

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE**

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІКИ, ФІНАНСІВ,
ОБЛІКУ ТА ПРАВА В УКРАЇНІ ТА СВІТІ**

**TOPICAL ISSUES OF ECONOMICS, FINANCE,
ACCOUNTING AND LAW IN UKRAINE AND THE WORLD**

**Збірник тез доповідей
Book of abstracts**

**Частина 1
Part 1**



**23 грудня 2019 р.
December 23, 2019**

**м. Полтава, Україна
Poltava, Ukraine**





**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE**

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІКИ,
ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ ТА ПРАВА
В УКРАЇНІ ТА СВІТІ**

**TOPICAL ISSUES OF ECONOMICS,
FINANCE, ACCOUNTING AND LAW
IN UKRAINE AND THE WORLD**

**Збірник тез доповідей
Book of abstracts**

**Частина 1
Part 1**

**23 грудня 2019 р.
December 23, 2019**

**м. Полтава, Україна
Poltava, Ukraine**



УДК 33
ББК 65

Актуальні питання економіки, фінансів, обліку та права в Україні та світі: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 23 грудня 2019 р.): у 5 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2019. Ч. 1. 59 с.

У збірнику тез доповідей представлено матеріали учасників Міжнародної науково-практичної конференції “Актуальні питання економіки, фінансів, обліку та права в Україні та світі” з:

Брестський державний технічний університет
Вінницький науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС України
Вінницький національний аграрний університет
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
ДВНЗ “Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана”
ДВНЗ “Криворізький економічний інститут “Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана”
ДВНЗ “Придніпровська державна академія будівництва та архітектури”
ДВНЗ “Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди”
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ
ДННУ “Академія фінансового управління”
Донецький національний університет імені Василя Стуса
Запорізький національний університет
Інститут банківських технологій та бізнесу Державного вищого навчального закладу “Університет банківської справи”
Інститут економіки та прогнозування НАН України
Інститут управління і права Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого
Київський національний торговельно-економічний університет
Київський національний університет будівництва і архітектури
Київський національний університет ім. Тараса Шевченка
Київський університет права Національної академії наук України
Київський університет ринкових відносин
Криворізький національний університет
Львівський навчально-науковий інститут ДВНЗ “Університет банківської справи”
Львівський національний університет імені Івана Франка
Львівський торговельно-економічний університет
Малиновський районний суд міста Одеси
Маріупольський державний університет
Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського
Національна академія Служби безпеки України
Національна академія статистики, обліку та аудиту
Національний авіаційний університет
Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського “Харківський авіаційний інститут”
Національний технічний університет України “Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”
Національний університет “Запорізька політехніка”
Національний університет “Львівська політехніка”
Національний університет водного господарства та природокористування
Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого
Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова
Одеський національний економічний університет
Одеський національний політехнічний університет
Полесський державний університет
Полтавська державна аграрна академія
Полтавський юридичний інститут Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
Сумський національний аграрний університет

**Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції
“Актуальні питання економіки, фінансів, обліку та права в Україні та світі”**

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного
Ташкентський аграрний університет Андижанський філіал
Тернопільський національний економічний університет
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Університет державної фіскальної служби України
Університет економіки та права “КРОК”
Університет митної справи та фінансів
Харківський державний університет харчування та торгівлі
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Харківський національний університет радіоелектроніки
Херсонський національний технічний університет
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Чернівецький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету
Чернігівський національний технологічний університет
Чорноморський національний університет імені Петра Могили
Чортківський коледж економіки та підприємництва Тернопільського національного економічного університету

У збірнику тез доповідей висвітлюються результати наукових досліджень з актуальних питань економіки, фінансів, обліку та права.

Тематика конференції охоплює актуальні проблеми: економічної теорії та історії економічної думки; світового господарства і міжнародних економічних відносин; економіки та управління національною економікою; економіки та управління підприємствами; національної безпеки та оборони в умовах кризових явищ; економіки сільського господарства і АПК; екологічної економіки і сталого розвитку; економіки торгівлі та послуг; економіки промисловості; підприємництва, торгівлі та біржової діяльності; інновацій та інвестиційної діяльності; демографії, економіки праці, соціальної економіки і політики; туризму та готельно-ресторанної справи; бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту; фінансів, банківської справи, страхування; математичних методів, моделей та інформаційних технологій в економіці; економічної кібернетики; маркетингу; менеджменту; логістики та транспорту; публічного управління та адміністрування; правового забезпечення державного управління та місцевого самоврядування; історії та теорії держави та права, філософії права; конституційного права, муніципального права, міжнародного публічного права; цивільного права та процесу, сімейного права, житлового права, міжнародного приватного права; трудового права та права соціального забезпечення; адміністративного права та процесу, фінансового права, інформаційного права; кримінального права, кримінально-виконавчого права, кримінології, кримінального процесу, криміналістики; міжнародного публічного права та міжнародного приватного права.

Видання розраховане на науковців, викладачів, працівників органів державного управління, студентів вищих навчальних закладів, аспірантів, докторантів, працівників державного сектору економіки та суб’єктів підприємницької діяльності.

ЗМІСТ
CONTENTS

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ SECTION 1. ECONOMICS AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES	7
<i>Абдилалимов А. О.</i> УЧЁТ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ В ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТАХ.....	7
<i>Артеменко Л. П., Салабай В. О.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ЦИФРОВА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	9
<i>Вальчевський В. Ю.</i> ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВЛАСНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	11
<i>Вальчевський В. Ю.</i> СУТНІСТЬ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	13
<i>Березіна Л. М., Резнік А. В.</i> ОБЛІК ТА КОНТРОЛЬ ПРЯМИХ ВИТРАТ РОСЛИННИЦТВА У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	14
<i>Деметер Д. Є.</i> УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	16
<i>Джиджєлава Д. Д.</i> НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇХ ВІДТВОРЕННЯ	18
<i>Кобзар Д. Ю.</i> ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	19
<i>Прус Д. В.</i> ЗНАЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	20
<i>Стояненко І. В., Яценко Є. С.</i> ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ: ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ.....	21
<i>Строгіна К. М., Соп'яніченко Н. В.</i> НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ФАКТОРИ, ЩО НА НЕЇ ВПЛИВАЮТЬ	24
<i>Терлецька І. В., Портненко О. С.</i> ВИПРАВЛЕННЯ ПОМИЛОК У ПОДАТКОВІЙ ДЕКЛАРАЦІЇ З ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК	26
<i>Стріганов М. В.</i> ІНДЕКС DOW JONES НА ПРИКЛАДІ НАЙБІШИХ СВІТОВИХ КОМПАНІЙ	28
<i>Федотова А. О.</i> АМОРТИЗАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ, ЯК ДЖЕРЕЛО ВЛАСНИХ КОШТІВ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ХІМІЧНОЇ ГАЛУЗІ.....	30

СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ	
SECTION 2. ECONOMICS AND MANAGEMENT OF THE NATIONAL ECONOMY	32
<i>Грановська Д. Д.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ	32
<i>Гузандрова В. А.</i> ТАРГЕТ-КОСТИНГ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИТРАТ, ЙОГО ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ	33
<i>Ісаєва Н. І.</i> СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ В СТРАТЕГУВАННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ.....	34
<i>Кльоц Б. Л.</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УМОВАХ ЕВРОІНТЕГРАЦІЇ	36
<i>Мартинова Т. Ю., Клочковська В. О.</i> БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВИРШЕННЯ	37
<i>Мудрик В. В., Клочковська В. О.</i> РІВЕНЬ ВВП УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ТА ДИНАМІКА РОЗВИТКУ	39
<i>Шаблиста Л. М.</i> ФОРМУВАННЯ НОРМ КІЛЬКІСНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ ПРАЦІ.....	41
<i>Юричина І. А.</i> ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОДИН ІЗ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ МІСЦЕВОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ.....	43
СЕКЦІЯ 3. ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ	
SECTION 3. INNOVATIONS AND INVESTMENT ACTIVITIES	45
<i>Бондар Є. О.</i> МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ DATA MINING ПРИ СТВОРЕННІ БІЗНЕС ПРОЕКТУ.....	45
<i>Кононенко Д. В.</i> АНАЛІЗ СТАНУ МАТЕРІАЛЬНИХ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХІМІЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	46
<i>Продіус О. І.</i> ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	48
<i>Ротова Т. А.</i> ІННОВАЦІЇ У СТРАХОВОМУ БІЗНЕСІ	49

Семцова І. А. ВПЛИВ ІНОЗЕМНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РОЗШИРЕННЯ ПРОМИСЛОВОСТІ М. ВІННИЦІ	51
Смоляк Ю. Ю. ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ФАКТОР КОМЕРЦІЙНОГО УСПІХУ	53
Тюрина В. А. ПРОГРАММА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ.....	55
Франчук Т. М. АКТИВІЗАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДОМОГОСПОДАРСТВ ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ	57
Шевчук К. А. ПРОГРАММА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	58

УДК 336.2

Абдилалимов А. О.
ассистент кафедры “Бухгалтерский учёт в
аграрной промышленности”
Андижанского филиала Ташкентского
государственного аграрного университета
Город Андижан. Республика Узбекистан

УЧЁТ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ В ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТАХ

Нематериальные активы – это объекты долгосрочного пользования (более 1 года) без материально-вещественного содержания, имеющие стоимостную оценку и приносящие доход. Они возникают из авторских и иных договоров на произведения науки, литературы, искусства программы для компьютера, базы данных и т. п. Это патенты на изобретения, промышленные образцы, селекционные достижения, свидетельства на полезные модели, товарные знаки, знаки обслуживания и лицензионных договоров на их использование, права “ноу-хау” и т. п.

Нематериальные активы – это также права пользования природными ресурсами, организационные расходы и расходы на научно-исследовательские, опытно-конструкторские разработки. Организационные расходы, которые включают в состав нематериальных активов, – это расходы, связанные с образованием юридического лица и признанные в соответствии с учредительными документами вкладом учредителей в уставный капитал. Расходы, связанные с переоформлением учредительных и иных документов, изготовления новых штампов, печатей и т. п., включают в состав общехозяйственных расходов организации.

Организации, меняющие организационно-правовую форму, покрывают эти расходы за счет прибыли, остающейся в их распоряжении. Деловая репутация организации – это разница между стоимостью предприятия как единого имущественно-финансового комплекса с определенной репутацией, и балансовой стоимостью имущества. У нас цена фирмы определена законодательно как “разница между покупной и оценочной стоимостью имущества”. Нематериальные активы в учете отражают по первоначальной и остаточной стоимостям, и отдельно отражают их износ. Первоначальная стоимость определяется: для объектов, внесенных в счет вкладов в уставный капитал (по согласованной стоимости); приобретенных за плату у других организаций и лиц (по фактическим затратам на приобретение объектов и доведение их до состояния, пригодного к использованию); полученных безвозмездно от других организаций и лиц (по рыночной стоимости на дату оприходования). Затраты на приобретение нематериальных активов – это суммы, выплаченные продавцу объекта, за информационные и консультационные услуги, регистрационные сборы, таможенные и другие расходы, связанные с приобретением объектов.

Расходы по созданию нематериальных активов и доведению их до состояния, пригодного к использованию, состоят из начисленной работникам оплаты труда, отчислений на социальные нужды, материальных затрат и расходов общепроизводственных. Активы, поступающие в порядке обмена на какое-либо имущество, оценивают по остаточной стоимости обмениваемого имущества или его рыночной стоимости. Акции или иные ценные бумаги, выпущенные данной организацией, оценивают по рыночным ценам на нематериальные активы или по рыночной стоимости ценных бумаг, выданных в обмен на нематериальные активы. Пока отсутствуют какие-либо рекомендации по документальному оформлению движения нематериальных активов. Это значит, что организации должны сами разрабатывать формы документов, ориентируясь на Положение о документах и документообороте в бухгалтерском учете и Закон о бухгалтерском учете в

Республике Узбекистан, который определил перечень обязательных реквизитов в документах и особенностей учитываемых объектов.

В документах в соответствии с особенностями нематериальных активов должна быть дана их характеристика, указаны порядок и срок использования, первоначальная стоимость, норма амортизации, дата ввода и вывода из эксплуатации и другие реквизиты. Особого внимания заслуживает правильность оформления перехода права на владение нематериальными активами. Приобретенные права должны быть оформлены договорами с юридическими или физическими лицами. Особенность некоторых нематериальных активов – необходимость принятия мер по их защите. Целесообразно разработать особые правила охраны таких объектов, предусмотреть в них список лиц, имеющих право на ознакомление с ними, обязательства этих лиц не разглашать сведения, должностные инструкции и др. сведения. Синтетический учет нематериальных активов ведут на счетах 0400 “Нематериальные активы”, 0500 “Амортизация нематериальных активов”, 1900 “Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям”, и счет 4800 “Реализация прочих активов”.

Счет 0400 активный, он предназначен для получения информации о наличии и движении нематериальных активов, принадлежащих организации на правах собственности. Учет нематериальных активов на нем ведут в первоначальной оценке. По некоторым видам активов со счета 0400 списывают на счета затрат начисленную амортизацию по этим активам. Аналитический учет по счету 0400 ведется по видам и отдельным объектам нематериальных активов.

Счет 0500 “Амортизация нематериальных активов” отражает начисление и списание (при выбытии) амортизации по тем видам нематериальных активов, по которым погашение их стоимости производится с использованием счета 0500. Расходы по приобретению и созданию нематериальных активов относятся к долгосрочным инвестициям и отражаются по дебету счета 0800 “Капитальные вложения” с кредита расчетных, материальных и других счетов. После принятия на учет нематериальных активов они отражаются по дебету счета 0400 “Нематериальные активы” с кредита счета 0800. Нематериальные активы, внесенные учредителями или участниками в счет вкладов в уставный капитал, оприходуются по дебету счета 0400 “Нематериальные активы” с кредита счета 7500 “Расчеты с учредителями”. Нематериальные активы, полученные от других организаций или физических лиц безвозмездно, в т. ч. в качестве субсидии правительства, оприходуют по дебету счета 0400 и кредиту счета 8700 “Добавочный капитал”. Налогооблагаемая прибыль по безвозмездно поступившим нематериальным активам увеличивается на стоимость поступивших активов, но не ниже их остаточной стоимости в передающей организации. Выбытие нематериальных активов (реализацию, списание вследствие непригодности, безвозмездную передачу или передачу в счет вклада в уставный капитал другой организации) учитывают на активно-пассивном счете 4800 “Реализация прочих активов”. В дебет этого счета списывают первоначальную стоимость выбывающих активов, расходы, связанные с их выбытием, НДС по реализуемым активам. По кредиту счета списывают износ по выбывающим нематериальным активам, сумму выручки от реализации или другого дохода от выбытия нематериальных активов (в корреспонденции со счетами денежных средств, 0600 “Долгосрочные финансовые вложения”, 5800 “Краткосрочные финансовые вложения” и др.). Обычно продаются не объекты нематериальных активов, охраняемые патентным правом и оформляемые лицензионными договорами, а право на их использование. Тогда стоимость нематериальных активов и сумма их износа не изменяются, а по счету реализации будет отражаться сумма выручки от продажи. Финансовый результат от выбытия нематериальных активов списывают со счета 4800 “Реализация прочих активов” на счет 8000 “Прибыль и убытки”. Если сумма выручки от реализации нематериальных активов превышает остаточную их стоимость и расходы, связанные с выбытием, то разницу списывают в дебет счета 48 и кредит счета 8000. Если остаточная стоимость выбывших нематериальных активов не возмещается выручкой от их реализации, разницу между ними списывают с кредита счета 4800 в дебет счета 8000. При безвозмездной передаче нематериальных активов производственного назначения

финансовый результат списывают в дебет счета 8700 “Добавочный капитал”, а при безвозмездной передаче нематериальных активов непроизводственного назначения – в дебет счета 8800 “Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)”, субсчет “Фонд социальной сферы”. При передаче нематериальных активов в счет вклада в уставный капитал других предприятий договорная стоимость может превышать балансовую стоимость активов, тогда сумму превышения отражают по кредиту счета 8300 “Доходы будущих периодов” в корреспонденции со счетом 4800. По мере начисления доходов по вкладу сумму превышения равными частями в срок, установленный учредительными документами, списывают с дебета счета 8300 в кредит счета 8000. При реализации и безвозмездной передаче нематериальных активов обороты облагаются НДС. Для определения НДС нужно выяснить факты приобретения активов с НДС или без него. При безвозмездной передаче нематериальных активов плательщиком НДС является передающая сторона, а принимающая сторона платит налог на прибыль. Облагаемый оборот определяется исходя из средней цены реализации (без учета НДС), но не ниже остаточной стоимости нематериальных активов.

Нематериальные активы используются длительное время, в течение которого их стоимость ежемесячно переносится на производимую продукцию, работы или услуги начислением по ним амортизации. Не начисляется амортизация на расходы по созданию организации, признанные вкладом участников в уставный капитал, товарных знаков и знаков обслуживания. Величина амортизационных отчислений исчисляется по нормам, установленным самим предприятием, исходя из первоначальной стоимости активов и срока их полезного использования. Срок полезного использования нематериальных активов определяется организацией. Если возникают затруднения в установлении срока, он принимается за 10 лет. По окончании этого срока износ не начисляют. Начисление амортизации по нематериальным активам целесообразно начинать с 1-го числа месяца, следующего за месяцем ввода объектов в эксплуатацию, и прекращать с 1-го числа месяца, следующего за месяцем выбытия из эксплуатации, т. е. по аналогии с основными средствами. При начислении износа по нематериальным активам дебетуют счета издержек производства или обращения 2000 “Основное производство”, 2300 “Вспомогательные производства”, 2500 “Общепроизводственные расходы” и др., а кредитуют счет 0500 “Амортизация нематериальных активов”.

Список литературы

1. Бобожинов О., Жуманиёзов К. Молиявий ҳисоб. Т.: Молия, 2002.
2. Ўзбекистон Республикаси бухгалтерия ҳисоби миллий стандарти. Т.: Фафур Фулом номидаги нашриёт-матбаа ижодий уйи, 2007.
3. Сотиволдиев А. С., Иткин Ю. М. Замонавий бухгалтерия ҳисоби. Т.: Ўзбекистон БАМА нашр. I-II-том, 2002.

УДК 338.2

Артеменко Л. П.

к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту,
Національний технічний університет України
“Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського”,

Салабай В. О.

студент 5 курсу кафедри менеджменту,
Національний технічний університет України
“Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського”

ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ЦИФРОВА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Діджиталізація впливає на економічні основи бізнесу та конкурентну боротьбу на ринку. Отож, розглянемо найбільш типові помилки, що роблять керівники при формуванні цифрової стратегії компанії.

По-перше, більшість управлінців вважають, що “діджиталізація” – це функції IT-департаменту або розглядають дану стратегію нішово приписуючи її до маркетингу чи

продажів. Через це і виникає хибне уявлення про роль та місце діджиталізації в компанії [1]. Не маючи чіткого розуміння щодо цифрових змін в компанії, керівники в повній мірі не мають можливості сформувавши власну стратегію, яка б включала в себе діджиталізацію, як повноцінний компонент. Внаслідок чого, виникає непорозуміння і неможливість вчасно відреагувати на загрози які будуть виникати в подальшому. Наприклад, мобільний телефон сьогодні слугує мультипристроєм, який виконує десятки та навіть сотні операцій, які раніше не використовувалися або їх виконання належало іншим сервісам.

Наступним, є недостатнє розуміння принципів цифрової економіки та її переваг. Зараз цифрова доба руйнує усталені принципи та постулати, які працювали роками. Кількість інтернет-сайтів та онлайн-платформ, що пропонують свої послуги зараз перевищило кількість існуючих підприємств та компаній, які надають ці послуги та продають товари класичним способом. В цифровому світі виграють ті компанії, які мають змогу запропонувати таку цінність, яка б повною мірою задовольняла попит споживача [2].

Новатори та найспритніші послідовники мають переваги над конкурентами, оскільки їх прибутки зростають майже в 2 рази, через те, що вони не стали чекати та активно змінювали власні цифрові стратегії [2]. Також однією з вагомих проблем є неналежна увага до сутності екосистем. Поняття галузі зараз можна вважати вже застарілим, оскільки його постійно змінює концепція екосистеми. Саме екосистема як більш ширше поняття та новітня платформа дозволяє діджитал кампаніям руйнувати традиційні моделі та виходити на нові ринки. У цифровому середовищі підприємства мають можливість залучати майже нескінченну кількість клієнтів, використовуючи штучний інтелект, новітні механізми взаємодії та бізнес-моделі з радикальними змінами. Коли грані між сферами бізнесу починають постійно стиратися, традиційні методи оцінки конкурентів набувають нового бачення, оскільки вчорашні конкуренти сьогодні можуть стати надійним партнером [3].

Керівники вважають, що діджиталізація змушує компанії відійти від існуючого бізнесу і переформуватися на щось нове, яке вимагає колосальних вкладень та часу. Насправді все не так, потрібно лише взяти існуючу бізнес-модель та оцифрувати її. Саме поєднання бізнес-процесів, які працювали в компанії і приносили стабільний прибуток, з діджиталізацією та реінжинірингом в змозі зробити компанію більш гнучкішою, збільшити швидкість та зменшити час у прийнятті рішень [2].

Більшість опитувань проведених за цей рік показали, що найбільше занепокоєння у керівників викликає саме діджитал-трансформації. За інформацією “Forbes” понад 70% цифрових ініціатив, які повинні були впроваджені в існуючі бізнес-моделі компаній зазнали невдачі. З 1,3 трильйонів доларів майже 900 мільярдів були “викинуті на вітер”.

Як зазначають фахівці, хоча більшість цифрових технологій дають можливість підвищити ефективність та сформувати більш тісні зв'язки з клієнтами, проблемою є те що, для реалізації даної стратегії потрібно змінювати мислення та проводити реінжиніринг бізнес-процесів, а без цього діджиталізація може тільки збільшити проблеми та бути гальмом у розвитку компанії.

Керівники які хочуть трансформувати компанію та зробити її більш цифровою, мають комплексно розглядати процес впровадження та використовувати такі інструменти, які б інтегрували діджитал-трансформацію в основну стратегію фірми з мінімальними втратами. Також варто обмежити себе у залучення консультантів, які звичайно допоможуть та запропонують “універсальні рішення”, але досвід показує, що саме знання та вміння власних співробітників дають набагато кращий ефект під час впровадження нових рішень для компанії.

Якщо метою будь-якої діджитал-трансформації є вдосконалення споживчого досвіду, то кожен проект повинен враховувати та вивчати думки споживачів, а також вміти швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища.

Працівники компанії при впровадженні діджиталізації не повинні чинити опір цим змінам. Керівники компаній повинні доносити інформацію до своїх співробітників, що діджиталізація, насправді сприяє удосконаленню знань, робить компанію більш гнучкою та конкурентоспроможною, а не спрямована тільки на автоматизацію процесів і скороченню штату. Саме тому від ефективної політики керівництва та розумного ставлення персоналу

до даного процесу, можливе ефективне впровадження та подальший розвиток компанії завдяки діджитал-трансформації.

Отже, діджиталізація є дуже важливою для розвитку сучасних підприємств та розвитку цифрової економіки в Україні. Саме чітке розуміння та злагоджені дії керівників в змозі привести компанію до зростання, зробити її більш гнучкою та цифровою тільки завдяки правильному застосуванню діджиталізації, як потенційно важливої складової стратегії підприємства.

Список літератури

1. Андрищенко І. Як правильно почати діджиталізувати свій бізнес. *Новое время*. 2018.
2. Чому цифрові стратегії зазнають невдачі. *Матеріали Києво-Могилянської бізнес-школи*. 2019. URL: <http://open.kmbs.ua/digital-strategies-fail>.
3. Діджиталізація як стратегічний пріоритет. *Інтернет-портал для управлінців Management.com.ua*. 2019. URL: <http://www.management.com.ua/tend/tend1093.html>.

УДК 631.1

Вальчевський В. Ю.

студент,

Національного технічного університету України

“Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВЛАСНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективна діяльність суб'єктів господарювання в Україні потребує управління фінансовими ресурсами, зокрема власним капіталом підприємства, яке повинно забезпечити основи для стабільного розвитку підприємства та його постійного зростання на ринку. В основі системи управління головним поняттям, що характеризує власний капітал є поняття “вартості капіталу”. А тому кожне рішення яке пов'язане з управлінням власного капіталу повинне прийматися з точки зору впливу його на вартість підприємства в цілому.

