праці можна чітко бачити скільки заробляє конкретний гравець і наскільки ефективно він діє. Зараз кожен знає, що гарний гравець заробляє навіть більше ніж зірки шоу-бізнесу. Економіст Шервін Роузен першим помітив таке явище і назвав цей феномен «переможець отримує все». Це означає, що ринок праці в спортивній сфері недостатньо конкурентний і відкритий. Саме тому, приємною новиною для економістів є те, що найкращі гравці отримують найвищі гонорари, а отже підвищують економічний стан ринку праці своєї країни.

Звісно ж, як і в будь-якому бізнесі, у спорті є свої переваги та недоліки. Проте, ми стовідсотково можемо бути впевнені, що спорт і економіка дуже тісно пов'язані між собою. Спорт є важливою складовою світової економіки, він не стоїть на місці. Завдяки його розвитку, розвивається і економіка кожної з країн світу.

ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

студенти **Чорна Я. В., Фалько К.С.**

проф. **Мішенін Є.В.**

Сумський державний університет

Підприємство являє собою один з функціональних видів складних соціально-еколого-економічних систем, в якій економічні функції, пов'язані з виробництвом, обміном, розподілом і споживанням матеріальних благ, є пріоритетними для її розвитку. При цьому необхідно враховувати такі ключові аспекти як здатність підприємства протидіяти впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, забезпечувати мінімізацію їх негативних наслідків; забезпечення позитивної динаміки показників господарської діяльності; забезпечення збалансованості динаміки показників розвитку підприємства; досягнення стратегічних цільових показників розвитку на основі ефективного управління стратегічними ресурсами і використання потенціалу розвитку; підтримка і управління статичною та динамічною стійкістю. Також необхідно враховувати й такий аспект, як здійснення узгодженої діяльності його підрозділів, що забезпечуватиме досягнення показників збалансованого розвитку.

Під забезпеченням сталого розвитку підприємства розуміють сукупність заходів, створення умов для постійного переходу системи під впливом зовнішніх збурень і управлінських рішень з менш ефективного стану в більш ефективний, прогресивний, інтенсивний та узгоджений зі стратегічними цілями [1].

Мета забезпечення сталого розвитку підприємства досягається шляхом своєчасного досягнення трьох цілей: самозбереження підприємства як єдиного цілого; адаптація підприємства до мінливих зовнішніх умов; встановлення балансу (рівноваги) між вищевідзначеними підцілями, що забезпечує цілісність підприємства у довгостроковій перспективі [2].

Для вирішення завдань забезпечення сталого розвитку підприємства необхідно проводити економічний аналіз за такими напрямками:

- оцінка виконання планових завдань, договірних зобов'язань, нормативів;
- виявлення впливу факторів та причин відхилень результативних показників, вузьких місць;
- виявлення внутрішніх невикористаних резервів підвищення ефективності виробництва та їх мобілізація;
- оцінка можливостей інноваційного розвитку підприємств;
- дослідження конкурентоспроможності підприємства;
- вивчення кон'юнктури ринку для швидшої адаптації до її змін;

- оцінка діяльності ділових партнерів, прогнозування їх поведінки;
- оцінка економічних ризиків, прогнозування невиправданих ризиків;
- підготовка пропозицій щодо формування оптимальних управлінських рішень.

Нині існує багато підходів до визначення сутності управління економічним суб'єктом, кожен з яких по-своєму визначає його роль та сутність. У свою чергу, виокремлюють чотири основні підходи до управління:

- ситуаційний (рішення приймаються залежно від конкретних умов, в міру виявлення потенційних проблем);
- функціональний (являє собою єдину серію взаємопов'язаних управлінських функцій в основі організації процесу управління, комплексний);
- системний (визначає організацію як сукупність взаємозалежних елементів, орієнтованих на досягнення кінцевої мети в умовах змінного середовища);
- процесний (робота розглядається як серія неперервних послідовних дій).

На основі аналізу переваг та недоліків кожного із представлених підходів зроблено висновок про найбільшу результативність процесного підходу до управління при забезпеченні сталого розвитку підприємства, адже сучасні умови зовнішнього середовища характеризуються непостійністю, зміною тенденцій. Саме цей підхід допомагає керівникам виявляти проблеми та швидко реагувати на зміни, виробляти управлінські рішення в рамках цілеспрямованої дії на об'єкт управління. Це допомагає координувати та організовувати роботу суб'єкта економічної діяльності в умовах жорсткої конкуренції, забезпечує виживання на ринку. Таким чином, забезпечується адаптація підприємства, яка є одним з головних принципів його сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Коряков, А.Г. Механизм реализации потенциала устойчивого развития промышленного предприятия химической промышленности: монография. Москва: Креативная экономика. – 2012. 224 с.
2. Терентьева, Т.В. Обеспечение устойчивости развития рыбохозяйственных предпринимательских структур в период кризиса: монография. СПб.: Санкт-Петербургский Политехнический университет, 2011. 214 с.

СПОНУКАННЯ, ПРИМУС ТА ПЕРЕКОНАННЯ ЯК МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ

студентка групи Е.м-81 **Сергієнко Д.О.**
Сумський державний університет

В умовах ринкової економіки головною метою створення та функціонування підприємства є отримання та максимізація прибутку, що створює фундамент не тільки для розвитку самого підприємства, але і всієї економіки країни в цілому.

Поняття прибутку розглядали різні вчені, такі як К. Маркс, Ф. Кене, Д. Рікардо, А. Сміт, а також вітчизняні науковці: А. Покропивний, А. Олійник, Л. Борщ, І. Бланк, Л. Сковородкіна, О. Кривицька, Т. Костенко, Є. Підгора, В. Рижиков та інші, і трактували його як різницю між виручкою, витратами на виготовлення і реалізацію, а також податковими відрахуваннями.

Постійний вплив конкурентного середовища загострює необхідність раціонального управління прибутком. Управління прибутком являє собою процес підготовки і прийняття відповідних управлінських рішень з питань його формування, розподілу і цільового використання [3, с.15]. Тобто, в основному, під даним поняттям розуміють економічні методи, проте існують також організаційно-розпорядчі і соціально-психологічні.

Економічні методи (методи спонукання) являють собою систему заходів, що мають непрямої вплив на виробництво товарів чи послуг і мають вигляд певних економічних стимулів, таких як економічне стимулювання та аналіз, планування та оподаткування, цінова політика тощо.

На основі економічних методів управління розвиваються і стають більш ефективними організаційно-адміністративні й соціально-психологічні методи, підвищуються професіоналізм і культура їх застосування [2, с.241].

Планування прибутку відображає процес розроблення системи заходів щодо забезпечення його формування в необхідному обсязі й ефективне використання відповідно завданням розвитку підприємства в майбутньому періоді [1, с.12-16].

Організаційно-розпорядчі методи (методи примусу) – вплив на мікро- та макрорівнях за допомогою авторитету, а саме інструкцій, наказів, постанов та законів. Дані методи можна розглядати як взаємозв'язок органів влади з нижчестоящими органами.

Соціально-психологічні методи (методи переконання) – формування в колективі позитивного соціального та психологічного клімату, завдяки чому значною мірою вирішуються виховні, організаційні й економічні завдання. Тобто поставлені перед колективом цілі можуть бути досягнуті за допомогою одного з найважливіших критеріїв ефективності та якості роботи - людського фактору [2, с.248].

Серед соціально-психологічних методів можна виділити [2, с.250]:

- методи управління певними груповими явищами й процесами;
- методи стимулювання творчої активності працівників;
- методи морального стимулювання колективної ініціативи;
- методи соціального нормування;
- методи соціального регулювання;
- методи соціального планування;
- методи соціального прогнозування;
- методи управління індивідуально-особистісною поведінкою;
- методи морального стимулювання особистої ініціативи;
- методи виховання та навчання;
- особистий приклад.

Зазначені методи управління прибутком хоч і не спрямовані на фінансову частину діяльності, проте мають прямий вплив на максимізацію прибутку.

Використання та поєднання різних методів безпосередньо впливає на ефективність виробничої діяльності та діяльності підприємства в цілому.

Вибір методів залежить від сфери та галузі, мети діяльності підприємства, його розміру, політики держави і т. п., проте, найефективнішим є їх комплексне використання.

Отже, отримання та максимізація прибутку – одна з головних умов підприємницької діяльності, що спонукає до впровадження заходів його управління та вибору найбільш доцільних методів для цього. При виборі методу необхідно керуватись особливостями підприємства, але найбільший ефект можна досягти за допомогою комплексного поєднання методів спонукання, примусу та переконання.

Список використаних джерел:

1. Кривицька О.Р. Планування прибутку підприємства// Фінанси України. – 2005, № 6.
2. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент: Навчальний посібник. 3-тє видання. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 344 с.
3. Сковородкина Л.В. Финансовый менеджмент. учебно-методическое пособие для сам. изуч. дисциплины. ч.2./ Л.В. Сковородкина. – Симферополь, 2011.– 137 с.

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА: ЗАГРОЗИ Й МОЖЛИВОСТІ БІЗНЕСУ

доцент **Сабадаш В.В.**
студент групи Е.м–81 **Бончукова О.В.**
Сумський державний університет

У сьогоднішніх конкурентних умовах важливо не тільки створити й розвинути бізнес, а й використовувати надійні інструменти й механізми його захисту – від конкурентів, рейдерів, шахраїв, хакерів, держави. Джерелом загроз бізнес-діяльності можуть бути як зовнішні, так і внутрішні середовище компанії; прояв загроз може бути як прямим (явним), так і опосередкованим. Такі завдання має вирішувати економічна безпека (ЕБ) компанії. У дослідженні ми спираємося на таке визначення ЕБ [3]: захищеність науково-технічного, технологічного, виробничого і кадрового потенціалу підприємства від прямих (активних) або непрямих (пасивних) економічних загроз.

Об'єктами захисту можуть виступати різні активи підприємства, як матеріальні, так і нематеріальні. Найбільший інтерес становить такий актив компанії, як інформація. Захист інформації (економічної, фінансової, комерційної, ін.) є головним завданням у системі загальної ЕБ компанії. Саме у вказаному напрямі фірми прикладають найбільше зусиль, вони є основною й вартісною статтею витрат. Безпеківі системи захисту інформації можуть включати декілька рівнів, для їх ефективного функціонування можуть залучатися різні виконавці (як співробітники компанії, так і залучені фахівці) залежно від завдань та ресурсних можливостей компанії (фінансових, людських, технічних, організаційних, юридичних, ін.). Найбільш проблемним питанням захисту інформації є визначення типу (виду) інформації, яку доцільно віднести до секретної та втрата (розголос, викрадення, продаж, «злив» тощо) якої може призвести до серйозних збитків компанії (фінансових, іміджевих, комерційних, ін.). Тобто, чітке визначення обсягів і меж «комерційної таємниці» є ключовим і визначає способи, інструменти, характер і ресурсне забезпечення процедур її захисту. Так, наприклад, ст. 505 ЦК України дає таке визначення терміну «комерційної таємниці»: «Комерційною таємницею є інформація, яка є секретною в тому розумінні, що вона в цілому чи в певній формі та сукупності її складових є невідомою та не є легкодоступною для осіб, які звичайно мають справу з видом інформації, до якого вона належить, у зв'язку з цим має комерційну цінність та була предметом адекватних існуючим обставинам заходів щодо збереження її секретності, вжитих особою, яка законно контролює цю інформацію.» [4].

Активна бізнес-діяльність економічного суб'єкта пов'язана з використанням великої кількості інформації через процедури збору, оброблення, аналізу, відбору залучення в рішення, що приймаються. Великі масиви даних

(т. зв. «bigdata»), що залучаються компаніями для оцінки стану середовища і прийняття рішень, потребують безпечного зберігання й захисту. Конкурентні війни вимагають від їх учасників постійного пошуку нових і удосконалення вже використовуваних способів як доступу до інформації (отримання потрібної інформації) з одного боку, так і її захисту (приховування) – з іншого. Інформаційне суспільно і цифрова економіка, поряд із перевагами, продукують і певні виклики й загрози для економічних акторів. В умовах високих ризиків витоку (втрати) цінної, важливої інформації, компанії вимушені вдаватися до активного використання новітніх безпекових технологій: цифрового шифрування, електронних паролів (підписів, ключів), перенесення баз даних на більш безпечні сервери, блок-чейн (“block-chain”), мотивування персоналу до захисту й збереження комерційно важливої інформації тощо. Комерційні та іміджеві втрати компаній від комерційного шпигунства, кіберзлочинності, шахрайства, інсайду тощо обраховуються мільярдами доларів [2].

Позитивно оцінюють у бізнес-середовищі таку технологію захисту даних (транзакцій, інформації), як block-chain, що побудована на використанні блочних ланцюжків транзакцій, реалізованих у вигляді розподіленої бази даних. Технологічно, block-chain – універсальна база даних, в якій можна зберігати і враховувати найрізноманітніші відомості: біржові операції, банківські платежі, реєстр прав власності на нерухомість, активи або цінні папери. Особливості технології викликали підвищений інтерес до неї з боку не тільки криптовалютних бірж, а й великих міжнародних банків і фінустанов. Так, понад 40 великих міжнародних банків (серед яких Citi, Morgan Stanley, Bank of America, ін.) створили стартап R3 для розроблення пакету програмних продуктів для фінансової сфери. Консорціум банків (серед них JPMorgan, BNP Paribas, ABN AMRO та ін.) надав інвестиції компанії DAM на розроблення нової платформи для здійснення фінансових операцій [1]. Однак, як засвідчила поки що досить нетривала у часі практика використання вказаної технології, навіть вона не позбавлена недоліків – останнім часом почастишали випадки її зламування, особливо у фінансовій сфері та криптовалютних транзакціях.

Список використаних джерел:

1. Блокчейн як методологія економіко-інформаційної безпеки криптовалют [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ir.nusta.edu.ua/jspui/handle/doc/1168>.
2. Всесвітнє дослідження економічних злочинів та шахрайства 2018: безпрецедентний рівень економічних злочинів на тлі зростання занепокоєння з приводу кіберзлочинності, втрат, прозорості та підзвітності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.pwc.com/ua/uk/press-room/2018/economic-crime-survey.html>.
3. Економічна безпека підприємства: сутність та основні складові [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/4635/1/55.pdf>.
4. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15/>.

ОЗНАКИ ВИНИКНЕННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

студентка групи 501-ЕП **Крижберська Н.В.**

Полтавський національний технічний університет Імені Юрія Кондратюка

Кожне підприємство від моменту свого створення до моменту ліквідації перебуває під дією як позитивного, так і негативного впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, що може супроводжуватись посиленням дисбалансу у його господарській діяльності, зниженням платоспроможності, ліквідності, втратою конкурентних позицій на ринку, банкрутством тощо.

На сьогодні українські підприємства функціонують в умовах економічної обстановки, що постійно змінюється, у вкрай нестабільних умовах, що посилюються наростаючими економічними проблемами. Критичність цієї ситуації полягає в тому, що переважна більшість вітчизняних промислових підприємств функціонують в агресивному та невизначеному зовнішньому середовищі, стикаються з рядом нових проблем і переважно застосовують неефективні підходи до їх вирішення, що призводить до втрати часу, упродовж якого криза встигає розвинути та призвести до банкрутства підприємства. Для того щоб швидко ідентифікувати кризові явища, виявити причин, що їх викликають доцільно використовувати систему певних індикаторів [1].

Економічний механізм діагностики кризових явищ на підприємстві повинен бути направлений на постійне сканування зовнішнього середовища підприємства із застосуванням комплексу економічних, соціологічних та маркетингових досліджень з використанням методів стратегічного аналізу. Це дозволить визначати взаємозв'язок і логічну послідовність економічних явищ після виявлення певних сигналів та прийняти ефективні управлінські рішення щодо протидії можливим загрозам. Певними сигналами, які несуть інформацію про можливі зміни стану підприємства та умов зовнішнього середовища є наступні показники: стан ринкової кон'юнктури, зміна ємності ринку та конкурентоспроможності на ньому, пріоритети державної та регіональної економічної політики, потенціал зростання масштабу виробництва (сировинних, виробничий, фінансових, трудових ресурсів), інші випадкові чинники.

Що стосується чинників внутрішнього середовища, які можуть служити джерелами відповідних сигналів, до них доцільно віднести показники технічних, технологічних, кадрових, маркетингових ресурсів, показники фінансових і інвестиційних ресурсів, стратегічного потенціалу підприємства.

В таблиці 1 наведено складену автором симптоматику кризових явищ та індикатори їх оцінювання.

Таблиця 1. Ознаки кризових явищ на підприємстві

Вид діяльності	Симптоми кризових явищ	Індикатори симптомів
Виробництво	Зростання плинності кадрів; зниження рівня забезпеченості трудовими ресурсами; зростання рівня зношеності основних засобів; виникнення простоїв через неритмічність поповнення виробничих запасів; зниження рівня використання основних засобів; зниження рівня використання трудових ресурсів; уповільнення швидкості обороту запасів; поява ознак неритмічності виробництва; перевитрати матеріальних і трудових ресурсів	Коефіцієнт плинності кадрів; показник відносної нестачі працівників; коефіцієнт зносу оз; процент втрат робочого часу по організаційних причинах в загальному його обсязі; фондвіддача; продуктивність праці робітників; тривалість обороту запасів; коефіцієнт ритмічності виробництва; питомі витрати матеріальних і трудових ресурсів
Фінансова та торговельна діяльність	Уповільнення обороту грошових коштів; зростання середньої вартості капіталу; відсутність власних обігових коштів; скорочення гарантованих джерел фінансування запасів; зростання рівня залежності від запозичених джерел фінансування; використання коштів за нецільовим призначенням; зростання тривалості комерційного кредитування замовників	Тривалість операційного циклу; WACC; коефіцієнт покриття запасів та обертання дебіторської заборгованості; коефіцієнт фінансового левриджу; коефіцієнт ліквідності грошового потоку; коефіцієнт покриття; співвідношення між тривалістю обороту дебіторської та кредиторської заборгованостей.

