

Вінницький кооперативний інститут
Вища школа економіки, права і медичних наук ім. проф. Едварда Ліпінського
(м. Кельце, Польща)
Науково-дослідний інститут українознавства



НАУКОВЕ ВИДАННЯ
"МОЛОДЬ І СУЧАСНІСТЬ: ЕКОНОМІЧНІ,
ІНФОРМАЦІЙНІ, ПРАВОВІ ТА КУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ"
ЧАСТИНА I

Європейська інтеграція України: гуманітарно- правові та інституційні механізми

ТЕЗИ УЧАСНИКІВ У МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
СТУДЕНТІВ ТА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ

Integracja europejska
Ukrainy: mechanizmy
humanitarne, prawne i
instytucjonalne

06 Листопада 2018 / ВІННИЦЯ

УДК 339.923:061.1ЄС

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації. Серія ВЦ №794-152-р від 23.09.2010 р.

Друкується за рішенням вченої ради Вінницького кооперативного інституту. Протокол № 3 від 27.11.2018 р.

Робочі мови конференції: українська, англійська, польська.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Голова редакційної колегії: Прицюк Л. А., к.е.н., проректор з науково-методичної роботи Вінницького кооперативного інституту

Члени редакційної колегії: Галайко Б. М., к.і.н., директор Науково-дослідного інституту українознавства

Дибчук Л. В., к.і.н., доцент кафедри маркетингу та підприємництва

Драбовський А. Г., д.е.н., ректор Вінницького кооперативного інституту

Ільніцька Ю. Б., завідувач відділу науково-пошукової роботи та управління якістю освіти.

Краса Віктор, доктор, заступник декана Вищої школи економіки, права та медичних наук ім. проф. Едварда Ліпінського (м. Кельце, Польща).

Кшиштоф Ваторек, доктор, проректор Вищої школи економіки, права та медичних наук ім. проф. Едварда Ліпінського (м. Кельце, Польща).

Технічний секретар: Ліпінська К. В.

Європейська інтеграція України: гуманітарно-правові та інституційні механізми: V Міжнародна науково-практична конференція студентів та молодих вчених, Вінниця, 06 листопада 2018 р. : [тези доп.] / редкол.: Л. А. Прицюк [та ін.]. – Вінниця: ТОВ «Вінницька міська друкарня», 2018. – 176 с.

Видається в авторській редакції.

© Вінницький кооперативний інститут, 2018

© ТОВ «Вінницька міська друкарня», 2018

ЗМІСТ

Ewa Sojda	
Harmonizacja prawna stosunków z UE.....	8
Ковальчук І. В.	
Zalety i wady integracji Ukrainy z Unią Europejską.....	10
Anna Witkowska	
Harmonizacja prawna stosunków z UE.....	13
Ваталін К. В.	
Гармонізація освіти України із європейською освітньою системою.....	15
Горячкіна Н. В.	
Правовий аналіз захисту прав туристів в країнах ЄС.....	18
Magdalena Wolska	
The Common Agricultural Policy as an example of harmonization of law in the European Union.....	20

СЕКЦІЯ 1. ПРІОРИТЕТИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ, РЕГІОНУ, ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Бойчук Б. С., Дідусь Ю. В.	
Стратегічні пріоритети та перспективи економічного розвитку регіонів України.....	23
Бондарчук А. О.	
Розвиток фуд-туризму як маркетингового інструменту брендингу території.....	25
Бондарчук А. О., Беляєва В. В.	
Розвиток регіонів – його пріоритет, як інструмент стратегічного управління регіональною економікою.....	28
Калита С. В.	
Пріоритети економічного розвитку Вінницької області в умовах євроінтеграції.....	30
Меллер В. О., Олійник Т.	
Порівняльна характеристика облікових систем Франції та України.....	33

Монинець І. М.	
До питання використання економіко-математичного моделювання в управлінні підприємством.....	36
Павлюк А. І.	
Застосування правил «Інкотермс» при укладанні договорів поставки.....	39
Петренко М. І., д.е.н., Дудник К. І.	
Сучасні методи організації виробництва.....	40
Прицюк Л. А., к.е.н., Іващенко М. О.	
Формування механізму управління прибутком банку.....	43
Прицюк Л. А., к.е.н., Чухрій О. О.	
Механізм ризик-менеджменту банків.....	46
Ридванська К. С.	
Використання сучасних Інтернет-технологій у процесі оформлення та обслуговування депозитного вкладу.....	48
Сич В. Д.	
Стан та перспективи розвитку проектного менеджменту в Україні.....	50
Тарасюк Л. М.	
Перебудова асортиментної політики – крок до конкретного покупця.....	52
Тригуб О. О.	
Стан експорту харчових продуктів на Вінниччині.....	56
Чернілевська О. Г., Козаченко І. В.	
Вплив інформації та інформаційного бізнесу на економічне життя суспільства.....	59
Шмагельська М. О., к.г.н., Гусар Б. С.	
Ефективність роботи транспортної системи (на прикладі залізничного транспорту) як пріоритет економічного розвитку України.....	61
Якимчук К. Д., д.е.н., доцент, Антонюк Ю.	
Напрямки вирішення ресурсно-економічних проблем.....	64
Якимчук К. Д., д.е.н., доцент, Слободянюк А. І.	
Корпоративна соціальна відповідальність.....	67
Якимчук К. Д., д.е.н., доцент, Солдатов М. О.	
Управління промисловою екологією в умовах ринкової економіки.....	69

СЕКЦІЯ 2. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ У СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Білова Д. В.

Шляхи підвищення конкурентоспроможності національних підприємств на світовому ринку..... 73

Дибчук Л. В., к.і.н., доцент, Мельник Д. В.

Private label як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації..... 76

Іванюта П. В., д.н.держ.у., доцент, Дідик О. С.

Вплив соціокультурного середовища на зовнішньоекономічну діяльність підприємства..... 79

Кашпрук Ю. А., к.е.н., Гнатюк Д. О.

Стратегія підприємства в конкурентному середовищі..... 82

Кашпрук Ю. А., к.е.н., Гойман О. С.

Особливості управління системою оновлення продукції на підприємстві..... 84

Кашпрук Ю. А., к.е.н., Єлістратов Д. І.

Управління грошовими потоками в системі менеджменту підприємства..... 87

Клебанівська В. В.

Поняття та проблеми забезпечення конкурентоспроможності України у сучасних міжнародних економічних відносинах..... 90

Колотій С. М., к.е.н., Черногуз В. А.

Оцінка персоналу як необхідний елемент кадрової політики підприємства..... 92

Мартич Д. О.

Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств у сфері управління та адміністрування на світовому ринку..... 95

Мартич Д. О.

Проблеми залучення іноземних інвестицій в економіку України..... 98

Меллер В. О.

Основні підходи класифікації витрат в управлінському обліку... 100

Петренко М. І., д.е.н., Дудник К. І.

Аналіз теоретичних і наукових підходів суті і структури потенціалу підприємства..... 102

Петренко М. І., д.е.н., Дячинський В. В.	
Формування ефективної системи управління підприємства.....	105
Прицюк Л. А., к.е.н., Іващенко М. О.	
Принципи управління фінансовими ресурсами банків.....	108
Ратушняк О. В.	
Роль PR в створенні бренду.....	111
Сич В.Д.	
Застосування підходів проектного менеджменту в управлінні підприємства в сучасних умовах.....	113
Солоїд О. В., к.е.н., Копняк Ю. С.	
Інновації як складова стратегічного управління підприємства....	116
Солоїд О. В., к.е.н., Магдич Д. В.	
Концепція управління конкурентоспроможністю підприємства..	118
Сулима Я. В., Чобанов Б. Н.	
Аналіз в системі фінансового менеджменту банку.....	121
Турчак В. В., к.е.н., Лучик І. В.	
Оптимізація міжнародної контрактної діяльності підприємства..	124
Турчак В. В., к.е.н., Сіденко Т. О.	
Формування експортної стратегії підприємства.....	126

СЕКЦІЯ 3. ГУМАНІТАРНІ НАУКИ: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД

Бабяк Р. О., Закліцький І. А.	
Вплив гуманітарних дисциплін на формування ціннісних орієнтацій молоді.....	130
Брайченко О. Ю., к.і.н.	
Вивчення гастрономічної культури – новий напрямок для української історичної науки.....	131
Вікарчук Д. О., Коломієць М. В.	
Гуманітарні науки як невід’ємна частина в розвитку суспільства.....	133
Вонсевич О. В.	
Роль польської національної меншини у налагодженні відносин Польщі з Вінниччиною в умовах незалежності (90-ті піс. ХХ ст. – післ. ХХІ піс.).....	136
Гаєвська О. П., Тарасенко О. М.	
Соціально-психологічні проблеми професійної самореалізації особистості.....	139

Kowal Zuzia	
Historia: pogląd w społeczesny.....	141
Лисюк О., Підгородецька А.	
Позитивна оцінка в англійському сленгу.....	143
Марчук А. В.	
Софізми як засіб розвитку мислення правознавців.....	146
Овсіюк О. В., к.і.н.	
Час, простір і їжа: вплив проблеми щоденного пошуку їжі на ритми життя киян в роки Другої світової війни.....	148
Післяк О. П.	
Академічна мобільність студентів: виклики та проблеми.....	150
Полек Т. В., к.і.н.	
Життя на межі: маятникова міграція до Києва в історичній динаміці.....	153
Пригалінський В. С.	
Запобігання академічному плагіату у студентських роботах: інтернальний та екстернальний підходи.....	154
Ткаченко М. О.	
Девіантна поведінка молоді.....	157

СЕКЦІЯ 4. ПРАВОВА ГАРМОНІЗАЦІЯ СТОСУНКІВ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ

Бойчук Б. С., Дідусь Ю. В.	
Порівняльна характеристика України та Німеччини в процесі усиновлення.....	160
Гладка Н. М., к.ю.н.	
Правовий прецедент, як складова прецеденту Європейського Суду з прав людини.....	162
Ковальчук О. О.	
Розвиток і становлення соціального забезпечення пенсіонерів у країнах ЄС та України.....	166
Мількевич А. В.	
Вплив розвитку інформаційних технологій на діяльність державної фіскальної служби України.....	169
Яремко М. О.	
Правовий аналіз регулювання реклами в країнах Європи.....	172

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

Ewa Sojda,
Wyższa Szkoła Ekonomii Prawa i Nauk Medycznych
im. Edwarda Lipińskiego w Kielcach

HARMONIZACJA PRAWNA STOSUNKÓW Z UE

Prawo unijne stanowi szczególny przejaw procesu integracji krajów europejskich, poprzez zrastanie się z poszczególnymi krajowymi porządkami prawnymi, którymi częścią się staje. Proces harmonizacji prawa Unii Europejskiej z prawem poszczególnych krajów członkowskich jest procesem o skomplikowanym charakterze. Jest jednak nieunikniony, ponieważ korzystanie z wszystkich korzyści, jakie wynikają z członkostwa w Unii wynika właśnie z dokonania odpowiednio sprawnej i skutecznej implementacji prawa unijnego.

Prawną podstawą, z jakiej wywodzi się obowiązek zaimplementowania prawa Unii Europejskiej jest art. 4 TUE. Przepis zobowiązuje wszystkie kraje członkowskie do szeroko pojmowanego obowiązku współpracy w osiąganiu założonych przez Unię Europejską celów, również poprzez zapewnienie wymogu pełnej efektywności unijnego porządku prawnego. Obowiązki nałożone na każdy z krajów wchodzących w skład Unii Europejskiej, jakie wynikają z przywoływanego artykułu stanowią jedną z podstawowych przesłanek wskazujących na interpretację przepisów prawa krajowego w zgodzie z prawem unijnym również w tych sprawach, które dotyczą nienależytej implementacji dyrektyw i dotyczących również niewystarczających środków, jakie określone państwo członkowskie przewidziało do uzyskania celów określonych przez Unię Europejską. Szczegółowo i bezpośrednio ujęty obowiązek zaimplementowania unijnych dyrektyw zawarto w akapicie 3 art. 288 TFUE. Ostateczna konkretyzacja ogólnego obowiązku implementacji dokonywana jest w treści konkretnych dyrektyw, zobowiązujących do wdrożenia zawartych w niej postanowień do krajowego porządku prawnego poszczególnych państw członkowskich Unii Europejskiej. Obowiązek taki jest wyrażany w końcowych przepisach dyrektyw, w których zawarto tzw. klauzulę wzajemnego powiązania.

Proces implementacji przepisów prawa unijnego do porządku prawnego państwa członkowskiego dokonywany jest poprzez dwie zasady:

- zasadzie efektywności,
- zasadzie asymilacji.

Zgodnie z zasadą efektywności odpowiednie funkcjonowanie Unii uwarunkowane jest odpowiednimi działaniami poszczególnych krajów członkowskich. Oznacza to stosowanie prawa unijnego z odpowiednią efektywnością i rygoryzmem tak, jak przepisy prawa krajowego, co przekłada się na stosowaniu określonych środków prowadzących do tego celu. Z kolei zasada asymilacji wskazuje na konieczność stosowania przez poszczególne państwa członkowskie takich środków i działań implementujących, które mogą zapewnić aktom i roszczeniom opierającym się na unijnym prawie ochronę w równym stopniu korzystną niż analogiczne akty i roszczenia opierającym się na przepisach prawa krajowego.

W przypadku rozporządzeń Unii Europejskiej, można mówić nie tyle o implementacji, ale unifikacji. Art. 288 TFUE wskazuje, że rozporządzenia mają ogólny zasięg, wiążą w całości oraz stosowane jest bezpośrednio w każdym z krajów członkowskich UE. Unifikacja oznacza, że rozporządzenie jest stosowane jako prawo unijne, zaś jego implementacja do prawa krajowego oraz konkretyzacja treści są w zasadzie (istnieją pewne ściśle określone wyjątki) zabiegami niedopuszczalnymi. Rozporządzenie, z uwagi na jego charakter oraz miejsce, jakie zajmuje w systemie prawnym Unii, jest skuteczne bezpośrednio ze skutkiem natychmiastowym, przyznaje również prawa określonym podmiotom. Prawa te są chronione na poziomie sądów krajowych. Ponadto, niedopuszczalne jest uchwalanie jakichkolwiek przepisów prawnych prawa krajowego, które stałyby w sprzeczności z treścią rozporządzeń unijnych oraz z ogólną zasadą nadrzędności prawa UE. Rozporządzenie, moc wiążącą osiąga bezpośrednio po jego publikacji w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej. Nie podlega natomiast obowiązkowi publikowania go w dziennikach krajowych.

BIBLIOGRAFIA

- Galewska E., Implementacja dyrektyw telekomunikacyjnych, Wyd. Wolters Kluwer, Kraków 2007;
- Jurkowska-Zeidler A., Bezpieczeństwo rynku finansowego w świetle prawa Unii Europejskiej, Wyd. Wolters Kluwer, Warszawa 2008;

Mik C., Europejskie prawo wspólnotowe, Wyd. C.H. Beck, Warszawa 2000;

Szwarc-Kuczer M., Wpływ prawa Unii Europejskiej na prawo karne państw członkowskich – wybrane zagadnienia, w: A. Wróbel, Stosowanie prawa Unii Europejskiej przez sądy t. I, Wyd. Wolters Kluwer, Warszawa 2010;

Traktat o Unii Europejskiej, www.eur-lex.europa.eu;

Traktat o Funkcjonowaniu Unii Europejskiej, www.eur-lex.europa.eu;

Sprawa 34/73 Fratelli Variola SpA vs. Amministrazione delle Finanze dello Stato [1973], ECR 981.