У теоретичних розробках управління трактується по-різному залежно від проблем, що розкриваються авторами. Управління розглядається як процес, в якому суб'єкт управління, спираючись на інформацію, здійснює певні дії на стан структурних елементів системи з метою переведення об'єкта управління до іншого стану або як дії, спрямовані на врівноваження керованої системи із зовнішнім середовищем, на пристосування системи до змін зовнішніх умов.

Основними складовими управління виступають [1, с. 104]:

- 1) постановка задач управління: формулювання цілей управління, визначення функцій об'єкта управління, вибір керуючих впливів, визначення показників якості управління, облік впливів зовнішнього середовища;
- 2) розробка принципів управління: визначення функціональної та алгоритмічної структур керуючого об'єкта;
- 3) розробка методів і засобів аналізу процесів в системах управління;
- 4) розробка методів синтезу структур і розрахунку параметрів керуючих об'єктів.

Управління капіталом – це управління структурою і вартістю джерел фінансування (пасивів) з метою підвищення рентабельності власного капіталу та здатності підприємства платити дохід кредиторам і співвласникам підприємства [2, с. 58].

Власним капіталом – це система узгодження елементів, задач, принципів, які займаються регулюванням процесу розробки та реалізації управлінських рішень щодо руху власного капіталу в заданих параметрах.

Управління щодо формування та використання капіталу підприємства потребує постійного відстеження змін у його розмірі та структурі.

Метою управління капіталом є задоволення потреби у фінансових коштах за різними напрямками діяльності підприємства та оптимізація його структури з позицій забезпечення умов ефективного використання для збільшення вартості підприємства [4, с. 274].

У широкому розумінні, система управління капіталом – це сукупність взаємопов’язаних та взаємодіючих елементів, до яких відносять підходи щодо управління капіталом, базові положення системи управління капіталом, забезпечення управління капіталом та складові системи управління капіталом.

На думку І. О. Бланка, система управління капіталом підприємства складається із двох функціональних підсистем: управління щодо формування власного капіталу, та управління щодо його використання. Під управлінням формуванням капіталу слід розуміти сукупність процесів підготовки і здійснення керуючих впливів, які спрямовані на досягнення оптимальної структури капіталу та обсягів оптимального співвідношення різних форм капіталу при прийнятному рівні ризиків [5].

2. Визначення оптимальної частки власного капіталу у структурі капіталу підприємства. Враховуючи функціональне призначення власного капіталу, на мікрорівні можна виділити його позитивні риси:

- простота залучення використання;
- вища дохідність та здатність генерувати прибуток;
- підвищення конкурентостійкості підприємства [6].

Але можуть бути і негативні риси при використанні підприємством лише власного капіталу, а саме:

– обсяг власного капіталу обмежений, тому підприємство може втратити можливість розширення діяльності та збільшення рентабельності за рахунок залучення позикових коштів за допомогою ефекту фінансового левериджу;

– часто власний капітал, залучений із зовнішніх джерел, має вищу вартість порівняно із позиковим капіталом [6].

Тому можна сказати, що одним із основних питань при управлінні власним капіталом є визначення його оптимальної структури. І. О. Бланк зазначає, що оптимальна структура капіталу – це таке співвідношення використання власних і залучених джерел, за якого забезпечується найбільш ефективна пропорційність між коефіцієнтом фінансової рентабельності та коефіцієнтом фінансової стійкості, тобто максимізується його ринкова вартість [7].

На думку В. О. Подольської та О. В. Яріш, оптимізація структури капіталу передбачає співвідношення між власним і позиковим капіталом, за якого забезпечується найбільша ефективність пропорційність між дохідністю та фінансовою стійкістю підприємства [8, с. 355].

3. Створення ефективної концепції збереження власного капіталу. Зважаючи на динаміку зовнішнього середовища та підвищення конкуренції на ринку, часто за основну мету підприємства ставлять збільшення власного капіталу, але це не так основною метою є його збереження і примноження, що призведе до фінансової стійкості підприємства на ринку.

Одним із показників збереження власного капіталу є показник “чисті активи”, який визначається, як різниця між активами підприємства та обсягом його зобов’язань [9].

Відповідно до концепції збереження власного капіталу таке управління доцільне у разі, коли підприємство знаходиться у кризовому стані.

Безперервне удосконалення системи управління капіталом – політика, яка спонукає, зобов’язує працівників, пов’язаних з управлінням капіталу і наділяє їм повноваженнями до пошуку способів покращення показників ефективності функціонування такої системи на безперервній основі.

Тому для покращення системи управління потрібно здійснювати моніторинг системи управління власним капіталом. Моніторинг системи управління власним капіталом – процес систематичного або безперервного збору інформації про параметри управління власним капіталом, яка може бути використана для поліпшення процесу прийняття рішення, а також як інструмент зворотного зв’язку з метою ефективного управління власним капіталом. Він виконує наступні функції:

– виявляє стан критичних або перебуваючих у стані зміни явищ навколишнього середовища, у відношенні яких буде вироблений курс дій на майбутнє;

– забезпечує зворотний зв’язок, у відношенні попередніх успіхів і невдач певної системи управління капіталом;

– встановлює відповідності обраним критерію ефективності [10].

Результатом щодо управління капіталом на підприємстві повинна бути розроблена на основі власного досвіду та із врахуванням теоретичних узагальнень, які наведені в економічній літературі, система показників стану і використання капіталу, наприклад:

- співвідношення власного, позиченого і залученого капіталу;
- норматив власного оборотного капіталу;
- плече фінансового важеля (фінансовий леверидж) тощо [3].

Отже, для будь-якого підприємства, його ефективність, залежить від забезпечення власним капіталом та ефективність його управління. Дослідження підходів щодо управління власним капіталом, які пропонують вітчизняні науковці, дозволило структурувати процес управління, що стало основою управління власним капіталом підприємства.

Список літератури

1. Гончаренко А. М. Економічний зміст та етапи управління капіталом у машинобудуванні та сфері послуг. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики*. 2008. № 2 (2). С. 102 – 112.
2. Кірсанова Т. О., Коляда Н. О. Система управління власним капіталом підприємства. *Вісник СумДУ. Серія економіка*. 2010. № 1. С. 58 – 63.
3. Ліпич Л. Г., Гадзевич І. О. Капітал в системі управління підприємством. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”*. 2009. № 647. С. 114 – 119.
4. Харченко Н. В. Управління власним капіталом акціонерного товариства. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. 2011. № 3. Т. 1. С. 273 – 278.
5. Бланк И. А. Управление капиталом: учебный курс. К.: Эльга, Изд-во Ника-Центр, 2004. 576 с.
6. Плікус І. Й. Система моніторингу для фінансового прогнозу діяльності підприємства. *Фінанси України*. 2004. № 6. С. 35 – 44.
7. Вівчар О. Й., Саварин В. М. Власний капітал як фінансове джерело функціонування підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2009. Вип. 19.5. С. 146 – 150.
8. Подольська В. О., Яріш О. В. Фінансовий аналіз: нав. посіб. К.: Центр навч. лри, 2007. 488 с.
9. Шевчук Н. Капітал підприємства: формування та ефективність функціонування. *Ринок цінних паперів України*. 2004. № 5, 6. С. 39 – 43.
10. Гейдор А. П. Формування та функціонування системи управління капіталом підприємства. *Перемишль: Наука та освіта*, 2010. С. 59 – 63.

УДК 657.3

Вальчевський В. Ю.

студент,

Національного технічного університету України
“Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”

СУТНІСТЬ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Власний капітал є важливою складовою серед джерел формування ресурсів підприємства. Без капіталу неможливо почати бізнес, адже навіть найменше підприємство вимагає певної суми, щоб зареєструвати його в органах виконавчої влади, відкрити рахунок в банку, виготовити печатку і штампи, придбати необоротні та оборотні активи, найняти робочу силу тощо.

Капітал є особливою економічною категорією, що показує сукупні ресурси, який втілений у частині активів, придбаних за власний рахунок підприємства, показує нагромаджені матеріальні блага для подальшої діяльності [1, с. 427]. Створюється підприємство з метою отримання прибутку, і реалізувати цю мету воно може лише за умови збереження свого капіталу. Капітал, як фактор виробництва являє собою майно, що належить підприємцям або іншим власникам і використовується в процесі створення товарів і послуг.

Важливе значення в управлінні капіталом підприємства займає власний капітал. Власний капітал – це власні джерела підприємства [2, с. 251]. Власний капітал є гарантією організації бізнесу.

Власний капітал характеризується наступними основними позитивними особливостями: простотою залучення, тому що рішення, зв’язані зі збільшенням власного капіталу,

приймаються засновниками чи менеджерами без необхідності одержання згоди інших суб'єктів діяльності; високою віддачею за критерієм норми прибутку на вкладений капітал, тому що в цьому випадку не потрібно сплата позичкового відсотка (відсотка за кредит); зниженням ризику фінансової стійкості і банкрутства підприємства.

Утворення власного капіталу дає гарантію для інвесторів, кредиторів, постачальників, позичальників, що підприємство є кредитоспроможним і йому можна довіряти, мати з ним ділові й партнерські стосунки.

Маркс писав: “... Капітал, – це не річ, а певне, суспільне, належне певній історичній формації суспільства виробниче відношення, яке представлено в речі і надає цій речі специфічного суспільного характеру. Капітал – це не просто сума матеріальних і виробничих засобів виробництва. Капітал – це перетворені в капітал засоби виробництва, які самі по собі так само мало є капіталом, як золото або срібло самі по собі – грішми. Монополізовані певною частиною суспільства засоби виробництва, відособлені у відношенні до живої робочої сили продукти і умови приведення в дію самої цієї робочої сили, – ось що в силу цієї протилежності персоніфікується в капіталі...” [3].

А. Сміт до капіталу відносив лише ту частку запасів, яка використовується для подальшого функціонування у виробництві та іншій економічній діяльності й приносить дохід. Позитивним у такому трактуванні сутності капіталу є те, що його матеріально-речовий зміст пов'язується як з факторами виробництва, так і процесом отримання доходу. Останнє є домінуючим для розуміння змісту поняття “капітал”.

Отже, незважаючи на значні здобутки та напрацювання вчених світової та вітчизняної наукової думки, залишаються не вирішеними та дискусійними багато проблем, зокрема: не сформовано єдиної думки щодо сутності, складу та структури власного капіталу. Капітал – це категорія, що виражає не стільки технічні чи організаційні відносини, скільки соціально-економічні, тобто капітал як такий може існувати лише за певних соціально-економічних умов.

Список літератури

1. Каменська Т. Статутний капітал підприємства, що створюється: формування та облік. *Все про бухгалтерський облік*. 2010. № 109. С. 31 – 33.
2. Лень В. С., Гливенко В. В. Бухгалтерський облік в Україні. Основи та практика: навчальний посібник / за ред. В. С. Леня. Вид. 4-те. Тернопіль: Навчальна книжка – Богдан, 2012. 752 с.
3. Маркс К. Особливості методології. URL: infolibrary.com.ua/books-text-1848.html.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 “Загальні вимоги до фінансової звітності” від 07.02.2013 №73. *Все про бухгалтерський облік*. 2013. № 8 – 9. С. 14 – 17.
5. Сопко В. В. Бухгалтерський облік капіталу підприємства (власності, пасивів). К.: Центр навчальної літератури, 2011. 312 с.

УДК 657:33.025.12:338.512:633:613.15

Березіна Л. М.

д. е. н., професор, професор кафедри економіки та міжнародних економічних відносин,
Полтавська державна аграрна академія,

Резнік А. В.

здобувач ступеня вищої освіти доктор філософії,
Полтавська державна аграрна академія

ОБЛІК ТА КОНТРОЛЬ ПРЯМИХ ВИТРАТ РОСЛИННИЦТВА У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Ефективність виробництва сільськогосподарської продукції безпосередньо пов'язана із раціональним використанням матеріальних, трудових та фінансових ресурсів. У зв'язку з цим важливе значення набуває оптимальна організація системи обліку та контролю витрат на виробництво продукції рослинництва, що повинна будуватися на науково обґрунтованому підході найбільш прогресивних методів бухгалтерського обліку [1, с. 14]. Основним і найбільш поширеним методом обліку витрат рослинництва у

сільськогосподарському виробництві є позамовний метод. Згідно з ним об'єктами обліку витрат виступають види чи групи сільськогосподарських культур, а об'єктами калькуляції – види основної, побічної та супутньої продукції. Тривалий цикл виробництва сільськогосподарської продукції та його неспівпадання з календарним роком потребують розмежування витрат таким чином, щоб їх доля, що включається у собівартість продукції за звітний період, відповідала кількості продукції, виробленої в цьому періоді. До повного завершення виробничого циклу всі витрати, які стосуються конкретного об'єкту витрат (культури чи групи культур), вважаються незавершеним виробництвом [1, с. 15; 2]. Найбільша частка у структурі виробничої собівартості продукції рослинництва належить прямим витратам (80 – 82 %). Такі витрати безпосередньо пов'язані з виробництвом конкретних видів продукції та прямо відносяться на собівартість продукції [3, с. 378]. Це витрати на оплату праці, посівний матеріал, мінеральні добрива, засоби захисту рослин, витрати на послуги елеваторів з приймання та доробки зерна, витрати на оренду землі (рис.1).

Сума нарахованих прямих витрат продукції рослинництва безпосередньо впливає на основні показники діяльності сільськогосподарського підприємства, основними з яких є: собівартість продукції (дол. США/га); ЕВІТДА (дол. США /га).



Рис. 1. Деталізація структури прямих витрат рослинництва в сільськогосподарському підприємстві

Джерело: [2, 3]

Формування прямих витрат рослинництва здійснюється в процесі нарахувань на наступні рахунки бухгалтерського обліку: 231 (Основне виробництво – Рослинництво); 236 (Надання виробничих послуг); 93 (Витрати на збут); 99 (Надзвичайні витрати).

Одним із шляхів ефективного контролю прямих витрат є їх розподіл між центрами фінансової відповідальності (ЦФО). У сільськогосподарському підприємстві до них відносяться такі служби: агрономічна служба, інженерна служба, логістична служба. У процесі виробничої діяльності з метою запобігання перевищення допустимого рівня прямих витрат ЦФО мають дотримуватися вимог виробничого процесу (рис. 2).

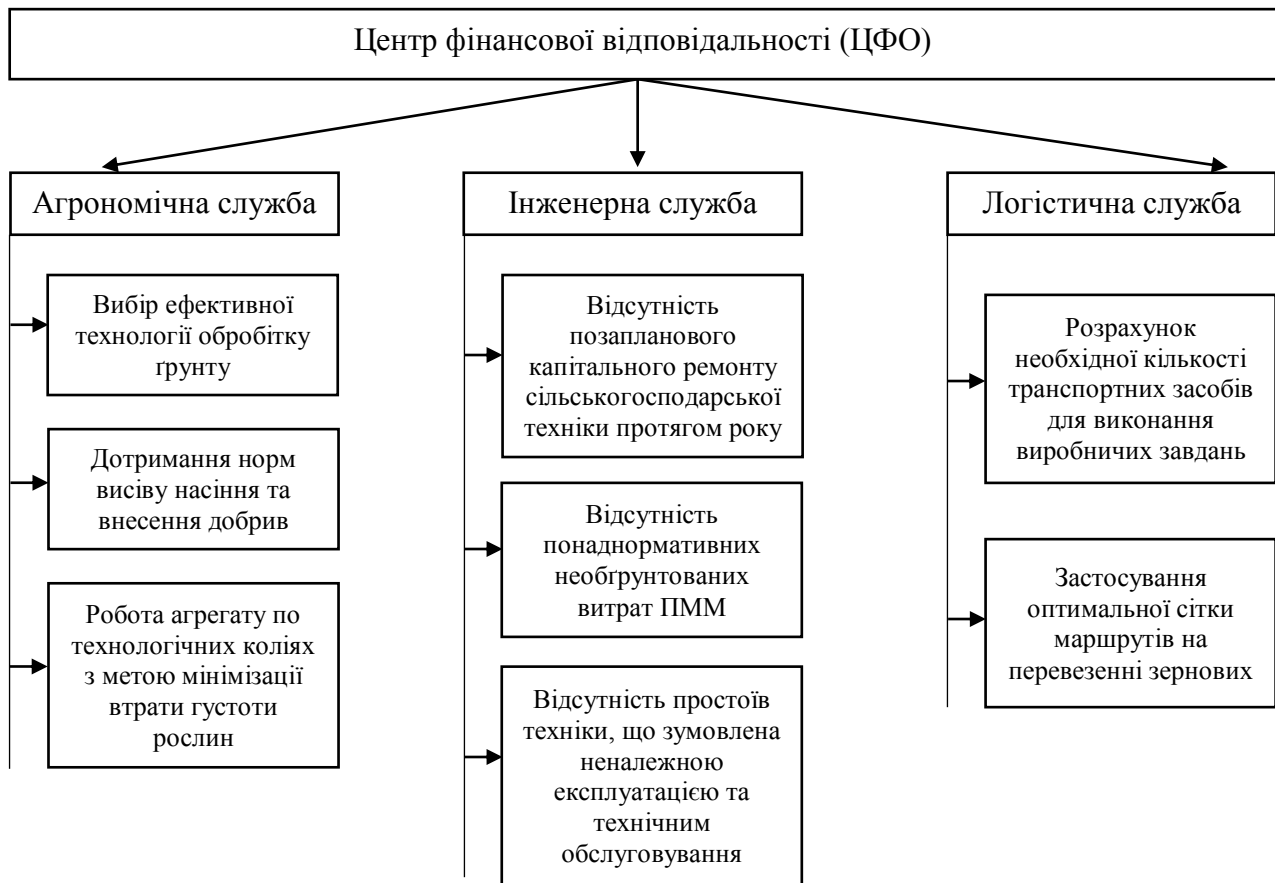


Рис. 2. Вимоги до виробничого процесу в сільськогосподарському підприємстві для ЦФО
Джерело: побудовано автором

Дотримання зазначених вимог щодо виробничого процесу в сільськогосподарському підприємстві надасть можливість дотримуватися планових витрат на виробництво продукції, запобігати перевищенню їх рівня, та знаходити шляхи щодо їх скорочення. Для фінансово-економічної служби сільськогосподарського підприємства це надасть змогу оперативного виявлення перевищення допустимого рівня витрат та відповідальної служби за вказане перевищення.

Список літератури

1. Костякова А.А. Методи обліку витрат у рослинництві. *Бухгалтерський облік*. 2017. № 2. С. 13 – 21. URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/3577/1/2.pdf> (дата звернення 23.11.2019).
2. Костякова А.А. Класифікація витрат виробництва в рослинництві за цільовим методом. URL : <http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/3580/1/3.pdf> (дата звернення 23.11.2019).
3. Калініченко О. В, Плотник О.Д., Економіка підприємства: практикум. Київ.: Кондор, 2012. 600 с.
4. Класифікація витрат. URL: <https://buklib.net/books/27482/> (дата звернення 23.11.2019).

УДК 658.8

Деметер Д. Є.
студентка,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах глобалізаційних процесів, ринкової економіки та динамічного розвитку споживання перед сучасними підприємствами постає питання існування на ринку за рахунок посилення ефективної виробничо-комерційної діяльності, на яку можна впливати через збутову діяльність.

Наявність ефективно спланованої стратегії управління збутовою діяльністю підприємства є основною складовою стабільного функціонування на ринку та становлення міцної конкурентної позиції.

За визначенням Хруповича С. Є., збутова діяльність – процес організаційно-економічних операцій, що містить маркетинговий аспект (дослідження й аналіз кон’юнктури ринку, визначення обсягів збуту, вибір та управління каналами розподілу) й логістичний аспект (транспортування, складування, управління запасами, обслуговування замовлень) і здійснюється з метою досягнення економічних результатів від реалізації продукції споживачам та створення позитивного іміджу підприємства на ринку [6, с. 202]. Автор Л. Давидова визначає збутову діяльність як перетворення товарів і послуг у гроші [2, с. 83], а Д. Джобер і Д. Ланкастер вважають її однією з функцій маркетингу в умовах ринкової економіки [3, с. 112].

Головною метою збутової діяльності є реалізація економічного інтересу виробника (отримання підприємницького прибутку) на основі задоволення платоспроможного попиту споживачів [4, с. 4]. Це можна зробити через реалізацію стратегічних рішень щодо обсягів реалізації продукції.

Відповідно до мети збуту, основним його завданням є забезпечення визначеного сегменту споживачів певним товаром, який має бажані властивості, в необхідній кількості (обсязі).

Цілі збутової діяльності підприємства мають бути спрямовані на досягнення основної мети, тому до них можна віднести наступні: максимізація прибутку, мінімізація витрат, збільшення частки ринку, підвищення конкурентоспроможності, задоволення потреб споживача, створення та підтримка позитивного іміджу виробника.

В умовах динамічної ринкової економіки (в 2019 тенденція росту сповільнюється) важливою складовою успішної та ефективної діяльності збуту є виявлення факторів, що впливають на неї. До них відносяться наступні:

- економічні (рівень інфляції, ставка податку, ціни на товари, рівень доходів та купівельної спроможності, попит та ін);
- політичні (податкове законодавство, антимонопольне регулювання, зміни в законодавстві, грошово-кредитна політика, вибори та ін);
- ринкові (конкурентне оточення, монополізація та ін);
- інноваційні (введення нових технологій, рівень інноваційної активності, підвищення продуктивності праці та ін);
- соціально-культурні (соціальні класи, структура населення, кількість працюючого населення, вік населення, культурні цінності та ін) [5, с. 196].

Для реалізації планів збутової діяльності підприємству необхідно дотримуватись такої системи забезпечення: планування збуту, надання необхідних обсягів продукції, інформаційно-наукове забезпечення, організаційно-правове забезпечення, корпоративне, координативне та контрольне.

Оскільки збутова діяльність є провідною функцією на будь-якому підприємстві, то можна представити такі напрями її реалізації:

- визначення та планування розподільчої стратегії (вибір канала розподілу та ключових клієнтів);
- розробка стратегії позиціонування та просування товару в каналах;
- забезпечення маркетингової, логістичної, інформаційної підтримки.

Важливим є те, що управління збутовою діяльністю є ключовим чинником росту та розвитку компаній-гігантів вітчизняного та міжнародного ринків. Розглянемо управління збутом на прикладі підприємств харчової промисловості, які займаються виробництвом газованих напоїв: PepsiCo, Coca Cola, IDS Borjomi Ukraine, Біола, Бон Буасон. Дані компанії працюють у сфері збутової діяльності за такими напрямками: Modern (Organizad) Trade (супермаркети, гіпермаркети), Traditional Trade (невеликі магазини, з прилавками) та Away from home або HoReCa (hotels, restaurants, cafes). Кожен з каналів має власну специфіку просування та розвитку категорій, орієнтацію на споживача та економічні показники ефективності, що виконуються за допомогою стратегій, розроблених компаніями. Modern Trade канал є найбільшим та найвпливовішим, а HoReCa має найбільші темпи росту, через розвиток споживання “за межами дому”. Прикладом інструменту для аналітики збуту є платформа Nielsen та Qlick View [1, с. 3].

Отже, збутова діяльність є важливою стратегічною складовою успішного існування підприємства на ринку в сучасних динамічних умовах та потребує комплексного підходу

до вивчення, планування та здійснення з метою задоволення економічного інтересу підприємства.

Список літератури

1. Гапонова О., Гнасевич В. PepsiCo в Україні збільшує обсяги продажів за допомогою QlickView. QlickView, PepsiCo Україна, 2014.
2. Давыдова Л., Фальцман Экономика и управление предприятием: учеб. пособ. М., 2003. 398 с.
3. Ланкастер Д., Джоббер Д. М. Организация сбыта. / пер. с англ. Мн., 2003. 384 с.
4. Терентьева Ф. Х. Управління збутовою діяльністю в системі управління підприємством. *Ефективна економіка*, 2016.
5. Фірсова С. Г. Маркетинг: навчальний посібник. Житомир: ЖДУ ім. І.Франка, 2013. 324 с.
6. Хрупович С.Є. Економічне оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємств : дис. канд. екон. наук : 08.06.01. Львів, 2005. 202 с.