Список використаних джерел:

1. Системна криза в Україні: передумови, ризики, шляхи подолання : аналіт. доп. / [Я.А. Жаліло, К.А. Коно-ненко, В.М. Яблонський та ін.] ; за заг. ред. Я.А. Жаліла. – К. : Вид-во НІСД, 2014. – 132 с.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ М. ПОЛТАВИ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

студентка групи 401-ЕП **Мирошниченко Т.В.**

Полтавський національний технічний університет Імені Юрія Кондратюка

На сьогодні найбільш динамічним видом підприємницької діяльності є оптово-роздрібна торгівля. Особливістю даної сфери в Україні є те, що більше 60% товарообігу підприємств оптово-роздрібною торгівлі концентрується в містах обласного значення. Тобто розвиток підприємств оптово-роздрібною торгівлі є перспективним вектором економічного зростання міст в Україні та фундаментом забезпечення товарної безпеки регіонів й регіональних виробників.

Сфера оптово-роздрібною торгівлі м. Полтава має суттєвий потенціал зростання економічної і ділової активності між виробниками та потенційними споживачами, а саме:

– **Фінансово-економічна роль:**

1. Поглиблення економічних зв'язків між усіма сферами економічної діяльності Полтавської області й зростання ємності товарного ринку;
2. розширення логістичних й торговельно-збутових зв'язків з підприємствами оптово-роздрібною торгівлі інших регіонів
3. зростання обсягів переробки сільськогосподарської продукції та підвищення ефективності виробництва продовольчої продукції в межах Полтавської області;

– **Соціальна роль:**

1. Збільшення резерви вдосконалення регіонального поділу праці і зменшення рівня тіньової зайнятості в регіоні, збільшення надходжень до бюджетів різних рівнів;
2. збільшення притоку економічно активного населення до центрів концентрації товарів за рахунок браку асортименту продовольчої і непродовольчої продукції в районах і селищах;
3. збалансований розвиток об'єктів роздрібною торгівлі та комунальних ринкових центрів, що є основою забезпечення конкурентоспроможності в сфері оптово-роздрібною торгівлі й основним шляхом до мінімізації цін на продовольчі товари.

На споживчому ринку м. Полтава відбувається значне перевищення обсягів роздрібною товарообігу продовольчої продукції над обсягами оптового товарообігу підприємств, що здійснюють свою діяльність в межах Полтавської області. Динаміка оптового та роздрібною продовольчого товарообігу в межах Полтавської області наведено на рис. 1.

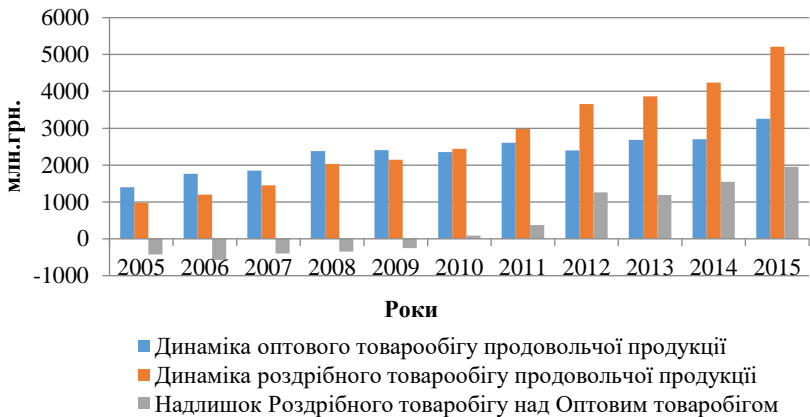


Рис. 1 – Динаміки обсягів оптового та роздрібного товарообігу в Полтавській області за 2005-2015 роки, млн. грн.

Починаючи з 2011 року внутрішній товарообіг продовольчих товарів Полтавської області та м. Полтава доповнюється товарами в сумі 1200-1700 млн. грн., які вироблені поза межами Полтавської області, що складає в середньому 35% від обсягу продовольчого товарообігу по Полтавській області. Дана тенденція є результатом значної залежності споживчого ринку м. Полтава від товарів, які виробляються в Дніпропетровській і Харківській областях та реалізуються через мережі супермаркетів в м. Полтава. Тобто щороку підприємства-виробники продовольчих товарів, які здійснюють господарську діяльність в Полтавській області, втрачають щонайменше 35% споживчого ринку Полтавської області; не повністю завантажують виробничі потужності; не створюють ринкових можливостей для розвитку сільськогосподарських підприємств та фермерських господарств;

Можна стверджувати, що на сьогодні структура ринку збуту продовольчої продукції та конкуренція на ньому не відповідає потребам в реалізації продукції виробників м. Полтави та Полтавської області.

Список використаних джерел:

1. Головне управління статистики у Полтавській області // <http://pl.ukrstat.gov.ua/>.

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ: НОВІ ВИКЛИКИ Й МОЖЛИВОСТІ

доцент **Сабадаш В.В.**
група Е–61 **Пелешенко Р.О.**
Сумський державний університет

Позитивні зміни й трансформації у національному бізнес-середовищі суттєво посилюють вектор європейської інтеграції України в цілому та можливості зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) національних компаній зокрема. В умовах реалізації положень економічної асоціації з ЄС економічні суб'єкти отримали гарні бізнесові можливості співпраці з європейськими компаніями. Одночасно, зросли й ризики ЗЕД через відкритість ринків та нові умови конкуренції. Це вимагає від суб'єктів ЗЕД розроблення й реалізації суттєво удосконалених (або принципово нових) методів (способів) ведення ЗЕД на конкурентних зовнішніх ринках.

У глобальній економіці ефективність ЗЕД можуть забезпечити тільки сучасні методи стратегічного управління й процедури стратегічної діагностики. Неврахування фахівцями ЗЕД реалій ринку через некомпетентність чи непрофесіоналізм чи свідоме нехтування ними є причиною вельми низької конкурентності й, відповідно, комерційної успішності. Процеси європейської інтеграції, що реалізуються українськими компаніями, заохочують підприємців до активної співпраці з закордонними бізнес-структурами. Євроінтеграція офіційно проголошена першорядним пріоритетом зовнішньої політики України: так, повноправне членство у ЄС і надалі залишається головною стратегічною метою прагнень України. Саме тому проведення реформ, розвиток національної економіки визначаються сучасними умовами глобалізації та інтеграції товарних, інституційних, законодавчих, фінансових, інвестиційних та ін. секторів. ЗЕД, як найпростіший спосіб комунікації між ринками, продовжує відігравати надзвичайно важливу роль у міжнародних інтеграційних процесах, формує передумови для соціально-економічного зростання.

Процес входження вітчизняних компаній на міжнародний ринок є досить складним і вимагає системного підходу до розроблення й ефективної реалізації міжнародної інтеграційної стратегії. Однак мінливість і невизначеність зовнішнього бізнес-середовища та недетерміновані умови функціонування міжнародного бізнесу потребують постійних досліджень і удосконалень.

Економічна асоціація з країнами ЄС відкрила для українських товаровиробників нові можливості, перш за все, комерційного характеру. У досить сильному конкурентному середовищі українські компанії поступово посилюють свої позиції, реалізуючи виробничий потенціал та розширюючи

інвестиційні можливості. Співпраця із закордонними контрагентами зазвичай підштовхує компанії до трансформацій та суттєвих змін всередині компанії, зорієнтованих на реалізацію інновацій, дотримання вимог європейських стандартів якості продукції (послуг), прозорості ведення бізнесу, використання міжнародних стандартів бухгалтерської звітності тощо.

Ефективність ЗЕД визначає експортний потенціал України, доступ і освоєння нових зовнішніх ринків українськими суб'єктами ЗЕД, підвищення рівня їх конкурентоспроможності, поліпшення якості виробленої ними продукції та наданих послуг, зовнішньоторговельне сальдо, а також формує економічну безпеку держави загалом (зокрема, енергетичну).

Аналізуючи динаміку та тенденції ЗЕД вітчизняних підприємств, можемо дійти висновку, що для її покращення та підвищення конкурентності фірм на зовнішніх ринках актуальними завданнями для компаній є: постійне підвищення та удосконалення рівня професіоналізму фахівців галузі ЗЕД, як базових компетентностей, так і *“soft” skills*, як креативність, комунікабельність, самоосвіта, неконфліктність, уміння вести переговори, емоційний інтелект, уміння працювати в команді, управління часом, стресостійкість); підвищення дисципліни виконання контрактів; забезпечення прозорості бізнесу (питання власності, взаємовідносин із стейкхолдерами, звітності, корпоративної культури, соціальної й екологічної відповідальності тощо); залучення адекватних ситуації методів аналізу, оцінювання та страхування ризиків ЗЕД; проведення сертифікації продукції (послуг) за європейськими стандартами; залучення сучасних технологій виробництва, які б забезпечували високу якість продукції; удосконалення валютної політики відповідно до дерегулятивних змін валютної політики НБУ; використання ефективних логістичних схем у контрактах; оптимізація митних процедур з активним використання можливостей електронного декларування; активізація діяльності із залучення зовнішніх інвестиційних ресурсів.

Стратегічними орієнтирами для компаній у ЗЕД мають стати: а) участь у трансфері технологій та торгівлі високотехнологічними товарами (так, питома вага високотехнологічного експорту України становить близько 3 %); б) акцент на експорті товарів (послуг) із високою доданою вартістю; в) використання можливостей транскордонного співробітництва; д) активне використання преференцій угод про зону вільної торгівлі (окрім ЄС і ЄАВТ, це Канада, Чорногорія, Північна Македонія, Грузія, Туреччина, Ізраїль); е) активізація зусиль із інтеграції у глобальні ланцюги вартості (ГЛВ) – рівень інтеграції економіки України у ГЛВ становить близько 16 %; з) активний розвиток торгівлі органічною продукцією землеробства; к) посилення процедур захисту інтелектуальної власності, торгових марок; л) активне використання переваг електронної торгівлі.

ЧИННИКИ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ ФІНАНСОВУ СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

доцент **Карінцева О.І.**

студентка **Чмут А.С.**

Сумський державний університет

В умовах ринкової економіки та високого рівня конкуренції, підприємства намагаються підвищити рівень ефективності виробництва, конкурентоздатності продукції. Для реалізації цієї задачі керівники підприємств важливу роль приділяють аналізу господарської діяльності, дослідженню та управлінню фінансовою стійкістю. На основі такого аналізу визначається стратегія і тактика підприємства, реальна та потенційна можливість забезпечувати оптимальне фінансування господарської діяльності та здатність ефективно здійснювати цю діяльність у майбутньому. Чинники, що визначають фінансову стійкість підприємства можна умовно поділити на дві групи: зовнішні (загальна стабільність, фаза економічного циклу; рівень та динаміка платоспроможного попиту; конкуренція ринку; банкрутство боржників; інфляція, зміна рівня цін, курсу валют; податкова, кредитно-фінансова та інвестиційна політика) та внутрішні (галузева приналежність підприємства; структура послуг, їх частка у платіжному попиті; стан майна: розмір та структура; стан фінансових ресурсів; величина та динаміка витрат порівняно із доходом; розмір сплаченого зареєстрованого капіталу, власних оборотних коштів) [1, с.38]. Безперечно, кожен із вищезазначених факторів впливає на рівень фінансової стійкості та ліквідності підприємства. Але ступінь цього впливу різна і залежить вона від реальних умов, в яких працює підприємство. Так, наприклад, серед зовнішніх факторів, що визначають фінансову стійкість підприємства ПрАТ "Моршинський завод мінеральних вод «Оскар», за нашим дослідженням найбільш істотний вплив має конкуренція ринку. Для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємству було рекомендовано залучати інвесторів, впроваджувати досягнення науково-технічного прогресу та нові, нестандартні методи виробництва та управління.

Безпосередньо управляти самостійно підприємство може лише внутрішніми чинниками, які впливають на фінансову стійкість підприємства. Саме тому ця група чинників потребує більше уваги та більш детального аналізу. Наявність достатньої кількості фінансових ресурсів є також важливим чинником впливу на фінансову стійкість та ліквідність підприємства. Лише за умови ефективного виробництва та отримання прибутку, можна сформувати достатню кількість фінансових ресурсів.

Не менш важливим фактором є величина, структура, динаміка витрат порівняно із доходом, адже забезпечення оптимального співвідношення між змінними і постійними витратами, максимізація доходу та мінімізація витрат, безпосередньо впливають на рентабельність, і як наслідок, на фінансову стійкість підприємства.

Список використаних джерел:

1. Бугай В.З. Аналіз та оцінка фінансової стійкості підприємства / В.З. Бугай, В.М. Омельченко // Держава та регіони. – 2008. – № 1. – С. 34–39.

ВПЛИВ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЙ НА ЦИФРОВУ ЕКОНОМІКУ

доцент **Карінцева О.І.**

аспірантка **Ковальова А.В.**

студентка **Ус Я.О.**

Сумський державний університет

Для сучасного етапу розвитку світового господарства характерним є поглиблення взаємної інтеграції економік світу, їх цифровізація та курс транснаціоналізації. Варто відмітити, що основою вищезазначених перетворень виступають транснаціональні компанії (ТНК), які являються найбільш потужними гравцями на міжнародному ринку.

Так, доля окремої країни у світовій економіці все більше залежить від діяльності ТНК, адже ТНК проводять активну виробничу, інвестиційну та торговельну діяльність, у результаті чого виконують функції контролю міжнародного виробництва та розподілу праці.

Загалом, періодом появи перших ТНК вважають XVII ст., що пов'язано з виникненням компанії «East India Company». Однак, більшість сучасних науковців, появу перших ТНК відносять до XIX ст. Більше того, проаналізувавши велику кількість наукових джерел, ми дійшли висновку, що незважаючи на суттєвий вплив ТНК на розвиток міжнародної системи економічних відносин, у визначенні поняття ТНК, а також критеріїв його конкретизації відсутня єдність [1].

Однак, згідно визначенню ООН, ТНК – це міжнародні компанії, що оперують у двох або більше країнах і управляють цими підрозділами з одного або декількох центрів [2]. Варто зазначити, що з часу виникнення ТНК, науковці не дійшли до єдиної згоди про кількість країн у яких функціонує ТНК, яке дозволяє кваліфікувати компанію як транснаціональну.

У свою чергу, для конкретизації ТНК на практиці виділяють низку характерних ознак, за якими визначають ТНК, серед яких [3, 4]: річний оборот, який становить більше \$1 млрд.; філії/дочірні компанії, які знаходяться не менш як у двох країнах світу; частка закордонних активів, що становить 25–30% у загальній їхній вартості; елементи монопольного становища на ринку; інтернаціональна виробнича структура з розвинутим внутрішньофірмовим поділом праці; верховенство центру при прийнятті стратегічних рішень і контроль всіх ланок; єдина глобальна стратегія тощо.

В умовах цифровізації економік та подальшої інтернаціоналізації економічних відносин зростає вплив ТНК на національні економіки. Так, за даними журналу Fortune станом на 2017 рік у 500 найбільших ТНК світу загальна кількість працівників становить 67,7 млн. осіб, та які є представниками 33 країн. Обсяг виручки від реалізації продукції зазначеними компаніями становить \$30 трлн., а отриманий прибуток – \$1,9 трлн. [5]. Варто зазначити, що найбільш впливовими ТНК світу є представники таких галузей, як: електронна, нафтопереробна, хімічна

промисловість та автомобілебудування. На сьогодні, саме вплив інформаційно-комунікаційних технологій на інші галузі є найбільшим, тому і їх подальший розвиток, підкріплений значними інвестиціями виводить ці ТНК на перші позиції у світовому рейтингу.

Саме формування цифрової економіки і її подальше зростання залежить від цих ТНК.

Таблиця 1 – Найбільші компанії у світу за ринковою капіталізацією в 2019р., млрд.дол [6]

№	Назва компанії	Ринкова вартість	Галузь	Країна
1	Amazon	802,1	Роздрібна торгівля	США
2	Microsoft	789,2	Розробка програмного забезпечення	США
3	Alphabet (Google)	737,3	Інтернет	США
4	Apple	720,1	Електроніка, інформаційні технології	США
5	Berkshire Hathaway	482,3	Страховання, фінанси, транспорт	США
6	Facebook	413,2	Інтернет	США
7	Tencent	400,9	Конгломерат (інвестиційний холдинг)	Китай
8	Alibaba	392,2	Інтернет, електронна комерція	Китай
9	Johnson & Johnson	347,9	Фармацевтична промисловість	США
10	JPMorgan Chase	332,2	Банківська діяльність	США

Варто відмітити, що поява верховенства у відносинах між ТНК та національними господарствами є неможливою. Так, з однієї сторони, під час реалізації своєї глобальної стратегії ТНК мають враховувати місцеві особливості країни, де вони проводять свою бізнес діяльність. У свою чергу, для приймаючої країни ТНК являються основними каналами через які відбуваються процеси глобалізації.