**Kowalczyk I. V., grupa OP-171
Winnica spółdzielczy instytut
Kolegium gospodarki i prawa
Naukowy kierownik: Kowal J. A.**

ZALETY I WADY INTEGRACJI UKRAINY Z UNIĄ EUROPEJSKĄ

Strategicznym kierunkiem zewnętrznej polityki Ukrainy jest integracja z Unią Europejską, to pozwoli krajowi zająć "wnękę" w światowym, politycznym, ekonomicznym i kulturalnym obszarze, osiągnąć wysokich socjalnych standardów.

Integracja Ukrainy z UE ma swoje zalety zarówno dla Ukrainy, jak i dla Unii Europejskiej. W handlowo-ekonomicznym zakresie przewag można wydzielić w długoterminowej perspektywie to, że rozszerzona Unia europejska może stać się najbardziej znacznym rynkiem zbytu ukraińskich towarów i źródłem ukraińskiego importu, a także głównym handlowym partnerem; poprawią się warunki dostępu ukraińskich eksporterów na oddzielne towarowe rynki nowych członków UE wskutek przeważającego obniżenia poziomu taryfowej obrony i podwyższenia poziomu konkurencyjnego środowiska. Zaprowadzanie instytutów rynkowej regulacji UE powinno doprowadzić do pewnego skrócenia objętości przemysłowych transakcji i innych form cieniowych operacji, co będzie miało pozytywny wpływ na państwowy budżet Ukrainy. Również, członkostwo w UE otworzy drogę do kolektywnych struktur wspólnego bezpieczeństwa Unii europejskiej, zabezpieczy efektywną koordynację działań z europejskimi państwami w zakresie kontroli eksportu i nieprolifracji broni masowego zniszczenia. Pozwoli

również aktywizować współpracę w walce z zorganizowaną przestępczością, przemytem, nielegalną migracją, narkobiznesem i tym podobne.

Naszym zdaniem, wśród wad integracji Ukrainy z UE w krótkoterminowej perspektywie można wymienić: przejście nowych państw-członków do jedynej celnej taryfy UE i zwiększenia poziomu taryfowej obrony co do szeregu towarów ukraińskiego eksportu; pozbawienie możliwości samodzielnej regulacji swoim handlowym reżimem; możliwa jest również utrata ukraińskiego eksportera tradycyjnych rynków zbytu w nowych krajach członkowskich UE wskutek rozszerzenia zakresu stosowania antydumpingowych środków względem Ukrainy; skrócenie objętości tradycyjnego ukraińskiego eksportu do UE wskutek częściowej zmiany orientacji przepływów handlowych między dzisiejszymi i nowymi członkami UE.

Wskutek przeprowadzonego badania wyznaczyliśmy czynniki, które hamują ruch Ukrainy do Europy, a mianowicie:

Po pierwsze, to jest powolne przeprowadzanie ekonomicznych reform, nieobecność zauważalnych wyników wewnętrznych społeczno-ekonomicznych transformacji. Bez tego wstęp do UE będzie zostawać niedosięglym marzeniem.

Po drugie, alarmującym jest wysoki poziom korupcji i ekonomicznej przestępczości.

Po trzecie, brak konsensusu odnośnie do europejskiego wyboru zarówno wśród ludności, jak i na poziomie państwowych instytucji.

Po czwarte, jawny deficyt doświadczonych specjalistów z eurointegracji, najpierw, wśród politycznej elity i państwowych urzędników Ukrainy.

Również można zamarkować perspektywy dla Ukrainy po wstępie do UE:

Polityczne perspektywy - przewidują stabilność politycznego systemu, postrzegania Ukrainy jak ważnego subiekta politycznych stosunków.

Ekonomiczne perspektywy - przewidują zabezpieczenie rozwoju małego i średniego biznesu, a także wprowadzenie standardów UE w produkcji.

Więc, żeby integrować się z UE, w Ukrainie istotne jest zmienienie procesu realizacji ekonomicznej i finansowej polityki. Trzeba faktycznie zrezygnować z protekcyjnych środków w zakresie eksportowo-importowej operacji, legalizować cieniową gospodarkę, trzymać się

wymogów dotyczących obrony praw człowieka. Czy nie największe przemiany powinny odbyć się na finansowym rynku? Należy zmienić narzędziowy regulacji walutowego rynku i stworzyć warunki dla zlania naszego finansowego rynku ze zglobalizowanym światowym rynkiem. W praktyce to może gruntownie zmienić rynek finansowych usług w kraju a co więcej - bankowy system. Wszystko to wymaga, moim zdaniem, gruntownych naukowych badań.

Głównymi kierunkami integracyjnego procesu dla Ukrainy jest adaptacja ustawodawstwa Ukrainy do ustawodawstwa UE, rozwój handlowych stosunków między Ukrainą i UE, integracja Ukrainy z UE w kontekście ogólnoeuropejskiego bezpieczeństwa, polityczne konsolidowanie i umocnienie demokracji, umocnienia finansowej składowej euro integracyjnego ruchu Ukrainy, adaptacja socjalnej polityki Ukrainy do standardów UE, kulturalnie - oświatowa i naukowo-techniczna integracja, regionalna integracja Ukrainy, branżowa współpraca, współpraca w dziedzinie ochrony.

Więc, ze względu na powyższe stwierdzenie, można wyciągnąć wnioski, że integracja Ukrainy z Unią Europejską jest bardzo ważnym i skomplikowanym procesem, który doprowadzi do rozszerzenia handlowych stosunków, socjalnej i ekonomicznej bazy, poprawy warunków handlu, nadania pewnych preferencji w różnych zakresach. W trakcie integracji z UE, Ukraina otrzyma o wiele więcej ekonomicznych zalet, aniżeli negatywnych skutków, właśnie dlatego na dzień dzisiejszy integracja Ukrainy do światowej gospodarki jest jedną z priorytetowych kierunków rozwoju dla ukraińskiego rządu.

SPIS WYKORZYSTANYCH ŹRÓDEŁ:

1. Арнаут І.П. Дослідження підходів щодо дефініції конкурентоспроможності підприємства // Інноваційна економіка. – 2017. - № 3. – С. 111-114.
2. Європейський Союз і Україна: особливості взаємовідносин на сучасному етапі / НАПрН України, НДІ держ. буд-ва та місц. самоврядування. – Х.: Оберіг, 2016. – Вип 1. – 76 с. – (Серія «Наукові доповіді»).
3. Кордон М. В. Європейська та євроатлантична інтеграція України : навч. посіб. / М. В. Кордон. – 2-ге вид. – К.: Центр учб. л-ри, 2015. – С. 15-16.

HARMONIZACJA PRAWNA STOSUNKÓW Z UE

Nową zasadą prawa wspólnotowego, wprowadzoną przez traktat amsterdamski, jest zasada ściślejszej współpracy. Stanowi ona wyłomdo prawa wspólnotowego, w myśl którego prawo to powinno obowiązywać i być w jednolity sposób stosowane we wszystkich państwach członkowskich. Odejście od tych postulatów nie są niczym nowym, umożliwiono państwom które zamierzają integrować się głębiej niż pozostałe, sformalizowanie takiej współpracy. Traktat amsterdamski sformułował jej ogólne wymogi (art. 43 - 45 TUE), a także bardziej szczegółowe propozycje dotyczące współpracy zacieśnionej w I (art. 11 TWE) i III (art. 40 TUE) filarze. Współpraca taka jest dopuszczalna, jeżeli bierze w niej udział co najmniej 8 państw członkowskich, przy czym pozostałe państwa mogą do niej przystąpić, jeśli wyrażą odpowiedni zamiar. Jest zgodna z celami Unii Europejskiej, realizowana jest z zachowaniem zasady jedności instytucjonalnej Unii, stanowi ultima ratio dla państw w niej uczestniczących, którym nie udało się wprowadzić współpracy w danej dziedzinie w inny sposób. Odbywa się z poszanowaniem *acquis communautaire*. W odniesieniu do I filara stwierdzono, iż współpraca zacieśniona nie może dotyczyć kwestii zastrzeżonych dla wyłącznej kompetencji Wspólnoty ani też naruszać wspólnych polityk, działań i programów. W II filarze rolę współpracy zacieśnionej spełnia instytucja „konstruktywnego wstrzymania się od działania”. Dziś wydaje się nie ulegać wątpliwości, że postanowienia dotyczące ściślejszej współpracy zostały wprowadzone do traktatów założycielskich, aby umożliwić szybszą integrację „starym” państwom członkowskim w tych dziedzinach, w których obecne państwa kandydackie nie będą w stanie podjąć współpracy. Instytucja współpracy zacieśnionej odpowiada z konwencji wiedeńskiej prawa traktatów z 1969 roku instytucji modyfikacji umowy wielostronnej przez niektóre jej strony.

Pewne zasady ogólne prawa wspólnotowego zostały ponadto wprowadzone przez orzecznictwo ETS. Należy do nich przede wszystkim zasada równowagi instytucjonalnej. Struktura organów Wspólnoty Europejskiej - w odróżnieniu od państw członkowskich - nie

jest oparta na charakterystycznej dla współczesnych ustrojów państwowych zasadzie trójpodziału władzy. Składa się na nią kilka zasad szczegółowych: każda instytucja Wspólnoty może działać wyłącznie w granicach kompetencji przyznanych jej przez traktaty założycielskie. Instytucje nie mogą zastępować innych instytucji w działaniu w ramach jej kompetencji. Każda instytucja sama określa własny sposób działania oraz ma obowiązek współdziałania z innymi instytucjami w zakresie realizacji celów i zadań określonych prawem.. Należy ściśle przestrzegać przepisanych prawem procedur, pod sankcją nieważności aktu prawnego.

Ponadnarodowy charakter Wspólnot nie może być kwestionowany w szczególności po wejściu w życie TUE. Państwa przekazały w nim na rzecz tej organizacji część kompetencji suwerennych w takich dziedzinach, jak emisja pieniądza i polityka imigracyjna, tradycyjnie zaliczane do atrybutów suwerenności. Unia zakłada również ścisłą współpracę w zakresie polityki zagranicznej oraz wymiaru sprawiedliwości i spraw wewnętrznych.

W przypadku prawa wspólnotowego chodzi nie tyle o formalne przekazanie kompetencji suwerennych na rzecz organizacji ponadnarodowych, co raczej o przekazanie uprawnień do ich wykonywania. Ograniczenie suwerenności jest więc w istocie rzeczy podobne do ograniczeń związanych z zawarciem każdej umowy międzynarodowej.

Wyjaśnienia wymaga w pierwszym rzędzie określenie wzajemnego stosunku Unii i Wspólnot Europejskich. Nie ulega wątpliwości, czym Unia Europejska nie jest samodzielnym państwem, jest zatem organizacją międzynarodową, nie posiada własnych organów, lecz realizuje swe zadania za pośrednictwem instytucji wspólnotowych. Zadania te zostały sformułowane w art. 2 TUE i obejmują: popieranie trwałego wzrostu gospodarczego, ustanowienie unii gospodarczo-walutowej, a także rozwijanie współpracy w dziedzinie wymiaru sprawiedliwości i spraw wewnętrznych. Na powiązania pomiędzy Unią i Wspólnotami wskazuje również przepis art. 49 TUE. Przewiduje on akcesję nowych państw członkowskich, przy czym przystąpienie do niej jest równoznaczne z członkostwem we Wspólnotach.

Prawo wspólnotowe odróżnia od prawa międzynarodowego to, że organy Wspólnot uzyskały na mocy traktatów założycielskich kompetencję stanowienia prawa, które nie wymaga transformacji, lecz

обов'язує wprost, вимоги формальне wynikające z права pierwotnego. Warunkiem jest przy tym zapewnienie prymatu prawa wspólnotowego przed prawem państw członkowskich.

BIBLIOGRAFIA

K. Wójtowicz, *Zasady stosowania prawa Wspólnot Europejskich w prawie wewnętrznym państw członkowskich*, [w:] J.Kolasa (red.), *Wspólnoty Europejskie. Wybrane problemy prawne*, t. II, Wrocław 1995.

W. Czapliński, R. Ostrihansky, P. Saganek, A. Wyrozumska, *Prawo Wspólnot Europejskich. Orzecznictwo*, Wyd. Scholar, Warszawa 2001.

K. Gawlikowska-Hueckel (red.), *Polska - Unia Europejska. Problemy prawne i ekonomiczne*, wyd. UG, Gdańsk 1998.

Zb. Orz. 1969, s. 1, *Orzecznictwo* 40, oraz 1978, s. 629, *Orzecznictwo*.

Ваталін К. В., група ХТ-161

Коледж економіки і права

Вінницького кооперативного інституту

Науковий керівник: Цигвінцев І. Г., викладач

ГАРМОНІЗАЦІЯ ОСВІТИ УКРАЇНИ ІЗ ЄВРОПЕЙСЬКОЮ ОСВІТНЬОЮ СИСТЕМОЮ

Трансформаційні процеси, що відбуваються у економіці та політиці України знаходять відображення у зміні освітніх підходів. Основними причинами, що викликають необхідність реформи є інфляція дипломів, криза освіти, при якій наявність диплому не гарантує працевлаштування випускнику, а працедавцю кваліфікованого робітника. Та головною причиною автори визначають необхідність входження на Європейський освітній ринок та ринок праці. Саме тому вітчизняна система потребує приведення освітніх стандартів у відповідність із Європейськими нормами освітньої діяльності.

Свого часу Європа також конкурувала із США за випускників: «Європейські дипломи все менше конвертувалися в еквівалентну зарплатню працівника, тоді як університети США все більше переманювали абітурієнтів та професорів до себе, пропонуючи значно кращі умови» [1]. З цією метою було створено проект «TUNING», що дозволив привести освітні стандарти навчальних

зкладів країн-членів Європейського союзу до єдиного, загального для усіх стандарту.

З однієї сторони, гармонізація передбачає певну універсальність та типовість, проте, з іншого боку, проект ТЮНІНГ зберігає автономію начальних закладів. При створенні навчальних програм та освітніх програм до уваги береться думка усіх учасників освітнього процесу:

Студентів: перехід на студоцентричну модель навчання, запровадження курсів за вибором, врахування побажання студентів, використання індивідуальних освітніх траекторій.

Викладачів: автономність викладачів у створенні навчальних програм, вільний вибір засобів, методів і форм викладання, т'юторська модель.

Роботодавців: вперше до участі у розробці освітніх стандартів галузей залучено роботодавців. При дослідженні базових компетентностей думка роботодавців щодо того, які компетентності є вирішальними при підготовці фахівця. Впровадження дуального навчання.

У законодавчому полі з'являються поняття «ЄКТС» та «кредит» [2], що дають змогу конвертувати результати навчання українських студентів у форматі, зрозумілому європейському вишу чи роботодавцю. Разом із тим, гармонізація виявляється також і у зміні підходів до викладання – перехід на компетентнісну модель, яка дозволяє оцінити не лише знання та вміння, а й уявити в цілому рівень освітньої культури студента чи випускника.

Гармонізація освітніх програм вимагає зменшення варіацій типів навчальних програм та освітніх галузей. З цією метою національну рамку кваліфікацій (НРК) частково приведено у відповідність до Європейської рамки кваліфікацій ЄРК та рамки кваліфікацій навчання протягом усього життя (РК- ЄПВО). Проте, варто зазначити, що відсутність досвіду навчання протягом усього життя в українському освітньому просторі дещо сповільнює процес уніфікації.