УДК 657.372.5

Джиджелава Д. Д.
бакалавр,

Університет митної справи та фінансів

НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇХ ВІДТВОРЕННЯ

В даний момент питання організації обліку нематеріальних активів є основною економічною проблемою. Для зростання частки нематеріальних ресурсів у виробництві, підприємства поглинають одне одного. Це зумовлено тим, що нематеріальні активи в економічному обороті дають можливість підприємству підвищити свій капітал. Що в майбутньому призведе до підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Юркова Т. І. та Юрков С. В. вважали, що нематеріальні активи – це активи, які не мають фізичного вираження, але все ж представляють істотну цінність для підприємства [1].

Кожин В. А. писав, що нематеріальні активи – це об’єкти довгострокового вкладення, мають вартісну оцінку, але не є речовими цінностями. Нематеріальними активами визнаються придбані і отримані на підприємстві результати інтелектуальної діяльності та інші об’єкти інтелектуальної власності (виключні права на них), які використовуються у виробництві продукції, виконанні робіт, наданні послуг протягом тривалого часу (тривалістю понад один рік) [2].

Ковальчук І. В. стверджувала, що реалізація права власності на нематеріальні ресурси можлива шляхом їх використання самим власником або наданням (з його згоди) такого права іншій зацікавленій стороні в формі ліцензійної угоди [3].

Нематеріальні активи – це частина необоротних активів підприємства, до якої відносять об’єкти, що не мають фізичної структури. Вони належать організації на праві власності, використовуються їй в виробничих цілях протягом довгого часу, а також приносять дохід [4].

Нематеріальні активи це активи, які знаходяться на обліку підприємства, приносять йому економічну вигоду, вносять великий вклад в його розвиток, але не мають фізичних форм.

Ціна фірми виникає при купівлі цілих діючих підприємств. Зазвичай такі підприємства продаються і купуються за ринковою ціною, виходячи з прибутковості підприємства, його ділової репутації, престижності виробленої ними продукції або послуг, що надаються і деяких інших чинників. Перевищення купівельної ціни над балансовою вартістю всіх активів підприємства становить ціну ділової репутації фірми і враховується як нематеріальний об’єкт. Нематеріальні активи переносять свою вартість на витрати виробництва, або звернення рівномірно (щомісяця) за нормами, що визначаються на підприємстві, виходячи зі встановленого терміну їх використання.

До нематеріальних активів відносять активи, які задовольняються такими умовами:

- відсутність матеріально-речової структури;
- можливість ідентифікації від іншого майна;
- використання у виробництві продукції, при виконанні робіт чи надання послуг або для управлінських потреб організації;
- використання протягом тривалого часу, тобто строку корисного використання, тривалістю понад 12 місяців або звичайного операційного циклу;

– організація не передбачає наступний перепродаж даного майна;
– здатність приносити організації економічні вигоди у майбутньому;
– наявність належно оформлених документів, що підтверджують існування самого активу.

У бухгалтерському обліку нематеріальних активів існує досить багато різних проблем, таких як, встановлення початкової вартості, строку корисного використання і т. д.

Основною проблемою при обліку нематеріальних активів виступає те, що вони не мають фізичної форми, і в зв'язку з цим, іноді немає можливості дати оцінку активу, а також визначити строк корисного використання. Такі ж труднощі виникають і при постановці на облік активу, отриманого безоплатно.

Існують різні способи надходження об'єктів нематеріальних активів на підприємство: створення їх на самому підприємстві, внесення засновниками в рахунок внеску до статутного капіталу, придбання об'єктів за плату, отримання безоплатно.

Оцінка об'єктів нематеріальних активів, які придбані за плату, здійснюється шляхом складання витрат на їх покупку.

Первісна вартість нематеріальних активів, які створені на самому підприємством, визначається підсумовуванням всіх фактичних витрат на їх створення і виготовлення (витрачені матеріальні ресурси, оплата праці, послуги сторонніх організацій тощо).

Якщо нематеріальні активи надійшли на підприємство безоплатно за договорами дарування, то, оцінка робиться за ринковою вартістю на дату прийняття їх на баланс [4]. Отже, нематеріальні активи це необоротні активи підприємства, які несуть у собі економічну вигоду.

Список літератури

1. Юркова Т. І. Юрков С. В. Економіка підприємства: підручник, М. 2006. 116 с.
2. Кожин В. А. Економіка підприємств (організації) [Електронний ресурс] : учебовий посібник. – Ел. видання. - Електрон. текстові дан. Нижній Новгород: “Професійна наука”, 2018. 501 с.
3. Ковальчук І. В. Економіка підприємства: навчальний посібник. Київ 2008. 679с.
4. Горфінкель В. Я. Економіка підприємства / Під ред. проф. В. Я. Горфінкеля, проф. В. А. Швандара. 4-е видання., перероб.і доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 670 с.

УДК 339.1

Кобзар Д. Ю.

студентка 6 курсу,

ННІ Економіки і Менеджменту

Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

У сучасному світі неможливо уявити відсутність конкуренції. Конкуренція є одним з істотних і необхідних інструментів механізму ринку, незважаючи на те, що самі конфігурації конкуренції не бувають рівними на різноманітних ринках і в окремо взятих ринкових ситуаціях. Економічні процеси не стоять на місці, через що, кожне підприємство під впливом конкурентів, має своєчасно адаптуватися до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищах.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно розглядати як довгостроковий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, здійснюваний планомірно, відповідно до обраної стратегії довгострокового розвитку.

Конкурентоспроможності підприємства найчастіше пов'язують з такими властивостями, як: здатність випускати конкурентоспроможну продукцію, послуги, спроможність до продуктивного та ефективного функціонування, здатність задовольняти потреби споживачів краще, ніж це роблять основні конкуренти. Таким чином, конкурентоспроможність підприємства можна визначити як спроможність підприємства краще забезпечувати пропозицію товарів чи послуг, порівняно із конкурентами, за рахунок надання товарам чи послугам диференційованих властивостей за умов дотримання стандартів якості [1, с. 69].

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства, важливе значення має виявлення, обґрунтування і класифікація факторів і резервів, що обумовлюють її рівень [2, с. 69]. За ступенем залежності від підприємства, весь набір факторів можна поділити на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів можна віднести: умови інвестування в галузі, регіоні, країні; тенденції технічного розвитку; рівень конкуренції; ресурсозабезпеченість і т. д. Під внутрішніми факторами розуміють: впровадження у виробництво нової техніки, прогресивної технології, дієвих економічних стимулів; підвищення кваліфікаційного рівня працівників; формування системи конкурентних відносин у діяльності персоналу та ін. Вони можуть регулюватися на рівні підприємства в цілому, структурного підрозділу, первинного колективу і робочого місця [3, с. 73].

Основними факторами, які визначають конкурентоспроможність підприємства, також є: стратегія підприємства, наявність матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, інноваційний потенціал, частка ринку, ефективність менеджменту, випуск конкурентоспроможної продукції, послуг [4, с. 54].

Швидкість, ефективність, оригінальність, орієнтація на споживача, якість і продуктивність – це фактори, які можуть привести до зайняття фірмою більш вигідної конкурентної позиції, у тому числі в глобальній економічній системі [4, с. 16].

Основними шляхами вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності підприємства, є: ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів; обґрунтована рекламна політика; створення нової продукції, послуг; покращення якісних характеристик продукції; модернізація обладнання; всебічне зниження витрат; вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та після продажного сервісу; підвищення якості управління [5, с. 89].

Таким чином, розглянуто ключові питання по підвищенню конкурентоспроможності, фактори конкурентоспроможності, виділені шляхи вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності, висвітлені ідеальні умови для підвищення конкурентоспроможності та ефективності підприємства в цілому. Використання розглянутих інструментів у процесі аналізу та вибору стратегічних альтернатив дозволить визначити найбільш ефективну стратегію, що, у свою чергу, сприятиме підвищенню ефективності управлінських рішень з питань забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Список літератури

1. Бельтюков С. А., Некрасова Л. А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності. *Економіка: реалії часу*. 2014. № 2. С. 6 – 13. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/No2/6-13.pdf>.
2. Зоріна О. І. Методи оцінки конкурентоспроможності деревообробних послуг. *Ефективна економіка*. 2015. № 12. С. 68 – 72.
3. Коваленко В. О. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. *Економіка підприємства*. 2013. № 2. С. 15 – 18.
4. Портер М. Конкуренция / Пер. с англ. О. Л. Пелявского, А. П. Уриханяна, Я. В. Заблоцкого, М. С. Иванова и др. Изд. испр. М., СПб., К.: ИД “Вильямс”, 2005, 608 с.
5. Хрущ Н. А. Конкурентні стратегії: процеси створення та реалізації : монографія. Київ : Освіта України, 2010. 316 с.

УДК 338.2

Прус Д. В.

студента гр. ЕД-21, економічного ф-ту,
Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна

Науковий керівник:

Гонтарева І. В.

д. е. н., професор,

Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна

ЗНАЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вибору цієї теми посприяло величезне використання сировини, яке надто довго розкладається та забруднює навколишнє середовище. Надмірне використання пластику

призвело до неймовірної кількості відходів, яке нараховується в 8,5 мільярдів тонн. У боротьбі з численним забрудненням допомагає впоратися екологічний менеджмент. Тому запропонована тема є актуальною.

Перша зустріч терміну “екологічний менеджмент” прийшла у світ в 90-их роках минулого століття, завдяки Міжнародній організації зі стандартизації, було декілька причин його появи: 1) велика кількість населення; 2) надмірне споживче використання.

Екологічний менеджмент – це тип управління, який концентрується на удосконалення екологічного рівня підприємства та екологічної культури людини. Екологічний менеджмент використовується винятково екологічними суб’єктами, це добровільна діяльність у своїй основі, діяльність, яка залежить від мотивації менеджера та обумовлена його кваліфікацією.

Екологічний менеджмент підприємства передбачає: 1) визначення напрямів діяльності підприємства; 2) встановлення параметрів виробничої діяльності; 3) постановку екологічних цілей; 4) визначення критеріїв оцінки екологічної ефективності; 5) зниження екологічних ризиків [1].

Коли підприємець приймає рішення до включення екологічного менеджменту до його підприємства, він починає приділяти увагу навколишньому середовищу, тобто, зменшувати кількість відходів, зменшувати використання сировини та інше. На підприємстві, яке постійно пов’язане з екологічним менеджментом, екологічні аспекти являються частиною управління. До основних принципів екологічного менеджменту відносяться: 1) своєчасно розв’язання проблеми; 2) відповідальність за економічні наслідки; 3) пріоритетність розв’язання екологічних проблем; 4) стимулювання природоохоронних ініціатив; 5) оновлення продукції відповідно до соціальної відповідальності.

При використанні екологічного менеджменту підприємці можуть виграти навіть не віддаючи перевагу завоюванні споживачів. Коли у компанії присутній “зелений” імідж, вся продукція в очах споживачів змінюється в користь підприємця. На підсвідомому рівні людина бачивши продукцію “зеленого” підприємства націлена купити її, розуміючи що дана організація спрямована на очищення навколишнього середовища. Але дану репутацію треба ще завоювати. Також, при активному використанні підприємством екологічного менеджменту, держава може підтримати його, зменшивши податки, або навіть прилучившись до їх діяльності.

Таким чином, використання екологічного менеджменту є ключовою в сучасній будові підприємства. Завдяки йому, підприємство може виділятися на фоні конкурентів, вигравши нейтральну кількість споживачів та удосконалити свою позицію на ринку.

Список літератури

1. Бучко, Ж. Екологічний менеджмент: концептуальне визначення та тенденції. *Dossier*. URL: http://www.dossier.org.ua/sites/default/files/ecomangement_chernivtcinu_buchkozhanina.pdf.
2. Карлова О. А., Плотницька С. І., Гнатенко М. К. Основи менеджменту і маркетингу. Харків: Друк. Мадрид, 2016. 227 с.
3. Шевчук В. Я., Саталкін Ю. М., Навроцький В. М. Екологічний аудит. Київ: Вища школа, 2000. 344 с.

УДК 331.1

Стояненко І. В.

к. е. н., доцент,

доцент кафедри економіки та фінансів підприємства,
Київський національний торговельно-економічний університет,

Яценко Є. С.

студентка факультету економіки, менеджменту та психології,
Київський національний торговельно-економічний університет

ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ: ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ

У сучасних умовах розвитку економіки України одним з найголовніших завдань вітчизняних підприємств є ефективне використання людського капіталу, адже від результатів діяльності кожного окремого співробітника і підприємства в цілому залежать можливості подальшого розвитку останнього та його рівень конкурентоспроможності у відповідному ринковому сегменті.

Продуктивність праці характеризує результативність діяльності робочої сили у сфері національного виробництва. Її результатом є весь обсяг створених за певний період часу споживчих благ у вигляді товарів та наданих послуг. Від її рівня та динаміки залежать випуск продукції в заданому обсязі і асортименті, собівартість продукції, рівень рентабельності, чисельність працівників, їх середня заробітна плата тощо.

Забезпечення високої продуктивності праці, ефективне використання професійного та інтелектуального потенціалу працівника, за словами Янкового Р. В. та Попович Н. В., неможливі без пошуку дієвих методів визначення суспільно необхідних витрат праці, без формування нового механізму стимулювання праці [1, с. 27]. З цією тезою важко не погодитися, адже втрата інтересу працівника до праці та його пасивність приносить негативні наслідки для підприємства як в поточному періоді, так і довгостроковій перспективі.

Продуктивність праці належить до основних чинників підвищення ефективності виробництва, водночас вона сама перебуває під впливом багатьох інших, які мають певний напрям і рівень впливу. Зовнішні чинники – це ті, які не залежать від діяльності підприємства як об’єктів, але кількісно визначають рівень використання трудових, виробничих та фінансових ресурсів будь-якої організації [2]. До них відносять: політичні та законодавчі чинники, інфраструктуру, ринкові механізми, конкуренцію, загальну соціально-економічну ситуацію і положення в конкретній галузі і регіоні, стан матеріально-технічного забезпечення, забезпеченість природними ресурсами, культуру і соціальні цінності. Внутрішні фактори включають: вдосконалення організаційної структури управління, поліпшення структури кадрів, організацію та спеціалізацію праці, дієвість застосовуваних систем стимулювання, навчання кадрів і підвищення кваліфікації, ефективне застосовування нових технологій, механізацію й технічне забезпечення праці, підвищення трудової дисципліни тощо [1, с. 28].

Вплив факторів на продуктивність праці виявляється при оцінці показників витрат праці, таких як середньоспівіскова чисельність працівників, обсяги відпрацьованих людино-годин або людино-днів, фонд заробітної плати та загальна сума витрат на утримання персоналу. Динаміка цих показників досліджується в ретроспективі і за допомогою них можна визначити зміну продуктивності праці та чинників, що її обумовили.

Оцінка продуктивності праці на окремих підприємствах та галузях є основним чинником, який визначає рівень продуктивності праці на рівні тієї чи іншої країни. Від рівня ефективності використання наявного людського капіталу країни залежить рівень розвитку держав.

Щодо України, то починаючи з 2014 року в нашій країні характерним стало збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції в розрахунку на одного працюючого (рис. 1). Проте, зіставлення обсягу ВВП, тривалості робочого року та кількості зайнятого населення виявляє, що за годину український працівник у середньому виробляє товарів та послуг лише на \$3,7. Якщо ж брати до уваги не номінальний, а реальний ВВП, показник знижується до \$2,8 [4].

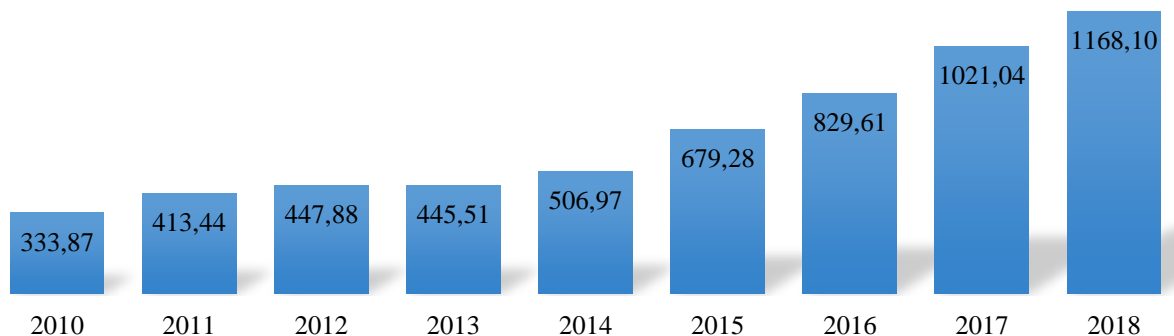


Рис. 1. Обсяг реалізованої продукції, (товарів, послуг)
на 1 зайнятого працівника, млн. грн./ос.

Джерело: розроблено авторами на основі [3]

Це звичайно є дуже низьким показником. При цьому за даними Bloomberg у 2017 році наша країна виявилася найгіршою за продуктивністю праці (50 місце серед

50 досліджуваних країн) (рис. 2), що свідчить про низький рівень застосовуваних технологій та виробництво товарів з низькою доданою вартістю [5]. Проте не менш важливим чинником, що обумовив дану ситуацію, на нашу думку, є недостатня мотивація працівників виконувати покладену на них роботу.

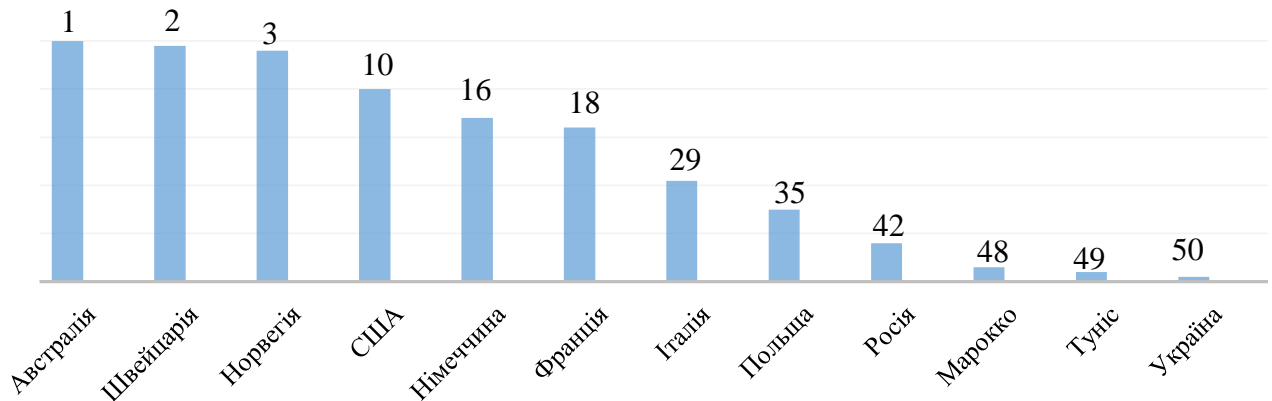


Рис. 2. Рейтинг країн за рівнем продуктивності праці

Джерело: розроблено авторами на основі [5]

Беручи до уваги вищесказане, можемо констатувати, що наразі вітчизняні підприємства мають потребу у формуванні дієвих інструментів підвищення продуктивності праці. Як правило, коли стоїть питання про вдосконалення діяльності підприємства та його розвиток, майже усі керівники обирають розширення виробництва шляхом вкладення коштів в нове обладнання, придбання сучасної техніки, оренди додаткових приміщень тощо. Без цього, звісно, не обійтись, але більш результативним у вирішенні таких завдань стане підвищення рівня ефективності використання персоналу підприємства.

Як відомо, продуктивність праці та показник середньомісячної заробітної плати є взаємопов'язаними величинами та визначають розвиток ринку праці в країні. Україна протягом багатьох років знаходиться за порогом рентабельності світового ринку праці, що, перш за все, визначається низьким рівнем оплати праці робітників. Цей показник не лише виражає загальноекономічний показник, але й є свідченням низького рівня життя в країні [6]. Дана проблема потребує вирішення, тому сьогодні на багатьох підприємствах країни впроваджується позитивна практика розвинутих країн, яка полягає в наступному: працівник має бути матеріально зацікавленим у результатах своєї праці. Розмір його винагород залежить від виконання ним норм, якості роботи, економії часу та витратних матеріалів. Тобто чим старанніше та швидше працівник виконує свою роботу, висуває креативні рішення проблем, тим більша його заробітна плата або йому виплачується додаткове фінансове заохочення у вигляді премії або надбавок.

Наступне рішення – це матеріальне стимулювання росту професійно-кваліфікаційного рівня працівників. Підвищення кваліфікації проводиться протягом трудової діяльності робітників з метою поступового розширення та поглиблення їх знань, умінь і навичок відповідно до вимог виробництва. Тому керівництво підприємства має бути зацікавлене у формуванні оптимальної кількості працівників, але високого рівня кваліфікації. На підприємстві має бути забезпечена можливість навчання та професійного зростання працівників, що гарантуватиме підвищення результативності роботи. Також можна обрати програми тренінгів чи курсів підвищення кваліфікації, які можуть бути цікаві співробітникам, і повністю або частково оплачувати бажаним навчанням.

Ще одним прогресивним напрямком, який сприяє збільшенню продуктивності праці є технічна естетика. Її головна мета полягає у формуванні комфортної атмосфери для діяльності людини. Нехтувати нею не варто, адже за статистикою, із загальної кількості звільнених за особистим бажанням близько 21% складають особи, які не задоволені умовами праці [7, с. 81]. Людині приємно працювати в чистому, світлому приміщенні, зручному одязі, приємно, коли її оточують нові станки та машини, коли вона користується зручними інструментами, а на виробничій території бачить зелень і квіти. Усе це поліпшує її настрій, знижує втомленість і напруження, підвищує працездатність і, відповідно,

продуктивність праці. За даними досліджень, комплекс заходів з поліпшення умов праці може забезпечити приріст продуктивності праці на 15 – 20 %. Так, нормалізація освітлення робочих місць збільшує продуктивність праці на 6 – 13 % та скорочує брак на 25 %. Рациональна організація робочого місця підвищує продуктивність праці на 21 %, рациональне фарбування робочих приміщень – на 25 % [8].

На думку Янкового Р. В. та Харченко Т. С., неможливо досягнути стійкої продуктивності при спонтанній, імпульсивній реакції на будь-які виникаючі проблеми. Не маючи конкретних цілей з управління продуктивністю праці, не можливо визначити, чи є досягнутий рівень високим чи низьким. Ці цілі є орієнтиром при вирішенні питання про те, яка робота підвищує загальну продуктивність, а яка навпаки перешкоджає її зростанню [9, с. 24].

Підсумовуючи все вище сказане, можемо констатувати, що продуктивність праці як узагальнюючий показник характеризує ефективність трудової діяльності працівників. Вона відбиває ступінь ефективності процесу праці та вимірюється кількістю виробленої продукції за одиницю часу або кількістю робочого часу, витраченого на виготовлення одиниці продукції. В сучасних умовах економічного розвитку нашої країни продуктивність праці має стати одним із найважливіших критеріїв оцінювання ефективності діяльності економічних суб'єктів, адже її зростання забезпечує підприємству і всьому суспільному виробництву можливість подальшого розвитку, що в кінцевому рахунку веде до підвищення рівня життя та добробуту населення. Відтак, кожне підприємство має приділяти належну увагу підвищенню рівня продуктивності праці та застосовувати увесь наявний арсенал для вирішення цього завдання, що сприятиме соціально-економічному розвитку та забезпеченню конкурентоспроможності підприємства на ринку, та сталому розвитку економіки нашої країни.