Таким чином, ТНК суттєво впливають на економічне зростання та розвиток приймаючих країн, що проявляється у необхідності цифровізації економіки, підвищенні культури ведення бізнесу та споживання товарів і послуг згідно з міжнародними стандартами; перенесення в інші країни певної частини виробництва, продукцію якого вони імпортували; забезпечення додаткових робочих місць місцевому населенню тощо.

Список використаної літератури

1. Транснаціональні компанії: еволюція, структура та типологія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/68670/ekonomika/transnatsionalni_kompaniiv_elyutsiya_struktura_tipologiya
2. Транснаціональні корпорації в мировій економіці. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.grandars.ru/student/mirovaya-ekonomika/transnatsionalnaya-korporaciya.html>
3. ТНК сутність та особливості діяльності. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mirznani.com/a/257455/tnk-sutnst-ta-osoblivost-dyalnost>
4. Соскін, О.І. Міжнародні Фінанси. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://soskin.info/userfiles/file/2012/Book_Mizhnarodni%20Finansy/Book_International%20Finances.pdf
5. Fortune. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fortune.com/global500/>
6. Топ 10 самых дорогих компаний мира в 2019 году. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.fxssi.com/top-10-samyx-dorogix-kompanij-mira>

THE IMPORTANCE OF COST CLASSIFICATION AS A MAIN PROCESS OF COST ACCOUNTING

associate professor **Kharchenko M.**

student **Kozlova D.**

Sumy State University

Management accounting is a system for collecting, organizing, summarizing and providing objective information on the activities of an organization, which is necessary for decision-making by the management level of the organization (managers).

Thanks to the organization and implementation of a management accounting system, it becomes possible to analyze the financial and economic state of an enterprise, allocate resources, optimize costs, and improve financial performance indicators.

Cost accounting is a process of interpreting information to determine how entrepreneurs earn and use money. There are some advantages how to use cost accounting for providing more actionable information than the financial statements produced through accounting [2].

In that case, they are: Cost objects analysis; Inventory valuation. Budget compliance; Discovers causes; Project billings; Trend analysis; Modeling. Capacity.

One of the most important processes of cost accounting named cost classification. It helps employers to make their decisions for keeping organizations on budget and maximize future profits [1].

All costs of a company systematize into different groups.

The following are the main types of cost involved in the production of goods and services (Figure 1):

1. Variable costs – costs that vary with output. So, it is costs that change with changes in the level of production [5].

2. Fixed costs – costs that are independent of output. It is costs that remain constant even with a decrease or increase in the level of production.

3. Direct Costs – costs which can be accurately traced to a cost of object with little effort. An example of a direct cost is direct labor.

4. Indirect Costs – costs which cannot be accurately attributed to the specific cost object [4].

The classification of costs into fixed, variable will vary by industry and company. However, one cost that is considered variable in one company, may be classified as fixed in another. That`s why, managers need some extra knowledge for classifying their companies correctly.

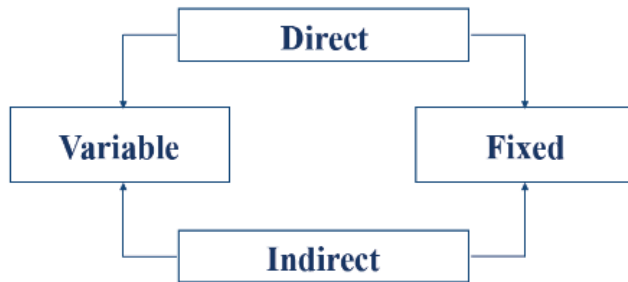


Figure 1 – Types of Costs

In that way, we sum up that cost classification is an action that helps management set up control programs for keeping expenses down and stay under budget by clearly showing which expenses are inflexible and in what areas savings are possible.

References:

1. Barry Elliott (2018) Financial Accounting and Reporting (18th Edition)
2. Bragg, Steven M. (2016) Cost Accounting Fundamentals: Fifth Edition: Essential Concepts and Examples (Paperback or Softback)
3. Philip T. Kotler, Gary Armstrong (2017) Principles of Marketing (17th Edition)
4. Rosemary Peavler (2019) Direct and Indirect Costs in Product Pricing
5. Steven Nickolas (2019) Variable Cost vs. Fixed Cost: What`s the Difference?

ОЦІНКА НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

доцент **Карінцева О.І.**

студентка **Лисенко А.С.**

Сумський державний університет

Нематеріальні ресурси – це ресурси, в яких відсутня матеріальна форма. До основних нематеріальних активів підприємства можна віднести: патенти, ділову репутацію компанії, торгову марку, авторські права, тощо. Через нематеріальні ресурси розкривається теоретична сутність інноваційної діяльності, гудвіл, а також людські ресурси. Саме ці нематеріальні складові діяльності підприємств і дозволяють випереджати конкурентів у сучасних умовах конкурентної боротьби на багатьох ринках.

Розглядаючи світові тенденції розвитку нематеріальних активів можна побачити, що вартість нематеріальних активів у загальній вартості компанії становить від 40 до 90%. А трапляються випадки, коли практично вся вартість бізнесу сформована за рахунок нематеріальних активів. В Україні ж ситуація гірша. За даними державної служби статистики частка нематеріальних активів українських підприємств становить близько 2-5%.

Однією з головних задач щодо нематеріальних активів є їх оцінка. Головна проблема оцінки подібних активів полягає у тому, що майбутні економічні вигоди, які підприємство очікує отримати від них, є невизначеними.

Складність вартісної оцінки нематеріальних активів зумовлено:

1. різноманітністю об'єктів інтелектуальної власності, кожний з яких за законом має бути оригінальним;
2. різними способами їхньої появи на підприємстві;
3. різними формами їхнього практичного використання на підприємстві;
4. імовірнісним характером отриманих результатів вартісної оцінки.

Визначення нематеріальних активів (оцінка) залежить від способу їх придбання. Нематеріальні активи можуть бути внесені як внесок до статутного капіталу, куплені в інших організацій, отримані безкоштовно, або створенні на самому підприємстві.

Загальноприйнятим у вітчизняній практиці і в міжнародних стандартах є використання трьох основних підходів щодо оцінки вартості нематеріальностей, а саме: витратного, дохідного і ринкового (порівняльного).

За витратного підходу оцінка проводиться згідно з витратами на відтворення та на заміщення. Дохідний підхід визначає отримання майбутніх вигід, тобто оцінюваний об'єкт НМР або їхня група повинні приносити прибуток, а їхня вартість буде оцінюватися як приведена вартість очікуваного економічного доходу. Однією з умов використання ринкового підходу є

достатня насиченість ринку, тому що він допомагає порівняти ринкові вартості оцінюваного об'єкту НМР з подібним.

Практики в основному використовують дохідний метод і вважають його основним. Методи витратного та порівняльного підходу лише доповнюють його. В будь-якому випадку ключовим питанням стає: які вигоди принесе використання нематеріального об'єкту. Розв'язання полягає в прямому зіставленні значення, ризиків і часу отримання грошового потоку від використання об'єкту НМР зі значенням, ризиками і часом отримання грошового потоку, який отримало б підприємство за умов невикористання оцінюваного об'єкту НМР.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kodeksy.com.ua/podatkovij_kodeks_ukraini/statja-14.htm
2. Державна служба статистики [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Т.И. Юркова. Экономика предприятия [Електронний ресурс] / Т.И. Юркова, С.В. Юрков. – 2006. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.aup.ru/books/m88/>.
4. Рейли Р. Оцінка нематеріальних активів / Р. Рейли, Р. Швайс. – М.: Квинто- консалтинг, 2005.
5. Інтелектуальний капітал підприємств АПК в регіональній інноваційній системі: Монографія / Г.В. Жаворонкова, В.О. Жаворонков, Д.М. Соковніна, Л.Ю. Мельник, М.О. Гоменюк / За ред. д.е.н. Г.В. Жаворонкової. – Умань: Видавець «Сочінський», 2012.

ФОРМУВАННЯ ЦІНИ В УМОВАХ РИЗИКУ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

доцент **Харченко М.О.**
студентка **Пономарьова Г.С.**
Сумський державний університет

У процесі своєї діяльності кожне підприємство приділяє чимало уваги цінній політиці. Фірма, бажаючи максимізувати свої прибутки, ретельно вивчає ринок, його особливості, оцінює свої позиції, після чого, формує власну стратегію подальших дій. У цьому процесі велику увагу слід приділити методам ціноутворення, адже від правильності та доцільності використання того чи іншого методу ціноутворення залежать результати діяльності організації, а отже, й її подальші перспективи.

Ціноутворення – це процес формування ціни на продукцію підприємства. Ціна ж, в свою чергу, це складне поняття, що включає в себе поєднання таких економічних категорій як прибуток, витрати, собівартість, показники попиту та пропозиції[1].

Існує декілька основних методів ціноутворення, що зазвичай використовують підприємства: методи, що базуються на визначенні повних витрат, на визначенні змінних витрат, на базі аналізу безбитковості і запозиченості цільовим прибутком, на основі аналізу ринкових потреб споживачів, на основі рівня поточних цін [2]. Від обраного методу ціноутворення залежать конкурентні позиції підприємства на ринку та прибутковість його діяльності.

Вибір того чи іншого методу ціноутворення ускладнюється в умовах ризику та невизначеності на підприємстві. Тобто, в умовах, коли підприємство повинно приймати рішення, що неможливо точно або які важко передбачити та оцінити. Іншими словами, наявний брак необхідної для прийняття конкретного рішення інформації[3].

В такому разі, підприємство повинно провести детальний аналіз існуючих даних та спробувати зробити власні прогнози на основі досвіду, отриманого раніше, або прийняти абсолютно нестандартне рішення для поточних умов.

Отже, в умовах ризику та невизначеності підприємству необхідно аналізувати наявну ситуацію як всередині, так і ззовні, виявляти сильні та слабкі сторони свого функціонування. Беручи до уваги всі фактори, що можуть вплинути на фінальний результат діяльності, необхідно приймати рішення щодо вибору методу чи поєднання методів ціноутворення, що принесе найкращі результати та прибутки.

Список використаних джерел:

1. Брижань І.А. Сучасні підходи щодо трактування економічної категорії "ціна" / І. А. Брижань, А. О. Ватуля // Економічний форум. - 2015. - № 3. - С. 6-15. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2015_3_3.
2. Руденко А. О. Ціни та методи ціноутворення в сучасних умовах господарювання [Електронний ресурс] / А. О. Руденко, О. Г. Головка – Режим доступу до ресурсу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/09/202.pdf>.
3. Мацелюх Н. П. Асиметрія інформації, як фактор дисбалансів ціноутворення на фінансовому ринку: теоретичний аспект / Н. П. Мацелюх. // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2013. – №2. – С. 88–95.

МОТИВУВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ЯК ОДНА З УМОВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

доцент **Харченко М.О.**

аспірант **Ковальов Я.С.**

студентка **Шафорост Ю.В.**

Сумський державний університет

В сучасних умовах підприємства змушені діяти якомога ефективніше та бути конкурентоспроможними, розширювати свої можливості на ринку послуг та товарів, підкоряти нові «ніші». Саме мотивування працівників ми вважаємо найбільш значимим у досягненні цих цілей.

Мотивація, на наш погляд, полягає в спонуканні працюючих до відповідальної, ефективної діяльності, які будуть наслідком досягнення цілей. Вона полягає у визначенні потреб персоналу, використанні стимулів до ефективних взаємодій підрозділів спільної діяльності, використанні різної форми заробітної плати. Будь-яке керівництво повинно розуміти, що лише одні їхні плани та цілі не можуть спонукати людей до продуктивної роботи. Саме якість системи та принципів мотивування сприяють забезпеченню високоякісного, чесного та добровільного виконання своїх обов'язків.

На жаль, існуючі умови в Україні не сприяють впровадженню роботодавцями сучасних інноваційних методів мотивування. Більшість з них відмовляються впроваджувати будь-які методи, та все більше вірять у те, що претенденти на посаду повинні тільки працювати за одну заробітну плату. Але є такі, що намагаються заохочувати працівників, проте роблять це якомога економніше для компанії. Наприклад, свято на підприємстві, виїзд або тренінг для усього персоналу. Так, створення дружнього колективу – це частина успіху, але не потрібно забувати про особисті винагороди.

Можна побудувати систему принципів, на якій повинна діяти система мотивування: працівник як особистість з окремими потребами та інтересами; умови для просування талановитих працівників; відповідність грошової винагороди до результатів праці робітника; залучення працівника до управління виробництвом.

Саме розробивши систему мотивації, яка буде максимально задовольняти потреби працівників, які вони вважають головними, можна створити умови, які допоможуть організації досягти цілей та розвитку.

Таким чином, підприємствам слід запроваджувати наступні матеріальні та нематеріальні блага заохочення людей до кращої роботи з високою продуктивністю. Прикладами таких заходів можуть бути впровадженні:

1) за рахунок матеріального заохочення: можливість введення 13-ї зарплати усім працівникам в кінці року; винагородження за знання іноземних мов, проходження тренінгів або підвищення кваліфікації; подвійний тариф

зарплати за понад нормований робочий день; грошові премії за нові ідеї та проекти;

2) за рахунок покращення умов праці: додаткового страхування від нещасних випадків; впровадження вихідного дня на день народження працівника; зменшення кількості робочих днів в тиждні; впровадження відпочинку «легкого сну» під час обідньої перерви. Так, наприклад, можна навести досвід компанії Google з використання так званого кокону MetroNap EnergyPod для короткого обіднього сну. Використання такого виду відпочинку дозволяє досягти оптимального балансу між нудьгою та перевантаженістю та підвищує ефективність праці;[1,2]

3) за рахунок розвитку особистих якостей працівників: можливість змінювати посаду та рід діяльності на одному підприємстві; залучення працівників до відвідування спортивно залу, басейну, театрів, кінотеатрів.

Про необхідність переходу на 4-денний робочий тиждень було заявлено на останньому Всесвітньому економічному форумі у Давосі. Зниження тривалості робочого часу дозволяє робітникам зосередити їх увагу та підвищити якість та креативність. За даними ОЕСР чим більше часу витрачається на роботу, тим нижче продуктивність праці і ВВП на кожну годину роботи. Так, наприклад, у країнах, що лідирують за кількістю відпрацьованих годин за рік – це Мексика та Північна Корея, продуктивність праці є мінімальною.[3]

Таким чином, продуктивність функціонування підприємства залежить не тільки від матеріального та технічного оснащення, сучасних технологій, а й від зацікавленості та мотивації працівників, без якого не можлива робота організації. Продумана система мотивації здатна покращити конкурентоспроможність та престиж підприємства серед інших йому подібних, та вивести його на нові рівні існування.

Список використаних джерел:

1. Лоуренс Найт Як правильно спати на роботі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-38623118>.
2. Работники Google спят в инопланетных коконах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://habr.com/ru/post/96803/>
3. Эксперты в Давосе призывают перейти на 4-дневную рабочую неделю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://interfax.com.ua/news/economic/561449.html>

МАРКЕТИНГ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Доцент **Чигрин О.Ю.**

студент **Шпак А.І.**

Сумський державний університет

Відносно нещодавно в нашому житті з'явилися соціальні мережі. 2004-2006рр. – роки великого в сплеску і пробудження зацікавленості людей до таких платформ як «facebook», «Вконтакте», Youtube та «однокласники». Кожен бажав знайти своїх друзів, одногрупників, знайомих, яких давно не бачив, а підтримувати контакт не було змоги. Можливо зараз важко знайти людину, в якій не має профілю у facebook або Вконтакті. У 2010 році відбувся «соціальний» переворот: з'явилася нова, абсолютно унікальна платформа Instagram. У кожного в телефоні зберігається величезна кількість різних як власних фото, так і фото дітей, родичів, домашніх тварин, фото з відпочинку або весілля, якими так кортить поділитися зі своїми знайомими. І засновники Instagram дають право кожному це зробити. Жодні слова не можуть передати тих емоцій, які зображені на фото. Все це дуже добре, але не пройшло і року з початку заснування соціальних мереж, як дуже розумні маркетологи починають експлуатувати ці платформи в потрібному їм руслі. Більше не потрібно витрачати величезні бюджети на оренду банера або рекламу по телебаченню.

Причому, раніше цього не було помітно, але останнім часом все більше людей розміщують рекламу на своїх сторінках в Instagram, facebook Youtube. Для цього непотрібно мати, так званого, «нано» розуму. Достатньо мати більше 1-2 тисяч читачів і багато починаючих «бізнесменів», які займаються роздрібною торгівлею через Інтернет і будуть пропонувати достатньо вигідні пропозиції. Але все залежить від кількості прихильників та друзів в соціальних мережах. Наприклад, якщо людина має 1-2 тисячі, то рекламодавці можуть запропонувати викласти фотографію з товаром замовника та написати який унікальний, зручний цей товар або як він покращує життя. Адже зараз твоє життя поділяється на дві стадії: життя до цього товару та життя після цього товару. Ти також не залишаєшся в мінусі, звичайно ця реклама винагороджується в грошовому еквіваленті.

Якщо брати в якості прикладу популярних блогерів каналу Youtube або Instagram, у яких читачів більше 100 тисяч, то зазвичай замовники надсилають їм дуже гарну, якісну продукцію, яку вони, наприклад, тестують на собі та діляться своїми враженнями і звичайно отримують грошову винагороду.