Вагомим фактором у процесі гармонізації стали перехід на трирівневу систему вищої освіти (короткий, перший, другий та третій цикли) та використання дублінських дескрипторів, що змогли чітко розрізнити вимоги, що мають висуватися до якості підготовки фахівців. У загальному вигляді ці дескриптори представляють наступні компетентності:

1. Знання і розуміння (Knowledge and understanding).
2. Застосування знань і розумінь (Applying knowledge and understanding).
3. Формування суджень (Making judgements).
4. Комунікація (Communication).
5. Уміння навчатися (Learning skills).

Поряд із переходом системи вищої освіти відбувається поступова гармонізація інших рівнів освіти. Так, на рівні загальної середньої освіти здійснено перехід до компетентнісної форми оцінювання, суттєво зменшено використання у ЗНО завдань на відтворення інформації, участь українських школярів у дослідженні PISA. На етапі початкової школи запроваджено реформовану освітню модель «Нова українська школа», підтримано використання експериментальних та новаторських методик навчання.

Таким чином, можемо стверджувати, що поступово відбувається процес гармонізації української системи освіти, приведення її до стандартів та моделей європейського освітнього простору. Разом із тим, європейська модель не є статичною, вона постійно доповнюється та змінюється, а отже, і українська модель не може розглядатися у цьому контексті як єдина правильна та модель на віки. Загальний аналіз процесу гармонізації дозволяє зробити висновок, що загальний вектор змін, що його обрали творці освітньої реформи в Україні є правильним, проте вимагає ще більшого вивчення та більш глибоко розуміння на усіх рівнях освітньої системи: від працівників міністерств до учнів та їх батьків.

Список використаних джерел:

1. Неборська В.В. Система TUNING как образовательный инструмент в контексте наднациональной концепции высшего образования. [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/112PVN315.pdf>.
2. Закон України «Про вищу освіту» [Електронний ресурс] URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

Горячкіна Н. В., група ПР-161
Коледж економіки і права
Вінницького кооперативного інституту
Науковий керівник: Горелова Н. М., викладач

ПРАВОВИЙ АНАЛІЗ ЗАХИСТУ ПРАВ ТУРИСТІВ В КРАЇНАХ ЄС

Туристи відіграють важливу роль у формуванні економіки країн Європейського Союзу, визначають рейтинг найвідвідуваніших країн світу. Сучасний туризм безпосередньо сприяє подоланню бідності населення шляхом створення нових робочих місць. Але водночас не потрібно забувати про їх захист, забезпечення комфортних та безпечних умов перебування.

Норми, які спрямовані на врегулювання прав туристів були прийняті ще в 1990 р. В той час Комітет Європейського Союзу з питань захисту прав споживачів прийняв першу Директиву. Цей нормативно-правовий акт забезпечує захист продажів турів та запланованих маршрутів мандрівникам. Окрім того, була прийнята друга Директива щодо несумлінних умов в договорах, укладених з споживачами. Вище згадані закони поклали початок регулюванню, захисту прав та інтересів туристів саме як споживачів.

Протягом декількох років було прийнято ще ряд Директив, які б, у свою чергу, поклали відповідальність на туроператорів, організаторів турів щодо надання пропонованих послуг та відповідності наданої інформації з реаліями. Також повинні вживатись заходи з повернення сплачених коштів та повернення туристів до своєї країни у зв'язку з дефолтом або банкрутством туристичної компанії.

З розвитком сучасних технологій, постала проблема захисту мандрівників від недобросовісних туристичних компаній та неправдивої інформації про подорож. У зв'язку з цим з 1 липня цього року в ЄС посилюють захист прав туристів, які замовляють подорож у туристичних операторів. Нововведення передбачають застосування до поєднання щонайменше двох видів туристичних послуг, а також індивідуально обраними мандрівником послугами, купленими в одній онлайн або офлайн точці продажу. Ці зміни посилюють захист туристів з боку туристичних організаторів. Зокрема компанії будуть зобов'язані надавати інформацію клієнтам

про те, чи їм пропонується туристичний пакет або договір про поїздку. Ще один із критеріїв закону – це те, що туристичні агентства повинні надавати відомості про самі туристичні послуги, їх вартість та додаткові витрати подорожуючих.

Характеризуючи правову гармонізацію стосунків України з ЄС, можна сказати, що наша держава намагається приймати та змінювати свої закони відповідно до європейського разка. Таким чином, в Україні з урахуванням Директиви Ради ЄС від 13 червня 1990 р. був прийнятий закон «Про туризм» від 15.09.1995 р., який регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території країни, забезпечує комфортне та безпечне перебування мандрівників. Норми ЗУ «Про захист прав споживачів» та «Про міжнародне приватне право» також забезпечують правовий захист туристів під час перебування в Україні.

Отже, для того, щоб успішно проводити діяльність в туристичній галузі, необхідно задовольнити потреби клієнтів та захист прав споживачів. Незважаючи на те, що правовий захист туристів забезпечує значна кількість нормативно-правових актів, деякі з них є недосконалими, породжують спори, розбіжності та вимагають подальшого доопрацювання та узгодження. Однак, на сьогоднішній день існує проблема в тому, що люди бояться звертатись до суду. Вони не вірять в судову систему держав. Якби кожний турист намагався відстоювати свої права та інтереси в судовому порядку, той ситуація була б зовсім іншою. На цій підставі закривали б туристичні компанії, штрафували агентства, які в свою чергу давали б приклад іншим недобросовісним організаторам.

З вище сказаного випливає, що в країнах Європейського Союзу існує потужна база захисту інтересів та прав туристів. Держави, приймаючи відповідні закони, нормативно-правові акти, укази, виражають піклування до подорожуючих, цим самим забезпечуючи комфортне та безпечне перебування на території їх країн. На сьогоднішній день Україна стоїть на шляху до Євроінтеграції. Саме ці умови вимагають від держави довести українське законодавство до європейського зразка. Для України, яка обрала європейський вектор розвитку, реалізація політики в сфері туризму потребує подальшого підвищення захисту прав, свобод, інтересів подорожуючих, удосконалення програм надання

послуг туристичними агенціями та подальшого розвитку рекламних кампаній на міжнародному ринку туристичних послуг.

Список використаних джерел:

1. Ісічко А. Правове регулювання сфери захисту прав споживачів у Європейському Союзі та в Україні (комплексне порівняльно-правове дослідження) / Кол. авт.: Ісічко А., Мінін. О. та ін.; За заг. ред. І. А. Грицяка. – К.: ТОВ «АТЖА-Н», 2005. – 656 с.
2. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2490339-es-posilue-zahist-prav-mandrivnikiv.html>.
3. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 року № 324/95-ВР [Текст] // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 31. – Ст. 241.
4. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. № 435–IV [Текст] // Офіційний вісник України. – 2003. – № 11. – Ст. 461.

**MSc Magdalena Wolska,
Institute of Law Studies
Polish Academy of Sciences**

THE COMMON AGRICULTURAL POLICY AS AN EXAMPLE OF HARMONIZATION OF LAW IN THE EUROPEAN UNION

Harmonization of law is one of the most important part in the shape of modern law systems¹. Growing globalization and developing international transactions, especially between Member States of the European Union, were main cause of harmonization of law, which could be understood as the process of creating common standards across the internal market².

Moreover, harmonization of law has legal grounds in The Treaty On The Functioning Of The European Union - article 288³ contains list of the legal acts of the Union i.e.: regulations, directives, decisions, recommendations and opinions. In this process directives play a key role, because - according to article 288 - a directive shall be binding, as to the result to be achieved, upon each Member State to which it is addressed, but shall leave to the national authorities the choice of form

¹ C. Andersen, M. Andenæs, *Theory and practice of harmonisation*, Northampton 2011, pp. 573.

² <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/33/the-internal-market-general-principles> (access on: 24.10.2018)

³ Official Journal of the European Union, C326/49.

and methods. In other words, Member States are obligated to accomplish particular goals, same for all Member States, but each Member States has to choose its own way to realize goals.

Harmonization of law takes place in many areas and concerns many areas of law but it plays especially important role in the Common Agricultural Policy, which is one of the basic and key policies in the European Union due to its scale and subject of regulation.

In connection with the Common Agricultural Policy, harmonization of law was significant part of European integration, because acts of law bonded with agricultural policy represent the majority of the whole acts of law - it is said that amount of these act reaches 60%⁴. According to legal definition, „the Common Agricultural Policy is a set of laws adopted by the EU to provide a common, unified policy on agriculture”⁵. Furthermore, article 38 of the Treaty On The Functioning Of The European Union said that „The Union shall define and implement a common agriculture and fisheries policy (...) The operation and development of the internal market for agricultural products must be accompanied by the establishment of a common agricultural policy”. Thanks to that Members States of the European Union established the Common Agricultural Policy⁶.

Interestingly, farming sector is the one of the biggest sector in the whole European Union. This sector is also called the agri-food sector and it providing job for 44 milion people who work in the food chain: food processing, food retail and food services. Additionally, in the area of the European Union work about 12 million farmers who are responsible for 48% of the EU’s land. Also 550 milion consumers in the EU live in rural areas. Those numbers show how huge sector it is. As a consequence, the Common Agricultural Policy receives 38% of the European Union budget. It means that the Common Agricultural Policy costs to the average EU citizen about 20 cents a day⁷.

In general, the Common Agricultural Policy could be divided into two main pillars: first pillar and second pillar. First pillar contains direct payments and market measures. The second one refers to rural development. In details first pillar ensures direct payments which are

⁴ A. Jurcewicz, B. Kozłowska, E. Tomkiewicz, *Wspólna polityka rolna. Zagadnienia prawne*, Warszawa 2007, pp. 163.

⁵ <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/cap-introduction/> (access on: 24.10.2018)

⁶ The Common Agricultural Policy was established for the first time in 1962. Thanks to that the Common Agricultural Policy is the longest serving EU policy.

Ibidem.

https://www.consilium.europa.eu/media/33296/1803_cap_part1_thumbnail.jpg

understood as payments granted directly to farmers providing them a „safety net”. It guarantees EU citizens not only high-quality-food but also healthy environment as well as exceptional landscapes. Direct support is focused on (among others): „providing food security for all European citizens, addressing global markets fluctuations and price volatility, maintaining thriving rural areas across the EU, using natural resources in a more sustainable, manner contributing to climate change mitigation”⁸.

However, the second pillar contributes to: developing farms through new technologies and innovations, gaining the competitiveness of the agricultural sector, securing the environment, reducing climate change, developing the vitality of rural communities⁹.

It is worth pointing out that the Common Agricultural Policy does not cover forestry but despite this, it supports those farmers who would like to to reforest part of their farmland.

The basic task of the Common Agricultural Policy was to facilitate trade between the European Union Member States and to develop common standards for food produced in these countries. For this reason, it was necessary to harmonize the law and consolidate the basic principles of the Common Agricultural Policy in the treaty law.

Bibliography

1. Andersen C., Andenæs M., *Theory and practice of harmonisation*, Northampton 2011.
2. https://www.consilium.europa.eu/media/33296/1803_cap_part1_thumbnail.jpg
3. <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/cap-introduction/>
4. <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/33/the-internal-market-general-principles>
5. Jurcewicz A., Kozłowska B., Tomkiewicz E., *Wspólna polityka rolna. Zagadnienia prawne*, Warszawa 2007.
6. The Treaty On The Functioning Of The European Union, Official Journal of the European Union, C326/49.

⁸ <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/cap-introduction/> (access on: 24.10.2018)

⁹ Ibidem.

СЕКЦІЯ 1. ПРІОРИТЕТИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ, РЕГІОНУ, ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

**Бойчук Б. С., Дідусь Ю. В., група ПР-162
Вінницький кооперативний інститут
Науковий керівник: Черненко Н. С., ст. викладач**

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Розвиток та ефективність функціонування економіки держави неможливі без стабільного розвитку її регіонів. Питання стратегічного планування економічного та соціального розвитку регіонів останнім часом стає все більш актуальним. Особливої уваги воно набуває з огляду на перспективи інтеграції України до Європейського союзу, де діє загальна для усіх країн-учасників схема опрацювання національних та регіональних стратегій.

У контексті європейського вибору, відданості України загальнолюдським цінностям, ідеалам свободи та гарантованої демократії стратегічними пріоритетами було визнано: стабілізація економіки та її прискорене зростання; зміцнення інтелектуального потенціалу нації та науково-технологічних інновацій; здійснення активної аграрної політики; глибока перебудова соціальної сфери [1].

Оскільки Україна йде шляхом закордонного досвіду децентралізації управління, то, відповідно, і в економічному та соціальному розвитку все більше уваги приділяється саме ролі регіонів.

Характерною ознакою останніх років є нерівномірність економічного потенціалу регіонів. Існуючі регіональні диспропорції соціально-економічного розвитку вимагають детального вивчення територіальних особливостей країни та аналізу рівня розвитку регіонів.

Україна має потужний економічний потенціал, величезні можливості для стабілізації і пожвавлення господарської діяльності, але суттєвих позитивних зрушень в соціально-економічному розвитку регіонів не відбувається. Це є наслідком загальної економічної кризи в країні.

Необхідність дослідження соціально-економічного розвитку регіонів викликана ще й тим, що існує низка проблем регіонального соціально-економічного розвитку, які виникають між продуктивними силами і застарілими формами організації економічного життя, виробництвом і споживанням, між рівнями розвитку регіонів. Все це потребує перебудови, удосконалення господарського комплексу кожного регіону за умов соціальної та економічної спрямованості розвитку регіону, вимагає чітко означених, науково обґрунтованих соціально-економічних пріоритетів з урахуванням перспективного розвитку. Тому, саме стратегічне планування на регіональному рівні мало орієнтуватися на створення умов для підвищення конкурентоспроможності регіонів як основи їх динамічного розвитку та усунення значних міжрегіональних диспропорцій [3].

Таким чином, розробці стратегії соціально-економічного розвитку регіону передують стратегічне планування. Беручи до уваги суттєву диференціацію регіонів України, для кожного з них має бути розроблений власний стратегічний план та стратегія.

Також важливим моментом розробки стратегії має бути нормативно-правове забезпечення стратегічного планування соціально-економічного розвитку, основу якого становлять Конституція України, Закони України: «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про стимулювання розвитку регіонів», «Про Державну програму економічного та соціального розвитку України» та ін.

Слід відмітити, що в Україні процеси стратегічного планування розвитку регіонів відбуваються повільними темпами, крім того має місце проблема низької ефективності реалізації програм їх соціально-економічного розвитку. Тому важливим завданням є прискорення та активізація процесів стратегічного планування соціально-економічного розвитку регіонів в Україні, а для цього потрібне чітке розуміння та урахування пріоритетів регіонального розвитку[3].

Серед пріоритетів соціально-економічного розвитку регіонів можна виділити: подолання кризових явищ у соціально-економічній сфері, прискорення темпів економічного відновлення, заснованого на активізації інноваційно-інвестиційних процесів, що, у свою чергу, сприятиме підвищенню національної та міжнародної конкурентоспроможності регіону, підвищення соціальних

стандартів життя, забезпечення розвитку людського потенціалу.