Список літератури

1. Янковий Р. В., Попович Н. В. Підвищення продуктивності та результативності праці персоналу на підприємстві. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2013. № 1 (6). С. 27 – 29.
2. Ревенко А. Продуктивність праці в сучасних умовах. Україна: аспекти праці. 2008. № 2. С. 32 – 37.
3. Державна служба статистики України: офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 12.12.2019).
4. Віхров М. Праця без результату: веб-сайт. URL: <https://tyzhden.ua/Economics/214378> (дата звернення 11.12.2019).
5. Україна знизилася позицію в ТОП-50 найбільш інноваційних економік світу за версією Bloomberg: веб-сайт. URL: https://dt.ua/ECONOMICS/ukrayina-znizila-poziciyu-v-top-50-naybilsh-innovaciynih-ekonomik-svitu-zaversiyeyu-bloomberg-230376_.html (дата звернення: 11.12.2019).
6. Кузьменко А. В. Продуктивність праці: Європейський підхід; продуктивність праці у контексті забезпечення зростання економіки України. *Науковий вісник Миколаївського національного університету ім. В. О. Сухомлинського*. 2017. С. 394 – 399.
7. Основи охорони праці: підручник / М. С. Одарченко, А. М. Одарченко, В. І. Степанов, Я. М. Черненко. Харків: Стиль-Издат. 2017. 341 с.
8. Основи охорони праці: підручник / за ред. К. Н. Ткачука та М. О. Халімовського. Київ: Основа. 2011. 480 с.
9. Янковий Р. В., Харченко Т. С. Шляхи підвищення продуктивності та результативності праці на підприємстві. *Економіка: реалії часу*. 2013. № 1. С. 23 – 26.

УДК 331.1

Строгіна К. М.
здобувач вищої освіти,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
Соп'янченко Н. В.
здобувач вищої освіти,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
Науковий керівник:
Богацька Н. М.
к. е. н., доцент,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ФАКТОРИ, ЩО НА НЕЇ ВПЛИВАЮТЬ

На сьогодні головними перешкодами на шляху забезпечення конкурентоспроможності української економіки є вузькість внутрішнього ринку, фіскальна спрямованість податкової

політики, тінізація економіки, поширення корупції, недієздатність системи державного управління в межах забезпечення та захисту конкурентних переваг вітчизняних товаровиробників. У ринковій системі господарювання категорія “конкурентоспроможність” – одна з головних, бо в ній конкретизовано відбиваються економічні, науково-технічні, виробничі, організаційно-управлінські, маркетингові та інші можливості не лише окремого господарства, регіону, а й країни в цілому [1, с. 40].

Конкурентоспроможність промисловості регіону залежить від багатьох чинників зовнішнього середовища та від особливостей соціально-економічного розвитку окремих територій [2, с. 11]. І як уже зазначалось, конкурентоспроможність промисловості регіону формується під впливом конкурентоспроможності соціально-економічних систем нижчого рівня. Підвищення ж конкурентоспроможності регіону відбувається у результаті нарощування конкурентних переваг такими соціально-економічними системами.

Аналіз конкурентоспроможності підприємства на ринку допускає вивчення факторів, що впливають на відношення покупців до підприємства та її продукції і як результат – зміна частки продукції підприємства на ринку. Усі фактори конкурентоспроможності можна умовно розділити на зовнішні та внутрішні [3, с. 559].

Під зовнішніми факторами розуміють сукупність суб'єктів господарювання, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституціональних структур та інших зовнішніх умов і чинників, що діють у глобальному оточенні та здійснюють вплив або можуть вплинути на функціонування підприємства. Внутрішні фактори – це контрольовані чинники діяльності підприємства. До них відносяться:

1. Діяльність керівництва та апарату управління підприємства (організаційна та виробнича структури управління, професійний та кваліфікований рівень управлінського персоналу.

2. Система технологічного оснащення. Оновлення обладнання та технологій, тобто заміна їх на більш прогресивні, забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства, підсилює внутрішню гнучкість виробництва.

3. Сировина, матеріали і напівфабрикати. Якість сировини, комплектність її перероблення та величина відходів суттєво впливають на конкурентоспроможність підприємства.

4. Збут продукції, його об'єм та витрати на реалізацію. Вплив цього фактору є суттєвим на підвищення конкурентоспроможності підприємства. Підприємство намагається здійснити ефективний збут за рахунок реалізації продукції, що користується попитом на ринку, стимулювання збільшення об'ємів продаж, розширення ринків збуту. Аналіз внутрішніх факторів впливу тісно пов'язаний з аналізом господарської діяльності підприємства [4].

Основними шляхами підвищення конкурентоспроможності підприємства є такі: ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів, ефективна рекламна політика; створення нової продукції (активізація інноваційної діяльності); модернізація обладнання; покращення якісних характеристик продукції; автоматизація всіх виробничо-господарських процесів; усебічне зниження витрат; удосконалення обслуговування процесів купівлі та післяпродажного сервісу. Також, для підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства і для того, щоб збільшити свою частку на ринку, можна досягнути мети за допомогою декількох шляхів: знизити ціни на продукцію; продавати товар через більшу кількість торгових представників; подати на ринок новий вид продукції; через рекламу представити привабливіший образ товару і т. ін. [5, с. 30].

Отже, закономірно постає питання надзвичайної актуальності – забезпечення конкурентоспроможності промисловості держави в цілому та кожного регіону, зокрема, з метою гарантування їх соціально-економічного та екологічного розвитку й досягнення фінансової стабілізації.

Перспективи подальших досліджень у даному напрямку полягають у пошуку інноваційних методів підвищення конкурентоспроможності промисловості регіону та формування інвестиційних інструментів стимулювання інноваційного розвитку промислового виробництва.

Список літератури

1. Бутко М. П. Інвестиційні аспекти підвищення конкурентоспроможності економіки. *Економіка України*. 2013. № 4. С. 40 – 45.

2. Молочников Н. Р., Молочников А. Н. Конкурентоспособность промышленности как важнейшего сектора национальной экономики. *Экономический вестник Ростовского государственного университета*. 2016. № 2. Том 6. Часть 2. С. 20 – 23.

3. Богацька Н. М., Цинкобур Д. Р. Сучасні методика оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Молодий вчений*. 2017. № 4. С. 599 – 603.

4. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Київ: ДАКККіМ, 2006. 160 с.

5. Довбенко В.І. Чинники підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за умов глобалізації. *Зовнішня торгівля: право та економіка*. 2007. № 6 (35). С. 29 – 35.

УДК 330

Терлецька І. В.

викладач,

Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського,

Портненко О. С.

студентка,

Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського

ВИПРАВЛЕННЯ ПОМИЛОК У ПОДАТКОВІЙ ДЕКЛАРАЦІЇ З ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК

Суму податку на прибуток, що підлягає сплаті за звітний період, платники розраховують у декларації із цього податку (далі – Декларація). При цьому ніхто не застрахований від помилок. Податок на прибуток може бути розрахований неправильно через помилки, допущені:

– у бухобліку та фінансовій звітності – у сумах витрат та/або доходів і фінансового результату за звітний період. Результати таких помилок переходять до декларації та перекручують суму податку на прибуток;

– при заповненні декларації, зокрема додатків до неї. виправляти такі помилки краще самостійно, поки їх не виявив і не “виправив” контролюючий орган, застосувавши додатково фінансові санкції.

Пунктом 50.1 ст. 50 ПКУ передбачено, що помилки, допущені у Податковій декларації з податку на прибуток підприємств виправляються: шляхом подання уточнюючого розрахунку до такої Декларації за формою чинною на час подання уточнюючої декларації (зі сплатою суми недоплати та 3% штрафу від такої суми до подання уточнюючої Декларації). У цьому випадку уточнюючий розрахунок – це декларація з податку на прибуток з відміткою в полі “Уточнююча” [2].

Незалежно від періоду, у якому було допущено помилки, виправлення здійснюється шляхом подання уточнюючої декларації за тією формою, яка діє на момент її подання (абз. 1 п. 50.1 ПКУ).

У зв’язку з цим з 01.04.2019 уточнюючі декларації можна подати лише за новою формою з ідентифікатором J0100117.

У полі 2 “Звітний (податковий) період 20__ року” і в полі 3 “Звітний (податковий) період, що уточнюється 20__ року” уточнюючої декларації указують звітний (податковий) період, який уточнюється.

У загальних р. 01 – 25 уточнюючої декларації відображають правильні (виправлені) показники за період, що виправляється. При цьому до декларації подають додатки, у яких було допущено помилки (за винятком додатка ВП).

У “коригувальних” рядках 26 – 27, 31 уточнюючої декларації розраховують суму збільшення (зменшення) податкового зобов’язання, у р. 30 – суму самостійно нарахованого штрафу.

Щодо р. 29 “Пеня, нарахована на виконання вимог пп. 129.1.3 п. 129.1 ст. 129 ПКУ, або рядок 29 таблиці 2 додатка ВП до рядків 26 – 29, 31 – 33 Податкової декларації з податку на прибуток підприємств”, зазначимо наступне.

Згідно з новою редакцією пп. 129.1.3 ПКУ (діє з 01.01.2019) під час нарахування суми податкового зобов’язання, визначеного платником податків, у тому числі в разі внесення

змін до податкової звітності внаслідок самостійного виявлення платником податків помилок відповідно до ст. 50 ПКУ, пеня нараховується після спливу 90 календарних днів (270 календарних днів у разі здійснення платником податків самостійного коригування відповідно до пп. 39.5.4 ПКУ), наступних за останнім днем граничного строку сплати податкового зобов'язання. Строк сплати податкового зобов'язання в разі виправлення показників декларації регламентується або пп. “а” п. 50.1 ПКУ (якщо подається уточнююча декларація, недоплату сплачують до моменту її подання), або п. 57.1 ПКУ (у разі виправлення через поточну декларацію строк сплати становить 10 календарних днів, що настають за останнім днем відповідного граничного строку, передбаченого ПКУ для подання податкової декларації).

Тобто, в тому випадку, коли занижене податкове зобов'язання платник сплачує під час виправлення вчасно, пеня не нараховується.

Шляхом відображення уточнених показників у складі поточної Декларації за будь-який наступний податковий період (включивши суму недоплати та 5% штрафу від такої суми до збільшення загальної суми грошового зобов'язання з цього податку). У цьому разі помилки відображають у додатку ВП, у якому вказують правильні дані декларації, що виправляється. Додаток ВП заповнюють окремо до кожної декларації, показники якої коригують. При цьому податківці вважають, що у складі звітної декларації можна уточнювати показники за один звітний період і подавати один додаток ВП [2].

У разі виправлення помилок у поточній декларації поле 2 “Звітний (податковий) період 20__ року” і поле 3 “Звітний (податковий) період, що уточнюється 20__ року” заповнюють одночасно. При цьому в полі 2 вказують звітний (податковий) період, за який подається декларація, а в полі 3 – звітний (податковий) період, який уточнюється.

Показники додатка ВП подано у двох таблицях:

– показники таблиці 1 аналогічні показникам основної декларації і в них відображають дані виправлених показників декларації за звітний період, який уточнюється;

– показники таблиці 2 відображають результати виправлення помилок, дані з яких переносяться до рядків 26 – 29, 31 – 33 декларації.

Додаток ВП заповнюють у такий спосіб:

– у полі 1 вступної частини додатка ВП проставляють позначку “X” у комірці “Звітний (податковий) період 20__ року”;

– період, за який виправляється помилка, вказують у полі 2 “Звітний (податковий) період, що уточнюється, 20__ року” вступної частини додатка ВП;

– у рядках 01 – 25 таблиці 1 додатка ВП відображають правильні (виправлені) показники за період, що уточнюється (помилковий);

– у рядках 26 – 32 таблиці 2 додатка ВП вказують суми збільшення або зменшення податкових зобов'язань внаслідок виправлення помилок, пені та самостійно нарахованого штрафу.

Далі значення цих рядків переносяться у відповідні рядки 26 – 29, 31 – 33 поточної декларації. Окремі додатки, зазначені в рядках додатка ВП, подавати не потрібно. Водночас у тих випадках, коли внаслідок виправлення бухгалтерських помилок змінюються показники фінансової звітності, до декларації необхідно додати нову виправлену фінзвітність. Але якщо показники фінзвітності не виправляють, подавати заново таку фінзвітність разом з уточнюючою декларацією не потрібно.

Якщо ж після подачі Декларації за звітний період платник податків подає звітну нову Декларацію з виправленими показниками до закінчення граничного строку подання декларації за такий самий звітний період, то штрафи не застосовуються.

Виправляти помилки можна лише до закінчення строку давності, який становить 1095 календарних днів із дати, що настає:

– за граничним днем подання помилкової Декларації (якщо така Декларація була надана вчасно);

– за днем фактичного подання Декларації (якщо така Декларація була надана пізніше граничного строку).

У разі якщо платник податків подає уточнюючу Декларацію до податкової декларації, поданої за період, що перевірявся, або не подає уточнюючу Декларацію протягом 20

робочих днів після дати складення довідки про проведення електронної перевірки, якою встановлено порушення податкового законодавства, відповідний контролюючий орган має право на проведення позапланової перевірки платника податків за відповідний період.

Список літератури

1. виправлення помилок у податковій декларації з податку на прибуток. 2019. URL: <https://buhgalter911.com/news/news-1047216.html>.
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI із внесеними змінами і доповненнями. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.

УДК 336.7

Стріганов М. В.

студент,

Національний технічний університет України

“Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”

ІНДЕКС DOW JONES НА ПРИКЛАДІ НАЙБІЛЬШИХ СВІТОВИХ КОМПАНІЙ

Що таке Dow Jones? Dow Jones Industrial Average (DJIA) – індекс фондового ринку, який відстежує результативність 30 великих компаній, що котируються на фондових біржах NASDAQ та NYSE. До складу DJIA входять “blue-chip” (Це великі солідні компанії зі стійким фінансовим становищем. Це компанії, відомі високою якістю і широким поширенням своєї продукції або послуг, а також здатністю отримувати прибуток і виплачувати дивіденди.

Цінні папери таких компаній вважаються першокласними і високо цінуються за їх стабільність.) компанії, які протягом багатьох років фіксують стабільний прибуток, такі як Microsoft Corp, Apple Inc, Visa Inc, компанія Walt Disney, корпорація Exxon Mobil тощо.

Індекс промислового середнього показника Dow Jones в цьому році збільшився на 15%, на чолі з Apple, Microsoft, Home Depot, Visa та The Procter and Gamble Company. 2019 рік був хорошим роком для показника Dow Jones але незважаючи на зростання Доу, для інвесторів це був непростий рік, оскільки тривала торгова суперечка між Китаєм та США викликала певну нестабільність на цьому шляху. П'ять найбільших прибутків Dow в 2019 році – Apple Inc. (AAPL), Microsoft (MSFT), Home Depot (HD), Visa (V) та Procter & Gamble (PG).

Давайте розглянемо кожен із цих механізмів ринку Dow Jones докладніше:

1. Apple Inc. (AAPL)

Apple Inc., (AAPL), є найкращим показником акцій Dow Jones у 2019 році, він становить 49,53% за цей рік. Нещодавно аналітики підняли цінові цілі для AAPL, даючи йому позитивний прогноз у майбутньому. Найзначніше оголошення від Apple надійшло 10 вересня 2019 року, коли компанія запустила свою серію iPhone 11. Запас збільшився приблизно на 10% з моменту запуску нових пристроїв. Ринкова капіталізація Apple також зросла, і компанія знову приєдналася до Microsoft в клуб трильйонерів.



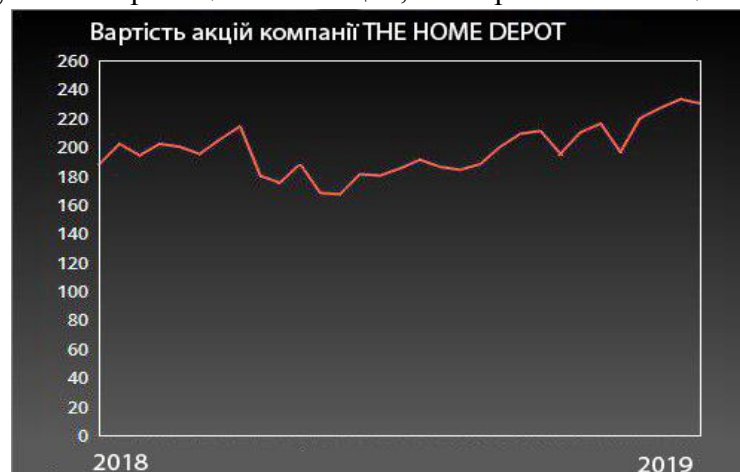
2. Microsoft (MSFT)

Інша компанія у клубі оцінювання на трильйон доларів, Microsoft (MSFT), є другим за величиною зростанням Dow Jones у 2019 році. Акції MSFT наразі зросли на 37,39% з початку року, оскільки компанія побачила сильний оберт у своїх хмарних обчисленнях. Корпорація Майкрософт зробила прибуток на ринку за допомогою свого хмарного продукту Azure, і він виглядає добре позиціонованим до 2020 року. Аналітики очікують, що відбудеться ще один сильний квартал, коли Microsoft повідомить про свої прибутки 23 жовтня 2019 року.



3. Home Depot Inc. (HD)

Третій найбільший двигун Dow – The Home Depot Inc. (HD). Роздрібний продавець домашнього благоустрою має аналогічні поточні показники як MSFT, її акції наразі зросли на 36,29%. The Home Depot перевершило щоквартальні оцінки прибутку в попередньому кварталі, оскільки воно продовжує чудово працювати, незважаючи на триваючу торговельну війну між США та Китаєм. Співзасновник компанії Берні Маркус звинувачує торговельну війну в тому, що негативно впливає на її цілорічний прогноз продажів. HD на початку року торгувався на рівні \$ 172 за акцію, але зараз становить \$ 234.



4. Visa Inc. (V)

Visa (V) - четверта акція Dow Jones з найкращими показниками. Акції компанії з платіжних технологій зросли на 34,42%, їх ціна зросла з 132 до 177 доларів за акцію за останні дев'ять місяців. Цього року Visa здійснила кілька придбань, включаючи Earthport, Verifi та Payworks. Ці придбання дозволили Visa посилити деякі послуги, які вона пропонує. Нещодавно Visa покинула Libra Association, а також eBay, MasterCard та Stripe, оскільки проект криптовалюти продовжує отримувати серйозну перевірку від Конгресу Сполучених Штатів.



5. Компанія Procter and Gamble (PG)

PG - п'ятий і останній учасник Dow Jones в цьому списку, його акції зросли на 31,73% з початку 2019 року. PG на початку року торгувалася на рівні 91 долар, але зараз торгується на рівні \$ 121 за акцію. Компанія отримала користь від змін, внесених до своєї діяльності, які розпочалися минулого року, орієнтуючись на плани економії витрат та підвищення продуктивності праці. Цей хід дозволив акції перемогти очікування аналітиків у 2 з попередніх 3 кварталів.



Підводячи висновки, можемо впевнено сказати, що для більшості великих корпорацій 2019 рік був дуже вдалий, адже індекс промислового середнього показника Dow Jones в цьому році збільшився на 15%. Хоча у сьогоднішній час індекс Доу-Джонса вважається застарілим, що не задовольняє точність відображення стану економічної активності в США. У професійних колах частіше послуговуються індексом S&P 500, який вважається точнішим, оскільки обчислюється на основі даних 500 найбільших компаній США. Проте індекс Доу-Джонса залишається найбільш цитованим у ЗМІ біржовим індексом.

Список літератури

1. <https://bitly.su/ucYnF>.
2. <https://index.minfin.com.ua/ua/markets/stock>.
3. <https://www.obozrevatel.com/ukr/economics/scho-take-indeks-dou-dzhonsa.htm>.
4. <https://capital.com/top-5-biggest-gaining-dow-jones-stocks-in-2019>.

УДК658.338

Федотова А. О.
студентка гр.ХН-г62-1, ХТФ,
Науковий керівник:
Покровська Н. М.

к. е. н.,

Національний технічний університет України
“Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”

АМОРТИЗАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ, ЯК ДЖЕРЕЛО ВЛАСНИХ КОШТІВ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ХІМІЧНОЇ ГАЛУЗІ

Амортизація – це систематичний перенос у вартості необоротних активів, що амортизується (первісна мінус ліквідаційна вартість) протягом строку їх корисного використання (експлуатації).

Існуючі недоліки в системі амортизації в Україні, та проблеми адаптації амортизаційного механізму до умов перехідного етапу економіки, заснованих на більш поглибленому вивченні специфіки функціонування хімічних підприємств і відтворювальної діяльності у сфері обороту основного капіталу та знаходженні можливостей і умов застосування тих або інших складових амортизаційного механізму, накопичених світовою наукою і практикою, незалежно від домінуючої в тій або іншій країні моделі економіки.

Основний інструмент рішення оптимального нарахування амортизації має базуватись на застосування методів системного аналізу та, зокрема, морфологічних методів. Відправним пунктом ефективного застосування методів системного аналізу є комплекс методологічних принципів формування амортизаційної системи, що розуміється як сукупність властивостей і загальних вимог як до самої амортизаційної системи, так і до процесу її формування.

Джерелами власних коштів на хімічних підприємствах є прибуток та амортизаційні відрахування. Прибутки промислових підприємств залишаються і надалі дуже низькими, що зумовлено їх технологічним відставанням, високим ступенем зносу основних фондів. Ступінь зношеності основних фондів становив 68,4 % [1, с. 12], якщо у розвинутих країнах основні фонди оновлюються кожні 12 – 15 років, то в Україні – протягом 50 і більше років.

Ситуація, коли на балансі підприємств основні фонди, на які нарахована амортизація у розмірі 100 %, тобто якщо їх первісна вартість дорівнює сумі нарахованого зносу, дуже поширена особливо в хімічній галузі. Для таких ситуацій передбачено такий варіант: для об'єктів, залишкова вартість яких дорівнює нулю, але які продовжують використовуватися, встановлюється інша ліквідаційна вартість.

Фізична зношеність основних засобів в цілому для хімічної галузі становить близько 54 %. Оновлення основних засобів здійснюється доволі повільно 2 – 5 % щорічно, що призводить до збільшення понаднормованих строками використання [2].

Обсяг капіталовкладень у виробництво хімічної продукції та хімічних речовин склав у першому кварталі 2019 р. 500,3 млн. грн, що становить 93,5% до аналогічного періоду 2018 року. Прямі іноземні інвестиції у виробництво хімічних речовин та хімічної продукції склали за перші квартали 2019 склали 652 млн. дол. США, виробництві гумових та пластмасових виробів – 251 млн. дол. США. В обох галузевих секторах в аналізований період ПІІ зменшилися кумулятивно на 5,4 млн. дол. США, це був чистий відтік ПІІ (акціонерний капітал).

На основі аналізу щодо теоретичних поглядів економістів робимо висновок, що амортизація являє собою надзвичайно складне економічне явище, що вміщує риси витрат виробництва і джерела коштів, процесу зміни вартості, відшкодуванням зношених і нагромадження нових засобів праці на хімічних підприємствах. Механізм амортизації повинен давати змогу вирішити відразу три взаємопов'язані задачі: 1) відшкодування понесених витрат по створенню на підприємстві власного виробництва; 2) накопичення грошових засобів; 3) використання накопичених грошових засобів на цілі відтворення, оновлення та розширення власного виробництва на підприємствах хімічної галузі.

Список літератури

1. Неоіндустріалізація в Україні: концепт національної моделі. *Економіка промисловості*. 2016. № 3 (75). С. 5 – 32.
2. Статистична інформація – Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
3. Економіка підприємства. Книга 1 (Книга 2). (підручник для студентів всіх навчальних закладів) / за заг.ред. П. В. Круша, К. В. Шелехова. Київ.: ДП “НВЦ Пріоритети”, 2014. у двох книгах (676 та 624 с).

СЕКЦІЯ 2 ||| **ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ**
SECTION 2 ||| **ECONOMICS AND MANAGEMENT OF THE NATIONAL ECONOMY**

УДК 658.1

Грановська Д. Д.
здобувач вищої освіти економічного факультету,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Науковий керівник:
Приварникова І. Ю.
к. е. н., доцент, доцент кафедри
маркетингу та міжнародного бізнесу,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

**ВПРОВАДЖЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ НА
ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ**

Підприємства малого та середнього бізнесу – це унікальні об’єкти управління. Вони мають такі особливості: малий масштаб діяльності, мобільність, невеликий середньостатистичний термін існування, слабка стійкість щодо впливу зовнішнього середовища, відносно високий ступінь ризику.