Також, багато починаючих брендів, наприклад, українського виробництва, одяг для дівчат або стильні аксесуари для ваших мобільних телефонів проводять акції або програми лояльності. Наприклад, розіграш унікальної футболки або чохла для вашого телефону за репост. Ці акції короткочасні, тривають приблизно 5-7 днів, але за цей невеликий проміжок часу

зацікавленість в цьому бренді збільшується в декілька разів. Ти ділишся цим записом в себе на сторінці, його бачить твій друг, який теж бажає отримати гарний аксесуар безкоштовно, він теж вирішує бути частиною цієї багатоскладової маркетингової кампанії, можливо сам цього не підозрюючи, і так передається ця інформація від людини до людини і все більша кількість дізнається про той чи інший бренд.

Цікавими є також програми лояльності в соціальних мережах. Цей механізм направлений на те, що починаючи підприємці вважають і цінують вірність їхній продукції і залюбки будуть надавати знижки, бонуси на придбання наступних товарів. Знижка 10% - це невелика знижка для власника, але вам завжди буде приємно її отримати. Так, в якості прикладу може бути магазин жіночого одягу «МОНІТО». У багатьох дівчат є фото з примірочних магазину в тому чи певному вбранні. Навіщо вони це роблять? Залишається таємницею, але факт є фактом. Розуміючи таку тенденцію, магазин «МОНІТО» в свій час пропонував знижку на твій модний лук. Обов'язковою умовою було обрати гарне вбрання сфотографуватися в примірювальній цього магазину, викласти це фото відмітивши геолокацію, назву магазину на ньому, та отримати певну кількість вподобань.

Отже, друковані ЗМІ та телебачення не порівнюються з впливом соціальних мереж на населення. Тому що сучасні гаджети завжди разом з їх власниками. Реклама – це невід'ємна частина сучасного життя, хочемо ми цього чи ні. І самі цього не знаючи потрапляємо на гачки талановитих маркетологів.

Список використаних джерел:

1. Gavurova, B., Bacik, R., Fedorko, R., & Rigelsky, M. (2018). Analytical view of online marketing tools in the dimension of marketing campaigns' personalization in Slovakia. *Marketing and Management of Innovations*, 2, 186-200. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.2-15>
2. Lyulyov, O., Chygryn, O., and Pimonenko, T. (2018). National Brand as a Marketing Determinant of Macroeconomic Stability. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 142-152. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-12>
3. Alnsour, M. (2018). Internet-Based Relationship Quality: A Model for Jordanian Business-to-Business Context. *Marketing and Management of Innovations*, 4, 161-178. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-15>
4. Zatonatska, T., Rozhko, O., & Tkachenko, N. (2018). Modern Trends of Impact on Economic Development of Countries: E-Commerce and R&D. *Marketing and Management of Innovations*, 4, 129-135. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-12>
5. Verdenhofs, A., & Tambovceva, T. (2019). Evolution of Customer Segmentation in the Era of Big Data. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 238-243. <http://doi.org/10.21272/mmi.2019.1-20>
6. Stefko, R., Pollak, F., & Gavurova, B. (2018). Offline and Online Approaches to Quality Perception of Slovak University Hospitals. *Marketing and Management of Innovations*, 4, 107-115. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-10>

ВПЛИВ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ НА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ

аспірант **Нечипоренко Р.М.**
студент групи Е-51/2 **Федоришин І.В.**
Сумський державний університет

Вітчизняний ринок кондитерських виробів характеризується високим рівнем конкуренції і ступенем насиченості, тому лідируючу позицію займають виробники, які першими реагують на зміну споживацьких вподобань, динамічно оновлюють асортимент продукції й насичують його новинками. На ринку кондитерських виробів працюють близько 800 підприємств [2].

Наявність достатньої кількості фінансових ресурсів дає можливість виробникам розробляти нові види продукції, проводити маркетингові дослідження з метою розширення ринків збуту; реалізовувати інноваційні заходи, як у виробництві, так і в управлінні.

Згідно рейтингу Global Top 100 Candy Industry [3] до сотні найбільших в світі виробників солодощів входять три українські компанії - «Roshen» (25 позиція у рейтингу 2018 р., 24 – у 2017 р.), «АВК» (64 позиція у рейтингу 2018 р., 67 – у 2017) та «Konti Group» (43 позиція у рейтингу 2017 і 2018 р.). Причому їх позиції в рейтингу рік від року зростають. Лідерами в світі у 2017-2018 рр. є Mars Inc., Mondelez International та Ferrero Group [3]. ПрАТ «Монделіс Україна» є українським підприємством компанії Mondelez International і одним із лідерів на ринку харчових продуктів України у категоріях кави, виробів із шоколаду, солоних снєків та печива.

У своїй Басова О.О. [1] дослідила результати діяльності найбільших підприємств кондитерської галузі України (табл.1).

Таблиця 1 – Динаміка чистого прибутку підприємств галузі за 2014-2016 рр., тис.грн. [1]

Підприємство	Період		
	2014	2015	2016
ПАТ «ВКФ «Ласощі»	-4237	2189	3962
ПАТ «Запорізька КФ»	-85	-1800	747
ПрАТ «ВО «КОНТИ»	711684	64514	-431141
ПрАТ «Монделіс Україна»	276249	171307	99094
ПАТ «Кондитерська фабрика «АВК» м. Дніпро»	-4410	-578	202

Фінансове становище підприємства можна охарактеризувати низкою показників. Результати їх розрахунку представлені в табл. 2. Їх значення свідчать, що підприємство не має довгострокових зобов'язань і має достатньо власних коштів для погашення поточних зобов'язань.

Таблиця 2 – Показники ефективності фінансової діяльності підприємства (2017 р.)

Показник	Формула для розрахунку
Коефіцієнт автономії (платоспроможності)	$KA = \frac{B3}{B_6} = \frac{1757007}{3277901} = 0,54 \quad (1)$ <p>де KA – коефіцієнт автономії (нормативне значення $KA > 0,5$); $B3$ – сума власних засобів організації; B_6 – валюта балансу.</p>
Коефіцієнт фінансової стійкості	$K\Phi C = \frac{BK}{O3} = \frac{1757007}{0 + 1520894} = 1,15 \quad (2)$ <p>де $K\Phi C$ – коефіцієнт фінансової стійкості (позитивне явище - зростання показника, $K\Phi C \geq 1$); BK – власний капітал, $O3$ – обсяг зобов'язань підприємства.</p>
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$K_{аб.л} = \frac{ГК}{ПЗ} = \frac{168018}{1520894} = 0,11 \quad (3)$ <p>де $K_{аб.л}$ – коефіцієнт абсолютної ліквідності (нормативне значення $K_{аб.л} = 0,2-0,35$); $ГК$ – грошові кошти підприємства (в національній та іноземній валюті); $ПЗ$ – поточні зобов'язання</p>
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	$КМК = \frac{OA}{ПЗ} = \frac{1553508}{1520894} = 1,02 \quad (4)$ <p>де $КМК$ – коефіцієнт маневреності власного капіталу (нормативне значення $КМК > 0$; зростання показника); OA – оборотні активи</p>

Розраховані показники свідчать про покращення показників діяльності підприємства, зокрема зростання чистого доходу від реалізації продукції, зростання обсягів виробництва продукції. Аналіз показників ефективності виробничої діяльності підприємства показав позитивний фінансовий стан, про що свідчать зростаючі обсяги чистого прибутку. Все це дає підстави свідчити про підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Монделіс Україна».

Список використаних джерел:

1. Басова О.О. Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку кондитерської галузі України / О. О. Басова // Ефективна економіка. – №5. – 2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2018/44.pdf
2. Шестак О.В. Сучасний стан та тенденції розвитку кондитерської галузі / О.В. Шестак // Вісник НТУ «ХП». Серія «Актуальні проблеми розвитку українського суспільства». – 2013. – № 6 (980). – С. 132- 137.
3. The Top 100 Candy Companies in the World in 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.candyindustry.com/2017-Global-Top-100-Part-4> – Заголовок з екрану. (Актуально на 03.11.2018 р.)

ПРЯМІ ТА ПОРТФЕЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ

студентка гр. ПЕ-71 **Гончаренко І.М.**
Сумський державний університет

Важливе місце в житті кожного підприємства посідають інвестиції. Доцільність інвестицій потрібно розглядати з двох сторін. З одного боку інвестор, котрий має вільні кошти, знаходить вигідний проект, а з іншого – підприємець залучає до свого бізнесу додатковий капітал, якого він сам не має. На даний момент розрізняють два види інвестицій: прямі та портфельні. Основними критеріями класифікації є термін одержання прибутку та ваша частка інвестицій в статутному капіталі підприємства.

Прямі інвестиції – довгострокове вкладення капіталу в підприємство, при чому частка якого складає не менше 10 % від загального капіталу компанії. Найчастіше в прямих інвестиціях зацікавлені ті інвестори, що передбачають прямий вплив на управлінську складову та будуть брати безпосередню участь у долі компанії. Підприємство в цьому випадку може сподіватися не тільки на додаткові кошти з боку інвестора, але й на його досвід та підприємницькі здібності. Прямі інвестиції найчастіше реалізуються у вигляді «розумних грошей», коли разом із фінансовими надходженням підприємство отримує і кращий досвід.

Прямі інвестиції зазвичай реалізуються у вигляді вкладень в основний капітал та розширене відтворення, котре пов'язане із операційною діяльністю підприємства.

Портфельні інвестиції ж натомість розраховані на дрібних інвесторів, що ніяк не можуть впливати на долю компанії. Найчастіше такі людикладають невелику частину своїх коштів в акції та облігації декількох компаній та прагнуть в короткостроковий термін отримати свій прибуток. В цьому випадку інвестори швидко та майже не докладаючи ніяких зусиль збільшують свій капітал, а підприємства залучають додатковий капітал не долучаючи до управлінського апарату сторонніх людей. Портфельні інвестиції можуть бути цікавими не лише для дрібних інвесторів, проте і для окремих фондів, котрі розпоряджаються коштами інших економічних агентів.

Обирати той чи інший шлях інвестування особистий вибір кожного інвестора, але перш за все потрібно розставити пріоритети, зрозуміти ціль інвестування. Ставши прямим інвестором, можна стати повноправним партнером компанії та відповідати за примноження капіталу. Вкладаючи портфельні інвестиції, інвестор мінімізує ризик втратити всі кошти, залучені до проекту, оскільки кошти диверсифіковані, отже шанс втратити все одразу мінімальний.

Наук. керівник: д.е.н. доц. **Кубатко О.В.**

PLANNING AS A PRIMARY PROCESS OF HR MANAGEMENT

associate professor **Chygryn O.**

student **Kozlova D.**

Sumy State University

Today the the goals of HR management have been identified as: support the organization in achieving its objectives by developing and implementing HR strategies, that are integrated with business strategy; contribute to the development of a high-performance culture; ensure, that the organisation has the talented, skilled and engaged people it needs; create a positive employment relationship between management and employees and a climate of mutual trust; encourage the application of an ethical approach to people management [1].

In the present-day world, the organization`s managers require much more than simply performing their basic functions and regulating the relevant processes: planning, organizing, leading and controlling [2].

Nowadays ensuring management means engaging all staff to the work process.

The role of the human factor becomes more all-embracing and is one of the most important organizational task for employers.

HR management is a process systematically organized through interdependent organizational, economic and social mechanisms to ensure effective functioning of the company as a whole, and the satisfaction of the needs of each employee for professional and personal development.

Planning is the primary process and one of the main managerial functions of HR management (Figure 1).

Using this process, the concept is implemented long-term, future-oriented HR policy [3].

HR planning entails two steps:

- 1) assessing current human resources;
- 2) meeting future HR needs.

Assessment

Managers begin HR planning by inventorying current employees. This step usually includes information on employees such as name, education, training, prior employment, languages spoken, special capabilities, and specialized skills.

An important part of an assessment is job analysis, an act that defines a job and the behaviors necessary to perform it.

Using these documents from the job analysis, managers have to develop job descriptions and job specifications.

A job description is a statement describing a job. It is about job`s content, conditions of employment and workplace environment.

A job specification states the qualifications of a new employee for perform a job with success. It includes necessary professional knowledge, interpersonal skills to do the

job effectively. These two statements are very important act before recruiting and selecting.

Meeting Future HR Needs

Future HR needs are defined by the mission, goals, and strategies of entrepreneurship.

After appreciation capabilities and needs, managers should put a value upon areas in which the organization will be understaffed or overstaffed. Then they're ready to proceed to the next step in the HRM process [4].



Figure 1 – Managerial Functions of HR Management

To sum up, human resource planning, which should be considered as one of the main stages of management, determines organization`s needs for resources. In this case, the most important internal factors contributing to needs for staff are basic values and goals of the organization.

References:

1. Armstrong M and Taylor S (2015), Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice, London: Kogan.
2. Richards L. Human Resource Planning Process (2017). Available at: <https://smallbusiness.chron.com>
3. Kenton W. Human Resource Planning (2019). Available at: <https://www.investopedia.com>
4. Volini E., Occean P., Stephan M., Walsh B. Global Human Capital Trends (2017). Available at: <https://www2.deloitte.com>
5. Mazur-Wierzbicka, E. (2019). Human Resources as Fundamental Element Determining the Development of Innovation. Marketing and Management of Innovations, 1, 335-356. <http://doi.org/10.21272/mmi.2019.1-28>
6. Piatek, T. (2018). Work Safety Management – Social and Educational Context. Marketing and Management of Innovations, 4, 66-72. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-06>
7. Shvets, A. (2018). Innovative Approaches to Analysis of Job Quality: Factors, Elements and Outcomes. Marketing and Management of Innovations, 4, 26-43. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-03>

СТАРТАПИ У ГАЛУЗІ ІТ ТЕХНОЛОГІЙ: ПРИКЛАДИ РЕАЛІЗАЦІЇ

доцент **Чигрин О.Ю.**

студент **Місік М.І.**

Сумський Державний Університет

Браслет для знаходження людей представляє собою продукт, технологія використання якого допоможе знайти людину відсканувавши QR-код на ньому. Цей аксесуар розроблений для людей які можуть забути свій адрес маючи хворобу, або для дітей які загубилися. Браслет має змогу передавати своє місцеположення через спеціальний чіп. На професійному сайті споживач має змогу зв'язатися з виробниками послуги, зареєструвати новий браслет та присвоїти йому спеціально розроблений персональний QR-код користувача. При цьому на браслеті передбачена кнопка, якщо людина, наприклад, заблукала. При загрози життю буде ще одна спеціальна опція, при обранні якої, буде надіслано повідомлення у всі служби допомоги про можливу небезпеку. Корисним є те, що за допомогою сонячних батарей, які вбудовані уздовж граней пристрою, браслет має змогу заряджатися, тому користувач може ніколи його не знімати. При цьому відповідні аналоги продукту не існують на Україні.

Переваги користування відповідним додатком наступні:

- зберігається інформація про ім'я, рік, хвороби людини, які ліки людини приймає, до яких є протипоказання (алергія);
- місце знаходження власника даного пристрою;
- контактні номери, за якими можна зв'язатися з близькими;
- місце проживання людини, у якій був сканований браслет;
- якщо ви опікун, то при натисканні кнопки на браслеті, вам прийде повідомлення з геоданими, де можна знайти користувача пристрою.

Перевагами браслету є можливість точно визначити місце знаходження людини за короткий проміжок часу. Також, якщо людину знайдуть непринятною, то відсканувавши код на браслеті можна швидко визначити її хворобу та зв'язатися з опікунами.

Стратегією розвитку даного стартапу є вдосконалення переваг та облік всіх можливих загроз і недоліків. Завдяки підключенню до “Google map” та співпраці з медичними закладами, продукт може бути інтегрований до відповідної бази даних. Можливість активної синхронізації по всій країні є значною перевагою. Зазначимо, що маркетингова складова є доволі простою. Це встановлення зв'язків з сервісами “Google”, реклама за допомогою інтернет, співробітництво з іншими додатками та поширення ними посилань на продукт. Враховуючи наявність закордонних конкурентів, освоєння вітчизняного ринку планується за рахунок високої якості та функціоналу продукту.

Список використаних джерел:

1. Ropuszynska-Surma, E., & Weglarz, M. (2018). A Virtual Power Plant as a Cooperation Network. *Marketing and Management of Innovations*, 4, 136-149. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-13>

МОНІТОРИНГ СТАНУ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

студентка гр. ПЕ-61 **Кучеренко П.В.**
Сумський державний університет

Регіональна оцінка екологічного стану не може проводитися без аналітично-інформаційної бази, яка в свою чергу формується лише на основі існуючих систем моніторингу. Вона повинна забезпечувати інформацію про стани економічної, екологічної та соціальної підсистем, яка є повною, перевіреною та своєчасною. В Україні моніторингові дослідження поділяються на два види: соціально-економічний та екологічний. Варто зазначити, що, отриманий у результаті двох видів моніторингу, спільний аналіз даних практично відсутній, тобто вони дають можливість зробити абсолютно різні висновки. Тому саме оперативною оцінкою змін, які відбуваються на даний момент у регіоні, та своєчасною реакцією на негативні тенденції цих змін забезпечується правильність прийняття управлінських рішень. Таким чином необхідно створювати комплексну систему моніторингу, яка значно відрізняється від тієї, що вже існує. У новій системі повинен бути інший цільовий характер спостереження з урахуванням екологічної, економічної та соціальної інформації, а також інший розрахунок інтегральних індикаторів розвитку. Слід звернути увагу, що на даний момент господарювання ми можемо бачити інтенсифікацію взаємозв'язку між різними регіональними підсистемами в процесі регіональної оцінки рівня безпеки в цілому. Внаслідок цього необхідно побудувати стратегію регіонального розвитку, яка ґрунтується на формуванні безпеки регіону, і яка будується відповідно до обсягу інвестицій, що відповідають за попередження небезпечних явищ та аналіз всіх можливих наслідків в різних сферах регіону. Якщо звернутися до літератури, то на даний момент є багато підходів до оцінки соціально-екологічної безпеки регіону. Проводячи в системі забезпечення екологічної і соціальної безпеки експрес-класифікацію, її можна надавати з двома складовими. До першої складової відноситься «негативна складова», яка виникає при повній бездіяльності або недостатніх діях відповідно до забезпечення безпеки, та характеризується оцінкою регіональних витрат на те, щоб ліквідувати збитки в різних сферах. Оскільки кожна система є збалансованою, то «позитивна складова» вважається такою, в якій витратна оцінка пов'язана з фінансуванням ряду заходів, що забезпечують безпеку в регіонах.