Для вирішення поставлених завдань необхідна відповідна Стратегія соціально-економічного розвитку регіону, механізм розробки та реалізації якої передбачає стратегічне планування, ефективність якого забезпечується такими складовими, як інформаційне, організаційне та інституційне, нормативно-правове, науково-методичне забезпечення.

Список використаних джерел:

1. Губані Г. Г. Прогнозування регіонального розвитку: аналіз проблем та підходи до їх вирішення / Г. Г. Губані, І. Ю. Ходикіна, Л. М. Кравчук / Сталий розвиток економіки. – 2011. – № 1. – С. 30-94.
2. Данилишин Б. М. Соціально-економічні проблеми розвитку регіонів: методологія і практика / Б. М. Данилишин, Л. Г. Чернюк, М. І. Фащевський – Черкаси: ЧДТУ, 2006. – 315 с.
3. Дикий О. В. Основні пріоритети та механізм стратегічного планування соціально-економічного розвитку регіонів / Ефективна економіка. – 2011. – № 11. – С. 41-48.

**Бондарчук А. О., група Мбп-171
Вінницький кооперативний інститут
Науковий керівник: Пітик О. В., к.е.н.**

РОЗВИТОК ФУД-ТУРИЗМУ ЯК МАРКЕТИНГОВОГО ІНСТРУМЕНТУ БРЕНДИНГУ ТЕРИТОРІЇ

Брендинг території останнім часом займає вагоме місце в політичній та економічній політиці держави і його регіонів. Очевидно, що успіх території залежить не тільки від економіко-географічного розташування, а ще й від таких факторів, як наявність і виконання стратегії регіону, самоідентифікація жителів і інше, – в цілому все те, що впливає на розвиток території побічно і в комплексі створює синергетичний ефект. Кожна приймаюча туриста країна, прагне створити в достатній кількості доступний, різноманітний, оригінальний сувенірний продукт, який би залишав приємний спогад про туристичну локацію. Для цього державою використовуються внутрішні матеріальні ресурси, людський потенціал та застосовуються сучасні маркетингові підходи до просування сувенірної продукції, здатні задовольнити потреби

найвибагливішого мандрівника незалежно від соціального стану та вікової категорії [1].

Територію або регіон з точки зору маркетингу можна розглядати як товар, який має свої атрибути і його просування піддається стандартному набору маркетингових інструментів. Часто бренд території вже має ряд атрибутів, що склалися історично і піддаються впливу найближчих територій і внутрішніх соціально-політичних процесів. Тому в основі брендингу території лежить ідея донесення широкому загалу уявлення про її унікальність. Формування інвестиційної привабливості території призведе до посилення конкурентоспроможності продукції місцевих виробників на національному та міжнародному ринках, зростання кількості робочих місць, висвітлення іміджу регіону в ЗМІ та в кінцевому підсумку поліпшення якості життя населення.

Останнім часом одним з популярних модних атрибутів територій є національна кухня. Відоме кулінарне минуле мають такі країни, як Франція, Італія, але інтерес туристів розвивається до кулінарних традицій всіх країн світу.

Фуд-туризм пов'язаний з ознайомленням із виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу. Якщо турист вирушає у гастрономічний тур, то він може відвідати ресторани національної кухні; взяти участь у кулінарних фестивалях; ознайомитися з історією та рецептурою національної кухні відповідно до сезонів; взяти участь у приготуванні національних страв.

Фестивалі їжі, що проводяться у різних країнах світу, збирають тисячі туристів, що бажають спробувати гастрономічні вишуканості та дізнатись таємниці їх приготування. Це відомі фестивалі лобстерів (США), устриць (Ірландія), пива (Німеччина), трюфелів (Італія). В Україні теж відомі ряд гастрономічних фестивалів, які з задоволенням відвідують як місцеві жителі, так і туристи: фестиваль чорниць «Верховинська яфіна», «Сливовий леквар», черешні, голубців (Закарпатська обл.), «Борщів» (м. Борщів), дерунів (м. Коростень), молодого вина «Закарпатське Божоле» (м. Ужгород), «Варишська палачінта» (м. Мукачево) тощо. Гастрономічні фестивалі можуть бути складовою маркетингової програми окремого регіону, тому учасники не завжди несуть значні фінансові витрати.

У гастрономічні тури зазвичай вирушають туристи, яким набрид звичайний туризм; які хочуть внести різноманітність у свій раціон; гурмани; чия робота пов'язана з приготуванням та вживанням їжі; представники туристичних компаній, зацікавлені в організації власних гастротурів [2].

Останнім часом змінилася тенденція сприйняття сувенірної продукції. Споживачі надають перевагу «корисним» сувенірами (годинник з логотипом, текстильна продукція, різні смаколики), а не тим, які будуть лише стояти на полиці. До сучасних трендів відносяться їстівні сувеніри, які часто не сприймаються споживачами в першу чергу як їжа, а як спогад про подорож, мальовничі краєвиди, культурні цінності іздатні подовжувати емоційні хвилювання, отримані під час мандрівки.

Така сувенірна продукція є атрибутом бренду країни та елементом привабливості її регіонів. В Україні це Немирівська горілка, бринза і гриби з Карпат, пиво з Бердичева, «Київський торт», шоколадні смаколики та кава зі Львова; в Росії – Вологодське масло, Архангельський мармелад с водоростями, Муромський калач, Тульський пряник; в Італії – паста та вино; у Франції – солоні карамельки; у Турції – в'ялені оливки і пахвала; Австрії – гарбузова олія та бальзами на гірських травах. Сувенірна продукція несе в собі дух місця, звідки вона була привезена. Туристи купують сувеніри, щоб знову пережити емоції, пов'язані з їх подорожжю або для того, щоб передати близьким, друзям та знайомим частинку своєї радості.

В сучасних умовах значної інформаційної насиченості суспільного життя, глобалізації економічних відносин, позитивний, продуманий і добре представлений бренд регіону може стати суттєвим фактором підвищення його конкурентоспроможності і забезпечення економічного та соціального зростання.

Список використаних джерел:

1. Гаврилюк А. М. Сувенірний брендинг в Україні як маркетинговий інструмент етнотуристичної промоції території / А. М. Гаврилюк, К. О. Данник / Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2015. – № 4. – С. 78-79.
2. Корнілова В. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму – [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/37.pdf.

3. Пирча Ю. 30 фестивалів в Україні, про які не знають 98% людей. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <https://openmind.com.ua/2014/03/05/30-festivals/>.

**Бондарчук А. О., Беляєва В. В., група М(бп)-171
Вінницький кооперативний інститут
Науковий керівник: Кушнір О. Ю., викладач**

РОЗВИТОК РЕГІОНІВ – ЙОГО ПРІОРИТЕТ, ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ

Сьогодення регіонального буття передбачає необхідність розширення прав регіонів та громад у соціально-економічній сфері та їх відповідного матеріально-фінансового забезпечення, що передбачає створення нового формату відносин «центр – регіон – громада» як у короткостроковому, так і у довгостроковому періодах. У зв'язку з цим набуває актуальності необхідність зміни інституційних форм регіонального розвитку, які втілені у регіональних стратегіях.

Питаннями стратегічного планування розвитку регіонів і зокрема, формулювання пріоритетів, займаються окремі науковці як в Україні, так і за кордоном. Д. А. Ісаченко вважає, що з метою подальшого збалансування соціально-економічного розвитку регіонів в Україні необхідно, щоб стратегії розвитку регіонів відповідали не тільки основним напрямам розвитку держави, але й світовим принципам сталого ринку [1]. Стратегії обмежені розглядом та реалізацією двох типів розвитку: сценарним та інноваційним. Інноваційні сценарії орієнтовані на активніше впровадження науково-технічних досягнень та розвиток інноваційної інфраструктури. Автор даної статті разом із колегами також висловлюють доцільність застосування інноваційних підходів до розробки пріоритетів стратегій регіонального розвитку і формування таких стратегій [2].

Слід відмітити роботи А. Швецова [3, с.31-32], який зазначає, що серйозним недоліком сучасної практики стратегічного планування на регіональному рівні є домінування галузевого підходу і недооцінка просторової структури економіки і соціальної сфери.

На необхідності розробки стратегій наполягають і М. Сумпор та І. Докіч – на їхню думку, оцінити, наскільки успішно була реалізована стратегія, можна за допомогою показників ефективності [4]. Незважаючи на наявність низки досліджень щодо формування і використання регіональних стратегій, залишаються невирішеними питання розробки методологічних основ для формування стратегій регіонального розвитку, їх пріоритетів та ефективності імплементації стратегій.

У листопаді 2013 р. було ухвалено Державну стратегію регіонального розвитку на період до 2020 р.[5] (ДСРР – 2020). Дана стратегія актуалізує необхідність модернізації регіональних стратегій за рахунок застосування нових підходів до формулювання стратегічних пріоритетів регіонального розвитку.

На сьогодні у регіональних стратегіях відсутня логічна схема змісту і суті регіонального пріоритету, що не створює додаткові стимули розвитку регіонів.

Формулюванню пріоритетів передують визначення проблем даного регіону у сфері соціально-економічного розвитку. Кожен регіон має власні особливості розвитку, проблеми і ресурсні спроможності для їх виконання. Відповідно мають і різнитися пріоритети розвитку. Зокрема, для праценадлишкових регіонів західної України нагальним є створення економічно ефективних робочих місць для повернення працівників з-за кордону. Для промислових регіонів східної України актуальними є завдання реструктуризації підприємств, оновлення виробничої бази, модернізації переробних галузей.

Пріоритет будується на двох явищах: його проблемність і його значимість. Наприклад, світова продовольча криза створює можливості для розширення виробництва продовольчих товарів і ринку їх збуту; питання досягнення енергоефективності виробництва актуалізують необхідність розробки і експлуатації альтернативних джерел енергії і т.п.

Інша проблема – неузгодженість пріоритетів регіонального розвитку із пріоритетами, визначеними у ДСРР. Важливість такого узгодження обумовлена необхідністю формування єдиного поля дії центральних та місцевих органів виконавчої влади і органів місцевого самоврядування.

Наступна проблема регіональних пріоритетів розвитку – це їх недостатній зв'язок із пріоритетами розвитку сусідніх регіонів, що є

особливо важливим у контексті активізації міжрегіонального та транскордонного співробітництва.

Реалізація пріоритету відбуватиметься за рахунок інтенсивного і випереджаючого розвитку певного виду діяльності, стабільний розвиток якої має створити стимулюючий ефект для розвитку інших супутніх галузей та всього господарського комплексу.

Реалізація пріоритетів має привести до наступних наслідків: зростання показників соціально-економічного розвитку, підвищення якості життя населення, посилення інноваційної спрямованості розвитку галузей.

Список використаних джерел:

1. Ісаченко Д. А. Практика стратегічного планування розвитку регіонів / Д. А. Ісаченко // Регіональна економіка. – 2009. – № 4. – С.24-32.
2. Шевченко О. В. Стратегічне планування регіонального розвитку: відповідність критеріям інноваційності /О. В. Шевченко // Вісник Донецького національного університету. [Серія В. Економіка і право]. – 2011. – Спецвипуск. Т .2. – С.362-366.
3. Швецов А. Систематизация инструментов перспективного планирования территориального развития: настоящая необходимость и конкретные предложения (окончание) / А. Швецов // Вопросы экономики. – 2009. – № 5. – С.12-47.
4. Sumpor M. Are there any improvements in governance after a decade of regional strategic planning in Croatia? [Електронний ресурс] / М. Sumpor, I. Dokic// Challenges of Europe. In Quest for New Competitiveness: Conference proceedings of the Tenth InternationalConference. – Split, Croatia, 2013. – 8-10 May.
5. Цілі державної регіональної політики до 2020 року / Матеріали до засідання Міжвідомчої координаційної комісії з питань регіонального розвитку 26 липня 2013 р.

**Калита С. В., група Ф-171
Коледж економіки і права
Вінницького кооперативного інституту
Науковий керівник: Коваль Ю. А., викладач**

ПРІОРИТЕТИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Стратегічне планування розвитку регіонів є важливим інструментом державного регулювання, що допомагає підтримувати необхідні економічні пропорції, забезпечує узгоджене цілеспрямоване функціонування всіх ланок господарської системи суспільства. Для економіки Вінницької області стратегічне планування особливо актуальне, тому що дозволяє передбачати процеси розвитку і приватизації, демонополізації, становлення різних форм власності, наслідки технічного оновлення виробництва тощо.

Вінниччина є однією із всебічно розвинених аграрно-промислових та культурно-історичних регіонів України. В області відбувається щорічне зростання обсягів промислового виробництва.

У результаті проведеного дослідження, нами визначено пріоритетні напрями розвитку економіки області («точки росту»). «Точкою зростання» для регіону є такий вид діяльності або сектор економіки або конкретний проект, розвиток якого забезпечує розвиток соціально-економічної системи регіону в цілому. Необхідно розглядати різні типи або «простори» зростання: зростання сировинного потенціалу; технологічне зростання; соціальний розвиток і зростання людського потенціалу, розвиток виробничого потенціалу, розвиток соціальної і виробничої інфраструктури, збільшення капіталізації регіональних активів. Зростання може здійснюватися на основі різних факторів або конкурентних переваг: на основі вдосконалення технології (зростання технологічного потенціалу), шляхом підвищення ресурсного потенціалу, на основі підвищення ефективності управління та інформаційного забезпечення, за рахунок підвищення якості людського потенціалу, транспортної інфраструктури тощо.

Таким чином, «точки росту» характеризуються: своєю «галузевою» приналежністю до певного виду діяльності, аспектом потенціалу, на основі якого здійснюється ріст і, нарешті, способом, яким здійснюється розвиток точки зростання.

У сучасному світі економічний комплекс Вінницької області є частиною світової економіки і не може успішно розвиватися без діючої інтеграції в міжнародну економічну систему. Зовнішньоекономічна діяльність виступає як важливий фактор сприяння соціально-економічному розвитку регіону.

Зовнішньоекономічні зв'язки грають особливо важливу роль в економіці Вінниччини, отримуючи специфіку, обумовлену, з одного боку, сучасним етапом розвитку національної економіки, її реформуванням і становленням ринкових відносин, а з іншого боку – особливостями включення Вінницької області в світове співробітництво.

Основним джерелом валютних надходжень, поповнення обігових коштів підприємств та доходів бюджету є зовнішня торгівля. В останні роки торговельно–економічні відносини між Вінниччиною та країнами ЄС суттєво поглибилися. Країни Європейської Співдружності продовжують активну співпрацю із суб'єктами господарювання області за схемою «імпорт давальницької сировини – експорт готової продукції, що виготовлена з неї». Так, в операціях з давальницькою сировиною у 2017 році брали участь резиденти із 21 країни ЄС. За цей період з країн ЄС надійшло давальницької сировини на 26,7 млн. дол. США. Найбільшими її постачальниками стали Італія, Іспанія, Німеччина та Румунія. Обсяги експорту готової продукції, виготовленої з давальницької сировини, склали 31,5 млн. дол. США, що складає 7,0% від загального експорту товарів до ЄС. Її споживачами стали суб'єкти господарювання із 11 країн ЄС: Австрії, Бельгії, Великої Британії, Латвії, Литви, Нідерландів, Німеччини, Польщі, Румунії, Угорщини, Франції. Найбільше купують готові вироби Німеччина (60,0%) та Румунія (26,9%).