Ефективне управління як складне комплексне завдання потребує оптимальної взаємодії різного роду ресурсів. Враховуючи сучасні тенденції розвитку економіки, інформаційні ресурси відіграють ключову роль у діяльності будь-якого суб’єкта ринкової економіки, забезпечуючи автоматизацію бізнес-процесів підприємства малого та середнього бізнесу та більш чітке і гнучке управління. У свою чергу, впровадження інформаційних технологій у процес управління підприємством здатне забезпечити його конкурентоспроможність, тобто здатність зайняти найбільш вигідну позицію на сучасних промислових підприємствах, що постійно змінюється та формується під впливом різноманітних факторів

Початком трансформаційних процесів в економіці, пов’язаних з комп’ютеризацією та інтернетизацією суспільства, інформаційні системи стають все більш доступними та характеризуються великим вибором програмних продуктів різної спрямованості, що підтверджується багатьма українськими дослідниками теорії та практики використання інформаційного забезпечення в управлінській діяльності. Сучасні процеси розробки і впровадження у виробництво нових наукоємких високих технологій і продукції підприємств легкої промисловості – це не просте вирішення конструкторських і технологічних задач, а складний пошук і реалізація нових ідей, з необхідністю прийняття важливих рішень в умовах складної економічної ситуації. Тому питання організації, фінансування, планування та управління проведенням таких розробок і впровадження виробів у виробництво з наступним успішним виходом на ринки збуту слід позиціонувати як комплексну інноваційну діяльність.

Основне завдання інформаційних технологій полягає у підготовці і наданні інформації, необхідної для забезпечення управління всіма ресурсами підприємства чи організації, створенні інформаційного та технічного середовища для управління організацією. З розвитком сучасних інформаційних технологій зростає прозорість світу, швидкість і обсяги передачі інформації між елементами світової системи, з’являється ще один інтегруючий фактор. У результаті, утворений життєздатний гібрид ознаменував революційний стрибок в історії інформаційних технологій, яка налічує сотні тисяч років [1].

Світовий досвід розвитку сфери комп’ютерних технологій та інформаційних технологій за останні роки свідчить про істотне підвищення темпів їх розвитку порівняно з темпами розвитку виробничої сфери. Високі темпи впровадження інформаційних технологій сприяють збільшенню кількості обчислювальної техніки.

Список літератури

1. Методичні рекомендації щодо проведення досліджень з автоматизованими системами підприємств, 2018. Немішаєв: Інтас.

УДК 657

Гузандрова В. А.

бакалавр інституту економіки та менеджменту
спеціальність 071 “Облік і оподаткування”, ОП – 41,
Національний університет “Львівська політехніка”

Науковий керівник:

Грицай О. І.

к. е. н. доцент,
Національний університет “Львівська політехніка”

ТАРГЕТ-КОСТИНГ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИТРАТ, ЙОГО ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Функціонуючи в рамках глобального економічного середовища, будь-який суб'єкт ринкової економіки пов'язує ведення та провадження своєї діяльності з витратами. Здійснюючи порівняння витрат та результатів діяльності, ми можемо оцінити ефективність роботи підприємства. Обсяг відображених витрат безпосередньо пов'язаний з обраним методом управління ними.

Одним з найпоширеніших методів калькулювання витрат, який набуває популярності в нас, та широковикористовуваним закордоном є таргет-хостинг.

Завданням методу таргет-хостинг (метод управління за цільовою ціною) є орієнтування спеціалістів на створення товару, ціна якого вже визначена наперед [2].

Ідея покладена в основу цього методу виглядає так : Ціна – Прибуток = собівартість [4].

Метод таргет-костинг складається з трьох основних елементів, а саме: цільової ціни; цільового прибутку; цільових затрат [3].

За цим методом калькулювання здійснюється в декілька етапів :

- дослідження ринку конкурентів та споживачів майбутнього продукту;
- визначення вимог споживача щодо цінової категорії товару та його характеристик;
- групування отриманої інформації та встановлення вартості та процесів.

В загальному, цей метод є широковикористовуваний на підприємствах машинобудування та виготовлення цифрової техніки (Toyota, Nissan, Sony, Matsushita, Nippon Denso, Daihatsu, Canon, NEC, Olympus, Komatsu і т. д.). Слід зазначити, що метод таргет-костинг має такі переваги, як :

- призначений не тільки для калькулювання, але й контролю собівартості;
- використовується для управління витратами та стратегічного планування прибутку;
- забезпечує максимізацію фінансових результатів за рахунок максимізації ціни;
- забезпечує контроль витрат ще на стадії розробки продукції;
- розгляд продукту протягом всього його життєвого циклу [1].

Недоліки методу таргет-костинг визначаються його функціональністю і методикою. Отже, по-перше, цей метод не є універсальним і не підходить для всіх підприємств (до прикладу, для підприємств, де ведеться регулярне планування). По-друге, цей метод передбачає лише аналіз ринку, і є ризик виробляти продукт, лише проаналізувавши ринок, так як існує безліч факторів, які впливають на виробництво. По-третє, цей метод потребує значних затрат часу та інвестицій, які потрібні для досягнення зниження собівартості товару. По-четверте, цей метод не враховує фактор зниження якості продукції, що безпосередньо в нашого підприємства [4].

Отже, аналізуючи все вище сказане, метод таргет-костинг розроблено не для усіх підприємств. Тому, важливим аспектом є власне вибір методу калькулювання.

Список літератури

1. Преимущества и недостатки системы “Таргет-костинг”. URL: <https://studfile.net/preview/5820082/page:3>.
2. Метод таргет-костинг калькулирования себестоимости. URL: http://afdanalyse.ru/publ/operacionnyj_analiz_analiz_sebestoimosti/metod_target_kosting_kalkulirovanija_sebestoimosti/35-1-0-306.
3. Таргет-костинг. URL: https://www.cfin.ru/ias/target_costing.shtml.
4. Метод таргет-костинг калькулирования себестоимости. URL: http://afdanalyse.ru/publ/operacionnyj_analiz_analiz_sebestoimosti/metod_target_kosting_kalkulirovanija_sebestoimosti/35-1-0-306.

УДК 332.1

Ісаєва Н. І.

к. е. н., доцент каф. фінансів,
Харківський національний аерокосмічний університет
ім. М. Є. Жуковського

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ В СТРАТЕГУВАННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Методологія стратегічного управління містить різноманіття методів і підходів до аналізу функціонування соціально-економічної системи країни з метою визначення проблем та напрямів її розвитку. Проблематика аналізу економічного розвитку знайшла відображення в фундаментальних роботах вітчизняних і зарубіжних вчених: В. А. Воротилова, А. Г. Гранберга, О. Г. Дмитрієвої, Н. Н. Некрасова, М. Портера, І. І. Сігова, Й. Шумпетера та ін., результати яких виступили в якості основи для досліджень з наукового забезпечення стратегічного аналізу соціально-економічного розвитку територій. Основні методологічні прийоми теорії стратегічного планування територій розроблені в працях Ф. Абрама, І. Ансоффа, М. Портера, Р. Каплана і Д. Нортонна, Г. Штейнера, А. Томпсона, В. Н. Буркова, В. А. Ірікова, Б. З. Мільнера, С. П. Никанорова та ін. У методологічному аспекті особливе місце займають матричні інструменти стратегічного аналізу, сформовані спочатку як прикладні програмні продукти компаніями Boston Consulting Group, McKinsey, Arthur D. Little [1].

Метою статті є визначення методів стратегічного аналізу при стратегуванні соціально-економічного розвитку на національному рівні.

Стратегічне управління соціально-економічним розвитком проявляє себе через певні функції, серед яких важливе місце займає стратегічний аналіз проблем, визначення пріоритетів та напрямків розвитку.

Стратегічний аналіз є одним з найважливіших етапів процесу розробки та реалізації національної стратегії держави. В рамках такого аналізу формується інформаційно-аналітична база для визначення стратегічного вибору держави, цілей його довгострокового розвитку, створення механізму реалізації намічених цілей, моніторингу та контролю цього процесу.

Практична реалізація управлінської функції стратегічного аналізу розвитку держави вимагає розробки відповідного наукового забезпечення. Не зважаючи на вже досить широку практику стратегічного планування в Україні відсутність методологічного забезпечення процедур розробки, коригування, моніторингу документів стратегічного управління, оцінки отриманих результатів призводить до низької якості розроблених документів стратегічного характеру.

Сьогодні не існує загальноприйнятої методологічної основи стратегічного аналізу соціально-економічного розвитку на національному рівні, що стримує розробку необхідних практиці методичних матеріалів. Тому можна стверджувати, що проблема наукового забезпечення стратегічного аналізу соціально-економічного розвитку країни досить актуальна [2].

Перш за все, слід вказати на проблему вдосконалення теоретичних і методологічних основ формування національної стратегії соціально-економічного розвитку країни.

Практика стратегічного управління в Україні свідчить про те, що важливому етапу прогнозно-аналітичних робіт при формуванні стратегії соціально-економічного розвитку не приділяється належної уваги. Обумовлено це слабкою науковою розробленістю методів та підходів стратегічного аналізу, що використовуються в процесі визначення проблем, встановлення стратегічних цілей, розробки, коригування, моніторингу документів стратегічного планування, оцінки отриманих результатів [3].

Ця ситуація пояснюється складністю сприйняття і адаптації самих методів управління соціально-економічним розвитком на національному рівні.

Одна з ключових проблем стратегування соціально-економічного розвитку пов'язана з обґрунтуванням стратегічного вибору, формуванням цілей і пріоритетів держави на довгострокову перспективу. Як свідчить досвід розробки та реалізації стратегій в Україні, слабкою ланкою стратегічного управління є цілепокладання. Цілі формулюються розпливчасто, їх часто неможливо виміряти і оцінити ступінь їх досягнення. Це вимагає вдосконалення наукового забезпечення цілепокладання.

Автором розроблено підхід, щодо поетапного використання сучасних методів стратегічного аналізу в системі стратегування соціально-економічного розвитку на національному рівні (рис. 1).

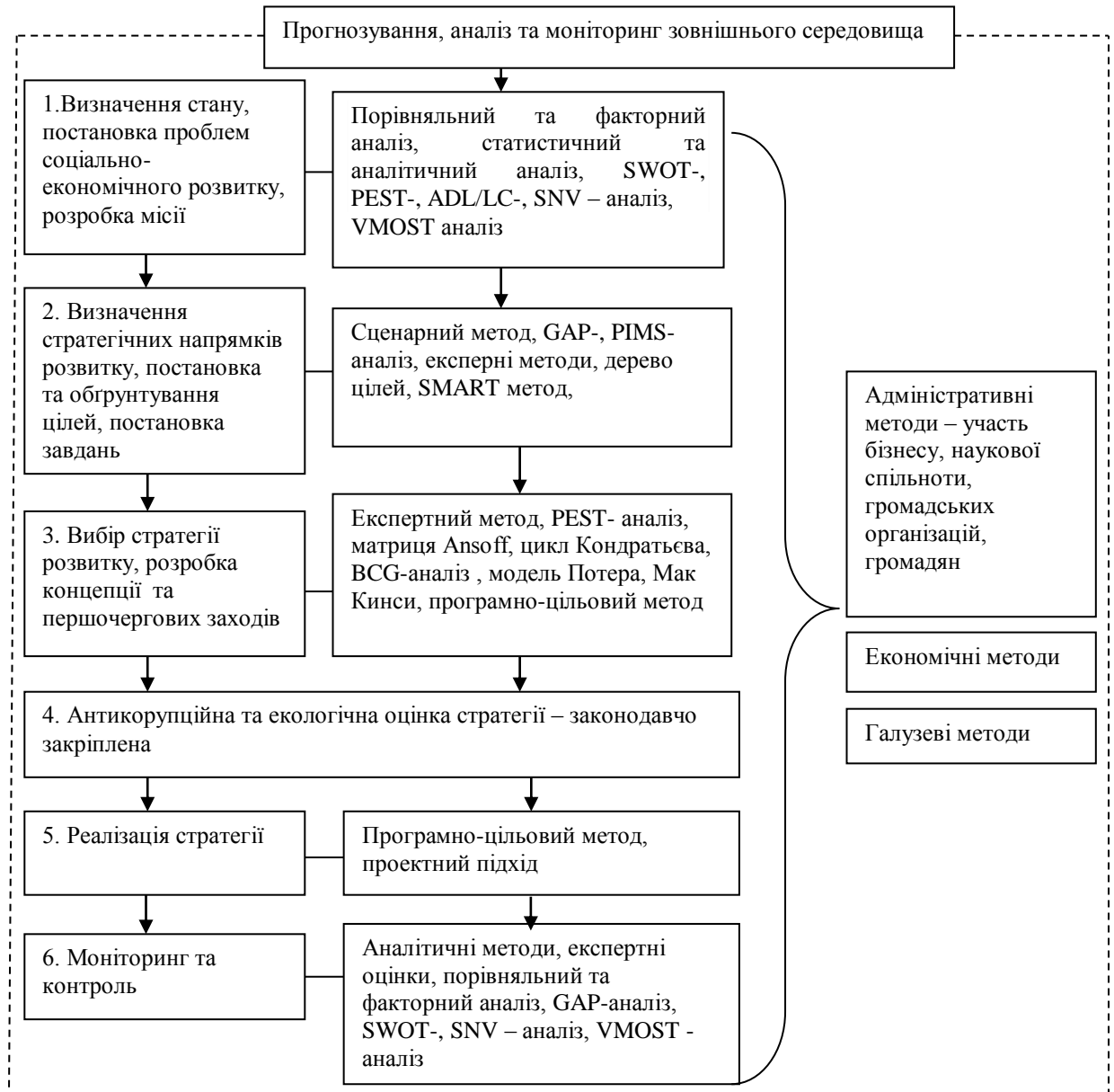


Рис. 1. Стратегічний аналіз в стратегуванні на національному рівні

Джерело: складено автором

Пояснюється це тим, що в процесі стратегічного планування соціально-економічного розвитку України використовується обмежена кількість методів стратегічного аналізу. Переважно це методи порівняльного і факторного аналізу, статистичний та аналітичний методи, експертні оцінки та SWOT-аналіз.

За сучасних умов розвитку та зважаючи на практику стратегування розвинених країн, на наш погляд, такий набір методів стратегічного аналізу соціально-економічного розвитку

вже недостатній, слід його розширити шляхом використання сучасних методів оцінки і аналізу та впроваджувати в практику на всіх етапах стратегування.

Ретельний аналіз стану країни, її внутрішнього і зовнішнього середовища, потенціалу та тенденцій розвитку є передумовою визначення довгострокових стратегічних цілей держави.

Тільки комплексний системний підхід щодо використання методів стратегічного аналізу при стратегуванні дозволить забезпечити підвищення рівня якості розробки та реалізації стратегічних документів. Основою має стати єдина методика розробки та реалізації національної стратегії соціально-економічного розвитку, що містить методичний інструментарій стратегічного аналізу, поєднуючий всі етапи стратегування.

Список літератури

1. Виханский О. С. Стратегическое управление. М: Гардарики, 2003. 292 с.
2. Морозов С. И., Смирнов Е. Б. Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов. *Проблемы современной экономики*. 2011. № 3 (39). URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3722>.
3. Печкіна Е. В. Методи і інструменти стратегічного планування регіонального розвитку. *Питання економіки і управління*. 2016. № 4. С. 78 – 80. URL <https://moluch.ru/th/5/archive/38/1102>.

УДК 338.2

Кльоц Б. Л.

аспірант,

Київський університет ринкових відносин

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Для підвищення ефективності національної економіки розвинені країни почали використовувати модель ДПП.

Комітет ОЕСД з наукової та технологічної політики розкриває поняття терміну “Державно-приватне партнерство – це будь які офіційні відносини чи домовленості на фінансовий некінецьний період часу між державними і приватними учасниками, в яких обидві сторони взаємодіють в процесі ухвалення рішень і співінвестують обмежені ресурси і для досягнення конкретних цілей у певній сфері науки, технології та інновації”.

Суть основного принципу моделі партнерства державного і приватного сектору в тому що держава визначає які послуги необхідні, а приватні партнери вносять конкретні пропозиції. Отже, на практиці державно – приватне партнерство є формою оптимізації виконання державою своїх обов’язків перед суспільством за допомогою залучення інститутів державного і приватного секторів економіки. Тобто, інтереси держави і бізнесу повинні співпадати, за рахунок менеджменту та маркетингового підходу.

В Україні Закон “Про державно-приватне партнерство” почав діяти з 1 липня 2010 року. Це дало змогу підвищити конкуренцію та залучити нові інвестиції для розвитку господарства країни. Досвід країн доводить, що державно – приватне партнерство дозволяє за короткій проміжок часу залучити приватний капітал в розвиток або модернізацію інфраструктури проектів і надає змогу забезпечити пришвидшення економічного зростання.

В Україні державно-приватне партнерство дає змогу корпораціям, приватним підприємствам вийти на “новий рівень” завдяки державним замовленням, які сприятимуть їх розвитку в Україні так і в інших державах.

Співпраця передбачає створення або відновлення нових об’єктів, модернізацію існуючих об’єктів, для яких необхідне залучення інвестицій, а також можливість надавати у користування або експлуатацію об’єктів для реконструкції, модернізації.

Під час державно-приватного партнерства є відповідні ризики для обох сторін, оскільки ресурси партнерів об’єднуються для взаємовигідної співпраці на короткострокові, середньострокові або довгострокові терміни.

Для успішного розвитку державно-приватного партнерства потрібен механізм активізації інвестиційної діяльності та залучення нових інвестицій для приватних підприємств у важливі для держави стратегічні об'єкти.

В країнах ЄС та “третього світу” більш прийнятним є поняття “публічно-приватне партнерство”. Воно більш точніше відтворює суть відносин між органами державної влади, громадськими організаціями, благодійними фондами та органів місцевого самоврядування.

Державно-приватне партнерство вважають одним з складових принципів сучасної моделі публічного управління “New Public Management”, яку в кінці ХХ ст. почали впроваджувати більшість розвинених країн Європейського Союзу.

Приклади державно-приватного партнерства в світі наступні: об'єкти інфраструктури (будівництво лікарень, шкільних закладів, автомобільних доріг, стадіонів, метрополітену, аеропортів, залізничних доріг, швидкісних автомагістралей, портів, переправ, комунальних об'єктів та їх реконструкції); гуманітарні об'єкти (фінансування для підвищення якості охорони здоров'я і освіти та проведення наукових досліджень); об'єкти захисту навколишнього середовища (у світі найбільш відома форма державно-приватного партнерства є концесія тобто “концесійні договори”).

Україна надає для іноземних інвесторів національний режим інвестицій та іншої господарської діяльності, рівні права при здійсненні державних замовлень в рамках державного партнерства. Але крім зобов'язань які виконуються відповідно до договорів державно – приватного партнерства потрібно надавати підтримку у фінансуванні проектів на всіх стадіях і протягом дії договору, а також диверсифікувати ризики.

В умовах Євроінтеграції реалізація проектів у рамках державно – приватного партнерства, допоможе в економічному розвитку господарства України, її регіонів що передбачає залучення приватного бізнесу, що і є ефективним.

Список літератури

1. Public Private Partnership: the Government Approach. London, 2000. 49 p.
2. Bousquet F., Fayard A. Road Infrastructure Concession Practice in Europe. *Working Paper*. 2001. № 2675.
3. Антонова З. Г. Партнерство государства и частного корпоративного бизнеса как фактор устойчивого развития национальной экономики. *Известия Томского политехнического университета*. 2006. Т. 309. № 3. С. 194 – 197.

УДК 331.5

Мартінова Т. Ю.

студент,

Донецький національний університет імені Василя Стуса,

Клочковська В. О.

к. е. н., доцент,

Донецький національний університет імені Василя Стуса

БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ

Постановка проблеми. На сьогодні проблема безробіття є дуже актуальною не лише в Україні, але й в усьому світі. Усі країни світу намагаються подолати її, але нікому ще не вдалось це повністю.

Безробіття є найгострішою соціально-економічною проблемою розвитку сучасної української економіки, яке викликане не тільки об'єктивними, але й суб'єктивними обставинами.

Безробіття – це суспільна ситуація в країні, спричинена економічними, політичними або соціальними чинниками, за яких значна частина працездатного населення не може реалізувати свій трудовий і творчий потенціал через обмежену кількість вакантних робочих місць або через свою неконкурентоспроможність на ринку праці.

Виникнення безробіття призводить до таких наслідків: збільшення соціального напруження; збільшення осіб з психічними захворюваннями; посилення соціальної

диференціації; виникнення випадків кримінального характеру; зниження трудової активності, а також рівня життя населення; скорочення податкових надходжень; зменшення ВВП; зростання витрат на допомогу безробітним.

Основними причинами безробіття в Україні в наш час є: низький рівень заробітної плати; невідповідність системи підготовки фахівців потребам ринку праці; недосконала система освіти, яка погано реагує на зміни ринку; відсутність сприятливих умов для розвитку малого та середнього бізнесу; відсутність розвитку виробничої та соціальної інфраструктури в селі, в наслідок чого немає робочих місць в агропромисловому комплексі; світова фінансова криза, яка позначилася не лише на малих підприємствах, але і на великих галузевих комплексах [2].

Також, внаслідок фінансово-економічної кризи, що спостерігається в Україні впродовж останніх років проблема зайнятості та безробіття значно погіршилась.



Рис. 1. Рівень безробіття в Україні з 2016 – 2018 рр.

Джерело: [1]

Проаналізувавши рисунок, можна сказати, що рівень безробіття в Україні впродовж 2016 – 2018 років зріс. У 2016 році кількість економічного населення становило 17303,6 тис. людей, з яких 9,7 % (1 677,5 тис.) були безробітними.

Станом на 2017 рік рівень безробіття зріс на 0,2 % порівняно з 2016 роком, що складало 1697,3 тис. безробітних. Найчастіше у 2017 році населення України ставало безробітними через звільнення за власним бажанням та неможливістю працевлаштуватись після загальноосвітніх та вищих навчальних закладів.

На початок 2018 року кількість населення була 42 322,0 тис. людей, з яких 17090,5 тис. були економічно активними, а безробітних – 1711,9 тис., які становили 10,0 % рівня безробіття. Головною проблемою збільшення безробітних у 2018 році стали масові виїзди українців за кордон [1].

Отже, проблема безробіття набуває гострого характеру, тому потрібно негайно шукати методи для її вирішення.

Одними з найкращих способів зниження безробіття є:

- приведення законодавства України у відповідність до міжнародних норм і принципів;
- запровадження механізмів захисту внутрішнього ринку праці;
- реалізацію Державної та регіональних програм зайнятості;
- сприяння стабільній діяльності стратегічно важливих підприємств;
- зниження податків для підприємств за умови збереження робочих місць (для компенсування витрат на прийом нових працівників);
- забезпечення збереження ефективно функціонуючих робочих місць та створення нових;
- створення сприятливих умов для розвитку малого бізнесу та підприємницької діяльності безробітних – надання державою пільгових кредитів для виплати зарплати додатково зайнятим на виробництві, які за розміром будуть дорівнювати зарплаті;
- легалізацію тіньової зайнятості.

Але подолання цієї проблеми потребує реалізації комплексу рішень, такі як, проведення економічних реформ та залученням інвестицій.

Проблема безробіття є ключовою в ринковій економіці. В останні роки в Україні рівень безробіття почав значно збільшуватись, а отже потрібно негайно приймати заходи для покращення рівня зайнятості в країні.

Впроваджуючи запропоновані заходи, можна досягнути зменшення рівня безробіття в країні, збільшення кількості працевлаштованого населення та, як наслідок, покращення економічного та соціального становища країни.

Список літератури

1. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/rp/sz_br/sz_br_u/kzbr_m_u2016.htm.
2. Полуяктова О. В. Проблеми безробіття в Україні. *Економіка та суспільство*. 27.11.2016. № 2. С. 31 – 35.
3. Як подолати безробіття. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/publications/jak-podolati-bezrobittja-1929843.html>.
4. Проблеми безробіття в Україні. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/6.pdf.

УДК 330.5

Мудрик В. В.

студент,

Донецький національний університет імені Василя Стуса,

Клочковська В. О.

к. е. н., доцент,

Донецький національний університет імені Василя Стуса

РІВЕНЬ ВВП УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ТА ДИНАМІКА РОЗВИТКУ

Постановка проблеми. Основним показником результатів економічної діяльності на макрорівні є валовий внутрішній продукт (ВВП), який характеризує сукупну ринкову вартість кінцевих товарів і послуг, вироблених підприємствами, організаціями та установами в поточному періоді на економічній території країни. Для якісної оцінки рівня економічного розвитку країни крім загального обсягу ВВП визначається обсяг ВВП у розрахунку на одну особу. Важливе значення показник ВВП у розрахунку на одну особу має насамперед під час проведення міжнародних порівнянь. Статистичний аналіз є дуже важливим, адже за допомогою нього можливо визначити подальший економічний розвиток та чинники, що на нього впливають.