Наук. керівник: д.е.н., доц.. **Кубатко О.В.**

НЕЙРОЕКОНОМІЧНА ОСНОВА ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ

доцент **Бурлакова І.М.**
студентка групи ПЕ-71 **Солодова Є.Д.**
Сумський державний університет

Агентивність індивіда у соціумі передбачає постійний вибір, який має значення для певної суб'єктивної мети. Внаслідок цього виникають альтернативні варіанти вибору, властивості яких стають орієнтирами для дій, пов'язаних з формуванням кінцевого відбору, що дозволяє виділити значні для суб'єкта зв'язки та відмежувати їх від інших, а також підносить корисність одного варіанта над іншим. Тому актуалізується сфера нейроеконіміки, що вивчає концептуальні процеси прийняття рішень за допомогою економічних моделей та нейробіології.

У нейроеконіміці економісти, нейробіологи, психологи спільними дослідженнями намагаються пояснити природу і причину виникнення тих чи інших рішень, наприклад, ірраціональної поведінки та ірраціональних рішень. Як окрема галузь виникла у раних 2000-х роках, а перші нейроеконімічні дослідження були проведені дослідником та нейробіологом Вільямом Ньюсом у США. Він вивчав прості рішення, наприклад, мавпа повинна була перевести погляд вліво або вправо. Виявилось, що нейрони, які відповідають за це рішення, описуються фундаментальною моделлю, так званою «дифузійною моделлю» прийняття рішення - ця модель передбачає, що, вибираючи між двома альтернативами, ми акумулюємо інформацію на користь альтернативи А чи альтернативи Б, коли докази на користь однієї з альтернатив досягають певного порогу, ми приймаємо те чи інше рішення.

Нейробіологічні дослідження довели, що існують ділянки мозку, які кодують очікувану цінність рішення для індивіда. Це спостереження зв'язало нейробіологію з економікою, тому що в економіці суб'єктивні цінності або корисності - це ключове поняття для теорії прийняття рішень. Згідно з популярними економічними теоріями прийняття рішення, людина вибирає між двома опціями, вибираючи опцію з максимальною очікуваною корисністю або цінністю цієї опції. Фінальне дослідження, яке сформувало нейроеконіміку, - це дослідження з вивчення префронтальної кори, яка здатна залучати і відповідати за самоконтроль, який може модулювати цінності і впливати на поведінку людини, якщо взаємодіяти з нею.

Отже, сьогоденна інтегративна нейроеконімічна концепція прийняття рішення може синтезувати економічні, психологічні та біологічні теорії разом, щоб пояснити, передбачити або навіть вплинути на рішення людини. В цілому процес прийняття рішення складається в каскад процесів залучення різних областей мозку, що кодують цінності, інтегруючи аргументи за і проти того чи іншого рішення.

ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА НАЦІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

студентка гр. Е -61 **Пелещенко Р. О.**
Сумський державний університет

Дослідження процесів еколого-економічної безпеки розпочалося досить давно, на початку ХХ ст. Світ постійно змінюється, а з ним розвиваються і підходи щодо управління розвитком, значної популярності набувають дослідження процесів циклічності та синхронізації розвитку різного рівня економічних систем. В даний час методологія вивчення та аналізу синхронізації розвитку еколого-економічних регіональних систем ще не набула чіткої форми, проте активно до цього прямує.

Аналіз останніх публікацій. Відомими зарубіжними дослідниками в даній сфері стали Дж. Джестон. Й. Неліс, Ф. Буссеймейкер, Т. Бруїн, Б. Пауер, М. Розманн та ін. Сучасна практика оцінки рівня еколого-економічної безпеки базується практично на зарубіжному досвіді. Тому дана тема потребує всебічного аналізу та більш детального вивчення.

Метою дослідження є висвітлення та аналіз процесів оцінки еколого-економічної безпеки регіональних економічних систем.

Виклад основного матеріалу. Національна безпека – є системною категорією, яка тісно пов'язана з різними категоріями недоторканості й територіальної єдності, примусу та агресії, економічного суверенітету та економічної незалежності тощо. Тобто, це є здатністю держави, яка ефективно протидіє впливу потенційних чи наявних загроз її незалежному розвитку та взагалі існуванню [1]. При цьому важливу роль придають власне економічній безпеці, яка є основою матеріального добробуту країни.

Економічна безпека – є надійною і забезпеченою всіма необхідними інструментами та засобами державою, яка включає спецслужби і силові структури, захищеність державних інтересів у сфері економіки від економічних втрат, зовнішніх і внутрішніх загроз [2]. Кажучи по-іншому, економічна безпека – це не тільки захист національних інтересів пов'язаних з економікою, але й здатність інститутів влади створювати механізми захисту інтересів розвитку економіки країни, підтримка соціально-політичної стабільності.

Список використаних джерел:

1. Національна економіка: Підручник. / За ред. Проф., к.е.н. П.В. Круша. 2-е вид. – К.: Каравела; Піча Ю.В., 2008. – 428 с.
2. Заболоцький Б.Ф. – Національна економіка: Підручник. – Львів: Новий світ-2000, 2009. – 582 с.

Наук. керівник: д.е.н. доц. **Кубатко О.В.**

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО СЕРЕДОВИЩА УКРАЇНИ

д.е.н., професор **Борнос В.Г.**
студентка **Відменко Ю.В.**
Сумський державний університет

Розвиток господарюючих суб'єктів, як відокремлених структурних одиниць є фундаментом для розвитку національної економіки країни. Однією з визначальних умов ефективності функціонування держави є економічна безпека, що включає фінансову безпеку, як невід'ємну її складову.

В сучасних реаліях ринкова економіка потребує постійного моніторингу діяльності підприємств, яка пов'язана з різноманітним проблемним полем можливостей, що виникають на шляху його розвитку. Безперечно, ефективність функціонування суб'єктів господарювання прямо пропорційно залежить від його фінансового стану, та, як наслідок, від рівня фінансової безпеки, що визначає захист пріоритетних інтересів фінансової сфери підприємства від деструктивного впливу зовнішніх та внутрішніх загроз, забезпечує стійку динаміку до зростання ефективності його функціонування в поточному та перспективному періодах.

Задоволення суб'єкта господарювання в необхідному рівні фінансової безпеки виступає одним з ключових параметрів результативності його діяльності, що перебуває під постійним впливом фінансового сектору України. Фінансова безпека суб'єктів підприємництва відображає реалії та тенденції, що пов'язані з волатильністю фінансового середовища країни.

Динамічний розвиток фінансового сектору супроводжується нестабільністю та затяжною кризою у фінансовій системі України, що здійснює значний вплив на фінансову безпеку підприємств. Фінансовий сектор перебуває під впливом системних внутрішніх та зовнішніх чинників, які набувають нових якісних змін. Новітні фактори, такі як інформаційна війна, кібербезпека на рівні як окремих економічних одиниць, так і на національному рівні, зростання випадків рейдерства, а також криза банківської системи, війна на сході України, що доволі відчутно вплинула на рівень розвитку національної економіки протягом останніх років набувають все більшої актуальності з огляду на діагностування рівня фінансової безпеки підприємств.

Мінливість фінансового сектора, впершу чергу, впливає на забезпечення фінансової безпеки підприємства шляхом формування оптимальної структури капіталу, що визначається особливістю діяльності банківської системи та фондового ринку. Крім того, розвиток фондового сектору фінансової системи країни впливає на структуру власності суб'єктів

господарювання, а ефективно діючий страховий ринок створює передумови для всебічного розвитку страхування фінансових ризиків.

Ризики фінансового середовища безпосередньо можуть бути пов'язані з наявною структурою капіталу. Позиковий капітал підприємства у вигляді довгострокових та короткострокових кредитів формує ризик, що пов'язаний з банківською системою, випуск облігаційних позик безпосередньо пов'язаний з особливістю функціонування фондового ринку. Разом з тим, потреба підприємств у задоволенні довгострокового фінансування ускладняється зниженням довіри до банківської системи країни, а як наслідок до відтоку депозитних ресурсів банків, а випуск українськими підприємствами облігацій є досить обмеженим.

Критичний рівень фінансової безпеки може стати наслідком неспроможності господарюючого суб'єкта функціонувати в конкурентних ринкових умовах та, як наслідок, призвести його до банкрутства. Підприємства мають запроваджувати систему контролю фінансової безпеки з метою аутентифікації ризиків, попередження можливих загроз та розробки ефективних механізмів послаблення їх дії.

Отже, невід'ємним елементом фінансового стану підприємства є його фінансова безпека, яка перебуває у зоні впливу фінансової системи України. Дестабілізуючий вплив, пов'язаний з нестабільністю фінансового сектору України потребує всебічного контролю з метою забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки суб'єктів підприємництва. Фінансова безпека підприємства повинна гарантувати його стабільний оперативний та потенційний розвиток, що набуває особливого значення в умовах динамічно функціонуючого фінансового сектору України.

Список використаних джерел:

1. Вергун А. М. Сучасні підходи до оцінки рівня фінансової безпеки підприємства [Електронний ресурс] / А. М. Вергун, К. В. Стріжко // Ефективна економіка. – 2015. – № 6. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_6_21.
2. Кракос Ю. Б. Аналіз фінансової безпеки підприємств України / Ю. Б. Кракос, І. І. Меньїленко // Економіка і суспільство. – 2016. – № 7. – С. 369-377.
3. Малиш Д. О. Теоретичні аспекти впливу фінансового сектору на фінансову безпеку підприємства / Д. О. Малиш // Фінансування, інвестування та кредитування в Україні: проблеми та перспективи розвитку в кризовій економіці : Зб. наук. праць за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпро, 20 травня 2018 р.) : ч. 2. – С. 70-72.
4. Цвайг Х. І. Загрози фінансовій безпеці підприємства та шляхи їх усунення / Х. І. Цвайг, Н. В. Галайко // Причорноморські економічні студії. – 2016. – № 11. – С. 181-185.
5. Школьник І. О. Структура капіталу підприємства: систематизація теоретичних підходів у контексті фінансової архітектури підприємства / І. О. Школьник, Д. О. Малиш, Є. С. Козьменко // Бізнес Інформ. – 2018. – № 3. – С. 315-322.

AGRIVOLTAICS

Prof. Samuel Chayen

International Economic Relations Department,
Oleg Balatskyi Academic and Research
Institute of Finance, Economics and Management,
Sumy State University, Sumy, Ukraine
Research and Information Center, the Knesset

The term Agrivoltaics is used to describe the co-development of land-use both for agriculture and for solar photovoltaic systems. The term was coined in 1981 by Adolf Goetzberger and Armin Zastrow. The basic idea is very simple – it is a combination of conservative agriculture together with a "second floor" of photovoltaic panels, usually mounted on a construction that is situated above or near the crops. This type of new agriculture can have many advantages. First, it mitigates climate change through the sequestration of CO₂ by the agricultural crops. In addition, it prevents emission of greenhouse gases by manufacturing alternative renewable energy. Second, this new type of agriculture can promise a steady income for the farmer from sale of electricity to the grid. Third, it could be the basis for micro-grids, which will serve villages, thus saving long lines of electric transmission.

Agrivoltaics are being implemented on an experimental basis in various countries of the world and in other countries they are part of the photovoltaic day-to-day production of energy. Thus, on an experimental basis, agrivoltaic systems can be found in Germany, France, Italy, USA, Taiwan, Korea, India and Chile. In China and in Japan there are large-scale agrivoltaic systems that are big energy producers. The total installed capacity of Agrivoltaics, worldwide, is approximately 1.95GWp.

Agrivoltaics, have yet to be researched thoroughly. Some crops may be affected negatively due to their shade in-tolerance. On the other hand, some crops may be influenced positively because the shading has an effect on their water-regime. Shading may also prevent burning of fruit caused by extreme radiation. Therefore, many issues such as correct distancing of the panels and usage of the suitable crops have yet to be researched thoroughly.

In Israel, the concept of Agrivoltaics has hardly been researched or implemented, due to contradicting and unclear policy and regulation. However, Israel may be in the future a very important player in this field, mainly due to the scarcity of lands for the development of photovoltaics. In addition, due to climate change effects, which include higher desertification rates, Israel may find agrivoltaics beneficial due to the capability of these systems to save a higher moisture capacity in the ground, thus enabling beneficial growth of various crops.

Another important factor in Israel is the rural structure of the country. Since the 1980's, the Israeli rural structure has been degraded, mainly due to the low

profitability of agriculture worldwide as well as in Israel. This has caused severe abnormalities that have changed the shape of the Israeli rural landscape. Agrivoltaics may change this picture and bring back much more agriculture to the Israeli landscape.

References:

1. GOETZBERGER, A.; ZASTROW, A. (1982-01-01). "On the Coexistence of Solar-Energy Conversion and Plant Cultivation". *International Journal of Solar Energy*. **1** (1): 55–69. Retrieved 7/4/2019.
2. <https://www.ise.fraunhofer.de/en/businessareas/photovoltaics/photovoltaic-modules-and-power-plants/agro-photovoltaics.html> Retrieved 7/4/2019
3. Prannay R.Malu, Utkarsh S.Sharma, and Joshua M.Pearce, 2017. "Agrivoltaic potential on grape farms in India". *Sustainable Energy Technologies and Assessments*. **23**: 104–110.

МАЛІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

студентка гр. ПЕ-71 **Казак А.**
Сумський державний університет

Мале підприємство – невід’ємна частина сучасної ринкової економіки. Малий бізнес є найбільш чисельним і комунікабельним, тому й займає найбільш поширений сектор економіки.

До малого підприємства відносять: підприємство балансова вартість якого складає не більше 4 млн. євро, чистий дохід не перевищує 8 млн. євро, а кількість працівників складає до 50 осіб. Підходи до класифікації малого та середнього підприємництва сильно відрізняються від однієї країни до іншої. Мале підприємство за своєю структурою, фінансовими можливостями та технічним забезпеченням не здатне створювати конкуренцію великим підприємствам. Але, вони вдало заповнюють ті сектори економіки, де потужності великих підприємств є малоефективними та недієвими.

За характером діяльності малі підприємства поділяються на : індивідуальні або ж сімейні та кооперативи (колективні) підприємства. Форми малого підприємництва не лімітуються зазначеними прикладами та можуть бути реалізованими в інших проявах.

До першого категорії малих підприємств відносяться підприємства засновані на індивідуальній чи сімейній власності і праці однієї особи, або членів однієї родини. Майно даного підприємства формується з особистого майна індивіда (сім’ї), одержаних ним доходів та інших законних джерел.

До другого виду малих підприємств відносяться ті, норми яких не перевищують вказані законодавством межі. Кооперативи створюються на основі об’єднання декількох громадян, за для спільної підприємницької діяльності. Майно формується за рахунок вкладів учасників даного колективного підприємства.

Мале підприємство - це не просто маленьке за чисельністю і обсягом продукції виробництво, а зовсім новітня структура, що тільки набуває розвитку в нашій економіці, здатна надавати широку свободу вибору та додаткові робочі місця, забезпечувати швидко окупність витрат, швидко реагувати на зміну споживчого попиту[2]

Список використаних джерел:

1. Бойчик І.М Економіка підприємства: підручник. / І. М. Бойчик. – К.: Кондор-Видавництво, 2016 – 378 с.
2. Економіка підприємства /За заг. ред. С.Ф. Покропівного – К.: Вид-во КНЕУ, 2000. – 528 с.)

Наук. керівник: к.е.н., старший викладач **Кубатко О.В.**

BIOECONOMY AS A PRIORITY DIRECTION OF STATE POLICY

Ph. D. student **Fedyna S.**
Ph.D., associate professor **Kovalov B.**
Sumy State University

In the global world, biotechnology is becoming increasingly popular. Bioeconomy is an economic model based on biotechnology. Therefore, more and more countries are paying attention to bioeconomics, defining the main priorities of its development, which are fixed by national bioeconomic strategies.

Since the concept of bioeconomy is relatively new, there is no unambiguous interpretation of it. Bioeconomy refers to the sustainable production and processing of biomass in a range of food and industrial products, health products, and energy. Renewable biomass covers any biological material (agricultural, forestry, and animal products, including fish) as a product or as a raw material [3]. Bioeconomy is considered as one of the parties of economic activity, which takes into account the positive influence of biological processes and renewable bioresources on population health, on economic growth and development, and is based entirely on the use of renewable energy sources, end results of bioprocesses and the potential of environmental technologies for the production of new bioproducts, getting profits from their sales and creating additional jobs [5]. Bioeconomy includes all types of economic activities related to the invention, development, and production of partially non-food products and processes based on biological resources. It is largely due to the future need for industrial products and fuels derived from renewable resources [1].