Таким чином, світові ринки, зокрема ринки країн ЄС є досить привабливими для обласних підприємств не лише з точки зору обсягу платоспроможного попиту, але й з точки зору стимулів вдосконалення матеріально-технічної, виробничої бази, підвищення конкурентоздатності продукції через дотримання високих європейських стандартів щодо якості продукції. Для Вінницької області характерними є тенденції зростання експорту, скорочення імпорту товарів та послуг, позитивне сальдо зовнішньоторговельного обороту. За останні роки в загальній структурі імпорту та експорту понад 90% (у 2017 році – 94,2%) займають товари, а решту – послуги.

Отже, для Вінниччини європейська інтеграція – це шлях модернізації економіки, подолання технологічної відсталості, залучення іноземних інвестицій і новітніх технологій, створення нових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності

регіонального товаровиробника, вихід на світові ринки, насамперед на ринок ЄС.

Список використаних джерел:

1. Папп В. В. Структурна трансформація економіки України у контексті євроінтеграційних процесів. / В. В. Папп // Регіональна економіка. – 2016 – № 1 – С. 23-30.
2. Смирнова К. Європейська інтеграція та Україна: актуальні питання // Право України. – 2011 - № 5 – С. 148-152.

**Меллер В., Олійник Т., група ОП (б)-171
Вінницький кооперативний інститут
Науковий керівник: Пиріжок С. Є., к.е.н., доцент**

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЛІКОВИХ СИСТЕМ ФРАНЦІЇ ТА УКРАЇНИ

Облік в кожній країні має особливості і специфіку, яка визначається історичними традиціями та рівнем економічного розвитку кожної країни [2].

Облік повинен виконувати дві функції: порівняльну та прагматичну. Безперечним є висновок Нобелівського лауреата з менеджменту Пітера Друкера, що у сучасній інформаційній епосі розвитку економіки радикальніше всього змінюватиметься найбільш традиційна із інформаційних систем – бухгалтерський облік. Останнє і є домінуючим чинником розвитку розвинутих країн [3].

Уніфікація правил ведення бухгалтерського обліку є передумовою злагодженої роботи інформаційних систем бізнес-структур, а також повного, достовірного та запитуваного представлення фінансової інформації про господарську діяльність для всіх заінтересованих осіб [4].

Стратегія розвитку України на шляху до членства в ЄС передбачає гармонізацію законодавства країни із законодавством європейського Союзу.

Однією з найефективніших систем національних рахунків визнаною у світі є система Франції. Ефективно налагоджений взаємозв'язок між системою бухгалтерського обліку, і зокрема порядком складання бухгалтерської звітності є основною перевагою французької бухгалтерської системи.

Вивчення досвіду облікової системи Франції та складання звітності є дуже важливим питанням.

Франція являється членом Європейського Союзу. Тому система нормативного регулювання обліку та звітності формується на двох рівнях – загальноєвропейському (директиви, постанови ЄС) і національному (закони, декрети, ухвали, інструкції та ін.).

Для країни характерна повна залежність системи бухгалтерського обліку від законодавства в галузях конституційного, громадського, адміністративного, фінансового, сімейного, сільськогосподарського, підприємницького та податкового права. Система бухгалтерського обліку на підприємствах Франції спирається на Торговий (Комерційний кодекс), Закон про торгіві суспільства, Закон о кооперації, Закон о національних компаніях, Податкове законодавство та інші законодавчі акти.

У Франції система бухгалтерського обліку сформувалась під впливом підрозділу бухгалтерської звітності на два види: індивідуальну та консолідовану.

Що стосується стандартів бухгалтерського обліку, то вони включені в Загальний план рахунків. План рахунків Франції має ряд переваг. Однією з яких є можливість використання скороченого, стандартного та розширеного варіанту плану, які адаптовані до інформаційних потреб малих, середніх та великих підприємств, фірм, компаній при формуванні бухгалтерської звітності, як це і передбачено 4-ю Директивою ЄС.

Автором в таблиці представлена Порівняльна характеристика облікових систем Франції та України (Таблиця 1).

Таким чином, порівняльний аналіз методології і організації бухгалтерського обліку і звітності України та Франції дозволяє зробити висновок про необхідність впровадження у вітчизняну практику досвіду французької системи бухгалтерського обліку, яка є однією з найефективніших систем. Україна сподівається на подальшу співпрацю, інвестиційну підтримку, встановлення ділових контактів, розвиток взаємовигідних пропозицій та збільшення довіри між країнами, створення спільних підприємств з урахуванням національних систем за міжнародними стандартами фінансової звітності.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика облікових систем Франції та України

1. Нормативно-правове регулювання обліку та складання звітності			
У К Р А І Н А	<p>1. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 12.05.2011р. №3332-УІ</p> <p>2. МСФЗ.</p> <p>3. ПСБО.</p> <p>4. Податковий кодекс.</p> <p>5. Інструкції щодо ведення окремих ділянок обліку</p>	<p>Комерційний (торговий) кодекс:</p> <p>1. Законодавча частина:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Закон про бухгалтерський облік; Декрет про застосування цього закону та інші закони. <p>2. Регламентна частина.</p>	Ф Р А Н Ц І Я
2. Основні принципи організації та ведення бухгалтерського обліку			
	<ul style="list-style-type: none"> - повне висвітлення; - автономність; - послідовність; - безперервність; - нарахування; - превалювання сутності над формою; - єдиний грошовий вимірник; - інші принципи, визначені МСФЗ або національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку. 	<p>1. Традиційні:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обачність; - вірне та точне використання бухгалтерських правил; - оцінка по первісній вартості. <p>2. Під впливом Директив ЄС:</p> <ul style="list-style-type: none"> - концепція достовірного та об'єктивного представлення; - безперервність діяльності; - єдність; - послідовність; - метод нарахування та інші; <p>3. Міжнародні.</p>	
3. План рахунків			
	<p>1. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій.</p> <p>2. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій суб'єктів малого підприємництва.</p> <p>3. План рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі.</p> <p>4. План рахунків бухгалтерського обліку банків України</p>	<p>Загальний план рахунків бухгалтерського обліку (1982 рік) – відповідає вимогам 4-ї Директиви ЄС.</p>	
4. Звітність			
	<ul style="list-style-type: none"> - Баланс (Звіт про фінансовий стан); - Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід); - Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом або непрямим методом); - Звіт про власний капітал; - Примітки до фінансової звітності. <p>Податкова звітність:</p> <p>1. Декларація ЄСВ.</p> <p>2. Декларація ПДВ.</p> <p>3. Декларація акцизного податку.</p>	<p>1. Індивідуальна (на базі індивідуальних рахунків бухгалтерського обліку):</p> <p>а) спрощений варіант представлення (для малих підприємств):</p> <ul style="list-style-type: none"> - баланс; - звіт про прибутки і збитки; - примітки до річного звіту. <p>б) основний (для середніх підприємств):</p> <ul style="list-style-type: none"> - баланс; - звіт про результати діяльності; 	

		<ul style="list-style-type: none"> - примітки до річного звіту. - пакет документів, що містять інформацію про результати використання прибутку або отримані збитки, діяльність за останні 5 років, портфелі цінних паперів. в) розширений (включає всі форми основного варіанту, а також дані про здатність підприємства до розвитку і зміни його фінансового стану протягом ряду років. 2. Консолідована (на базі МСФЗ): - баланс; - звіт про прибутки і збитки; - звіт про рух грошових коштів; - пояснювальна записка до консолідованої звітності 	
--	--	--	--

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 15.10.2017 р. № 2164-VIII.
2. Бутинець Ф. Ф. Світовий бізнес. Навч. посіб. / за ред. проф. Ф. Ф. Бутиця. – Ж.: ПП «Рута», 2004. – 498 с.
3. Друкер П. Ф. Энциклопедия менеджмента / П. Ф. Друкер: пер. с англ. – М.: СПб.: К.: Вильямс, 2004. – 421 с.
4. Мельник Е. Г. Зміни в нормативному регулюванні бухгалтерського обліку в Україні: напрями та наслідки / Е. Г. Мельник, С. Є. Пиріжок. – Житомир: 2017. – С. 245-247

Монинець І. М., група Фб-181
Вінницький кооперативний інститут
Науковий керівник: Крутоус Т. П., к.п.н., доцент

ДО ПИТАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Прийняття управлінських рішень передбачає формування певного уявлення про систему управління і процесів, що в ній відбуваються. Основним інструментальним та ефективним методом такого формування є метод моделювання – спосіб теоретичних і

практичних дій, спрямованих на створення й використання образу реального об'єкта (моделі), що відображає основні властивості об'єкта і заміщує його в ході дослідження. Проте завжди слід пам'ятати, що модель – лише спрощене відображення реальних подій, обставин та управлінських ситуацій, які складаються в системі [1, с. 36]. Управління діяльністю підприємств – це процес управління формуванням, розподілом і використанням їх фінансових ресурсів та оптимізації обороту грошових коштів. Основною метою управління діяльністю на підприємствах є забезпечення їх фінансової стійкості і прибутковості, а відтак і максимізації добробуту власників у поточному і перспективному періоді [2, с. 259]. Для реалізації поставленого завдання використовують безліч методів економіко-математичного моделювання.

В управлінні підприємством використовують різні типи економіко-математичних моделей. Побудова економіко-математичних моделей або її складових фактично не можлива без розробки допоміжних моделей. Найбільш важливими моделями, що використовуються під час дослідження економічних процесів, управління діяльністю на підприємствах, є математичні. При складанні математичної моделі конкретної економічної задачі, треба виділити сталі та змінні величини, які характеризують дану задачу, а далі у вигляді рівнянь та нерівностей записати всі обмеження та співвідношення, що притаманні даній задачі. Важливим етапом під час побудови математичної моделі є введення цільової функції, яку досліджуватимемо на екстремум. Якщо за змістом задачі деякі змінні повинні бути невід'ємними або цілими, то і це потрібно відобразити в математичній моделі.

Побудуємо математичну модель конкретної економічної задачі: підприємство випускає продукцію двох типів. Кожний з цих виробів вимагає певного часу на виготовлення та збірку. Кожний виріб першого типу потребує 5 годин на виготовлення і 2 години на збірку. Кожний виріб другого типу вимагає 3 години на виготовлення та 4 години на збірку. Протягом робочого тижня підприємство має 126 годин на виготовлення та 80 годин на збірку виробів. Підприємство може продати всі виготовленні вироби, причому один виріб першого типу дає прибуток 200грн, а виріб другого типу – у 150 грн. Потрібно визначити, яку кількість

виробів кожного типу протягом тижня повинно виготовити підприємство, щоб отримати максимальний прибуток.

При побудові моделі даної задачі введемо дві змінні x_1, x_2 , де x_1 – кількість одиниць виробів першого типу, а x_2 – кількість одиниць виробів другого типу. Як систему обмежень візьмемо обмеження за часом виготовлення та за часом складання виробів:

$$\begin{cases} 5x_1 + 3x_2 \leq 126, \\ 2x_1 + 4x_2 \leq 80, \\ x_1 \geq 0, x_2 \geq 0 \end{cases}$$

Цільова функція $f = 200x_1 + 150x_2 \rightarrow \max$.

Всі обмеження і цільова функція є лінійними, то отримали задачу лінійного програмування. Задача лінійного програмування полягає у відшуванні на множині допустимих планів такого плану, який реалізував би максимум цільової функції.

Один з основних методів розв'язування задач лінійного програмування – це графічний або градієнтний. Алгоритм графічного методу розв'язання задач лінійного програмування доцільно реалізувати за допомогою комп'ютерних інформаційних технологій. Комп'ютерна модель є важливим компонентом у економіко-математичному моделюванні. Комп'ютерною моделлю може бути спеціально створене програмне забезпечення або створення її за допомогою програми Microsoft Excel (найпростіша комп'ютерна модель). Розв'язувати задачі лінійного програмування можливо за допомогою математичного пакету MATLAB, спеціалізованих он-лайн сайтів: <https://iglin.org/online.html>, <http://math-ua.semestr.ru/lp/index.php>, <http://math-ua.semestr.ru>.

Таким чином, використання економіко-математичного моделювання в управлінні підприємством, під час дослідження економічних процесів, сприяє аналізу, прогнозуванню тієї чи іншої ситуації; забезпечує розвиток ситуації для ефективного досягнення мети; підвищує точність обчислень; дає змогу знаходити оптимальний варіант управлінського рішення.

Список використаних джерел:

1. Петруня Є. Ю. Прийняття управлінських рішень: навчальний посібник / за ред. Ю. Є. Петруні. – 2-ге вид. // К.: Центр учбової літератури. – 2011. – 216 с.
2. Бідник Н. Б. Використання математичних методів і моделей в економіці, фінансах / Н. Б. Бідник // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – № 18.6. – С. 258-262.

Павлюк А. І., група ПР-181
Коледж економіки та права
Вінницького кооперативного інституту
Науковий керівник: Павлюк В. А., к.філол.н., доцент

ЗАСТОСУВАННЯ ПРАВИЛ «ІНКОТЕРМС» ПРИ УКЛАДАННІ ДОГОВОРІВ ПОСТАВКИ

При укладанні зовнішньоекономічних господарських договорів сторонам (покупцю та продавцю) слід керуватись не лише законами, які існують всередині державі, а і правилами, визнаними на міжнародному рівні як урядовими організаціями, так і комерсантами по всьому світі. Одними з таких правил є «ІНКОТЕРМС 2010» (Incoterms 2010) як найбільш застосовувані в міжнародній торгівлі [1, С. 36].

«ІНКОТЕРМС 2010» визначає права та обов'язки сторін договору щодо поставки товару і регламентує ризики його втрати чи пошкодження, а також порядок розподілу витрат, пов'язаних з товаром [2]. Натомість, окрім вищезгаданого, «ІНКОТЕРМС» регулює також пов'язані з цим обов'язки, зокрема при сповіщенні, поданні документів, забезпеченні страхування, належній упаковці товару, виконання митних формальностей, необхідних для вивезення і ввезення [3, С. 109].

Наявність істотних відмінностей у змісті й трактуванні договорів, а також торгових знаків, що існують в правових системах різних країн було однією з основних проблем регулювання міжнародної торгівлі. Для вирішення цієї проблеми в 1936 р. були розроблені Міжнародні правила тлумачення торгових термінів – «ІНКОТЕРМС». Створені вони були за рішенням Міжнародної торгової палати. Згодом, в 1953, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000, 2010 – були прийняті нові редакції «ІНКОТЕРМС» [4, С. 316].

Відповідно до ч. 4 ст. 265 Господарського кодексу України: «Сторони для визначення умов договорів поставки мають право використовувати відомі міжнародні звичаї, рекомендації, правила міжнародних органів та організацій, якщо це не заборонено прямо або у виключній формі цим Кодексом чи законами України».

Таким чином, ми можемо спостерігати, що законодавство України містить покликальну норму щодо застосування

«ІНКОТЕРМС» ГКУ [5]. Також, аналізуючи вищезазначену норму, можна стверджувати, що правила «ІНКОТЕРМС» мають юридичну чинність лише у тому випадку, коли сторони зазначили про таке в контракті.

Отже, правила «ІНКОТЕРМС 2010» мають вагоме значення для діяльності підприємств при укладанні зовнішньоекономічних договорів.