Показник ВВП характеризує можливості економіки щодо забезпечення добробуту населення в трьох аспектах:

- 1) ефективність розподілу виробництва на продукти проміжного та кінцевого призначення;
- 2) структура кінцевого попиту (споживання, нагромадження, внутрішньо торговельне сальдо);
- 3) первинні доходи.

Оскільки усі основні показники в системі національних рахунків відображають результати економічної діяльності за рік і виражені в цінах цього року, вони є номінальними. Номінальні показники не дають змогу здійснювати аналіз та порівняння ВВП різних країн світу, а також порівнювати показники однієї країни в різні періоди часу. Такі показники можна порівнювати за допомогою реальних даних, а саме показників реального виробництва та реального рівня доходів, які виражені в незмінних зіставлених цінах, тому дослідження динаміки ВВП України пов'язане з аналізом номінального та реального ВВП.[2]

Номінальний ВВП – це ВВП, розрахований у цінах цього року. Реальний ВВП – це ВВП, який вимірюється у зіставлених незмінних цінах, у цінах базового року (рис. 1).

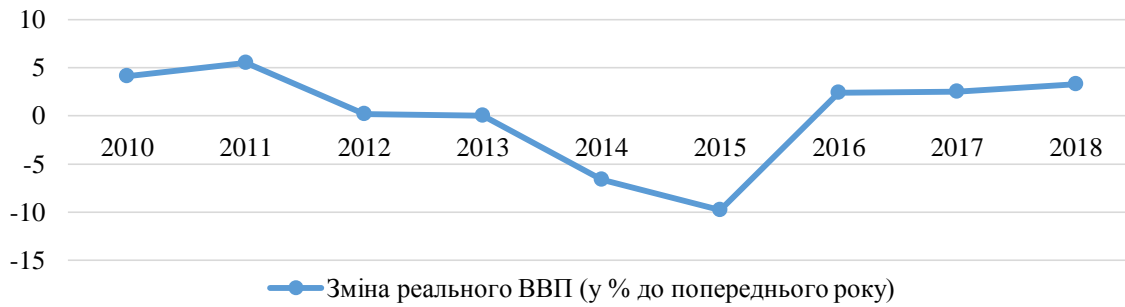


Рис. 1. Зміна реального ВВП (у % до попереднього року)

Джерело: [1]

Аналізуючи рис. 1 можемо стверджувати, що 2010 – 2011 роки реальний ВВП зростає і це незначне піднесення свідчить про позитивну динаміку. У 2013 році ВВП проявив нульову динаміку. На значний спад у 2014 – 2015рр. вплинули раніше створені дисбаланси, як зовнішні, так і внутрішні. Також несприятлива цінова кон’юнктура на зовнішніх ринках, військовий конфлікт на Сході України, анексія АР Крим і м. Севастополя, торгівельні обмеження зі сторони Російської Федерації. Усі ці події негативно позначилися на економіці країни. Відтак, ВВП у 2014 році скоротився на 6, 8% (або на 77915 млн.грн). Проте, уже в період 2016 – 2018 рр. реальний ВВП, хоч і повільно та не в значних обсягах, але зростає.

Таблиця 1

ВВП України 2012 – 2018 рр. (без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та з 2014 року – також без частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях) (млн. грн)

Роки	Номінальний ВВП (у фактичних цінах)	Реальний ВВП (в цінах попереднього року)	Різниця (реальний-номінальний)	
2012	1408889	1304064	-104825	-7.4%
2013	1454931	1410609	-44322	-3.0%
2014	1566728	1365123	-201605	-12.9%
2015	1979458	1430290	-549168	-27.7%
2016	2383182	2034430	-348752	-14.6%
2017	2982920	2445587	-537333	-18.0%
2018	3558706	3083409	-475297	-13.4%

Аналізуючи таблицю ми бачимо – номінальний ВВП в Україні за останні сім років збільшувався, що в першу чергу обумовлено підвищенням середнього рівня цін. Значні перепади коли номінальний ВВП зростає, а реальний падає, відбуваються під час інфляції у зв’язку зі зростанням цін на товари та послуги з одночасним скорочення обсягів виробництва, споживання цих товарів. У підсумку скорочується купівельна спроможність населення, а також спостерігається падіння рівня життя.

Висновки. Отже, значні макроекономічні дисбаланси, військовий конфлікт на Сході України та анексія АР Крим, глибокі структурні диспропорції, недостатній рівень прозорості у державному секторі управління призвели країну до того, що ситуація вимагає термінових коригуючих дій. На першому місці для економіки держави є забезпечення макроекономічної стабільності фінансового сектору. Так як, Україна перебуває в не простій економічній та політичній ситуації, то для стабілізації ВВП є необхідним проведення державної політики, яка повинна супроводжуватися проведенням ключових структурних реформ. Наприклад, необхідно максимально заохочувати підприємницьку діяльність, мінімізувати негативний ефект бюджетної стабілізації для економічної активності, максимально підтримувати експортну діяльність за рахунок інформаційної, технічної та правової підтримки самих експортерів, за рахунок сприяння виходу малого й середнього бізнесу на зовнішні ринки, а також за рахунок формування системи експортного кредитування та страхування.

Список літератури

1. Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (Дата звернення – 07.11.2019).
2. Хаєцька О. П., Вертелецький М. В. Аналіз динаміки ВВП України та інших країн світу. 2018.

УДК 378.015

Шаблиста Л. М.

д. е. н., професор, провідний науковий співробітник
відділу фінансових ринків,
ДННУ “Академія фінансового управління”

ФОРМУВАННЯ НОРМ КІЛЬКІСНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ ПРАЦІ

На сучасному етапі формування інноваційної економіки актуалізується проблема максимально ефективного створення, використання і поширення наукових знань як найбільш креативного на сьогодні ресурсу розвитку. Ключовою ланкою у процесі формування людського капіталу, здатного створювати науковий заділ для економічного розвитку, є наукові працівники. За деякими оцінками, соціально-економічні результати сучасних розвинутих економік на 10 % залежать від ресурсної основи і на 70 % від інтелектуального капіталу суспільства [1, с. 153].

Необхідною передумовою для підвищення ефективності праці наукових працівників служать норми науково-дослідної праці, які виступають одним із найважливіших стимулів її результативності. З позиції теорії управління, норматив – це регламентована умова діяльності працівника. В основі нормування праці лежить певна кількісна характеристика праці (норма праці). Будучи конкретним вираженням міри, норма праці показує в якій необхідній кількості і якій якості повинна бути затрачена праця на здійснення тієї чи іншої дії [2]. Нормування трудомісткості науково-дослідної праці здійснюється для формування договірної ціни продукції інтелектуальної праці, визначення об’єктивних строків проведення науково-дослідних робіт, а також для удосконалення планування, обліку та контролю наукової діяльності тощо.

З метою оцінювання результативності праці наукових працівників, згідно до Закону України “Про наукову і науково-технічну діяльність України” [3], введено інститут атестації наукових працівників. Порядок проведення атестації визначено Положенням про атестацію наукових працівників [4]. Згідно цього Положення атестація проводиться 1 раз в 5 років. Для кожної наукової посади вченою радою установи затверджується атестаційна форма, що враховує наукові результати кожного наукового працівника, зокрема: публікації, патенти, участь та керівництво науковими (науково-технічними) проектами (розробками); викладацьку діяльність; керівництво підготовкою та/або підготовку наукових кадрів; національну та міжнародну співпрацю (участь у національних та міжнародних наукових проектах, господарських договорах, проектах тощо); підвищення кваліфікації; виконання адміністративних обов’язків; популяризацію науки та мобільність. Отже, атестаційна форма містить всі види робіт, виконуваних науковими працівниками, а не тільки науково-дослідну як основну складову їхньої діяльності. Науково-дослідна робота – це наукова і науково-технічна діяльність, спрямована на одержання наукового і /або науково-прикладного результату [5]. Наукова діяльність – інтелектуальна творча діяльність, спрямована на одержання і використання нових знань. Положенням про атестацію не передбачено норму результатів науково-дослідної праці. Деякі вчені пропонують річні норми результатів науково-дослідної праці для різних категорій наукових працівників з урахуванням рангів результатів – рівень наукової установи, регіональний, міжнародний тощо [6].

За сучасних умов, коли Україна взяла курс на інноваційний тип розвитку економіки, потрібні нові підходи до нормування науково-дослідної праці. Мова повинна йти про зміну організації нормування, що відповідає новим економічним умовам,

орієнтованим на інноваційний розвиток держави. Підходи до нормування праці в сфері наукових досліджень і розробок повинні враховувати як унікальність процесу науково-дослідного проекту, так і його виконавців, а також всі об'єктивні фактори і ризики, що впливають на виконання науково-дослідного проекту і одержання результатів праці. Аналізувати і оцінювати норму праці в сфері наукової-дослідної діяльності слід не через оцінку і моніторинг процесу праці, а через її науковий результат. При нормуванні необхідно враховувати, що науково-дослідна діяльність – це творча, високозмістовна інтелектуальна діяльність [6 – 7]. У структурі норм науково-дослідної праці основним оціночним показником є норма кількості результатів праці (норма виробітку). Норма кількісних результатів праці – це необхідна кількість нових наукових продуктів, які один науковий працівник відповідної кваліфікації повинен одержати протягом одиниці робочого часу (квартал, рік) або за період реалізації конкретного наукового проекту.

Для встановлення норм науково-дослідної праці доцільно використати симбіоз двох методів експертний і статистичний метод нормування по аналогії [8]. Експертний метод довів свою спроможність при аналізі складних неформалізованих проблем. Статистичний метод “нормування по аналогії” базується на врахуванні аналогічного досвіду проведення видів робіт у попередніх науково-дослідних проектах установи. З використанням методу “нормування по аналогії” можна встановлювати базові мінімальні норми праці, а різні об'єктивні і суб'єктивні фактори (наприклад, специфіка цілей і задач, видів робіт і умов проведення науково-дослідного проекту, підвищення інтенсивності праці, рівень і значимість результатів праці, особистий вклад конкретного наукового працівника тощо), що впливають на науково-дослідну працю в рамках конкретного науково-дослідного проекту, може враховуватися за допомогою системи корегуючих коефіцієнтів.

Урахування лише формальних кількісних показників результатів науково-дослідної праці негативно впливає на якість результатів наукової роботи, тому кількісний підхід до нормування науково-дослідної праці повинен поєднуватися зі зростанням якості наукової продукції.

Таким чином, при формуванні норм кількісних результатів науково-дослідної праці слід враховувати: якість результатів наукової роботи, рівень унікальності отриманих результатів, можливості їх апробації, тестування та впровадження, а також досвідченість виконавців.

Список літератури

1. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Эффективность наукометрических оценок научных результатов и компетентности персонала организации. *Научный журнал*. 2016. № 7. URL: <http://www.bulletennauki.com>.
2. Носіков О. Підходи до нормування науково-дослідної праці. *Зарплата та кадрова справа*. 21.04.2014. URL: <https://zpkadry.com.ua/ua/journal/zpkadry/article/247>.
3. Про наукову і науково-технічну діяльність. Закон України від 26.11.2015 № 848-VIII. URL: <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/848-19>.
4. Положення про атестацію наукових працівників. Постанова Кабінету Міністрів України від 13.08.1999 р. № 1475 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 03.04.2019 р. № 285). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1475-99-%D0%BF>.
5. Організація і проведення науково-дослідних робіт – СОУ НАН 73.1-001:2011. НАН України, 2011. URL: http://www1.nas.gov.ua/infrastructures/Legaltexts/nas/2011/directions/OpenDocs/73_1_001_2011.pdf.
6. Рягин С. Н., Бешенков С. А. Нормирование научно-исследовательской деятельности сотрудников научной организации. *Управление образованием: теория и практика*. 2015. № 4 (20). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/normirovanie-nauchno-issledovatel'skoy-deyatelnosti-sotrudnikov-nauchnoy-organizatsii>.
7. Кушнир А. Б. Особенности творческого труда в вопросах его нормирования. *Вестник НИИ Труда*. 2010. № 23 (34). С. 64 – 66.
8. Феоктистова О. А. Нормирование научно-исследовательского труда: методологические подходы. *Науковедение* (электронный журнал). 2014. № 5 (24). URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/109EVN514.pdf>.

УДК 379.8

Юричина І. А.
студентка магістратури
факультету управління та економіки,
Хмельницький університет управління та права

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОДИН ІЗ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ МІСЦЕВОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Запорукою стабільного економічного розвитку регіону є реалізація на його території ефективної інвестиційної політики. Виявлення та оцінка інвестиційно значущих показників є одним із стратегічних завдань, вирішення якого визначає динаміку інвестиційних процесів і прийняття управлінських рішень у регіоні. Розвиток інвестиційних процесів в окремо взятому регіоні багато в чому визначається станом його інвестиційного потенціалу.

Даній проблематиці приділяли увагу чимало науковців, а саме: В. Гейц [1], В. Здреник [3], О. Колтунович [4] та інші.

Інвестиційний потенціал характеризує здатність економіки фінансувати процеси, пов'язані з генеруванням інновацій, створенням та модернізацією основних виробничих фондів, нематеріальних активів; розвитку освітнього, наукового та інформаційного потенціалу; відновленням, підтримкою та примноженням національного багатства. Успішність реалізації інвестиційного потенціалу у стратегічних сферах (де реалізуються національні пріоритети) позитивно позначається на макроекономічній стабільності та економічному розвитку країни в цілому.

Основною метою нашого дослідження є обґрунтування напрямів підвищення інвестиційної привабливості області, та удосконалення шляхів активізації залучення іноземних інвестицій.

В науковій літературі, категорія “інвестиційний потенціал” відображає ступінь можливості вкладення коштів в активи тривалого користування, включаючи вкладення в цінні папери з метою отримання прибутку або інших народногосподарських результатів. При цьому слід зазначити, що деякі економісти під “інвестиційним потенціалом” розуміють “певним чином упорядковану сукупність інвестиційних ресурсів, що дозволяють добитися синергетичного ефекту при їх використанні” [4].

Розглянемо на скільки відіграють роль прямі іноземні інвестиції на прикладі Хмельницької області. Варто відмітити, що в економіку Хмельниччини інвестують представники 43 країн світу.

Таблиця 1

Прямі іноземні інвестиції з країн світу в економіці Хмельницької області за 2014 – 2018 роки

Роки	Обсяг прямих іноземних інвестицій в млн.дол. США
2014	189,2
2015	166,8
2016	168,9
2017	174,6
2018	199,5

Джерело: складено автором на основі статистичної звітності [2]

Зокрема, обсяг залучених прямих іноземних інвестицій в економіку області станом на 1 січня 2019 становив \$ 199,5 млн, що на 16,8 % більше аналогічного показника на початку року. За цим показником область посідає друге місце в Україні.

Розглянемо обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку області (рис. 1).

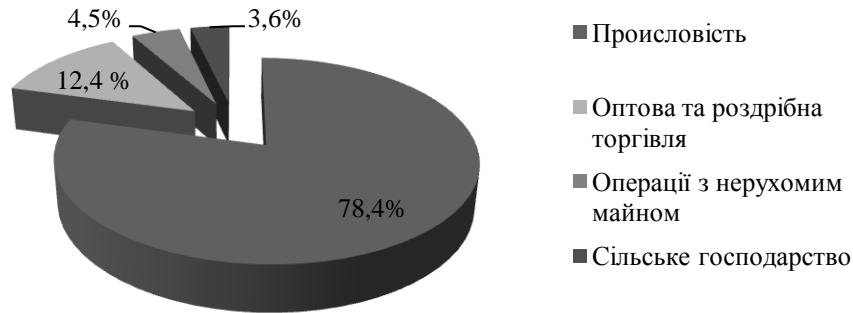


Рис. 1. Обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку Хмельницької області у %
Джерело: складено автором на основі статистичної звітності [2]

Як видно з рис. 1, що на підприємствах промисловості зосереджено 153,8 млн дол. (78,4 % загального обсягу прямих інвестицій в області), у т.ч. переробної промисловості – 153,6 млн дол. У підприємства оптової та роздрібно торгівлі, ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів внесено 24,4 млн дол. (12,4 %), у сферу здійснення операцій з нерухомим майном – 8,9 млн дол. (4,5 %), сільського, лісового та рибного господарств – 7,1 млн дол. (3,6 %).

Отже, переважна частина загального обсягу прямих інвестицій (67,4 %) належить інвесторам із Нідерландів, ще 23,8 % припадає на країни-інвестори: Кіпр, Польщу, Німеччину, Ізраїль.

Хмельницька область піднялася з 21 на 9 позицію в рейтингу регіонів України і є одним з лідерів із залучення іноземних інвестицій.

Всього за останній рік в області було створено 16,8 тис. нових робочих місць. При цьому однією з найпривабливіших сфер діяльності в регіоні залишається АПК – реалізовано 26 інвестиційних проектів.

Незважаючи на значний перелік переваг, існують проблемні аспекти, що гальмують розвиток інвестиційного процесу в Хмельницькій області та потребують негайного вирішення. Серед проблемних питань слід виділити такі: недостатня інформаційність щодо наявного ресурсного, трудового та інвестиційного потенціалу області; низька платоспроможність населення; дефіцит власних коштів, які потрібні для здійснення інноваційно спрямованих інвестиційних проектів на підприємствах регіону.

Для досягнення високої інвестиційної привабливості Хмельницької області, необхідно провести ряд послідовних заходів:

- знизити рівень політичного ризику, оскільки це є головним пріоритетом у прийнятті інвестиційних рішень;
- удосконалити законодавчу та податкову базу для залучення іноземного капіталу в сферу інвестицій;
- розглянути можливість надання фінансової підтримки з боку держави.

У підсумку зазначимо, що розглянуті шляхи активізації залучення іноземних інвестицій в Хмельницьку область позитивно впливатимуть на покращення основних макроекономічних показників розвитку області та зміцнять її позиції на світових інвестиційних ринках.

Список літератури

1. Геєць В. М. Економіка України: ключові проблеми і перспективи. *Економіка і прогнозування*. 2016. № 1. С. 7 – 22.
2. Головне управління статистики в Хмельницькій області. URL: <http://www.km.ukrstat.gov.ua/ukr/index.htm>.
3. Здрилик В. С. Інвестиційний потенціал: сутність поняття та проблеми оцінки. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка*. 2016. Вип. 1 (1). С. 363 – 367.
4. Колтунович О. С. Механізми нарощення інвестиційного потенціалу інноваційно-технологічної модернізації окремих секторів економіки України. *Економічний аналіз*. 2016. Т. 26. № 1. С. 28 – 31.

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ DATA MINING ПРИ СТВОРЕННІ БІЗНЕС ПРОЕКТУ

Під час створення бізнес проекту важливими питаннями є залучення інвестицій та його рентабельність у майбутньому. У цій роботі розглядаються перспективи застосування методів аналізу бізнес-моделей, зокрема бізнес-моделей стартап-проектів, із використанням технологій Data Mining.

На сьогодні багато компаній використовують попередній аналіз бізнес-моделей за допомогою сучасних інформаційних технологій. Це допомагає їм зрозуміти, що і як думають їх користувачі та клієнти [1, с. 1]. Люди активно діляться своїми думками, побажаннями та відгуками у соціальних мережах, як-от Twitter, Facebook, Instagram [2, с. 14]. Усі ці дані представлені в текстовому форматі у вільному доступі та можуть бути проаналізовані за допомогою глибинного аналізу даних (Data Mining). Ця технологія використовує машинне навчання задля пошуку корисних фактів серед великого набору даних.

Дослідники, що займаються Data Mining, можуть вивчати, які є фактори успіху бізнес-моделей підприємств, стартапів тощо, а також порівнювати, як результати цих досліджень впливають на індустрію. Це може допомогти виявити неочевидні фактори успіху для бізнесу та згодом призвести до створення оптимальних бізнес-моделей.

У роботі [3, с. 9] був проведений аналіз повідомлень із соціальної мережі Twitter задля встановлення позитивних, негативних та нейтральних факторів розвитку стартап-проектів. Отримані авторами результати наведені у таблиці 1. Усі ключові слова, що були виділені алгоритмом аналізу даних, були поділені за змістом на 11 сегментів.

Таблиця 1

Результати аналізу соціальної мережі Twitter щодо успішності стартап-проектів

Назва сегменту	Деякі ключові слова	Вплив
Бізнес-янгели	invest in startups, funding for startups, investor for a startup, startup capital, money for a startup, raise capital for a startup, investing in startups, angel's startup, venture capital startups	Негативний
Бізнес-плани	market a startup, finance a startup, write a business plan, business idea, startups businesses, business plan startup, equity	Нейтральний
Стартап-проекти	build a startup, fund a startup, startup costs, startup business, tech startups, small business startup, early stage startups	Нейтральний
Методологія стартапів	lean startup, education startups, startups books, startups academics reports, sustainable startup, crowd-funding startups	Позитивний
Інкубатори стартапів	startup institute, startups academy, startup hub	Нейтральний
Робота у стартапі	work for a startup, startup jobs, startup intern, startup hiring	Негативний
Автори стартапів	leader, startup manager, entrepreneur, entrepreneurship, leadership, leader	Позитивний
Технологічні стартапи	Machine learning, Iot (Internet of Things), AI (Artificial Intelligence), Big Data, Social Network Analysis, Cryptocurrencies, Bitcoin, Digital Marketing, SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), Social Media Optimization, Neuromarketing	Позитивний
Локація стартапів	India, Berlin, Boston, USA, UK, Israel, Dallas, China, Silicon Valley	Нейтральний
Програмні засоби	Slack, Trello, Google Analytics, Docker, GitHub	Позитивний
Технології програмування	PHP, Python, Java, Go, JS, Node.js, Angular.js, Django, MySQL, PostgreSQL, HTML, CSS	Негативний

Також був визначений вплив на успіх проекту та емоційну реакцію на цей проект в залежності від приналежності до одного з 11-ти сегментів. З таблиці можна бачити, що найбільший позитивний відгук у методології стартапів, опису їхніх лідерів та технологій, що в них використовуються. У свою чергу, робота у стартапі, інвестиції та, загалом, стартап-проекти залишають по собі більше негативних вражень.

Окрім цієї роботи можна зазначити дослідження, що спрямовані на аналіз ринку і визначення проектів, які мають найбільшу підтримку серед людей, за допомогою технологій Data Mining. Для підтвердження цього тезису було проведено дослідження успішності петицій, що були направлені до Київської міської ради (успішність визначалась кількістю голосів за ту чи іншу петицію, у результаті яких на ці проекти були виділені кошти з міського бюджету).

У результаті аналізу було визначено, що популярність проектів не залежить ні від того, якою мовою вони були написані (російська чи українська), ні від емоційної забарвленості тексту проекту. Натомість впливає довжина слів, речень та кількість прописних літер.

Також у рамках цього дослідження було визначено, які саме слова впливають на успішність. Це (у порядку спадання) “Святошин”, “грубий”, “тварини”, “парки”, “ліс”, “акт”, “притягнутий”, “усунений”, “талій”. Що стосується неуспішних проектів, то серед них популярними були слова “рух”, “маршрут”, “дорога”, “час”, “честь”, “діти”, “зупинки”, “створити”.

З наведених вище прикладів можна зробити висновок, що використання технології Data Mining може бути перспективним рішенням для аналізу існуючих бізнес-моделей та стартап проектів. Проводячи дослідження у цій сфері можна отримати широкий спектр практичних результатів, які професіонали можуть використовувати в веденні бізнесу та індустрії сатрапів. CEO та лідери стартапів можуть скористатися ключовими показниками, які визначаються у подібних дослідженнях, для вдосконалення їхніх проектів, гарантуючи врахування ключових факторів успіху.

Список літератури

1. Baum J.A., Calabrese T., Silverman B.S. Don't go it alone: Alliance network composition and startups: *Canadian biotechnology: Strateg. Manag.* 2000. J. 21, 267 – 294 p.
2. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в сети: книга Москва, 2010, 320 с.
3. Jose Ramon Saura I, Pedro Palos-Sanchez, Antonio Grilo Detecting Indicators for Startup Business Success: Sentiment Analysis Using Text Data Mining. *Sustainability.* 2019, 11, 917 p.