The basis of bioeconomics is biotechnology, which in itself is an interdisciplinary science that originated at the junction of such sciences like biology, chemistry and a number of other technical sciences. Biotechnology studies the possibilities of using living microorganisms in various fields of human life. The use of biotechnology aims at overcoming a number of problems: resource scarcity, the search for alternative ecological energy sources, solving food shortages in conditions of population growth, solving a number of environmental problems, preserving biodiversity, improving the health and quality of life of people, and others. Biotechnologies are becoming widespread in many economic sectors, including agriculture, energy, pharmaceuticals, light and food industries, metallurgy and others. The development of bioeconomy has long been one of the priority directions in the policies of a number of developed countries, as evidenced by bioeconomic policies approved by the relevant programs.

In particular, among the main European Union program documents: Innovation for Sustainable Growth: A Bioeconomy for Europe; Horizon 2020; The Seventh Framework Program (2007-2013), the National Biotechnology Development Strategy (2014), China's Three-Level Biotechnology Program (2007-

2020), also occupy an important place in the US and Canada. Biotechnology (National Bioeconomy Blueprint (2012), The Canadian Blueprint: Beyond Moose and Mountains (2009), Germany has developed the National Research Strategy: Our Route Towards a Biobased Economy (2011).

Ukraine has not yet developed a bioeconomic strategy. Taking into account the experience of other countries, it can be determined that clustering is one of the effective methods for introducing bioeconomic models.

According to M. Porter, a cluster (or industrial group) is a group of related companies that are neighbors and related organizations operating in a certain area and characterized by a joint activity and complementary ones [2].

The central moment in the formation of a cluster is not merely territorial-geographic convergence, the territorial association of productions of several different fields, between which synergy and mutually functional relationships are possible (by type of consumer-supplier, development of adjacent decisions, etc.). The task is to bring a number of fundamentally new laboratory technologies, the action of which is based on new principles and effects, to practice. In the field of bioeconomy, such clusters are called agrobiocconomicals (because they are based on agricultural enterprises as raw material producers) [4]. The agrobacterial core can be one or more biotech enterprises that are competitive in the market and produce high-quality products for the needs of a most cluster and other market players (eg, biofuel, food, feed, medicine, clean chemicals, polymers, etc.). The agrobiocluster must comprise a research enterprise (institution), for example, a local university, a research institute, a scientific laboratory that conducts research and, at the same time, have the opportunity to quickly implement their results in the practice of commercial products.

Thus, the creation of agrobiocluster can become a mechanism for implementing the principles of bioeconomics, including at the regional level.

References:

1. Andy W. Sheppard, Cameron Begley, S Rughu. David M Richardson Biosecurity in the new bioeconomy. Editorial overview // *Current Opinion in Environmental Sustainability* 2011, 3:1–3.
2. Porter M.E. *The Competitive Advantage of Nations* / M.E. Porter. – New York: The Free Press, 1990. – 857p.
3. *The European Bioeconomy in 2030. Delivering Sustainable Growth by addressing the Grand Societal Challenges* // *Електронний ресурс*. Режим доступу: www.becoteps.org
4. Байдала В.В., Бутенко В.М. Зарубіжний досвід кластеризації та можливості його застосування в Україні в умовах розвитку біоeкономіки// *Науковий вісник Херсонського державного університету*. – 2014. – В.6, ч.1. – С. 152-158.
5. Бугайчук В. В, Грабчук І. Ф. Біоeкономіка та її роль у розвитку сучасного суспільства// *Економіка АПК*. – 2018. – № 5. – С. 110-116

ПРОБЛЕМИ ТРАНСФЕРУ ЕКОІННОВАЦІЙ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ⁹

д.е.н., доц. Шкарупа О.В.
студенти Кучеренко П.В., Власенко К.А.

Об'єктивна необхідність міжнародного співробітництва в галузі трансферу екоінновацій на міждержавному рівні випливає з глобального характеру економічної кризи та вимагає комплексного підходу до її вирішення. Сьогодні розпочався процес формування нової системи цінностей соціального, економічного та етичного характеру, що включає в себе екологічний імператив. В 2015-2017 рр. лише 10,0% підприємств України займалися технологічними інноваціями, з них екоінновації впроваджували лише 5,8%. В той же час, середньорічний оборот європейського ринку екоінновацій у 2000-2010 рр. становив близько 183 млрд євро, а темп щорічного зростання цього ринку становить близько 5,4%. В Україні різновекторний характер дифузії екоінновацій стримує їх ефективність через відсутність моделі їх трансферу.

Залежно від вирішуваних завдань економічної безпеки трансфер екоінновацій може охоплювати такі рівні: стан організмів, стан навколишнього середовища, трудову діяльність, стан техносфери (відновлюваність, відповідність екологічної ємності біосфери, інноваційний потенціал); якість результатів праці, якість системи споживання (репрезентативність і натуральність, доступність якісних товарів і послуг); якість системи управління (реакційність на суб'єкт управління, вплив на суб'єкти впливу); якість системи стандартів (обов'язкове «нормування» стандартів, превентивність стандартів).

Важливим аспектом досягнення цілей та завдань трансферу екоінновацій є чітке окреслення релевантних каналів, через які такий трансфер може відбутися найбільш продуктивно та швидко. Одним з таких каналів є адаптація законодавства України до законодавства Європейського Союзу в сфері якості довкілля. Це питання розглядається в нашій державі як поетапне прийняття та впровадження нормативно-правових актів України, розроблених з урахуванням законодавства Європейського Союзу.

Сьогодні вирішення питання гармонізації вимог українського законодавства в сфері управління навколишнім середовищем з вимогами міжнародного законодавства є актуальною науково-практичною проблемою. Постає питання в розробці методу оцінювання відповідності вимог національних і Європейських нормативних документів в сфері управління якістю довкіллям в контексті економічної безпеки країни. Порівняльний аналіз

⁹ Матеріал підготовлений і публікується у рамках НДР № д/р 0119U100364 «Моделювання трансферу екоінновацій в системі «підприємство-регіон-державна»: вплив на економічне зростання та безпеку України».

правових документів ЄС і України у сфері регламентації використання й охорони природних ресурсів є складним і трудомістким завданням. Процес наближення національного законодавства до чинного в ЄС передбачає проведення ретельного порівняльного аналізу всіх без винятку статей директив (Directives), поданих у спеціальному переліку, який дістав назву «екологічне надбання», із статтями національного екологічного законодавства і внесення до нього відповідних змін і доповнень, а також виконання підготовчих робіт для забезпечення імплементації регуляцій (Regulations).

Державна політика України щодо адаптації законодавства формується як складова частина правової реформи в Україні та спрямовується на забезпечення єдиних підходів до обов'язкового врахування вимог законодавства Європейського Союзу при нормопроектванні, підготовки кваліфікованих спеціалістів, створення належних умов для інституційного, науково-освітнього, технічного, фінансового забезпечення процесу адаптації законодавства.

Обсяг законодавства ЄС, з яким слід привести у відповідність еколого-правові системи держав, що готуються до вступу до ЄС, – це 70 директив та 21 регламент. Серед них 36 директив та 11 регламентів пов'язані з екологічною якістю продукції, її маркуванням, етикетуванням тощо, тобто такі, що впливають на функціонування спільного ринку ЄС. Слід зазначити, що саме формальне перенесення в національне законодавство вимог Європейських нормативних документів визнається недостатнім для позитивного висновку про те, що та чи інша держава гармонізувала свою правову систему з європейською. Потрібно, щоб відповідні правові норми були впроваджені на практиці. Необхідно продемонструвати, що держава має управлінські та юридичні можливості для застосування доробку співдружності. Таким чином, механізм гармонізації екологічного законодавства з правом навколишнього середовища ЄС має слідувати за такою схемою: розробка та прийняття національних законодавчих актів, адаптованих до вимог доробку співдружності; їх практичне впровадження; примусові заходи до виконання встановлених вимог; можливість оцінки досягнутих результатів (ефективність законодавства).

Ступінь сумісності вимог нормативних документів Європи та України дуже низький, що свідчить про значні розбіжності між нормативними значеннями показників якості компонентів навколишнього середовища. Тому для визнання Європою українських стандартів необхідно їх доповнювати, переглядати і розробляти нові – гармонізовані.

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ЯК ФАКТОР ДИНАМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

аспірант І.С. Шкарупа

Перехід України до нової моделі розвитку підприємництва поставив ряд принципово нових завдань. Самим головним з яких – максимально ефективно використання інновацій. Удосконалення інноваційної діяльності в підприємстві – актуальна й важлива тема. Дослідженню інноваційних процесів присвячені праці вітчизняних та зарубіжних вчених, але все рівно виникає питання, як в сучасних умовах здійснити ефективну інноваційну діяльність, як найкраще удосконалити інноваційні процеси з максимально високою ефективністю.

Станом на кінець 2017 року інноваційною діяльністю займалися 759 підприємств. Серед регіонів вищою за середню в Україні частка інноваційно активних підприємств є в Харківській, Тернопільській, Миколаївській, Черкаській, Кіровоградській, Івано-Франківській, Сумській, Запорізькій областях та м. Києві. При цьому, за даними офіційних джерел статистичної інформації, на інновації підприємства витратили 9,1 млрд.грн, у тому числі на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення – 5,9 млрд.грн, на внутрішні та зовнішні науково-дослідні розробки – 2,2 млрд.грн, на придбання існуючих знань від інших підприємств або організацій – 0,02 млрд.грн та на інші роботи, пов'язані зі створенням та впровадженням інновацій (інші витрати), – 1,0 млрд.грн.

Світова практика показує, що державна підтримка інноваційної діяльності об'єктивно необхідна. Однак у цей час державна підтримка інноваційної активності в країні не здійснюється в достатній мірі. Тому підприємства повинні самостійно планувати й організовувати інноваційну діяльність в існуючих економічно нестабільних умовах.

Одним з найважливіших завдань стає підвищення інноваційності підприємств, а саме: їхньої здатності чітко й адекватно реагувати на зміни на ринку шляхом випуску нової або вдосконалення існуючої продукції, впровадження нових технологій виробництва й збуту, реструктуризації, удосконалення системи керування фірмою й використання новітніх стратегій розвитку. Формування й розвиток інноваційного потенціалу підприємництва стає невід'ємною частиною стратегії розвитку економіки.

Ефективність інноваційної діяльності підприємства визначається наявністю налагодженої системи інвестування, кредитування, оподатковування, що функціонують стосовно до інноваційної сфери наукових розробок.

Удосконалення інноваційної діяльності в повному обсязі має комплексний, системний характер і охоплює такі види роботи, як пошук ідей,

ліцензій, патентів, кадрів, організацію дослідницької роботи, інженерно-технічну діяльність, що поєднує винахідництво, раціоналізацію, конструювання, створення інженерно-технічних об'єктів, інформаційну й маркетингову діяльність. Все це створює прогресивні умови для інноваційного розвитку й активізації інноваційних процесів.

На ефективність нововведень в підприємстві впливають такі фактори: наявність в організації джерела творчих ідей; ефективна система відбору й оцінки ідей нових виробів; орієнтація на ринок; перевага товару над товарами конкурентів; маркетингове ноу-хау; відповідність інноваційної стратегії мети організації; доступ організації до ресурсів; глобальна концентрація товару.

В Україні до цього часу: не задіяні механізми підтримки інноваційної діяльності підприємства, ефективність яких підтверджена досвідом багатьох країн; відсутня відповідна фінансово-кредитна, податкова і амортизаційна політика; не створені і умови, які б сприяли широкому залученню в інноваційну сферу позабюджетних інвестицій, перш за все з боку вітчизняних комерційних структур і банків.

Для створення реальних умов для переходу економіки України на інноваційну модель розвитку державі доцільно насамперед звернути увагу на створення механізмів покриття інноваційних ризиків.

З метою динамічного розвитку підприємства на державному рівні необхідно розробити такі заходи:

- створити систему стимулів, яка сприяла б, залученню вітчизняних і зарубіжних інвесторів, а також великих підприємств до інвестування засобів в розвиток венчурних інноваційних проектів;
- розробити чітку систему надання державних гарантій кредитуванню перспективних інноваційних проектів;
- розробити мотиваційні інструменти заохочення підприємницького середовища до впровадження інноваційних продуктів.

За умов реформування економіки України перехід на інноваційну модель розвитку означає, насамперед, пошук нових джерел фінансування для активізації інноваційної діяльності.

Інноваційна діяльність повинна базуватися на ефективному використанні інтелектуального та промислового потенціалу підприємства, сприяти комерціалізації знань і технологій, а відповідно і становленню інноваційної інфраструктури в країні, яка виступає як основне джерело впровадження високих технологій.

Таким чином, тенденції інноваційної діяльності українських підприємств останніх років засвідчують необхідність державної підтримки та спрямування її у напрям стратегічних структурних пріоритетів на формування сучасних чинників конкурентоспроможності національної економіки.

АНТИКОРУПЦІЙНА РОЛЬ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В БОРОТЬБИ З НЕЗАКОННИМИ ЗАБУДОВАМИ В МІСТАХ

к.н. з держ.упр., асистент кафедри управління, **Деміхов О.І.**

Сумський державний університет

проф., Естонія **Ней Лембіт**

Талліннський технологічний університет,

студентка групи ПУ-61/1у **Романченко Я.О.**

Сумський державний університет

Незаконні забудови – одна з найболючіших проблем мешканців міст України. Причиною такого стану справ завжди виступає корупція в органах державної влади і місцевого самоврядування. Розчаровані в ефективності будь-якого протесту проти дій забудовників, громадяни у кращому випадку звертаються за допомогою до відповідних громадських організацій чи представників політичних партій, а в гіршому – безнадійно опускають руки. Проблема незаконної забудови в місті Києв є особливо актуальною і розглядалась експертами громадської ініціативної групи «Збережи старий Київ» О.Дутчак і В.Іщенко [3]. За останніми даними, на початок 2018р. нараховано близько 67 об'єктів [4], побудованих з порушенням будівельних норм та інших вимог законодавства. На даний момент вже очевидно, що йдеться про сотні гектарів захопленої землі та зелених зон, тисячі ошуканих мешканців, сотні тисяч людей, чий життєвий простір незаконно зруйновано.

Міська влада Києва під впливом громадських організацій останнім часом намагається застосовувати доступні законні методи та інструменти для захисту міста від незаконної забудови, а киян – від будівельних афер. Створений Центр моніторингу забудови Києва. Проблема незаконних будівельних об'єктів створювалася у столиці роками. Масштаби різні – від газових заправок до великих житлових комплексів у 6-9 секцій з відсутністю первинних документів на земельну ділянку. Як результат столиця втрачала надходження до міського бюджету, відбувалось самостійне заволодіння землею – власністю громади, порушено єдиний архітектурний стиль в історичній частині Києва [5]. Отже, власними силами міська влада не може ефективно контролювати проблему незаконної забудови міста.

Боротьба з незаконними забудовами є одним з напрямів громадської активності, до яких люди найчастіше готові приєднатися. В Києві діють різні антикорупційні, правозахисні громадські організації, а також такі, що спеціалізуються на захисті історико-культурної спадщини. Тому саме громадські активісти та громадські організації долучаються до вирішення цього питання. Небайдужі мешканці міста в цьому контексті виступають ініціаторами не лише перевірок законності будівництва об'єкту, але й відповідних антикорупційних заходів в цій сфері. Ініціативна група мешканців

мікрорайону «Микільська Слобідка» м.Києва у 2013 році створила відповідну громадську організацію [2]. Ретельно ознайомившись з усіма документами, дослідивши містобудівну документацію, витяги з архіву, члени ГО «Микільська Слобідка» солідаризувалась з громадянами, які ведуть багаторічну боротьбу із самовільними забудовами. В 2017 році громадська організація виграла ряд важливих судових позовів (зокрема, скасовано містобудівні обмеження та умови), які стали основою для проведення Державною архітектурно-будівельною інспекцією позачергової перевірки. Відмітимо, що до цього моменту ДАБІ займало пасивну позицію, що викликає багато питань. Остання виявила порушення зі сторони забудовника (а саме, відсутня відповідна документація про право власності на землю). Це в свою чергу, стало основою для ануляції дозволу на будівництво житлового комплексу «Сонячна Рів'єра». Крім того, лише після звернень мешканців мікрорайону «Микільська Слобідка», Управління охорони культурної спадщини КМДА також провело перевірку і видало припис на призупинення підготовчих та будівельних робіт одразу на декількох суміжних об'єктах. Слідчі органи поліції в зв'язку з відкритими кримінальними провадженнями з приводу знищення об'єкту культурної спадщини «Історичний ландшафт київських гір і долини річки Дніпро», звернулись до суду і на будівельну техніку накладено арешт. Зараз юристи ГО «Микільська Слобідка» опрацьовують судові позови, які дають можливість повернути незаконно продані соціально важливі території на березі Дніпра у власність міста. Активісти до теперішнього часу представляють громаду як третю сторону у ряді судових процесів [1].

Таким чином, на конкретному прикладі ефектної роботи ГО «Микільська Слобідка» ми можемо виявити нові важелі впливу громадськості на хід справ в місті, розвиток житлової сфери та зупинення корупційного свавілля чиновників. Зокрема, це об'єднання зацікавлених мешканців для представлення своїх інтересів у судах, що є невід'ємною і найдієвішою складовою будь-якого громадського руху. Судові рішення надійно зупиняють процес комерціалізації повноважень чиновників. Цей інструмент дозволяє не тільки відстоювати власні права, але й виступає як захід боротьби з корупцією чиновників місцевого і державного рівня, які своєю бездіяльністю або навмисно намагаються допомагати недоброчесним забудовникам.