Список використаних джерел:

1. Абрамцова Т. «ІНКОТЕРМС» для бухгалтера [Текст] / Т. Абрамцова // Дебет-кредит. – 2012. – № 15.
2. Ванзонкіна К.А. Вплив базисних умов постачання на зовнішньоторгівельні ціни [Електронний ресурс] / К.А. Ванзонкіна – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/14_NPRT_2011/Economics/2_86988.doc.htm.
3. Козак Ю. Г., Лук'яненко Д. Г., Макогон Ю. В. та ін. Міжнародна економіка: Навчальний посібник. – Вид. 2-е, перероб. та доп. – Київ: Центр навчальної літератури, 2009. – 672 с.
4. Науменко С. М. Базисні умови постачання товарів: перспективи застосування у зовнішньоекономічних контрактах / С. М. Науменко, Є. В. Дятлов // Актуальні проблеми управління зовнішньоекономічною діяльністю: зб. наук. праць ДонДУУ, серія «Економіка», т. XIII, вип. 231. – Донецьк, ДонДУУ, 2012. – С. 311-319.
5. Господарський кодекс України: від 01.10.2018 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18, № 19-20, № 21-22. – Ст.144.

**Петренко М. І., д.е.н.,
Дудник К. І., група МН-175
Вінницький кооперативний інститут**

СУЧАСНІ МЕТОДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА

На сучасному етапі розвитку економіки, підприємства, орієнтовані на виробництво продукції, зіткнулися з проблемою застосування нових методів організації виробництва, які диктує ринок. Пред'являються інші вимоги не лише до організації виробничого процесу, але і до встановлення партнерських зв'язків і зі збутом в цілому. В ролі однієї з таких вимог виступає управління

потокотом інформациі, за допомогою якого підприємства благополучно здійснюють свою діяльність.

Ознайомиться з сучасними методами організації виробництва для поліпшення елементів і якості виробництва.

З метою узагальнення теоретичних поглядів економістів практиків на проблемну ситуацію, автором використані методи угруповання і класифікації.

Організація виробництва є системою заходів, спрямованих на раціональне поєднання праці з речовими елементами виробництва, знаряддями і предметами праці, а також оптимальне поєднання приватних виробничих процесів між собою у просторі та часі, і на цій основі - на підвищення ефективності виробництва.

Розрізняють форми організації громадського виробництва, типи організації виробництва і методи організації виробничих процесів. Де, форми організації громадського виробництва - це єдине існування елементів виробничого процесу в часі і в просторі при відповідній системі зв'язків протиріч і тенденцій. Тип організації виробництва – це комплексна характеристика виробництва з властивими йому особливостями (широта номенклатури, серійність продукції, що випускається, і її стабільність). Методи організації виробничого процесу – це способи раціонального поєднання основних компонентів виробничого процесу в просторі і в часі.

При цьому, тип організації виробництва багато в чому визначає її форми і вибір найбільш раціональних методів виробничого процесу і його компонентів (праця, предмети і засоби праці). На відміну від форм, методи організації несуть в собі ту, що практичну, що реалізовується виробничого процесу, а також кількісну і якісну обґрунтованість вживаної форми.

Різноманітність і особливості виробничих процесів зумовили широту вживаних методів організації виробництва в сучасних умовах господарювання, середовищ яких економісти – практики виділяють «Just-in-Time», як систему організації виробництва, при якій виріб передається на наступну технологічну операцію точно у той момент, коли закінчилася обробка попереднього. Абсолютно очевидно, що така робота припускає абсолютну надійність кожного виконавця, задіяного в технологічному ланцюжку, включаючи тих, що налагоджують, технологів, постачальників і плановиків.

Великої популярності починає набувати метод віртуального

видаленого доступу, тому що дозволяє виконувати операції незалежно від географічного розташування виконавців. Проте, метод вимагає наявності на підприємстві двох основних компонентів – робоче місце співробітника і корпоративну мережу підприємства, до якої підключається співробітник для виконання своїх функціональних обов'язків.

На нашу думку, вказані методи мають безперечні переваги, такі як скорочення запасів і видалений доступ, але пов'язані з необхідністю модернізації виробничого процесу, що зажадає додаткові витрати і тимчасову зупинку виробництва. Тому, в сучасних умовах господарювання як і раніше актуальні традиційні методи організації виробництва, такі як одиничний, або потоковий.

Одиничний метод організації виробництва припускає виготовлення продукції в одиничних екземплярах або невеликими партіями, що не повторюються, і характеризується унікальністю продукції, використанням розділення устаткування по групах і висококваліфікованою робочою силою. Він застосовується при виготовленні складного унікального устаткування, в дослідному виробництві і тому подібне

Партионний метод організації виробництва характеризується тим, що виробництво виробів здійснюється партіями, за робітником числиться виконання декількох операцій, використовується універсальне устаткування і висококваліфікована робоча сила.

Потоковий метод характеризується розподілом виробничого процесу на операції, чіткою спеціалізацією робочих місць на виконанні певних операцій паралельно, розташуванням устаткування під час технологічного процесу, високим рівнем безперервності, наявністю спеціального між операційного транспорту для передачі предметів праці з операції на операцію. Це забезпечує високу ефективність поточкових методів виробництва. Найбільше поширення поточковий метод отримав в масових і великосерійних виробництвах, а також будівництві.

Головним критерієм вибору переважного методу організації виробництва є забезпечення взаємозв'язаної послідовності виконання операцій технологічного процесу з порядком розміщення устаткування і певною мірою безперервності виробничого процесу.

Сучасні методи організації виробництва не визначають можливості ефективного використання існуючої техніки і технології. Щоб забезпечити ефективне використання матеріалів, енергоносіїв та інших чинників виробництва, максимальну продуктивність і отримання достатнього для розвитку прибутку, необхідно поєднувати сучасне обладнання і технології з найбільш раціональною організацією виробництва.

Список використаних джерел:

1. Кравчук О.М., Лещук В.П. Фінансова діяльність суб'єктів підприємництва: Навч. посіб. – К.: ЦУЛ, 2010. – 504 с.
2. Курочкин А.С. Организация производства: Учеб. пособие. – К.: МАУП, 2011. – 216 с.
3. Фатхудинов Р.А. Производственный менеджмент: Учебник, М.: ЗАО «Бизнес-школа», 2012. – 464 с.

**Прицюк Л. А., к.е.н.,
Іващенко М. О., група МН-176
Вінницький кооперативний інститут**

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ БАНКУ

Механізм управління прибутком банку повинен гуртуватись на принципах об'єктивності, адаптивності регламентованості, обґрунтованості, цілісності та узгодженості. До структури механізму управління прибутком входить комплекс підсистем – організаційна, забезпечення, процедур та підсистема контролю. Організаційна підсистема охоплює мету, завдання, функції, об'єкти, суб'єкти, вимоги, методи та важелі управління прибутком» [3]. Головна мета та основні завдання управління прибутком досягаються завдяки реалізації наступних функцій: розробка політики управління прибутком, створення організаційних структур, які забезпечують прийняття та реалізацію управлінських рішень, формування інформаційних систем, планування та аналіз, розробка системи стимулювання, контроль [2].

До числа основних важелів управління банківським прибутком слід віднести такі: ціноутворення, оподаткування, резервування, внутрішньобанківська система розподілу прибутку, оптимізація витрат, мотивація. Підсистема забезпечення управління

прибутком включає в себе: нормативно-правове забезпечення, інформаційне забезпечення, організаційне забезпечення, технічне та кадрове забезпечення [3]. Щодо стратегії управління прибутком, то існують два їх основні типи: стратегія максимізації прибутку та стратегія мінімізації ризику.

Планування як інструмент управління прибутком банку являє собою процес розробки й впровадження системи заходів, спрямованих на забезпечення формування прибутку у необхідних обсягах, а також ефективного його використання відповідно до визначених завдань розвитку банку у середньо- та довгостроковій перспективі. При плануванні прибутку банку використовуються три взаємопов'язаних системи: стратегічного планування, поточного планування та оперативного.

Аналіз прибутку являє собою процес комплексного дослідження умов і результатів, який має на меті виявлення резервів підвищення ефективності управління прибутком. В залежності від конкретних задач, пов'язаних з управлінням прибутком використовують такі методи аналізу: горизонтальний аналіз, вертикальний аналіз, коефіцієнтний аналіз, декомпозиційний аналіз прибутку на капітал (ROE), факторний аналіз, порівняльний аналіз, аналіз ризиків, кількісна оцінка окремих аспектів формування, розподілу та використання прибутку в статичній і динамічній [1].

Щодо регулювання, то воно являє собою діяльність з підтримки у динамічній системі управління прибутком заданих параметрів. Регулювання здійснюється банком у процесі безпосереднього оперативного управління і ґрунтується на контролі та аналізі [3]. Окремою складовою підсистеми контролю є система бухгалтерського обліку, яка включає в себе: фінансовий, управлінський, та податковий облік. Іншою складовою контролю є внутрішній аудит – незалежна перевірка та експертна оцінку поточного стану банку, яку здійснює служба аудиту. На службу аудиту покладена задача організації й забезпечення ефективного моніторингу системи внутрішньобанківського контролю [4]. Ще однією складовою контролю є аналіз та реагування на результати зовнішніх перевірок.

Поєднання та взаємодія компонентів організаційної підсистеми, підсистеми забезпечення, підсистеми процедур, підсистеми контролю, утворюють механізм управління прибутком

банку, який зазнає як стимулюючого, так і стримуючого впливу внутрішніх і зовнішніх чинників.

Основними напрямки зростання доходів комерційного банку є: загальне зростання групи активів, що приносять процентний дохід; раціональне розміщення коштів банку; фінансове планування; зміна загального рівня процентної ставки по активних операціях банку, зміна структури портфелю доходних активів; нарощення власних коштів банку; вивчення кредитних ризиків та приймання заходів по їх пониженню; формування страхових резервів та резервних фондів; зростання непроцентних доходів.

Слід зауважити, що ефективне управління прибутком банку неможливе без інтегрованості його механізму до загальної системи управління. Ще одним позитивним фактором може служити варіативність альтернативних проектів управлінських рішень щодо управління прибутком банку. Водночас, проекти управлінських рішень щодо управління прибутком банку не повинні вступати суперечити чи перешкоджати головній меті діяльності банку, та стратегічним напрямкам його розвитку.

Список використаних джерел:

1. Коренева О. Г. Підходи до формування механізму управління прибутком банку [Електронний ресурс] / О. Г. Коренева // Вісник ОНЕУ. – 2013. – № 27. – Режим доступу: <http://dSPACE.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10249/1/Pributok%20st.PDF>.
2. Криклій О. А. Управління прибутком банку [Електронний ресурс]: монографія / О. А. Криклій, Н. Г. Маслак – Суми: УАБС НБУ, 2008. – 136 с. – Режим доступу: http://lib.uabs.edu.ua/library/Books_academy/794_2008.pdf.
3. Ларіонова К. Л. Методичні підходи до формування механізму управління прибутком банку [Електронний ресурс] / К.Л. Ларіонова, О. С. Кузьміна // Вісник Хмельницького нац.універ., – 2014 – № 4. – Том 2. – Режим доступу: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/3705/1.pdf>.
4. Петраковська О. В. Визначення фінансових результатів діяльності банку в різних підсистемах обліку [Електронний ресурс] / О. В. Петраковська // Економіка АПК. – 2009. – № 3. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/E_apk/2009_3/09_03_32.pdf.

МЕХАНІЗМ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ БАНКІВ

Діяльність банків пов'язана з великою кількістю ризиків, тому контроль та постійний моніторинг ризиків є обов'язковою складовою у забезпеченні фінансової стійкості кожного банку. Через недосконалість алгоритму формування ефективної системи ризик-менеджменту банків та ефективного механізму антикризового управління вітчизняні фінансові установи стикаються з проблемами, які іноді закінчуються банкрутством.

Створення систем ефективного ризик-менеджменту банки повинні розпочинати з розробки відповідної політики управління ризиками, які передбачають чіткий розподіл повноважень, обов'язків та функцій управління ризиками. Як системи управління, так і контролю за ризиками повинні використовувати сучасні ефективними інструменти, які дозволяють об'єктивно оцінювати, контролювати та запобігати ризикам. Особлива увага повинна приділятися повноті інформації, яка нині стала ключовим елементом аналізу ризиків. Згідно вимог НБУ функціями підрозділу ризик-менеджменту є: кількісна і якісна оцінка ризиків, моніторинг перевищень лімітів, розробка методик оцінки ризиків, порівняльний аналіз поточних ризиків та ризиків у попередньому періоді, своєчасне попередження керівництва про виникнення нових ризикових позицій, розробка пропозицій і рекомендацій щодо стратегічних і тактичних прийомів запобігання ризикам тощо. До компетенції таких підрозділів доцільно віднести й експертизу внутрішньобанківських документів на предмет виявлення ризиків. Щодо механізму ризик-менеджменту, то він повинен спиратись на такі пріоритети: аналіз ринкової ситуації та прогнозування його тенденцій, стратегічна спрямованість діяльності банку на збалансованість ризиків, моніторинг кризових явищ що можуть генерувати ризики, мотивація персоналу орієнтована на зниження ризиків, якість антикризових заходів, вибір методик попередження ризиків.

Функціонування механізму ризик-менеджменту забезпечується такими принципами:

- а) Чіткий розподіл функцій підрозділів:
- які розробляють стратегію збалансування ризиків;
 - які затверджують та впроваджують заходи із зниження ризиків та приймають відповідні управлінські рішення;
 - які реалізують заходи із зниження ризиків;
 - які здійснюють моніторинг і контроль за рівнями ризиків.
- б) Забезпечення з боку керівництва банку належних умов для реалізації структурними підрозділами задач із зниження ризиків.
- в) Обґрунтована оптимізація витрат на проведення заходів із зниження ризиків.
- г) Комплексність підходу до організації системи ризик-менеджменту.
- д) Прозорість інформаційних потоків у банку.
- е) Урахування впливу монетарних інструментів НБУ.

Ефективність механізму ризик-менеджменту банку значною мірою залежить від:

- швидкості й повноти забезпечення відповідних спеціалізованих підрозділів інформацією;
- наявності методологічної бази для оцінки ризиків;
- наявності центру який координує роботу системи ризик-менеджменту;
- наявності ефективної системи внутрішнього моніторингу і контролю.

Механізм ризик менеджменту повинен враховувати прийняті банком відповідних стратегії, зокрема: стратегії уникнення ризику, стратегії запобігання ризику, або стратегії прийняття ризику. Стратегії ризик-менеджменту ґрунтуються на наборі правил, якими визначаються прийоми управління ризиками та відповідні рішення щодо: максимізації прибутку, оптимального поєднання рівня ризиків і прибутку і величини, або оптимальної вірогідності результату.

Важливою складовою механізму ризик-менеджменту є також інструменти управління ризиками: лімітування, страхування, диверсифікація, сек'юритизація тощо. Такі інструменти банки застосовують виходячи з різних параметрів: фінансового потенціалу, рівня ризиків вкладень, економічних трендів в цілому і галузевих зокрема, прогнозів розвитку ринку та ін.

Слід також мати на увазі, що кінцевою метою створення та функціонування механізму ризик-менеджменту банку є отримання

ним прибутку шляхом досягнення оптимального співвідношення між прибутком і прийнятним для банку рівнем ризиків.

Список використаних джерел:

1. Єпіфанов А. О. Управління ризиками банків [Текст]: монографія у 2 томах. Т. 1: Управління ризиками базових банківських операцій/А. О. Єпіфанов, Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко та ін.— Суми: ДВНЗ «УАБСНБУ», 2012. – 283 с.
2. Кльоба В. Л. Вдосконалення ризик-менеджменту комерційного банку [Електронний ресурс] / В. Л. Кльоба // Науковий вісник НЛТУ. – 2009. – Вип. 19.3. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/.../vdoskonalennya-rizik-menedzhmentu-komertsiynogo-bank...>
3. Примостка Л. Управління банківськими ризиками [Текст]: навчальний посібник / Л. Примостка. - 2-ге вид., без змін. – К. : КНЕУ, 2009. – 600 с.