УДК 658.338

Кононенко Д. В.

студента гр.ХН-г62-1, ХТФ,

Національний технічний університет України

“Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”

Науковий керівник:

Покровська Н. М.

к. е. н.,

Національний технічний університет України

“Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”

АНАЛІЗ СТАНУ МАТЕРІАЛЬНИХ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХІМІЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Інвестиційна діяльність має ключову роль в економічних процесах як на рівні економіки країни, так і на рівні підприємств в хімічній галузі. Важливість інвестиційної діяльності обумовлює інтерес для виявлення її економічної сутності.

В сучасній зарубіжній і вітчизняній економічній літературі виділяється такі три підходи до трактування економічної категорії “інвестиції”. В основі першого підходу покладено мету здійснення інвестицій; згідно другого підходу до уваги враховуються

строки використання інвестованого капіталу; третій підхід ґрунтується на споживанні капіталу через певний час, а не на поточне використання.

Обробка багатьох точок зору в трактуванні визначення “інвестиції” дозволили уточнити термін інвестицій, як майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються у розвиток різних сфер підприємства з метою отримання прибутку, так і з метою підтримання функціонування життєво важливих для економіки об’єктів. Таке визначення, на наш погляд, є найбільш повним, оскільки уточнює цілі інвестування.

Структура інвестицій в хімічній галузі у 2018 році продовжує трансформуватися (рис. 1). Найбільше інвестиційних вкладень спостерігається у виробництво пластмасових виробів (частка цього сектору в структурі галузевих капіталовкладень в 2018 року склала 41 %).

У 2018 році спостерігався ріст інвестиційних вкладень і у інші сектори хімічної галузі з “короткими” інвестиціями: гумових виробів (232 %), у виробництво пестицидів (110 %), ЛКМ (132%). Хоча номінально обсяги інвестицій в основний капітал названих секторів являються досить незначними, але це обнадійлива тенденція. Відносно значні обсяги інвестування у 2018 році були зафіксовані у виробництві продуктів основної хімії та мінеральних добрив (1307 млн. грн.).

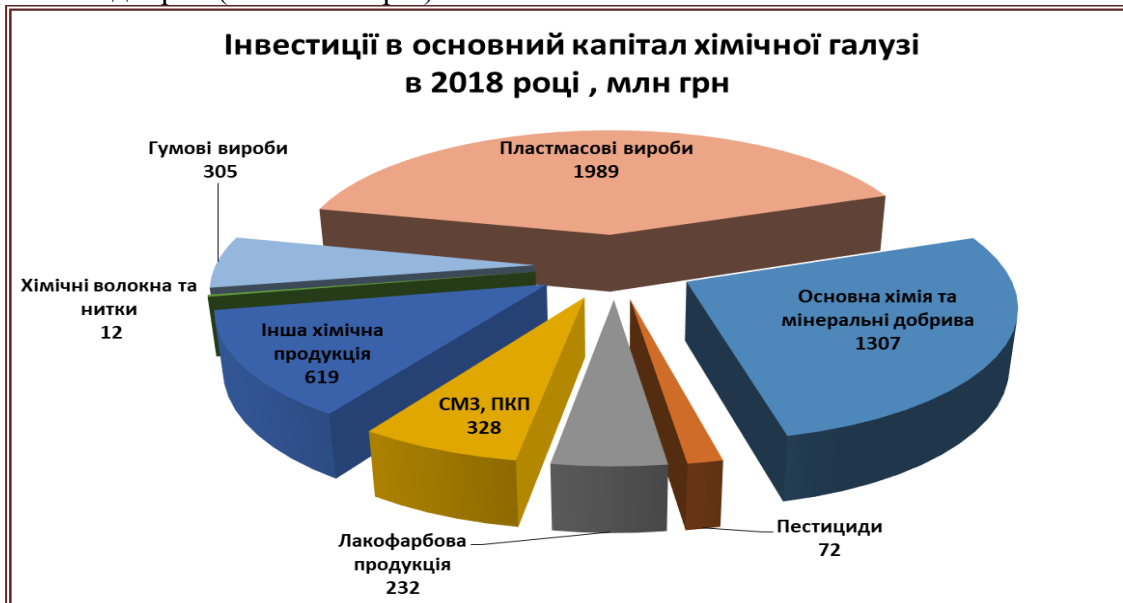


Рис. 1. Структура інвестицій в хімічній галузі у 2018 році

Інвестиційна діяльність підприємств верш за все пов’язана з пошуком рішень у сфері визначення можливих джерел інвестування, їх вибору та оптимізації. Під джерелами інвестиційної діяльності маються на увазі джерела виникнення цінностей, які вкладаються в об’єкти інвестування.

На нашу думку самим привабливим джерелом інвестиційної діяльності є власні кошти підприємств хімічної галузі, що обумовлюється їх доступністю та незначним фінансовим ризиком. Проте лише за рахунок власних джерел інвестиційної діяльності модернізувати цей сектор економіки і забезпечити його динамічний розвиток неможливо. Отже розв’язання цього завдання слід долучити й інші групи джерел, зокрема: залучені, позикові, державні тощо.

Список літератури

1. Збарзська Л. О. Неоіндустріалізація в Україні: концепт національної моделі. *Економіка промисловості*. 2016. № 3 (75). С. 5 – 32.
2. Статистична інформація – Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
3. Економіка підприємства. Книга 1 (Книга 2). (підручник для студентів всіх навчальних закладів) / за заг. ред. П.В. Круша, К.В. Шелехова. Київ.: ДП “НВЦ Пріоритети”, 2014. у двох книгах (676 та 624 с) українською мовою.
4. Хімічні технології і хімічна промисловість України / ВРУ. Аналітично-консультативна рада з питань економіки. Київ, 1998. 171 с.

УДК 658.330.1

Продіус О. І.

к. е. н., доцент, завідувач кафедри менеджменту,
Одеський національний політехнічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В сучасних умовах інновації та інноваційна діяльність виступають ключовим фактором розвитку підприємств, багато в чому визначають їх структуру і темпи зростання. Тому дослідження форм і способів організації та стимулювання інноваційної діяльності, розробка сучасних підходів до формування стратегій і напрямків інноваційного розвитку підприємств є важливим і актуальним завданням. Рівень економічного розвитку країн і окремих регіонів, їх здатність зберігати стійкість в умовах циклічної динаміки світового господарства багато в чому визначаються результативністю управління інноваційними процесами та ефективністю інноваційної діяльності.

Проблемам інноваційного розвитку економіки і суспільства присвячено значну кількість наукових публікацій. Дослідження, спрямовані на розгляд сутності інновацій та інноваційної діяльності, інноваційного розвитку підприємств, знайшли своє відображення в роботах зарубіжних вчених, серед яких необхідно виділити праці Шумпетера Й., Санто Б., Акоффа Р., Броделя Ф., Лундвалла Б., Портера М., Твісса Б., Уайта П., Уотермена Р., Фрімена К., Янсена Ф., Твісса Б., Перлакі Г., Менсфілда Е., Фостера Р., Друкера П., Ніксона Ф., Хаберланда Ф. Дослідженнями інновацій та їх впровадженням на підприємствах займалися такі вітчизняні вчені як Б. М. Андрушків, І. Т. Балабанов, А. І. Белова, А. П. Гречан, М. П. Денисенко, Є. Ф. Денісов, В. В. Лук'янова, О. Б. Мних, С. М. Ілляшенко, Н. В. Краснокутська, С. В. Філіппова, Л. Я. Малюта, Н. Г. Метеленко, Л. Н. Оголева, В. М. Порохня, Р. А. Фатхутдінов, І. В. Федулова, І. Б. Федішин, П. С. Харів, Л. О. Черкашина.

Дослідження наукових праць засвідчило, що в основі сучасної економіки лежить постійне генерування нових знань, їх технологічне освоєння і ефективна комерціалізація. Глобалізація економіки сприяє появі цілих серій нововведень в різних областях і сферах господарювання, тому вона несе в собі не тільки негативні явища, а й значний потенціал оновлення технологічної бази та структурної перебудови світової економіки, правильне використання якого дозволить зміцнити позиції країни в рамках світової економіки.

Так, інноваційний розвиток вітчизняної економіки сьогодні неможливо уявити без відповідних великомасштабних інноваційних перетворень на регіональному рівні, без включення регіональних механізмів в народногосподарський трансформаційний процес у контексті прискорення процесів інтеграції науки, освіти і виробництва, залучення результатів інтелектуальної діяльності в господарський оборот.

Як показує світовий досвід, вироблення пріоритетних напрямків розвитку науки і інновацій повинно відбуватися за безпосередньої участі наукового співтовариства і з урахуванням виявлених державою потреб суспільства. Держава навіть при порівняно невеликій своїй частці у фінансуванні інновацій може успішно здійснювати загальну координацію науково-дослідних робіт і реалізацію широкомасштабних програм розвитку досліджень і розробок шляхом заохочення приватних компаній. Одним з перспективних інструментів формування умов для науково-технологічних проривів, випереджаючого інноваційного розвитку по окремих перспективних напрямків є спільне формування державою і бізнесом технологічних платформ, які отримали вже широке поширення в європейських країнах. Технологічна платформа – це комунікаційний інструмент, спрямований на активізацію зусиль в галузі створення перспективних комерційних технологій, нової продукції і послуг, на залучення додаткових інвестицій для проведення досліджень і розробок. В рамках технологічних платформ повинні взаємодіяти всі зацікавлені сторони: бізнес, наука, держава, громадянське суспільство [1 – 3].

Слід зазначити, що сучасні програми економічного розвитку провідних країн світу націлені не тільки на повернення до колишніх темпів економічного зростання, а й на зміну структури економіки на користь менш ресурсномістких, більш екологічно чистих і ефективних виробництв, що становлять ядро нового шостого технологічного укладу. В

основі такого підходу лежить розуміння науково-інноваційної діяльності як основної рушійної сили соціально-економічного розвитку в сучасну епоху.

Так, інноваційні технології в соціальній сфері мають становити основу сучасної соціальної політики, яку умовно можна поділити на дві головні складові: перша пов'язана із захистом людини у сфері праці, друга – із соціальною підтримкою уразливих верств населення та спрямування їхньої діяльності на інноваційну активність. Саме для цих двох сфер потрібно чітко окреслити перспективні шляхи застосування інновацій, розробити конкретні заходи їх практичного впровадження на основі формування методології їх оцінювання в умовах орієнтації на соціогуманітарний розвиток глобального середовища [2].

Основними чинниками інноваційної трансформації зайнятості мають стати: багаторівнева конкуренція робочої сили, роботодавців та організаційно-правових форм їх взаємодії; конструктивний рівень довіри між соціальними партнерами; поглиблення розподілу праці на старі й нові технології; спеціалізація науково-інженерно-технологічного потенціалу з доступом до відповідних глобальних систем атестації персоналу; оптимізація фінансових механізмів залучення до винахідництва і раціоналізаторства; ефективна підтримка підприємницьких новацій; власна активність суб'єктів соціальної інноватики; національна модель державної політики інноваційної трансформації зайнятості; зняття бар'єрів інвестиційної привабливості розвитку людського капіталу та нових форм його реалізації у сфері зайнятості. З метою соціалізації інноваційної діяльності необхідно активізувати публічно-приватне партнерство щодо створення робочих місць; поширення аутсорсингу, аутстафінгу та лізингу працівників; модернізація соціального діалогу від класичної формули “державна – бізнес – профспілки” до ширшого формату “державна – бізнес – суспільство, громада”; інноваційні технології транзиту молоді на ринок праці; програми активного залучення економічно неактивного населення; стимулювання професійної та територіальної мобільності; інноваційні робочі місця для осіб з обмеженими можливостями: телеробота на засадах онлайн-комунікацій, модернізована надомна робота, коворкінг.

Таким чином, досягнення сучасної науки і практика їх застосування в управлінні суб'єктами господарювання, свідчать, що основним, фундаментальним джерелом їх довгострокового економічного зростання є відносні конкурентні переваги у вигляді різного роду інновацій. При цьому самі напрямки дій формуються на основі використання інструментарію стратегічного менеджменту, що дозволяє врахувати різні прогностичні сценарії ймовірного негативного чи позитивного впливу зовнішніх і внутрішніх факторів і побудувати стратегічний план, що дозволяє вирішити поставлені соціально-економічні завдання в умовах безперервної трансформації середовищ функціонування об'єкта управління.

Список літератури

1. Литвин, З. Б. Аналіз взаємозв'язку інвестиційної та інноваційної діяльності підприємства. *Кримський економічний вісник*. № 6 (13) грудень. 2014. С. 95 – 99.
2. Інноваційна Україна – 2020: Національна доповідь ; [за ред. В.М. Гейця та ін.]. К.: НАН України, 2015. 336 с.
3. Дяченко О. П., Казарян Г. Г. Соціальне замовлення як інструмент державно-приватного партнерства в системі соціально-економічного забезпечення осіб з інвалідністю в Україні. *Інвестиції: практика і досвід*. 2018. № 20. С. 89 – 93.

УДК 368.01 +330.601

Рогова Т. А.

к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів,
Київський національний торговельно-економічний університет

ІННОВАЦІЇ У СТРАХОВОМУ БІЗНЕСІ

На сучасному етапі розвитку страхового бізнесу як у світі, так і в Україні, питання інновацій набуває все більшої актуальності. Розробка та пропозиція споживачам страхових послуг нових страхових програм йде в умовах конкурентної боротьби. Аналіз публікацій за

цією темою показав, що ґрунтовні дослідження з питань інновацій саме у страховому бізнесі практично відсутні. Окремі статті за цією тематикою належать фахівцям–практикам: К. Щегловій, І. Філіпенко, С. Папернику, С. Кравцу, В. Шевченко.

Страховий ринок є гнучким, оскільки необхідно враховувати потреби споживачів страхових послуг, відстежувати сучасні тенденції у бізнес-процесах.

Однією з характеристик, що дозволяє сьогодні визначитися із вибором страхової компанії є її орієнтація на інновації. Останні слід розглядати як технології, що призводять до зростання страхових операцій та обсягів надходжень страхових платежів.

Можна виділити кілька видів інновацій. По-перше ті, які сприяють розширенню страхового ринку (за рахунок масових страхових продуктів, доступних для широкого кола клієнтів). По-друге, інновації каналів продажу. По-третє, ті, які дозволяють знизити витрати на ведення справи.

Основними перевагами інновацій для страхового бізнесу є: підвищення лояльності і зацікавленості клієнтів; пропозиції нових економічно вигідних продуктів для ринків, що розвиваються; розробка страхових продуктів, пов'язаних з “інтернетом речей” [1].

Для вітчизняного страхового ринку необхідно вивчення зарубіжного досвіду, зокрема, американських та провідних європейських страховиків, які активно використовують технологію Blockchain, що має значний потенціал для ефективного функціонування та підвищення якості обслуговування клієнтів.

Виділяють кілька способів використання блокчейн для страхових компаній. По-перше, це здійснення платежів; по-друге, бонусні програми, які сприяють підвищенню зацікавленості потенційних страхувальників; по-третє, зменшення витрат при здійсненні страхових операцій. Так за участю страхових компаній MS Amlin та XL Catlin датський судноплавний гігант Maersk, аудиторська компанія EY, Microsoft і GuardTime (займається забезпеченням блокчейн-безпеки електронних систем і енергетики) створено блокчейн-проект страхування морських перевезень [2].

Є компанії, які не надають послуги, що безпосередньо пов'язані зі страхуванням, але впливають на нього. Це IoT-рішення та Big Data, які працюють із даними, що допомагають страховим компаніям. Наприклад, південноафриканська страхова компанія Discovery налагодила партнерські відносини із кожним своїм клієнтом і надала всім бажаним гаджети, які вимірюють різні параметри здоров'я у режимі онлайн. Отримуючи та обробляючи ці масиви даних, страховик почав встановлювати індивідуальний тариф з медичного страхування та щоденно надавати рекомендації щодо покращення здоров'я. Клієнту показують, як можна знизити ризик різних захворювань та вартість страховки у разі дотримання цих рекомендацій [3].

Широкого використання набувають новітні технології в автострахуванні. Так телематичний прилад, що встановлюється у діагностичний роз'єм транспортного засобу, дозволяє здійснювати моніторинг манери керування автомобілем, синхронізувати зі смартфоном, а водій і страховик отримують інформацію про їзду, що дозволяє корегувати страхові тарифи.

Не дивлячись на безперечну користь використання інноваційних технологій у страхуванні, існують проблеми, що гальмують їх швидке впровадження. У першу чергу, це їх висока вартість.

Слід наголосити на значущість інформаційного забезпечення бізнес-процесів у страхуванні при розробці й використанні інновацій. Повна й достовірна інформація у страхування є необхідною умовою прийняття ризику (або його відхилення). Без належного інформаційного забезпечення інноваційної діяльності, що потребує аналізу інформаційних ресурсів, вивчення інформаційного програмного забезпечення та проведення ефективної інформаційно-аналітичної роботи, розвиток страхування в Україні неможливий.

Страхові послуги є специфічними серед інших фінансових послуг і встановлення довіри та партнерських взаємовідносин між страховиком і страхувальником залежать від якісного супроводу страхового продукту протягом всього часу дії страхового договору. Досягти цього сьогодні неможливо без “інноваційного” супроводу. CRM-технологія супроводу споживачів являє собою комплекс методів управління процесами комплексного обслуговування страхувальників.

Впровадження інновацій у напрямі супроводу страхового продукту передбачає підвищення якості обслуговування споживача і при виникненні страхового випадку, врегулюванні збитків.

Найбільш популярними в умовах конкуренції на ринку страхових послуг є збільшення обсягів продажів страхового продукту через мережу Інтернет. У клієнтів сформувалися свої вимоги й очікування щодо пропонованих страхових послуг. Сьогодні страхувальники вже не просто прагнуть мати страховку на випадок пошкодження автомобіля, а й отримувати додаткові послуги. Такі як евакуація, ремонт автомобілю, заміна його на інший під час ремонту тощо. Тобто очікує новий страховий продукт, що володіє багатьма властивостями.

Питання інновацій для страхового бізнесу розглядається останнім часом на заходах різного рівня, форумах, конференціях. Прикладом впровадження інновацій у страховий бізнес є об'єднання платформи Mobility Insurance (Іншуртех-стартап Trov) із мережею японського страхового холдингу Sompo Holdings, що здійснює ризикові види страхування. Партнерство спрямовано на страхові рішення для цілого ряду транспортних компаній для визначення ризиків [4].

FutureMagazine вже втретє проведено конференцію InsuranceNEXT'UA, яка відбулася у червні 2019 р. Світові експерти, які приїхали з Англії, Німеччини, Австрії, Швейцарії, Польщі поділилися своїм досвідом щодо цифрових трансформацій на страховому ринку, побудовою співпраці із стартапами.

За 5 останніх років число insurtech-компаній зросло до декількох сотен по всьому світу. Зустрічається думка, що 2019 рік є переломним для світового ринку страхових інновацій [5].

Впровадження інновацій є запорукою успіху страхової компанії, стає незамінним у клієнтоорієнтованій стратегії страховика, його конкурентною перевагою.

Інновації у страховому бізнесі не тільки необхідна річ сьогодення, але й умова розвитку страхового ринку в цілому, приросту страхового портфелю окремої страхової компанії, досягнення нею позицій лідера, підвищення довіри громадян та суспільства до страхування як надійного інструменту захисту від ризиків.

Список літератури

1. Технологія Blockchain та страхування. URL: <http://www.insa.com.ua/uk/blog/tehnologiya-blockchain-i-strahovanie>.
 2. Судоходный гигант Maersk запустит блокчейн-проект страхования морских перевозок грузов с 2018 года. URL: <https://forinsurer.com/news/17/09/12/35511?hl=%E1%EB%EE%EA%F7%E5%E9%ED>.
 3. Аналіз Big Data в медицине pomoжет страховщикам понимать потребности клиентов в здравоохранении и страховании. URL: <http://forinsurer.com/news/17/01/18/34782?hl=BigData>.
 4. Иншуртех-стартап Trov. URL: <https://forinsurer.com/news/19/12/13/37517>
- С. Кравец. Insurtech: как инновации меняют рынок страхования. URL: <https://tech.liga.net/technology/opinion/insurtech-kak-innovatsii-menyayut-rynok-strahovaniya>.

УДК 330.3

Семцова І. А.
студента І курсу економічного факультету
кафедри менеджменту та поведінкової економіки,
Донецький національний університет імені Василя Стуса
Науковий керівник:
Клочковська В. О.
к. е. н., доцент,
Донецький національний університет імені Василя Стуса

ВПЛИВ ІНОЗЕМНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РОЗШИРЕННЯ ПРОМИСЛОВОСТІ М. ВІННИЦІ

Роль іноземних інвестицій у економіці України з кожним роком набуває все більшого значення. Українські економісти вивчають впливи і взаємозв'язки цього процесу на фінансово-економічних та кризових показників на рівні країни та її регіонів.

У наукових розробках Бутко М. П. та Терещенко В. Л. розглянуті дослідження іноземних інвестицій, як фактору розвитку економіки держави, основні напрями здійснення інвестиційної діяльності та вплив цих капіталовкладень на регіональному рівні. Однак, враховуючи постійні зміни у економічній та політичній сферах життя України, це питання залишається актуальним для подальшого більш поглибленого вивчення.

Мета дослідження: визначення впливу іноземних капіталовкладень на тенденції розвитку промисловості міста Вінниці; розглянути, як ці економічні заходи стимулюють подальше розширення співпраці, економічної відкритості для інвестицій з-за кордону.

Завдання: оцінити результативність даної діяльності, вираженої у статистичних даних та підтвердження чи спростування користі цих вкладень щодо економічної діяльності міста.

Хоча Вінницький регіон утримує лідерську (2 місце) позицію у списку за темпами зростання промисловості в Україні, обласний центр, м. Вінниця, має дещо нижчі показники у порівнянні зі підвладною йому економічною зоною.

Для дослідження обраної теми необхідно проаналізувати рівень іноземних інвестицій у Вінницькій області. Їх обсяг на 01.01.2016 року склав 187100 тис. дол. США, з яких найбільшу частку всіх фінансових ресурсів одержувало м. Вінниця - 44684,7 тис. дол. США, що, незважаючи на мізерність показника, стало фундаментом для подальших дій.

Вирішенням даної проблеми стало розширення місцевим керівництвом можливостей для іноземного капіталовкладення. Головним кроком стало затверджено ряду стратегічно-планувальних документів, зокрема: Комплексну стратегію міського транспорту і просторового розвитку, Програму енергоефективності та енергозбереження м. Вінниці, що стало однією з необхідних умов успішного використання конкурентних переваг міста, що врешті-решт дало свої результати.

Відповідно до інформації Головного управління статистики у Вінницькій області обсяг прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) унесені в економіку області з початку інвестування на 31 грудня 2017р. вагому частку (57,0%) іноземного капіталу зосереджено у м. Вінниці – 115,9 млн.дол. США

Як результат, обсяг акціонерного капіталу внесеного в економіку міста з початку інвестування на 01.01.2018 р. становив 115,9 млн. дол. США. Інвестиції надійшли з 44 країн світу. Переважна більшість інвестицій (75,0% від загального обсягу) надійшла з країн ЄС – 86,9 млн. дол. США, з інших країн світу – 29,0 млн. дол. США (25,0%).

Такі суттєві капіталовкладення посприяли розвитку інфраструктури для залучення інвестицій. Створено два індустріальні парки: “Вінницький індустріальний парк” та Індустріальний парк “Вінницький кластер холодильного машинобудування”. Укладено Меморандум з компанією HEAD (американо-голландська компанія, лідер у сфері спортивного одягу та спорядження), яка має намір збудувати завод з виробництва спорядження для зимових видів спорту (лижі, лижні черевики та лижні кріплення).

У серпні 2018 року Вінницький міський голова та президент міста Кельце підписали Угоду про співробітництво з Келецьким технологічним парком у сфері розвитку підприємництва, сприяння інноваціям та підвищення технологічного рівня підприємств на рівні Вінницького інноваційно-технологічного парку. У листопаді 2018 року розпочалась розробка Концепції розвитку інноваційно-технологічного парку “Кристал”. Розпочато підготовчі роботи до проекту реконструкції будівель майбутнього інноваційно-технологічного парку “Кристал”.