Список використаних джерел:

1. Алгоритм протидії незаконним забудовам: досвід ГО «Микільська Слобідка» [Електронний ресурс]. // Mistosite – українська урбаністична платформа: [офіційний веб - портал]. – Режим доступу: <https://mistosite.org.ua/ru/articles/algorithm-protydii-nezakonnym-zabudovam-dosvid-ho-mykilska-slobidka>

2. Громадська організація «Микільська Слобідка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mslobidka.kiev.ua/pro-nas/>

3. Дутчак О. «Право на місто» або точкові протести проти точкових забудов? Дилеми міського руху на прикладі ініціативи «Збережи старий Київ» [Електронний ресурс] / О. Дутчак, В. Іщенко // Спільне: журнал соціальної критики. – 2010. – Режим доступу: <https://commons.com.ua/ru/pravo-na-misto-abo-tochkovi-protesti/>

4. Незаконні забудови Києва: повний список [Електронний ресурс] // Мінфін : [офіційний веб-портал]. Режим доступу: <https://minfin.com.ua/2018/01/24/32024941/>

5. Рябкін П. «Моніторинг забудови Києва на предмет законності – це захист інтересів киян» [Електронний ресурс] / Павло Рябкін // Деснянська районна в місті Києві державна адміністрація. 2015. – Режим доступу: http://www.desn.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=12587:1-----r---&catid=282:2011-10-25-12-48-57&Itemid=2945&lang=ua

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЇ «БЛОКЧЕЙН» В ЕНЕРГЕТИЧНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ В КОНЦЕПЦІЇ «ЗЕЛЕНОЇ» ЕКОНОМІКИ

Мандрика В.А.

Сумський Державний Університет

На даний час в Україні чітко спостерігається значна монополізація енергетичного сектору, що на фоні дефіциту паливно-енергетичних ресурсів та занадто повільного переходу країни на відновлювальні джерела енергії ставить під загрозу енергетичну незалежність держави. Монополія в енергетиці дає змогу повністю контролювати не тільки енергопотоки, але і встановлювати ціни, диктувати свої власні умови споживачам.

Особливо сильно така ситуація стосується ринку виробництва та розподілення електричної енергії, де досі велика частку в обсягах виробництва з первинних ресурсів мають теплоелектростанції (ТЕС) та теплоелектроцентралі (ТЕЦ), що використовують імпортоване викопне паливо. Зокрема це вугілля та природний газ, яких не вистачає на задоволення потреб у виробленні електроенергії, так як власні запасів вистачає лише на 40-50 % від загального спросу. Все це поглиблює проблему монополій в енергетиці та залежності в надважливій для країни галузі від впливу зовнішніх факторів, таких як зміна цін на первинні енергоресурси та спроби політичного тиску на уряд країни.

Всі ці негативні наслідки дозволяє нівелювати використання технології «блокчейн» в енергетиці - розподіленого реєстру без єдиного, центрального органу управління. Дана технологія дозволить уникнути втручання місцевої енергетичної компанії та здійснювати розподілення та розрахунки за спожиту електричну енергію напряму, без посередника, що дозволить знизити ціну на енергоносії, зокрема електроенергію, та зробити надання послуг з електропостачання більш ефективним. Так як в системі, де кожен зможе бути постачальником енергії є стимул покращувати якість надання послуг та завдяки ринковій конкуренції буде постійна саморегуляція цін.

Тільки розвиток та тотальне використання альтернативних джерел енергії здатні подолати наслідки затяжної енергетичної кризи, в якій перебуває Україна та забезпечити впровадження принципів «зеленої» економіки, що стане основою для сталого економічного зростання та соціальної стабільності в країні. Пов'язавши головні тренди останніх років – «блокчейн» та «зелені» технології, можна отримати стабільну та незалежну від зовнішніх впливів, саморегульовану систему, яка покращить енергетичну галузь країни.

BUSINESS PLANNING AS A PROFIT MANAGEMENT INSTRUMENT IN THE RESTAURANT BUSINESS

**Shkarupa O.
Kyzym T.**

Sumy State University

In economics, profit in the accounting sense, the excess of expenditure over expenditure is the sum of two components: normal profit and economic profit. All understanding of profit should be broken down into three aspects: the amount of profit, the share of total revenue and the rate of return (compared to the initial investment). Normal profit is the profit required to cover the alternative costs of a business owner or investor. In the absence of this profit, these parties withdraw their time and money from the firm and use it to better advantage elsewhere. In contrast, economic income, sometimes referred to as surplus income, is income that exceeds what is needed to cover alternative costs.

Factors affecting profit are the degree of competition a firm has. If a firm has monopolistic power, it has little competition, so demand will be more inelastic. This allows the firm to increase profits by raising prices. However, government regulation can prevent monopolies from abusing power. A firm with high fixed costs has a lot to do to benefit from economies of scale and produce on a minimum effective scale, otherwise the average costs will be too high.

If the firm is not dynamic and efficient, then costs will increase over time. And it will reduce profits. If the firm can discriminate against the price, it will be more effective. This involves charging different prices for the same product, so the firm may charge higher prices for those who have inelastic demand. The main problems that prevent profit in the restaurant business:

- Increasing prices in the market - increase in material cost;
- Increasing cost without changing menu prices – reducing margin and operating profit
 - Non-technological dishes on the menu – deterioration of product quality, dishes - loss of customers;
 - Menu items incorrectly selected – no cost management reserve;
 - Wrong menu pricing - losing customers;
 - Lack of necessary equipment – increasing the time of cooking - too many waiters, too many cooks;
 - Improper organizational structure of the kitchen - lack of positions of sous chef, foreman, distribution chefs, cook-saucer, assistant cook, cook - billets, unmanageable kitchen;
 - Lack of daily monitoring of sales reports, managed menu rotation;
 - Excessive purchase prices – the absence of a sophisticated multi-level market price monitoring system;

- Absence of raw material composition (rented refrigerated warehouses), absence of a system of purchasing products in other regions from the manufacturer
- Low staff motivation as a result of inefficient recruitment, adaptation, training, career development
- Lack of "proper" workflow of the kitchen and the system of continuous learning
- Absence of production planning system, procurement works
- Incorrect hours of the institution
- Absence of marketing incentives
- Absence of guest loyalty management system
- Utilization of ACS capabilities - 20%
- Lack of time management system - 60% actual staffing
- Lack of competitor analysis practices and competitive business positioning strategies
- Delegation of kitchen management to amateurs - the neglect of managers to the issues of kitchen management
- Absence of a system of active sales of waiters - absence of a program of conducting trainings and professional trainers
- Increased abuse by suppliers and theft by staff
- The need to adjust the organizational and staff structure of the enterprise
- The need to change the material system of motivation – the transition to part-time pay
- The need to set up a corporate training school for bartenders and chefs, both for an individual restaurant and for a restaurant holding company
- The need to issue new job descriptions that capture new staff responsibilities
- Need to get rid of such positions as: accountant-calculator, storekeeper, purchaser, security guard, accountant, hostess, HR manager, PR / marketer, cleaners and others.

We consider the key indicators of evaluation of the effective work of the enterprise, as well as the strategic development of the enterprise based on diversification of its activity.

The research showed that the additional service of hookah service in the restaurant "Sad" will pay back the investment for 5 months. This period includes the spring-summer period: May-September, when the urgency of relaxing on the summer terrace is at its peak. This period also brings additional profit to the establishment, considering the consumption of bar and kitchen products. The conclusion from the calculations is the appropriateness of introducing additional seasonal service.

АНАЛІЗ РОЗРИВУ У РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО СЕКТОРА МІЖ КРАЇНАМИ

к.е.н., докторант СумДУ, **Багмет К.В.**

Дослідження соціальних параметрів розвитку сьогодні актуалізується з двох причин: зростання важливості соціальних питань та необхідність наближення країн за соціальними стандартами та розмивання кордонів між комерційним та соціальним сектором. Питання щодо конвергенції соціальних параметрів розвитку зараз постає особливо актуально у контексті вибору напрямку та інструментів соціальної політики Niroomand F. and Nissan E. [2], Migala-Warchol, A., & Pasternak-Malicka, M. [3].

З огляду на актуальність зростання ролі соціального сектора у розвитку національних економік, метою цього є дослідити залежність параметрів соціального розвитку (соціального капіталу, соціальної інфраструктури та соціального захисту) та рівня економічного розвитку країни.

Інституційний розвиток соціального сектора окремої країни ми оцінюємо за допомогою Індексу інституційного розвитку соціального сектора (ІІРСС) у просторі індексів трьох факторів: розвиток соціального капіталу (СК), розвиток соціальної інфраструктури (СІ), розвиток системи соціального захисту (СЗ). Цей індекс є вектором, норма якого визначає рівень інституційного розвитку соціального сектору країни, а його просторове положення в системі координат (СІ, СК, СЗ), характеризує відносний рівень інституційного розвитку соціального сектору.

У якості індикаторів розвитку соціального капіталу ми використовували Індекси Соціального Розвитку (Indices of Social Development) [1]. Були розроблені індекси за 6 вимірами соціального розвитку: громадянський активізм, клуби та асоціації, міжгрупова згуртованість, міжособистісна безпека та довіра, гендерна рівність, включення меншин. Ці вимірники дозволяють, по-перше, оцінювати розвиток соціальних неформальних інституцій, які надають особам можливість максимально використовувати свої навички та ресурси задля забезпечення можливості жити повноцінним життям, по-друге, відстежувати глобальний прогрес у побудові та підтримці соціальних інститутів, які сприяють добробуту людей, по-третє, порівнювати параметри розвитку соціального капіталу різних країн та визначати характеристики і параметри їх наближення.

Оцінка впливу кожного з факторів здійснюється за допомогою відповідного індексу, що враховує значення комплексу показників за кожним виміром інституційного розвитку соціального сектора.

Проведені дослідження свідчать, що різні вимірники, які ми обрали для оцінки інституційного розриву розвитку соціального сектора, мають різну залежність від рівня економічного розвитку. Так, соціальний капітал не залежить від рівня економічного розвитку країни. Сам інституційний розрив залежить від

неекономічних факторів, серед яких рівень розвитку базових інститутів, ступінь нерівності у розподілі доходів і рівень бідності (частка населення, що живе менше, ніж на \$3,2 на день). Усі фактори демонструють пряму залежність.

Отримані результати дають узагальнену картину щодо неоднорідності соціального розвитку між різними групами країн.

Аналіз літератури з досліджуваної проблеми дозволяє виділити ряд обмежень та труднощів у проведенні аналізу інституційного розвитку соціального сектора між країнами:

- обмеженість даних, як за переліком країн, так і за терміном спостережень;

- вимірність інституційної якості, тобто який з вимірників якості інститутів є релевантним і може бути використаний у дослідженні;

- повноти, тобто, які саме інститути мають бути включені в аналіз.

Наразі немає єдиної думки, щодо цього питання. Процеси, що відбуваються в структурі економік, свідчить про зміну ролі соціального сектора у забезпеченні економічного зростання;

- методологія оцінювання, яка пов'язана з питаннями однорідності, швидкості інституційних змін і загалом зіставності даних. Крім того є взаємний вплив різних інститутів, які також складно врахувати.

Оцінений нами показник інституційного розриву може бути використаний як індикатор інституційної якості соціального сектора, оскільки у його основу покладені комплексна оцінки інституційного простору соціального сектора: соціальний капітал, соціальна інфраструктура та соціальний захист. Запропонована методологія його оцінки може бути використана для більш глибокого аналізу інституційної конвергенції.

Список використаних джерел:

1. International institute of Social Studies. <http://www.indsocdev.org/home.html>
2. Niroomand F. and Nissan E. (2007) Socio-Economic Gaps within the EU: A Comparison, International Advances in Economic Research, Springer; International Atlantic Economic Society, vol. 13(3), pages 365-378.
3. Migala-Warchol, A., & Pasternak-Malicka, M. (2018). Living Standards of EU Countries' Residents: Impact of Education and Innovation. Marketing and Management of Innovations, 4, 307-315. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-26>.
4. Lyulyov, O., Chygryn, O., and Pimonenko, T. (2018). National Brand as a Marketing Determinant of Macroeconomic Stability. Marketing and Management of Innovations, 3, 142-152. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-12>
5. Migala-Warchol, A., & Pasternak-Malicka, M. (2018). Living Standards of EU Countries' Residents: Impact of Education and Innovation. Marketing and Management of Innovations, 4, 307-315. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-26>

КЛЮЧОВІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ІНДЕКСУ ЗАХИСТУ ІНТЕРЕСІВ КЛІЄНТІВ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

аспірант, **Полях С.С.**
Сумський державний університет

Інформація про сучасний стан системи організації захисту прав споживачів на ринку фінансових послуг у світі створює підстави говорити про те чи змогла світова спільнота країн оговтатись від негативних наслідків кризи 2008 – 2009 рр. Як свідчить практика, активна діяльність міжнародних організацій в напрямку покращення даної системи дає свої позитивні результати. Однак теоретичні засади, задекларовані організаціями, не завжди співпадають з реальним станом подій в країнах із різним рівнем економічного та соціального розвитку. Дана проблема потребує більш комплексного вирішення із застосуванням гнучкішого інструментарію. Базуючись на світовому досвіді, запропоновано використовувати для оцінки ступеня захищеності клієнтів так званий індекс захисту інтересів клієнтів ринку фінансових послуг (ISCF), який розраховується на основі змінних, об'єднаних за трьома структурними блоками: фінансова грамотність, фінансова захищеність та фінансова залученість. Ці блоки означають:

- готовність споживачів бути одночасно активними учасниками ринку фінансових послуг і сприймати ряд заходів, направлених на забезпечення їх прав, що ідентифікується через рівень фінансової освіти дорослого населення;
- фактична залученість населення до ринку фінансових послуг виражається через групу показників, які її характеризують;
- рівень безпеки споживачів на ринку фінансових послуг.

Даний індекс обчислювався для 142 країн із різним рівнем економічного розвитку. За одержаними результатами найвище значення індексу виявилось в країнах із розвинутою економікою (рис. 1). Таким чином, базуючись на світовому досвіді, в даному дослідженні запропоновано використовувати для оцінки ступеня захищеності клієнтів так званий індекс захисту інтересів споживачів ринку фінансових послуг (ISCF), який було розраховано на основі змінних, об'єднаних за трьома структурними блоками: фінансова грамотність, фінансова безпека і фінансова залученість клієнтів. Даний індекс обчислювався для 142 країн із різним рівнем економічного розвитку. За одержаними результатами найвище значення індексу виявилось в країнах із розвинутою економікою, а саме Бельгія, Великобританія, Канада, Португалія і Франція. Багато сучасних дослідників для оцінки захисту інтересів споживачів ринку фінансових послуг обмежуються тільки змінними, що позначають фінансову безпеку клієнтів, але нами було доведено, що вони не є показовими в даній ситуації.

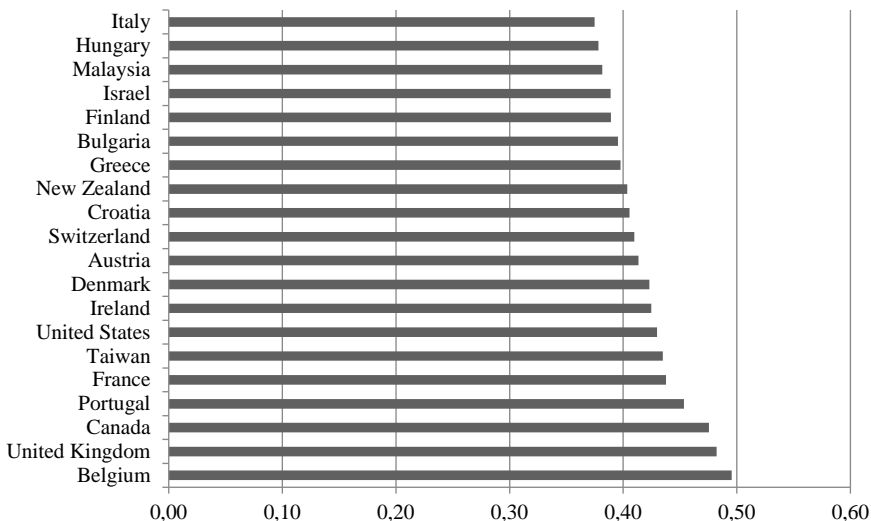


Рисунок 1 – Індекс захисту інтересів споживачів ринку фінансових послуг (ISCF) для перших двадцяти країн

У подальших своїх дослідженнях доречним буде прослідкувати зв'язок між індексом захисту інтересів споживачів ринку фінансових послуг (ISCF) і показниками фінансової стійкості різних країн світу та відповісти на запитання щодо причинно-наслідкової природи залежностей між ними.