**Ридванська К. С., група ОД-161
Коледж економіки і права
Вінницького кооперативного інституту
Науковий керівник: Прицюк Л. А., к.е.н.**

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОЦЕСІ ОФОРМЛЕННЯ ТА ОБСЛУГОВУВАННЯ ДЕПОЗИТНОГО ВКЛАДУ

Важливе місце в сучасному світі займають інформаційні технології, які наразі використовуються в усіх сферах діяльності людини. Банківські операції, що проводяться за допомогою Інтернет-банкінгу досить популярні в Україні та за кордоном, однак ведення депозитних рахунків за допомогою Інтернет-банкінгу досі залишається мало застосованою клієнтами операцією. В Україні дедалі серед громадян набуває популярності «банк без відділень» – Monobank, обслуговування клієнтів якого здійснюється за допомогою мобільного додатку. Даний проект виник в рамках співпраці з Universal Bank. В Monobank досить просто відкрити депозитний рахунок. Для цього потрібно здійснити певні дії: обрати бажаний строк і суму депозиту, обрати для виплати відсотків картку будь-якого банку України, переглянути

депозитний договір, підтвердити оформлення і обрати зручний спосіб внесення коштів [1].

Витрати Монобанку не передбачають утримання відділень, здійснення інкасації, розвиток інфраструктури тощо. Тому банк пропонує найвигідніші на сьогодні депозитні вклади в Україні.

Таблиця 1

Депозитні продукти Monobank [складено за1]

Назва депозиту	Процентна ставка	Мінімальна сума
1 місяць	16%	1000 грн.
3 місяці	16%	1000 грн.
6 місяців	16%	1000 грн.
12 місяців	16%	1000 грн.
Спортивний	21%	1000 грн.

Слід зазначити, що внесення коштів на депозит можна зробити кількома способами: з картки Monobank; з будь-якої картки іншого банку України (у разі поповнення з картки інших банків моментально повертають комісію 0,6% від суми переказу), за реквізитами, готівкою в касах банків-партнерів.

Відсотки за депозитним вкладом сплачують щомісячно шляхом переказу їх на картку Monobank або на будь-яку картку іншого банку України. Картку для виплати відсотків в будь-який момент можна змінити на іншу.

Банк пропонує своїм клієнтам досить популярну програму кешбек. Так, продовження депозитного вкладу на новий строк за згодою клієнта проводиться в автоматичному режимі, а за цю операцію банком додатково нараховується кешбек у розмірі 0,6%. Причому клієнт має змогу в любий час відмовитися від даної послуги.

Повернення депозитного вкладу після закінчення терміну також проводиться будь-яким зручним для клієнта способом: шляхом переказу на картку Monobank або на будь-яку картку клієнта в іншому банку України та переказу коштів за зазначеними реквізитами на рахунок в іншому банку України.

Отже, з появою банку Monobank для користувачів депозиту з'являються переваги у заощадженні часу на відвідування установи банку, отриманні доходів від вищої, у порівнянні з іншими банками, процентної ставки та додаткових доходів у формі кешбек. Слід зауважити, що офіційний сайт банку містить мало інформативних матеріалів про сам банк і велику кількість реклами банківських продуктів, що не дає можливості повною мірою

оцінити переваги і недоліки першого в Україні мобільного банку без відділень.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Монобанку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.monobank.ua/>
2. Лавров Р. В. Депозитна політика банку в сучасних умовах [Електронний ресурс] / Р. В. Лавров / Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2010. – № 4 (8) С. 182-187. – Режим доступу: www.nvisnik.geci.cn.ua/pdf/.../182-187.pdf.

Сич В. Д., група МН-175
Вінницький кооперативний інститут
Науковий керівник: Прицюк Л. А., к.е.н., доцент

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

Сучасне управління проектами – це своєрідний світ, де працює велика кількість фахівців: достатньо сказати, що тільки в європейську асоціацію управління проектами (IPMA) входять всі без винятку європейські країни. В цьому світі видаються книги, журнали, проходять щорічні конгреси і робочі семінари, розробляються національні та міжнародні стандарти та ін. Україна як і більшість країн колишнього СРСР присутня в цьому світі, однак ще недостатньо ефективно використовує на практиці цю потужну систему. Однак слід зауважити, що проектне управління в Україні переживає друге народження. Про це свідчить поява в Україні дипломованих фахівців з проектного менеджменту, центрів з їх підготовки та сертифікації за міжнародними стандартами, підготовка у вищих навчальних закладах студентів за цим напрямом, поява на українських ринках та активне впровадження професійного програмного забезпечення для управління проектами, зростання попиту на ринках праці на послуги спеціалістів відповідного фаху.

Управління проектами, як управління змінами, є досить розвинутою сферою теорії управління, результати досліджень в якій знаходять широке застосування на практиці [1, с.4].

Поряд з цим, як відмічає В. А. Вісящев, потреба розробки теорії проектного управління, належним чином адаптованої до умов

перехідної економіки України, є однією з важливих передумов більш ефективного та системного подолання проблем перехідного періоду в умовах жорстко обмежених фінансових, матеріальних, часових ресурсів [2].

Становлення та розвиток управління проектами в будь-якій країні відбувається за такими напрямками: наука та дослідження, освіта та навчання, практичний менеджмент, професія, ринок послуг та забезпечення, професійні товариства.

Однією з гілок у вітчизняній системі професійної підготовки фахівців з управління проектами є навчально-тренінгові центри та приватні особи, які проводять тренінги та бізнес-семінари. Слухачами таких тренінгів та семінарів є здебільшого представники різних ланок управління вітчизняних підприємств та організацій, а їх тематика та зміст мають більш прикладний характер.

Дослідження практичної діяльності вітчизняних підприємств, показало значний їх розвиток в напрямку управління проектами. Рівень розвитку системи управління проектами на підприємстві значною мірою залежить від рівня інвестиційної активності галузі, в якій працює те чи інше підприємство. Яскравим прикладом цього є вітчизняна галузь цивільного будівництва та торгівля. Саме в цих галузях за останні роки було найбільш повно реалізовано сучасні інструменти проектного менеджменту.

На сьогоднішній день та особливо в докризовий період на ринку праці України професія керівник проекту є досить затребуваною та високооплачуваною. Поряд із цим професія керівника проекту, не залишилась поза увагою вітчизняного трудового законодавства.

В сучасному бізнесі робота по управлінню проектами є свого роду мистецтвом та потребує багато знань, часу та зусиль. Керівники проектів – це ключові фігури на підприємствах таких галузей як: цивільне та промислове будівництво, машинобудування, промислове виробництво та ін.

Вітчизняні фахівці з управління проектами мають можливість пройти в Україні сертифікацію за програмою Міжнародної асоціації управління проектами (IPMA) та програмою Інституту проектного менеджменту (PMI).

Розвиток управління проектами, як в Україні так і за кордоном, невід'ємно пов'язаний з розвитком інформаційних технологій.

Дослідження функціональних можливостей сучасного програмного забезпечення для управління показують, що вже понад десять років проект не залишається поза увагою вітчизняних та зарубіжних програмістів.

З розвитком інтернет-технологій в Україні, професійні товариства з управління проектами дедалі частіше почали виникати в мережі Інтернет. Особливістю таких професійних товариств є те що, для участі в них відсутні освітні, фінансові та географічні бар'єри. Тому учасниками таких товариств можуть бути як новачки так і професіонали, як теоретики так і практики [3].

Як бачимо, впровадження та розвиток технологій управління проектами відбувається на усіх рівнях вітчизняної економіки. Висвітлені тенденції останніх років свідчать про перехід економіки України на якісно новий рівень управління проектами. Безумовно, всі організації і підприємства в процесі своєї діяльності здійснюють проекти, і все більша кількість їх реалізується саме в рамках проектного підходу. Успішне виконання проекту залежить від багатьох чинників. Ключовими серед них є вибір топ-менеджера, створення проектної команди, залучення інших трудових ресурсів до проекту з метою його успішного і найбільш ефективного завершення.

Список використаних джерел:

1. Балашов В. Г. Механизмы управления организационными проектами / В. Г. Балашов, А. Ю. Заложнев, Д. А. Новиков. – М.: ИПУ РАН, 2003. – 84 с.
2. Вісящев В. А. Науково-методичні основи управління проектами: Економічний аспект.: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра економічних наук: спец. 2003.
3. Сайт Української асоціації управління проектами: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://upma.kiev.ua/content/view/40/78/lang.ukrainian/>

**Тарасюк Л. М., група ПТ(б)з-161
Вінницький кооперативний інститут
Науковий керівник: Пиріжок С. Є., к.е.н., доцент**

**ПЕРЕБУДОВА АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ – КРОК ДО
КОНКРЕТНОГО ПОКУПЦЯ**

Роздрібна торгівля – надзвичайно цікавий, складний та динамічний сектор бізнесу. І це однаковою мірою стосується, як високо розвинутих країн, так і країн, що розвиваються. На розвиток сучасного ритейлу впливають багато факторів – загострення конкуренції як всередині, так і між форматами торгівлі, експансія провідних ритейлерів світу тощо.

Відсутність товарних позицій – доволі часте явище саме в супермаркетах. Наприклад, згідно з дослідженнями AC Nielsen, у Нідерландах та Франції 7% товарів, які пропонують торгівельні компанії, немає у продажу в найбільш пікові дні відвідування магазинів споживачами – п'ятницю і суботу. У США аналогічний показник становить 8% (див. Roland Berger Strategy Consultants), тобто він не набагато нижчий, ніж в інших країнах, навіть попри те, що в США ширше, ніж деінде, застосовуються технології обміну електронними даними. Тож не дивно, що відсутність товарів є одним із тих моментів, які найбільше дратують споживачів під час здійснення покупок. Наприклад, згідно з підрахунками EFMI, втрати, що їх зазнають нідерландські ритейли через відсутність товарів, складають €175 млн., або 0,7% річного товарообігу роздрібних компаній країни. Недотримання доходу німецькими продавцями продовольчих товарів через відсутність товарів оцінюють в €1 млрд. на рік [3].

Одним з напрямів економічного зростання України є формування ефективної асортиментної політики підприємства. Тому актуальним є використання зарубіжного досвіду формування асортименту на такому рівні, щоб задовольнити попит споживачів. Отже, споживач – це головна фігура ринку.

Найбільш успішними в ритейлі є мережа магазинів ТМ «Україночка». Предметом діяльності «Україночки» є торгівля продовольчими товарами.

На сьогоднішній день торгова марка «Україночка» об'єднує в собі торгівельну мережу з шести продовольчих магазинів різних форматів та власне кулінарно-кондитерське виробництво. Має свою офіційно зареєстровану торгову марку «Україночка». При компанії працює Лідерський клуб «Гордість нації» та приватна бібліотека ТМ «Україночка», що дає можливість розвиватись та вдосконалюватись всім членам команди.

Формування асортименту товарів в даній торговельній мережі є досить складним процесом, на який впливають дуже багато

факторів. Одним з найголовніших, є споживчий попит. Він впливає на формування асортименту, та направлений на максимальне задоволення споживачів.

Відповідність товарного асортименту стратегічним цілям, визначає стійку довгострокову конкурентну перевагу фірми. Підхід до оптимізації асортименту ТМ «Україночка» вибудовується послідовно – «від хорошого до великого», як висловлювався відомий фахівець з менеджменту Джим Коллінг.

Для успіху на ринку необхідно забезпечити конкурентоспроможність товару. Ступінь задоволення запитів покупців залежить від цілого ряду чинників: економічних, соціально-демографічних, технічних, національно-побутових.

Асортимент делікатес-маркетів «Україночка» постійно змінюється, тому що залежить від різних факторів, існуючих на ринку збуту. Ці фактори поділяються на загальні, які не залежать від конкретних умов роботи даного торговельного підприємства і специфічні – відображають конкретні умови роботи даного підприємства. До основних загальних факторів, що впливають на формування асортименту відносять споживчий попит і виробництво товарів.

Також при формуванні асортименту необхідно врахувати такі фактори:

- ціна: часто ціна відіграє вирішальну роль при виборі товарів;
- якість: споживачі хочуть придбати не лише недорогий, але й якісний товар;
- зовнішній вигляд: він визначає відношення до товару при його придбанні;
- виробник: споживачі обирають виробника, що зарекомендував себе на ринку, у якого є ім'я і якому вони довіряють;
- фасування: коли товар не можна ділити в умовах торгівлі, великого значення набуває фасування продукції;
- упаковка: зовнішній вигляд товару, перше, що бачить покупець;
- умови зберігання: те, як зберігається товар, забезпечує його якість при подальшому використанні;
- місце продажу: підприємствам необхідно слідкувати за своїм іміджем.

Дуже важливе значення у формуванні асортименту відіграють специфічні фактори: розмір торговельного підприємства, умови постачання товару і обмеження складів, ступінь оновлення товарного асортименту, позиціонування товарів.

Формування асортименту відбувається на основі маркетингу. Ця система передбачає проведення активної і цілеспрямованої асортиментної політики, орієнтованої на конкретного споживача, що сприяє росту торговельного прибутку і мінімізації комерційного ризику.

Асортимент делікатес-маркету «Україночка» великий та різноманітний, на ряду з широким асортиментом продуктів харчування першої необхідності представлено великий вибір ексклюзивної делікатесної продукції та українських національних кулінарних страв.

Компанія «Україночка» формує попит на товари делікатесного відділу шляхом проведення заходів по так званому «навчанню покупця» – створенню у нього імпульсів для придбання делікатесних товарів.

Таблиця 1

Асортимент товарів делікатесного відділу

Найменування товару	Характеристика	Виробник
Макарони Фарфалле Арлекіно	5 кольорів, ручна робота.	Casa Rinaldi (Італія)
Сир Гауда з приправами та зернами гірчиці	Виготовляється з пастеризованого коров'ячого молока з добавкою зерен гірчиці.	Голландія
Сир Парміджано-Реджано	Твердий сир з коров'ячого молока.	Італія
Сир Каламбер	Зовні покритий сніжно-білою пліснявою, всередині має блідо-жовту тягучу м'якоть, з присмаком печериць.	Франція
Сир Брі	Має м'який та ніжний сирний присмак, з легким грибним присмаком. Ніжна м'яка вершкова текстура. Покритий скоринкою білої благородної плісняви.	Мілкленд -Україна Франція

ТМ «Україночка» використовує зарубіжний досвід, а саме розроблену методику «8 кроків ефективного управління асортиментом», дії, які необхідно здійснити, щоб процес управління асортиментом на підприємстві функціонував успішно.

Саме «мистецтво» формування асортименту ТМ «Україночка» дозволить не тільки задовольнити потреби покупців на високому рівні, а й отримати високий прибуток.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства: навч. посіб. / Л. В. Балабанова., В. В. Холод., І. В. Балабанова. – К.: ЦУЛ. – 2012. – 612 с.
2. Хоменко О. І. Асортиментна політика підприємства та шляхи її удосконалення // О. І. Хоменко., М. С. Бардаш. – Ефективна економіка. – № 11. – 2016.
3. Муралі К. Роздрібна торгівля у ХХІ столітті. Теперішні і майбутні тренди. / К. Муралі, Мантрала, Манфред Краффт. – К.: Вид-во О. Капусти (підрозділ агенції «Стандарт»). – 2008. – 462 с.