На початку вересня 2018 року, на території індустріального парку “Вінницький кластер холодильного машинобудування”, відбулось відкриття заводу ТОВ “Грін Кул”, який входить до холдингу “UBC Group” – світового лідера з виробництва холодильного обладнання.

Загалом, у 2018 році збережено позитивну динаміку попередніх років – обсяг прямих інвестицій на кінець звітного періоду становив 135,9 млн дол. США, враховуючи, що приріст прямих іноземних інвестицій у 2018 році склав 26,9 млн дол. США, що вплинуло на темп зростання загального обсягу у 124,7%. Всього в економіку міста залучено інвестиції з 44 країн, з них 80% – припадає на п’ять країн: Польща (\$64,9 млн), Франція (\$22,7 млн), Австрія (\$9,2 млн), Росія (\$6,4 млн), Кіпр (\$5,8 млн).

Результати впливу іноземного акціонерного капіталу можна розглянути на таких показниках, зазначених у звіті Вінницької міської ради:

Показники	Одиниця виміру	2017 рік звіт	2018 рік звіт	2019 рік очікувано
Показники рівня життя				
Середньомісячна заробітна плата одного штатного працівника	грн	6632,0	7277,0	9828,0
Інвестиційна діяльність				
Обсяг прямих іноземних інвестицій, по нарастаючому підсумку – всього	тис дол США	108964,4	135900,0	160500,0
Приріст (зниження) прямих іноземних інвестицій до початку року	тис дол США	20821,1	26900,0	29000,0
Обсяг прямих іноземних інвестицій на душу населення	дол США	292,7	378,8	432,7
Розвиток малого підприємництва				
Кількість малих підприємств у розрахунку на 10 тис осіб наявного населення	один.	126	138	151

Отже, позитивні тенденції можна прослідкувати за рахунок того, що іноземні інвестори стають певним регулятором фінансування локальними підприємствами-монополістами. Значного позитивного впливу зазнає розвиток малого підприємництва, показники кількості якого стало зростають. Збільшення середньої заробітної плати працівників створюють ствердий показник рівня якості життя та зайнятості населення, роблячи місто привабливим для професійних кадрів. На додачу, вони розширюють спектр виробництва, тобто урізноманітнюють товари та надані послуги.

Список літератури

1. <https://www.vmr.gov.ua/Branches/Lists/EconomicsBusinessAndInvestmens/ShowContent.aspx?ID=3>
2. <http://www.vin.gov.ua/invest/rehionalni-prohramy-rozvytku/17721-informatsiia-pro-vykonannia-prohramy-ekonomichnoho-i-sotsialnoho-rozvytku-vinnytskoi-oblasti-za-2018-rik>
3. <https://www.vmr.gov.ua/Branches/Lists/EconomicsBusinessAndInvestmens/ShowContent.aspx?ID=4>
4. <http://www.vn.ukrstat.gov.ua/index.php/statistical-information/-2017-.html>
5. <http://vmte.vn.ua/uploads/files/rishennya/2019/2/%E2%84%961543%2022-02-2019.pdf>

УДК 339.13.01: 001.895

Смоляк Ю. Ю.

студент,

Київський національний університет ім. Тараса Шевченка

ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ФАКТОР КОМЕРЦІЙНОГО УСПІХУ

У сучасному світі конкурентоспроможність продукції є не тільки показником розвитку підприємства, а також країни в цілому. Тому що, конкурентоспроможність інноваційного продукту – поняття відносне, проведення оцінки нерідко базується на порівнянні з іншими об'єктами.

Тож, ми можемо дійти висновку, що підвищення конкурентоспроможності інноваційної продукції та продукції загалом є дуже актуальним питанням, від рівня конкурентоспроможності товарів буде залежати конкурентоспроможність підприємств та економіки всієї країни.

Умови що виникли на світовому ринку диктують правила гри за якими економіка країни повинна бути конкурентоспроможна настільки, щоб товари що виробляються були помітні на ринку.

Глобалізація виводить сучасну економіку на зовсім новий, відкритий рівень, де країни з конкурентоспроможною економікою мають місце та розвиваються. А це в свою чергу дозволяє підвищувати доходи населення, зберігати робочі місця, що є дуже важливим для нашої країни.

Оцінка конкурентоспроможності інноваційного підприємства та конкурентоспроможності його продукції, є тим інструментом за допомогою якого керівництво може зрозуміти основні конкурентні переваги, ступінь розвитку. Оцінка конкурентоспроможності підприємства та продукції використовується для розробки стратегії підприємства, підвищення якості рішень, інноваційної політики.

Конкурентоспроможність продукції – “це комплексна характеристика, яка відображає відповідність продукції вимогам ринку, можливість збуту її на конкретному ринку”, яку можна визначати порівнянням виробів-конкурентів. [1, с. 435].

Конкурентоспроможність інноваційного продукту потрібно розглядати в межах простору, що створюється від взаємодії всіх учасників інноваційного процесу. А саме – інвестора, новатора, споживача та підприємства. Отримана в ході існуючої процедури оцінка не є стратегічно зваженою, адже не відображає рівня готовності ринку, бо “... в сучасних ринкових умовах бути конкурентоспроможним – значить бути в свідомості споживача” [2, с. 218].

Для більш повної оцінки конкурентоспроможності інноваційного продукту слід враховувати як об’єктивну так і суб’єктивну якість, тобто проводити комплексну оцінку.

За рахунок розвитку стратегічного маркетингу та менеджменту на промислових підприємствах все частіше відбувається перехід від розрізної системи збору даних, що використовувалась здебільшого для аналізу продажів, до комплексної інформаційної системи підприємства для розуміння рівня конкурентоспроможності продукту. Данні з цієї системи використовуються для прийняття управлінських рішень, контролю та планування. Труднощі що виникають після комплексної оцінки конкурентоспроможності інноваційної продукції – це адаптація отриманих результатів. Ця проблема зумовлена тим що підприємства не враховують дуже важливі фактори під час проведення аналізу, а саме: тип ринку, особливості процесу прийняття рішень, внутрішні фактори підприємства, тип інноваційного продукту, фактори конкурентного оточення.

Проаналізувавши тематичну літературу, систематизувавши та удосконаливши існуючі аспекти оцінювання конкурентоспроможності інноваційної продукції ми розробили процедуру оцінювання, з наведеними нижче етапами:

Визначення місії та стратегічного бачення. Перший важливий крок – це формування місії компанії. Місія компанії допомагає зрозуміти вектори розвитку компанії, перспективи, відмінності від конкурентів. Наявність місії для інноваційного підприємства є важливим аспектом, що дозволяє: визначити пріоритетні напрямки розвитку компанії, місце на ринку яке прагне зайняти компанія.

Чітко визначене стратегічне бачення дозволяє значно зменшити випадковість прийняття невірних рішень, узгодити роботу окремо взятих підрозділів із загальною політикою компанії.

Проведення аналізу маркетингового середовища. Проведення аналізу забезпечує: розуміння кон’юнктури та конкуренції на ринку, адекватна оцінка адекватна оцінка бізнесу в якому працює підприємство, прийняття правильних тактичних рішень. Якщо аналіз маркетингового середовища не буде проведено виникнуть загрози: прийняття неправильних стратегічних рішень, непослідовність рішень, запізнення при введенні інновацій.

Розглядаючи споживача як фактор маркетингового середовища, потрібно звернути увагу на такі питання: готовність споживача сприймати інновації, фактори що впливають на прийняття рішення про купівлю інноваційного продукту.

Аналіз мотивів споживачів та визначення потреб. Інноваційний продукт має особливість виводити задоволення існуючих потреб на якісно новий рівень.

Вибір бази для порівняльного аналізу. Зазвичай базою для порівняння слугують товари-аналоги, групи аналогів або еталон.

Маркетингове дослідження потенційних споживачів. Отримати об’єктивну оцінку конкурентоспроможності інноваційного продукту неможливо без проведення аналізу потенційних споживачів.

Основним завданням маркетингових досліджень є створення умов для пристосування всієї комерційної діяльності підприємств до попиту, що змінюється, і розробка системи

організаційно-технічних заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємства [3, с. 44].

Визначення сукупності критеріїв оцінювання. В межах пріоритетного підходу формується сукупність критеріїв для оцінки конкурентоспроможності.

Після вирішення всіх поставлених задач, головною є відповідь на питання: “Чи виводити даний інноваційний продукт на ринок?”

Дана модель оцінки конкурентоспроможності інноваційної продукції, що на протигагу традиційної моделі враховує особливості інноваційної продукції, специфіку процесу прийняття рішень, типу ринку та факторів конкурентного середовища. Проведений аналіз за допомогою розробленого методу дозволить отримати реальну та правдиву інформацію, що в свою чергу буде важливим для прийняття управлінських рішень про впровадження інноваційного продукту на ринок.

Список літератури

1. Статистика підприємств: навчальний посібник. 2-ге вид., переробл. і доповн. / С. О. Матковський та ін. К.: Алерта, 2013. 560 с.
2. Зозулев А. В. Поведінка споживачів: учбовий посібник. К.: Знання, 2004. 364 с.
3. Фірсова С., Литвин К. Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах маркетингової орієнтації. *Маркетинг в Україні*. № 2 (77). 2013. С. 39 – 45.

УДК 330.332.011

Тюрина В. А.
студентка 5 курсу, гр. ЭО-12,
Брестский государственный технический университет

ПРОГРАММА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

В современном мире инновации и научно-технические разработки являются неотъемлемой частью устойчивого экономического роста как государств, так и отдельных регионов, в особенности обладающих значительными интеллектуальными и промышленными ресурсами. В связи с этим большое значение приобретает комплексный анализ инновационного состояния областей Республики Беларусь, который позволяет определить способность региона к усовершенствованию и обновлению, а, следовательно, принимать эффективные управленческие решения.

Особенности и условия, необходимые для формирования и реализации инновационной политики в каждом регионе, определяются его спецификой, своеобразием инновационного потенциала. В качестве основных направлений в инновационном развитии региона являются:

- нормативно-правовое обеспечение инновационной деятельности (положения, постановления и т.д.);
- информационно-аналитические и программные разработки (промышленная политика, программа качества, программа развития инноваций);
- решение финансово-экономических вопросов (финансирование фондами, банками);
- организационные решения, направленные на создание научно-информационных и технических центров, технопарков и другое.

Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы разработана:

1) в соответствии со статьей 16 Закона Республики Беларусь от 10 июля 2012 года “О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь” [3].

2) законов Республики Беларусь от 19 января 1993 года “Об основах государственной научно-технической политики” (Ведамасці Вярхоўнага Савета Рэспублікі Беларусь, 1993 г., № 7, ст. 43; Ведамасці Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь, 1997 г., № 33, ст. 657);

3) закон от 5 мая 1998 года “О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Республики Беларусь” (Ведамасці Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь, 1998 г., № 20, ст. 222).

Основными целями региональной научно-технической программы “Инновационное развитие Брестской области” на 2016 – 2020 годы являются создание, дальнейшее развитие и внедрение перспективных инновационных технологий и разработок в реальный сектор экономики Брестской области в целях увеличения доли инновационной составляющей региональной экономики и повышения ее внутренней и внешней конкурентоспособности. Особые усилия сосредоточены на развитии инновационной инфраструктуры, повышении эффективности деятельности технопарков, создании условий для развития высокотехнологичных производств и внедрения в производственный процесс результатов научно-технической деятельности [1].

На территории Брестской области действуют три технопарка: ЗАО “Брестский научно-технологический парк” город Брест, ООО “Технопарк Полесье” город Пинск, ООО “Технопарк Фермент” в Ляховичском районе.

Государственным заказчиком по развитию ЗАО “Брестский научно-технологический парк” выступает Брестский облисполком.

Каждый год на конкурсной основе осуществляется финансирование инновационных проектов, научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, научных и практических мероприятий с участием средств инновационного фонда Брестского областного исполнительного комитета, что способствует развитию материально-технической базы инновационной инфраструктуры и отраслевых лабораторий.

В 2018 году из средств инновационного фонда осуществлялось финансирование восьми инновационных проектов, шести научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, двух отраслевых лабораторий, трёх мероприятий, финансирование организации деятельности и развития материально-технической базы ЗАО “Брестский научно-технологический парк”.

Принятые меры позволили увеличить удельный вес отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции с 2016 года на 1,7% (2016 г. 2,1 %, 2017 г. – 3,4%, в 2018 г. – 3,8%).

На 2019 год областью запланирован индикативный показатель по удельному весу отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции – 6,4 % (решение облисполкома от 06.03.2019 № 143) [2].

В рамках Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы в Брестской области реализуется перечень инновационных проектов по организации производства прецизионных самоцентрирующих токарных патронов различных диаметров для высокотехнологичного металлообрабатывающего оборудования ОАО “Барановичский завод станкопринадлежностей”, организации производства по изготовлению современных пневмо- и гидроцилиндров, прецизионных хромированных штоков и труб ОАО “САЛЕО-Кобрин”, организации производства светодиодного осветительного оборудования ОАО “Брестский электроламповый завод”, где заказчиком выступает Министерство промышленности Республики Беларусь, организация производства материалов, пропитанных ПВХ композициями по инновационным технологиям ОАО “Ручайка”, освоение технологии производства импортозамещающей картонно-навивной тары для текстильной промышленности ОАО “Полесье”, создание производства новых видов пряж фантазийной структуры на основе ресурсосберегающих технологий ОАО “Полесье”, организация высокотехнологичного производства бесшовных трикотажных изделий на основе ресурсосберегающих технологий. ОАО “Полесье”, где государственный заказчик концерн “Беллепром”.

В 2019 году из инновационного фонда Брестского облисполкома на финансирование перспективных разработок планируется направить 16,8 млн. руб..

На данный момент многие проекты должны получить заключение государственной научно-технической экспертизы. В случае одобрения они также будут включены в перечень, а средства перераспределены. Помимо этого, размер инновационного фонда, который формируется из отчислений предприятий, также может измениться.

Список літератури

1. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. URL: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=H11200425>.
2. Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь. URL: <https://mshp.gov.by/programms/fdbac4b499a1dde8.html>.
3. Закон РБ О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь. URL: https://kodeksy-by.com/zakon_rb_o_gosudarstvennoj_innovatsionnoj_politike_i_innovatsionnoj_deyatelnosti/16.htm.

УДК 338.1

Франчук Т. М.

аспірант,

ДННУ “Академія фінансового управління”

**АКТИВІЗАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДОМОГОСПОДАРСТВ ЯК
ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ**

Одним із ключових та пріоритетних завдань розвитку фінансових ресурсів національної економіки є притік індивідуальних заощаджень до фінансового сектору. Протягом усіх років незалежності ця мета декларувалася в різноманітних програмах та концепціях. Проте, більшість фахівців констатують, що її практично не досягнуто [1 – 3]. При цьому, зауважимо, що будь-який підхід до розвитку вітчизняного фінансового сектору вимагає вирішення завдань, що сконцентровані, як на рівні ощадно-інвестиційної діяльності домогосподарств, так і на рівні самих фінансових інституцій. Як свідчить зарубіжний досвід, посилення ролі домогосподарств у розвитку фінансових ресурсів національної економіки має кілька складових, які потребують комплексного підходу до свого вирішення.

Протягом усіх років незалежності бідність залишається однією із ключових проблем України. Про причини цього явища та його катастрофічні наслідки для нашої держави написані десятки наукових праць. Втім подолати дисбаланси у сфері оплати праці, в т. ч. – значний рівень “тінізації” не вдається. В умовах, коли надзвичайно велика кількість українців живе за межею бідності, складно говорити про формування заощаджень та їх спрямування у фінансові інструменти та послуги.

Значний потенціал розвитку фінансових ресурсів інноваційної економіки України знаходиться в площині забезпечення фінансової інклюзії для вітчизняних домогосподарств. В найбільш поширеному варіанті під фінансовою інклюзією розуміється забезпечення доступу фізичних осіб до широкого спектру фінансових послуг та фінансових операцій. На сьогодні в Україні сформовані численні дисбаланси, які визначають своєрідну “інвестиційну ієрархію” для домогосподарств. Насамперед, зауважимо, що надзвичайно складно порівнювати інвестиції домогосподарств на різних сегментах фінансового сектору економіки через суттєві відмінності і природі різних фінансових послуг, і через різні цілі інвестування і т.д.

Загалом, в середньостроковій перспективі держава має сконцентруватися на наступних напрямках:

1. Подолати надзвичайно низьку ощадну активність домогосподарств, яка визначена насамперед низьким рівнем доходів населення України, його бідністю.

2. Вирівняти дисбаланси на рівні оплати праці, в тому числі, у сфері значної “тінізації” оплати праці.

3. Забезпечити “насичення” ринку інвестиційно-привабливими фінансовими інструментами та фінансовими послугами, які б задовольняли попит з боку фізичних осіб, що підвищило б рівень фінансової інклюзії для домогосподарств.

4. Підвищити рівень довіри домогосподарств до фінансових інституцій та зростання фінансової грамотності індивідуальних учасників фінансового ринку.

5. Забезпечити високий рівень захисту прав індивідуальних учасників фінансового сектору – інвесторів у фінансові інструменти та споживачів фінансових послуг в Україні.

Список літератури

1. Циток Р. Заощадження домогосподарств як не залучений інвестиційний ресурс. *Економіка та держава*. 2018. № 12. С. 74 – 80.
2. Фурдичко Л. Дестабілізуючі фактори впливу на фінансову систему України в сучасних умовах розвитку держави. *Економіка та держава*. 2016. № 9. С. 29 – 33.
3. Пасажко Т. Фінанси домогосподарств як джерело інвестиційних ресурсів економіки України. *Економіка та держава*. 2015. № 7. С. 108 – 111.

УДК 330.332.011

Шевчук К. А.
студентка 5 курсу, гр. ЭО-12,
Брестский государственный технический университет

ПРОГРАММА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Программа инновационного развития – это документ, описывающий комплекс мероприятий, направленных на разработку и внедрение новых технологий, инновационных продуктов и услуг, соответствующих мировому уровню, содействующих модернизации и технологическому развитию компании. Программа инновационного развития достигается путем значительных улучшений основных показателей эффективности производственных процессов. Она направлена на инновационное развитие ключевых отраслей промышленности страны и интегрирована в бизнес-стратегию развития компаний.

Указом Президента Республики Беларусь от 31 января 2017 г. № 31 утверждена Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь (далее – Государственная программа) на 2016 – 2020 годы разработана в соответствии со статьей 16 Закона Республики Беларусь от 10 июля 2012 года “О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь” (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 26.07.2012, 2/1977) с учетом положений Указа Президента Республики Беларусь от 22 апреля 2015 г. № 166 “О приоритетных направлениях научно-технической деятельности в Республике Беларусь на 2016 – 2020 годы” (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 24.04.2015, 1/15761), законов Республики Беларусь от 19 января 1993 года “Об основах государственной научно-технической политики” (Ведамасці Вярхоўнага Савета Рэспублікі Беларусь, 1993 г., № 7, ст. 43; Ведамасці Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь, 1997 г., № 33, ст. 657) и от 5 мая 1998 года “О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Республики Беларусь” (Ведамасці Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь, 1998 г., № 20, ст. 222).

Государственная программа направлена на достижение приоритетов социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы в области эффективных инвестиций и ускоренного развития инновационных секторов экономики и является основным документом, обеспечивающим реализацию важнейших направлений государственной инновационной политики.

Целью Государственной программы является обеспечение качественного роста и конкурентоспособности национальной экономики с концентрацией ресурсов на формировании ее высокотехнологичных секторов [1].

Решение следующих задач помогут для достижения вышеупомянутой цели:

- обеспечение конкурентоспособности традиционных секторов национальной экономики на основе их инновационного развития и внедрения передовых технологий;
- развитие и повышение эффективности функционирования национальной инновационной системы на основе формирования рынка научно-технической продукции и благоприятной среды для осуществления инновационной деятельности.
- формирование и ускоренное развитие высокотехнологичных секторов национальной экономики, закрепление позиций республики на рынках наукоемкой продукции;

В рамках решения названных задач планируется реализация: мероприятий по развитию инновационной инфраструктуры Республики Беларусь с достижением основных прогнозных показателей в рамках реализации этих мероприятий; мероприятий по развитию национальной инновационной системы; проектов по созданию новых производств, имеющих определяющее значение для инновационного развития Республики Беларусь [2].

Основными направлениями государственной инновационной политики Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы являются: кадровое обеспечение инновационного развития национальной экономики; обеспечение цифровой трансформации национальной экономики; организация разработки и реализации инновационных проектов, имеющих государственное значение; повышение эффективности коммерциализации результатов научно-технической деятельности и формирование рынка научно-технической продукции; повышение эффективности управления национальной инновационной системой; развитие инновационного предпринимательства; развитие инфраструктуры в сферах научно-технической и инновационной деятельности; развитие международного научно-технического и инновационного сотрудничества; развитие системы технологического прогнозирования и повышение эффективности научно-технической деятельности; развитие экспорта наукоемкой продукции и технологий; формирование институциональной среды, стимулирующей инновационную деятельность.

Приоритетными направлениями инновационной деятельности на 2016–2020 годы являются: агропромышленные технологии и производство; био- и наноиндустрия; информационно-коммуникационные и авиакосмические технологии; медицина, фармацевтика, медицинская техника; национальная безопасность и обороноспособность, защита от чрезвычайных ситуаций. промышленные и строительные технологии и производство; рациональное природопользование и глубокая переработка природных ресурсов; химические технологии, нефтехимия; энергетика, в том числе атомная энергетика, и энергоэффективность;

В 2016 – 2020 годах финансирование Государственной программы согласно приложению 5 составит 14 514 681,7 тыс. рублей.

Финансирование Государственной программы из республиканского и местных бюджетов будет осуществляться в пределах средств, предусмотренных законом о республиканском бюджете на очередной финансовый год и решениями местных Советов депутатов о бюджете на очередной финансовый год. Объемы средств, направляемых на реализацию проектов и мероприятий Государственной программы из республиканского централизованного и местных инновационных фондов, будут ежегодно уточняться в порядке, установленном законодательством [2].

Реализация Государственной программы будет способствовать формированию и ускоренному развитию высокотехнологичных секторов национальной экономики, закреплению позиций республики на рынках наукоемкой продукции; обеспечению конкурентоспособности традиционных секторов национальной экономики на основе их инновационного развития и внедрения передовых технологий; формированию рынка научно-технической продукции и благоприятной среды для осуществления инновационной деятельности [1].

В рамках реализации проектов создания новых производств, имеющих определяющее значение для инновационного развития Республики Беларусь, а также мероприятий по развитию инновационной инфраструктуры Республики Беларусь, планируется создание к 2020 году более 90 высокодоходных экспортоориентированных производств и около 9 тыс. новых рабочих мест.

Список литературы

1. Государственная программа инновационного развития. URL: <http://www.gknt.gov.by/deyatelnost/innovatsionnaya-politika/gpir>.
2. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы. URL: <http://www.mshp.gov.by/programms/fdbac4b499a1dde8.html>.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІКИ, ФІНАНСІВ,
ОБЛІКУ ТА ПРАВА В УКРАЇНІ ТА СВІТІ**

**Збірник тез доповідей Міжнародної
науково-практичної конференції
частина 1
(23 грудня 2019 р.)**

Українською та російською мовами

Відповідальний за випуск: Загородний І. Д.

Технічний редактор: Нестеренко В. О.

Художній редактор: Михайленко К. В.

Коректор: Остаповець Н. М.

Дизайнери й верстальники: Артеменко А. А, Григоренко Л. О.

Підписано до друку 19.12.2019 р. Формат 60x90/16

Папір офсетний. Друк – ризографія. Умовн. друк. арк. 4,7

Гарнітура Times New Roman.

Наклад 500 примірників. Зам. № 8698

Надруковано у ФОП Сидоренко А. В.

Свідоцтво про державну реєстрацію серія В01 № 710364 від 07.01.2007 р.

36000, м. Полтава, вул. Дмитра Коряка, 3

Всі права захищені.

Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори.

Редакційна колегія може не поділяти думок авторів.



Офіційний сайт: <http://www.economics.in.ua>