Список використаних джерел:

1. CGAP (2010). *Financial Access 2010: The State of Financial Inclusion Through the Crisis*, Washington, DC: CGAP and the World Bank Group.
2. OECD (2012), *G20 High-Level Principles on Financial Consumer Protection*, Organisation for Economic Co-operation and Development: Paris. p. 7.
3. Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=73007243>.
4. Zadorozhko, G., Nikolaev, Y., Barabash, O., & Goncharenko, O. (2018). Problems and prospects for the implementation and development of smart accounting system at municipal transport. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 208-215. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-18>
5. Paskevicius, A., & Keliuotyte-Staniulieniene, G. (2018). The evaluation of the impact of financial technologies innovations on CEECs capital markets. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 241-252. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-21>
6. Masharsky, A., Azarenkova, G., Oryekhova, K., & Yavorsky, S. (2018). Anti-crisis financial management on energy enterprises as a precondition of innovative conversion of the energy industry: case of Ukraine. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 345-354. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-31>

ASSESSMENT OF THE CONTEMPORARY CHALLENGES OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN IRAQ

Ibraheem M. Aliyas

Northern Technical University, Iraq

The military operations are considered the greatest challenge on the ecosystem and organisms where their consequences impact on each life types especially on sustainable development which represented by the environment as; society and economy, their most prominent features are; the killing and destruction of infrastructure. Where Iraq is suffered 38 years from their aftermath, that occurred three wars; 1980-1988, 1991, 2003-2017. The protection of the ecosystem could be a strategic necessity today. Human which beings live above the earth is the main reason in the impact on the environment whether by the reason war or Irrationally use of natural resources which produce both; pollution, smoke, waste, destruction and epidemics. Iraq is holding a unique place in the Middle East. It has been a powerful engine of regional economic growth and trade, and a global beacon of culture and learning. However, the catastrophic events of the past three decades have had a deep impact on Iraq and its citizens. Its capacity has been dimmed, and since 1980 that Iraqi people suffer from the status of the war, from 1991, the population of Iraq lived repression and economic sanctions status, since 2003 Iraq is suffering from the US occupation, protracted civil conflict and terror.

So, Iraq's once strong development indicators have generally declined over this period, contrary to regional and global trends. The impact of this has varied across the country. As a result, have emerged multi-layered disparities in wealth. The invasion of Iraq in 2003 caused the spiral of violence that gripped the country, where the inter-sectarian conflict worsened an already critical situation for Iraqi families, adding acute humanitarian needs to the country's reconstruction and development problems. This decline in Iraq's fortunes has also affected regional dynamics, initiatives and creating socioeconomic burdens for Iraq's neighbors through refugee flows.

However, Iraq seeks to exercise its full responsibility as a sovereign state to deliver the anticipated fruits to Iraqi peoples. The country has resources, experience and capacity to achieve the Goals. despite the recent rallying of some indicators of particular concern which are related to poverty, education, health, environment. Poor economic management of Iraq's resources and the dependence of great form on oil revenues is one of manifestation Iraqi economy and a National Investment Plan (NIP), Iraq's regime has recognized that quality services and sustained economic growth including for all segments of the population are fundamental to a stable society. Cohesion between Iraq's own objectives and the various international strategies for Iraq is also fundamental. At this point in Iraq's history, the aim of state

will be; poverty eradicates and hunger, achieve universal primary education, Promote of equality, reduce child mortality, Improve maternal health, Combat HIV/AIDS, malaria and other diseases, Develop global partnerships for development. that crude oil production was 4.4 million barrels per day (MMB/d) currently that considers Iraq 2nd country in OPEC crude oil producer. At the end of 2016 where Iraq ranked 12th in the world to proven natural gas reserves with 3.7 trillion cubic meters (TCM), or 2% of the world's proven reserves and its presence about 70% are in Basra Governorate. In 2016 that Iraq produced 1.1 billion cubic meters (Bcm) of natural gas. Economically where Iraq remains highly dependent on its oil sector a huge increase in government spending due to the rise of military expenses in order to fight ISIS which is one of the major events concerning Iraq's oil and gas sector. cubic meters (TCM), or 2% of the world's proven reserves and about 70% are in Basra Governorate. In 2016 that Iraq produced 1.1 billion cubic meters (Bcm) of natural gas

It is clear from the research, there were only two chief reasons for invading Iraq, first to control over oil and the second to the preservation of the dollar as the world's reserve currency. War results revealed that 1.2 million dead Iraqis almost all of the civilians, 2 million Iraqis have fled their country and 2 million have been displaced within Iraq, and the war caused; civilian losses, homes destruction, infrastructure damage and handicap of sustainable development. The biosphere was also affected by depleted uranium. Then damage to housing in 7 cities ; Ninawa 43 % , Salah Al-Deen 20 % , Anbar 19,7 % , Kirkuk 7 % , Diyala 7 % ,Baghdad 2 % , and Babel 1 %.The total cost of destruction about 18,745 Billion Iraqi Dinar is equal to 16.1 billion Dollar.

Requires from the international community, donor countries and international organizations to contribute to the reconstruction of Iraq to the magnitude of the destruction that has occurred in the infrastructure to recover the welfare and activity of the Iraqi society affected by occupation and terrorism so that the Iraq exercises its political, economic, social, commercial and scientific role at the local, regional and international level and achieve the state of interaction in establishing relations on the basis of the mutual benefits ,where Iraq has come down in the field of war and with all its from military strength on behalf of the world in the fight against terrorism where been able to achieve victory ,security and stability.

References:

1. Price, R.A. (2018). Environmental risks in Iraq. K4D Helpdesk Report, Brighton, UK: Institute of Development Studies.PP,1-16.
2. UNEP. (2017) , Technical Note , Environmental issues in areas retaken from ISIL, Mosul, Iraq Rapid Scoping Mission, July – August 2017. Nairobi,United Nations Environment Programme. https://postconflict.unep.ch/publications/Iraq/Iraq%20Technical%20Note_September2017.pdf

РЕАЛІЗАЦІЯ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК ФАКТОР ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

асистент, Денисенко П.А.

Україна разом із переважною більшістю країн-членів ООН приєдналася до глобального процесу досягнення Цілей сталого розвитку (ЦСР), затверджених 25 вересня 2015 року на Саміті ООН зі сталого розвитку. Вже у наступному 2016 році уряд, а саме Міністерство економічного розвитку та торгівлі України, запустив процес адаптації ЦСР до вітчизняних соціально-економічних особливостей за підтримки системи ООН в Україні..

Методичні матеріали ПРООН [1] свідчать, що міжнародна практика оцінки рівня досягнення країнами встановлених цілей базується на затвердженому переліку індикаторів для кожної цілі. Найбільш узагальненим показником для міждержавного порівняння є Індекс цілей сталого розвитку (ІЦСР) [2].

Метою дослідження є аналіз взаємопов'язаності рівнів реалізації людського потенціалу (представленого Індексом людського розвитку (ІЛР) [3]) та досягнення цілей сталого розвитку на національному рівні. Виявлена парна взаємозалежність між ІЦСР та ІЛР за показниками 2018 року обраних країн підтверджує позитивний характер передбаченого зв'язку. Таким чином, при збільшенні значення ІЛР відбувається також збільшення показника ІЦСР. Наведена лінійна модель ($\text{ІЦСР} = 53.69 \cdot \text{ІЛР} + 28.837$) має коефіцієнт детермінації $R^2 = 0.6187$, тобто між іншими можливими факторами впливу вона пояснює взаємозв'язок на 61.87%.

Виходячи з цього, можна припустити, що вищий рівень реалізації людського потенціалу (включно з інтелектуально-інноваційним) в межах держави, регіону або іншої соціально-економічної системи відповідає значно кращій пристосованості самої системи до глобальних змін та відповідності її поточного стану світовим параметрам екологічно сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Цілі сталого розвитку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/sustainable-development-goals.html>.
2. Індекс цілей сталого розвитку SDG Index and Dashboards Report 2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.sdgindex.org/reports/sdg-index-and-dashboards-2018/>.
3. Індекси та показники людського розвитку: Оновлена статистика за 2018 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/annual-reports/hdr-2018-statistical-update.html>

OFFSHORES – THE REAL RISK FOR UKRAINIAN BUSINESSES?

PhD in Economic Sciences, Senior Lecturer, **Syhyda L.**

Student, MK-61, **Belokur S.**

Sumy State University (Ukraine)

Nowadays, hardly a day goes by without a subject of risks in Ukrainian businesses. Unfortunately, one of the worst things that is facing Ukraine is using offshore zones out of the country. In fact, an offshore zone is a specialized territory, which provides for the different competitive advantages and corporate privileges for the companies that have no tax resident status. Many companies in Ukraine believe that implementation of the governmental tax initiatives of the late hits the poor and middle class the strongest. The rich will not share in losses. Instead, they will continue benefiting from tax schemes and use of offshore zones – the option not available to a common citizen or a small business.

The real reason, why offshore zones are necessary for people is the principal motive that contains a tax minimization, which is universal for business of any origin. There might also be commercial considerations – modern business can hardly limit itself to one jurisdiction if it wants to grow. Offshore is also used for: trade, protection of property and real estate, management and protection of assets, in general, facilitate business. Today, the mass excitement about offshore has subsided somewhat, which is associated with global trends in tightening foreign exchange controls and transparency in the movement of capital. However, the offshore business does not lose its attractiveness.

Today it is the easiest way to withdraw money abroad. A bank account of an offshore company allows you to “tie” to its cards of corporate clients, whose owners are the real business owners and their family members. Such financial support is very popular in international travel [1].

The perspective of opening offshore seems completely convenient for Ukrainians, but do we really realize how risky it is? Unfortunately, under the guise of lack of verification by the state, many criminal organizations are engaged in monetary fraud in offshore zones. Due to sufficiently deep inexperience, Ukrainian businesses often start to create offshore companies without taking risks into account, for instance:

1. Close checks by international and national legal bodies. Definitely, Ukrainian businesses are not ready to be checked so strictly, because we don't have the stable economic platform.

2. Anti-offshore legislation. Some countries deny tax breaks to those companies that actively cooperated with the offshore business.

3. Distrust of large companies. It is explained by the fact that after a prolonged global crisis, many offshore companies have lost their many years of reputation.

4. It is not always possible to get a loan.

As we can see, the amount of risks is approximately high. In many ways, the company's business depends on the professional skills of doing business, as well as on compliance with the rules and laws of the country. That's why Ukrainian business is in danger creating offshore. In most cases, they work illegally [3].

So, it's obvious to admit that the presence of Ukrainian offshore is beneficial, but needs to be explored and mulled over very carefully. The real question is "How"?

It is done by the well-known international organization "Interpol". It investigates crimes related to economic fraud at the international level.

There are some illusions about creating offshore in Ukraine:

Foreign banks do not care what settlement operations and between which organizations they will carry out, right? No. The common misconception of the Ukrainian business is the opinion that if Ukrainian banks do not care whose accounts they serve, then the situation is the same abroad. However, this is not the case. Moreover, the opening of a current account in a foreign bank today is quite a serious problem – not all foreign banks will agree to accept the Ukrainian importer and work with it. Offshore can be thrown in the same way as a regular company. No. The problem with the inspection bodies may arise in two or three years, and then no one can help the company prove the reality of operations, because for a long time the offshore company did not comply with the established rules and regulations of the country of registration.

Is offshore a panacea for all risks and any liability? No. Many entrepreneurs consider an offshore company as not subject to any harassment by the Russian regulatory authorities: neither criminal, nor administrative, nor tax. Even criminal liability for fraud and tax evasion, not to mention tax and administrative liability, can be applied to the owners and management of offshore. There may also be civil liability in the form of losses and lost profits. This offshore company, if it begins to work on the territory of Ukraine, has absolutely no difference from the Ukrainian residents [2].

The main illusion that Ukrainians need to understand is the responsibility for all your business operations.

References:

1. Offshore zones. Retrieved from <http://www.nalogplan.ru/article/1232-opasnye-illyuzii-i-shemy-v-rabote-s-offshorami-konspekt-seminara>.
2. Offshores illusions. Retrieved from <https://voxukraine.org/en/ukrainian-business-will-continue-using-offshores-as-the-only-means-to-survive/>.
3. Strengthening the measures of control. Retrieved from <http://dubai-taxes.com/en/offshore-zones-current-trends>.

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ

к.е.н., ст. викладач **Сигида Л.О.**
студентка групи МК-61 **Колесник А.А.**
Сумський державний університет

Провідна транспортна галузь забезпечує функціонування і розвиток всіх галузей господарського комплексу країни, виступає головною основою їх взаємодії під час економічного розвитку. Її проблеми пояснюються за рахунок основних споживачів транспортних послуг, які не здатні забезпечити достатні обсяги перевезень, а отже, відповідний сучасним потребам рівень дохідності. В сучасній логістиці транспорту простежується безліч проблем. Проаналізувавши ситуацію, що склалась на наш час в галузі транспорту можна визначити основні з них (рис. 1).

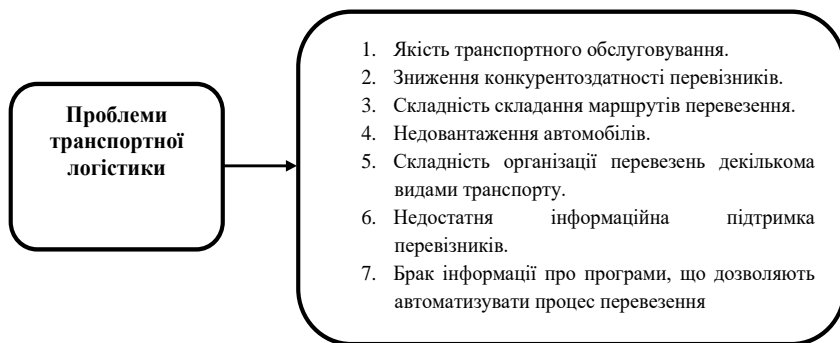


Рис. 1 – Основні проблеми транспортної логістики в Україні
(складено автором на основі матеріалу [1])

Розглянемо детальніше кожен з проблем та запропонуємо шляхи їх вирішення (на основі матеріалів [2; 3]).

1. *Якість транспортного обслуговування.* В наш час не всі перевізники надають якісні послуги. Але ще гіршим є той факт, що майже ніхто не намагається їх покращувати. Усі задовольняє той рівень, який присутній на ринку. Щоб підвищити якість транспортного обслуговування, можна автоматизувати побудову оптимального маршруту руху, обирати різні види транспортів для різних перевезень.

2. *Зниження конкурентоздатності.* Конкуренція з часом стає все більше. Для того, щоб не втратити свою репутацію, потрібно постійно працювати над своїми перевагами та недоліками, вносити зміни та інновації.

3. *Складність складання маршрутів перевезення.* Логісти, які будують

маршрути, витрачають на це дуже багато часу. Вони намагаються все зробити на найвищому рівні, але ризики існують завжди. Щоб зекономити час та отримати гарантії, можна купити програмне забезпечення та автоматизувати процес побудови маршрутів.

4. *Недовантаження автомобілів.* Існує проблема недостатнього використання вантажопідйомності або об'єму кузова транспортного засобу. Вона пов'язана з частим небажанням або невмінням комплектувати відправку від різних вантажовідправників.

5. *Складність організації перевезень декількома видами транспорту.* Автомобільні перевезення залишаються найбільш використовуваним видом транспорту. Але різні правила при здійсненні перевезень на різних видах транспорту призводять до відмови вантажовідправників працювати з «неавтомобільними» видами транспорту, а тим більше їх поєднувати.

6. *Недостатня інформаційна підтримка перевізників.* Процес перевезення потребує ідеально налагодженого контакту. Але це ускладнюється, коли водій, наприклад, знаходиться в іншій країні. Це зменшує не лише спілкування з ним, а й контроль стану транспортного засобу та його місцезнаходження.

7. *Брак інформації про програми, що дозволяють автоматизувати процес перевезення.* Програмних забезпечень для транспортної логістики небагато. Окрім того, в існуючих програмних продуктах відсутня об'єктивна аналітика. Ці послуги не відповідають принципу «ціна-якість», а тому потенційні покупці поступово залишають ідею придбання «до кращих часів».

Отже, для підприємства важливо правильно вибрати той вид транспортування, який надасть можливість доставити вантаж вчасно і без пошкоджень. Однак, вибираючи певний вид транспорту, необхідно враховувати не тільки те, що знизяться витрати на транспортування, відбудеться скорочення часу поставки, але і те, як вплине вибір виду транспорту на інші логістичні операції. Основні проблеми з транспортною логістикою в Україні здатні вирішити наступні заходи: зниження вартості перевезень, поліпшення їх якості, скорочення термінів доставки, гармонійне поєднання на ринку транспортних послуг усіх видів сучасного транспорту через конкуренцію, їх координацію у разі змішаних перевезень, створення у транспортній галузі загального інформаційного простору, автоматизація деяких етапів логістики.

1. Проблеми транспортної логістики в Україні. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/29_NIOXXI_2012/Tecnic/0_118204.doc.htm

2. Проблеми транспортної логістики в Україні в умовах глобалізації бізнесу. Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/10030/1/53.pdf>.

3. Проблеми і рішення сучасної транспортної логістики в Україні. Режим доступу: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/3014>.

Наукове видання

Економічні проблеми сталого розвитку

Economical Problems of Sustainable Development

Матеріали

Міжнародної науково-практичної конференції студентів та
молодих вчених імені професора Балацького О. Ф.
(Україна, Суми, 16 – 18 квітня 2019 р.)

Стиль та орфографія авторів збережені.

Організаційний комітет і редакційна колегія можуть не поділяти точки зору авторів.

Автори відповідають за точність, достовірність і зміст матеріалів.

Посилання на матеріали конференції обов'язкові.

Відповідальний за випуск Т.А. Васильєва
Загальне редагування О.В. Шкарупа
Комп'ютерне верстання Я.В. Решетняк

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 22,32. Обл.-вид.арк. 30,88. Тираж 300 пр.

Видавець і виготовлювач

Сумський державний університет,

вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3062 від 17.12.2007.