Тригуб О. О., група РО-171
Коледж економіки і права
Вінницького кооперативного інституту
Науковий керівник: Мамонов П. Д., к.т.н., доцент

СТАН ЕКСПОРТУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ НА ВІННИЧЧИНІ

Важливим фактором економічного розвитку нашої країни є зовнішньоекономічна діяльність, яка на всіх етапах розвитку держави впливала на вирішення економічних проблем: економіки в цілому, окремих регіонів, об'єднань, підприємств.

Зовнішньоекономічна діяльність удосконалює внутрішньогосподарські пропорції регіону. Зараз немає практично жодної сфери господарювання, яка не була б задіяна у зовнішньоекономічній діяльності.

Найважливішими складовими зовнішньоекономічної діяльності є зовнішня торгівля товарами, послугами та інвестиційна діяльність. Зовнішня торгівля є основним джерелом валютних надходжень, поповнення обігових коштів підприємств та доходів бюджету.

Зовнішня торгівля товарами та послугами – перша і найважливіша форма міжнародного економічного співробітництва, яка у більшості країн за вартіснимобсягом обороту займає провідне місце серед інших форм співробітництва та є одним із важливих індикаторів стану економіки.

Суб'єкти підприємництва області постійно ведуть пошук нових шляхів виходу на світовий ринок та розширення діяльності в цьому напрямку.

Динаміка зовнішньої торгівлі області

(млн.дол. США)

	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Експорт							
товарів	566,3	652,5	679,3	742,2	846,9	983,0	1217,8
послуг	34,1	46,1	59,3	65,6	62,8	66,1	75,1
Імпорт							
товарів	344,7	497,6	496,2	428,2	266,7	299,4	407,0
послуг	68,7	23,5	33,2	13,7	11,8	14,9	12,3

У 2017 році зовнішньоторговельні операції з товарами суб'єкти господарювання області здійснювали з партнерами із 142 країн світу. Аналіз показує, що кількість країн-партнерів в порівнянні з 2016 р. збільшилась на 3,6 %, і продовжують нарощувати обсяги зовнішньої торгівлі, особливо інтенсивно з 2015 року.

Зовнішньоторговельний оборот товарів у 2017 р. склав 1624,8 млн.дол. США та збільшився, проти 2016 р., на 342,4 млн.дол. або на 26,7 %.

У загальнодержавному обсязі експорту та імпорту товарів частка Вінниччини зросла в порівнянні з 2016 р. і склала 2,8 % та 0,8 %, відповідно. За обсягами експорту товарів область посідає 11 місце (у 2016 р. – 12), за обсягами імпорту – 18 (у 2016 р. – 19).

Коефіцієнт покриття експортом імпорту становив 2,99, тобто, експортовано товарів у 3,0 раза більше, ніж імпортовано (у 2016 р. експорт перевищував імпорт у 3,3 раза). За цим показником в загальнодержавній торгівлі товарами область займає 1 місце по Україні.

Обсяги експорту товарів становили 1217,8 млн.дол. США і збільшились, порівняно з 2016 р., на 23,9 % (по Україні – на 19,0 %); обсяги імпорту склали 407,0 млн.дол. і збільшились на 35,9% (по Україні – на 26,4 %). Позитивне сальдо зовнішньої торгівлі товарами становило 810,8 млн.дол. (у 2016 р. - 683,6 млн. дол.).

Найбільше товарів було експортовано до Індії (196,2 млн. дол.), Польщі (107,5 млн. дол.), Китаю (71,7 млн. дол.), Іспанії (62,9 млн. дол.), Білорусі (59,1 млн. дол.), Туреччини (47,2 млн. дол.), Італії (45,9 млн. дол.), Нідерландів (44,8 млн. дол.), Російської Федерації (38,5 млн. дол.), Німеччини (35,9 млн. дол.), Єгипту (35,0 млн. дол.), Молдови (31,1 млн. дол.) та Австрії (28,3 млн. дол.).

Найбільше зростання було до Данії (у 55,3 раза), Мавританії (13,0 раза), Того (у 7,3 раза), Іраку (у 4,8 раза), Чорногорії (у 4,4 раза), Судану (у 3,5 раза), Узбекистану (у 3,3 раза), США (у 2,5 раза), Бангладешу (у 2,4 раза), Австрії, Латвії, Тунісу та Чехії (у 2,2 раза), Сомалі (у 2,1 раза), Бельгії та Пакистану (у 2,0 раза), Естонії (на 88,7 %), Алжиру (на 83,0 %), Іспанії (на 81,0 %), Індії (на 65,9 %) та Ірану (на 62,0 %).

Одночасно суттєво зменшились обсяги експорту до Кореї (у 3,9 раза), Малайзії (у 2,7 раза), Ефіопії (у 2,6 раза), Лівії та Філіппін (у 2,3 раза), Лівану (на 47,2 %), Угорщини (на 46,1 %), Таїланду (на 45,9 %), Саудівської Аравії (на 45,7 %), М'янми (на 38,3 %) та Казахстану (на 38,0 %).

Товарна структура зовнішньої торгівлі товарами області на протязі багатьох років залишається відносно стабільною з незначним відсотковим коливанням. Основу її складають такі групи товарів, як жири та олії тваринного або рослинного походження (їх частка в загальному обсязі зовнішньої торгівлі товарами становить 28,6 %), продукти рослинного походження (15,9 %), готові харчові продукти (14,1 %).

Слід зазначити, що в експорті домінуюче місце займають поставки жирів та олії тваринного або рослинного походження і продуктів рослинного походження (відповідно, 37,2 % та 20,1 % загального обсягу експорту). Поставки готових харчових продуктів становили 17,5 % загального обсягу експорту.

У 2017 р. з Вінниччини було експортовано 4,5 тис.т. м'яса великої рогатої худоби (на 0,9 тис.т. більше, ніж за 2016 р.), 22,3 тис.т. молока і молочних продуктів (на 3,4 тис.т. більше), 5,9 тис.т. масла вершкового та інших молочних жирів (на 2,7 тис.т. більше), 1024,2 тис.т. зернових культур (на 215,3 тис.т. більше), 3236,4 т. круп зернових (на 843,4 т. більше), 563,5 тис.т. олії соняшникової (на 108,3 тис.т. більше), 163,4 тис.т. цукру білого (на 25,3 тис.т. більше), 16,1 тис. декалітрів спирту етилового (на 0,6 тис. менше), 271,2 тис. декалітрів горілки (на 47,9 тис. більше).

Характеризуючи регіональну структуру експорту та імпорту по області, можна відмітити стабільність в розподілі зовнішньої торгівлі по містах та районах Вінниччини. Традиційно найбільші обсяги експорту та імпорту товарів припадали на м. Вінницю, а саме: 62,0 % загального обсягу експорту та 76,2 % загального обсягу імпорту (у 2016 р. – відповідно, 63,4 % і 71,3 %).

Серед районів області найбільшими експортерами були суб'єкти Вінницького (10,5 % проти 10,9 % у минулому році), Тульчинського (4,0 % проти 2,6 %), Крижопільського (3,4 % проти 2,7 %), Барського (2,4 % проти 1,6 %), Козятинського (2,3 % – на рівні 2016 р.), Тиврівського (1,9 % проти 1,8 %) та Хмільницького (1,4 % проти 2,5 %) районів.

Таким чином Вінничина за останні 5 років інтенсивно нарощує експортні поставки своєї продукції. Причому значна частина з яких це харчові продукти, які експортуються в високо розвинуті європейські держави, що підтверджує їх відповідність стандартам Європи і високу якість.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Головного управління статистики у Вінницькій області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.vn.ukrstat.gov.ua

Чернілевська О. Г., Козаченко І. В., група Ф-171

Вінницький кооперативний інститут

Науковий керівник: Горобець Л. В., викладач

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ НА ЕКОНОМІЧНЕ ЖИТТЯ СУСПІЛЬСТВА

Інформація та інформаційні технології є обов'язковою складовою успішного функціонування підприємства. Без них неможливо уявити розвиток будь-якої сфери функціонування економіки: управління нею, виробництва, банківської сфери, науки. Жодні зміни в цих галузях не дадуть ефективного результату без інтенсивного застосування економічної інформації, понять інформаційного бізнесу та інформаційно-комунікаційних технологій.

Особливо це стосується тих сфер, які базуються на передових наукових технологіях. Успішно розвивається нова галузь економіки – інформаційна економіка та галузь інформатики – економічна інформатика, які базуються на використанні інформації у виробництві товарів та послуг.

Однією з основних задач, які стоять перед сучасною економічною наукою, є визначення значення інформації у економічному житті суспільства. Додана вартість товару все

частіше є результатом не тільки праці, але й застосування сучасних знань та інформації, що постійно оновлюються.

Не можливо перебільшити роль інформації, методів її збирання, передачі, зберігання, захисту та обробки в процесі розвитку економіки. Сучасне суспільство вчені називають інформаційним, а інформація стала його основним ресурсом. Управління потребує сама інформація.

З'явилася нова наука – інформаційний менеджмент, яка є необхідною при управлінні будь-якою структурою. На підприємстві інформаційний менеджмент означає автоматизацію обробки офісної інформації, юридичну та соціальну підтримку, розвиток технологій виробництва, консалтинг, використання сучасних засобів зв'язку, зростання професійного рівня фахівців, їх навчання.

Інформаційний бізнес – порівняно нова сфера підприємницької діяльності. Термін «бізнес» – це діяльність, що здійснюється підприємствами, установами чи приватним особами, з виробництва або придбання та реалізації товарів чи надання послуг в обмін на гроші для взаємної вигоди.

Інформаційний бізнес став новою сферою підприємницької діяльності у вигляді найсучаснішого різногалузевого комплексу зі складною інфраструктурою, яка також може бути самостійною сферою бізнесу [1].

Розповсюдження інформаційно-комунікаційних технологій відповідає змінам в структурах управління підприємствами, яким є потреба швидко реагувати при зміні конкуруючого оточення. Дані технології потребують високої кваліфікації працівників, підвищення якості життя; вони можуть бути використані для розвитку нових видів діяльності, зменшення адміністративних служб, підвищення рівня інформаційної безпеки, покращення повсякденного життя людей.

Головним постачальником інформації для економіки є ринок, а підприємства та установи зацікавлені в отриманні реальних даних про ціни та попит на товари та послуги.

Сучасна індустрія інформаційно-комунікаційних технологій являє собою інтегрований комплекс науково-дослідницької, виробничої, інформаційної, маркетингової, консалтингової, консультаційної й управлінської діяльності. Обсяг виробництва підприємств інформаційно-комунікаційних технологій свідчить

про їх високий потенціал і привабливість для потенційних інвесторів. Статистичні дані демонструють стійке зростання ринку інформаційних технологій, серед яких ринок програмного забезпечення є найбільш сталим [2].

Разом з тим, рівень розвитку інформаційно-комунікаційні технології дуже тісно пов'язаний з виробництвом внутрішнього валового прибутку та інвестиціями.

Отже, інформаційний бізнес – нова сфера підприємницької діяльності. Основними задачами інформаційного бізнесу є підготовка кадрів; спрощення управління підприємством і ведення фінансового обліку; удосконалення маркетингу, менеджменту, консалтингу і, обов'язково, виробництво інформаційної продукції. Науково-інформаційної діяльність багатогранна. Вона сприяє розвитку науково-технічного прогресу і інновацій, його впровадження у економіку, допомагає при прийнятті виробничих і управлінських рішень.

Значними стимулами розвитку ринку інформаційно-комунікаційних технологій є стрімкий розвиток попиту на всі види технічної, наукової, економічної інформації. І це сприяло розвитку підприємств нової сфери, яка називається «інформаційний бізнес», перед якими поставлено важливе завдання – задоволення зростаючих інформаційних потреб споживачів.

Список використаних джерел:

1. Палеха Ю. І. Інформаційний бізнес: підручник / Ю. І. Палеха, Ю. І. Горбань – К. : Вид-во Ліра-К – 2017. – 492 с.
2. Корнев Ю. Г. Аналіз інформаційної діяльності як сфери бізнесу / Ю. Г. Корнев // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 6. – С. 241- 248

**Шмагельська М. О., к.г.н.,
Гусар Б. С., група ФКб-171
Вінницький кооперативний інститут**

ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ (НА ПРИКЛАДІ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ) ЯК ПРІОРИТЕТ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Транспортна система України відзначається суттєвим відставанням щодо інфраструктури, норм законодавства у

порівнянні зі стандартами і вимогами ЄС. Це стосується, в першу чергу, залізничного транспорту. Для України, залізничний транспорт, на тривалу перспективу залишиться основним перевізником вантажів та пасажирів.

Україна є однією з провідних країн світу за основними показниками розвиненості залізничної мережі та за обсягами перевезень вантажів і пасажирів. Розвитку міжнародного залізничного сполучення в країні сприяє вигідне транспортно-географічне положення, а також те, що найбільші вантажо- і пасажиронапружені залізничні магістралі переважно проходять у напрямку до Центральної, Західної Європи і Азії. Саме тому, експорт залізничних пасажирських послуг за останні десять років зростає. Але збільшенню обсягу виконаних робіт заважає зношеність на 3/4 основних фондів галузі та зменшення експлуатаційної довжини залізничних колій загального користування [1].

Транзитні міжнародні пасажирські поїзди, що проходять по території України, за її межами з'єднують між собою десять міст у восьми країнах Євразії. Кінцеві станції проходження міжнародних залізничних пасажирських поїздів внутрішнього формування в Україні знаходяться в її межах у 20 містах, з яких 15 – центри адміністративно-територіальних одиниць першого порядку. Простежується закономірність: чим далі від України держава, з якою здійснюється міжнародне пасажирське залізничне сполучення, тим вищий адміністративний ранг міста – кінцевої станції руху в ньому [2].

Транзитний потенціал України в міжнародному пасажирському залізничному сполученні недовикористовується, хоча через територію держави проходять залізничні транспортні коридори: шість Організації співробітництва залізниць і три пан'європейських.

Оскільки залізнична транспортна система України знаходиться у державній власності, питанням, що пов'язані із комерційною діяльністю укрзалізниці, приділено набагато менше уваги. Але питання про відкриття ринку залізничних вантажних перевезень та перевезень пасажирів на конкурентній основі в Україні віднесено до актуальних. У законодавстві України не має органу, який би виконував окремо функції із розподілення потужностей інфраструктури, як це потребує система ЄС. Що

стосується технічних стандартів залізничної транспортної галузі в Україні, то вони зараз знаходяться в процесі модернізації відповідно до міжнародних стандартів.

У законодавстві нашої держави установлені базові принципи управління залізничною галуззю. Україна веде досить активну політику щодо участі у міжнародних організаціях з залізничного транспорту. Правовий режим руху транзитних міжнародних залізничних поїздів регулюється дво- і багатосторонніми угодами між залізничними відомствами держав [3].

Реформування залізничного транспорту України є першим кроком сьогодні на шляху його інституційної адаптації до стандартів ЄС, а також застосування прозорих ринкових механізмів. У першу чергу, реформування вимагає якісного удосконалення законодавчої бази і організаційної структури, для чого необхідний системний, комплексний підхід. Найважливішим напрямком реформи є забезпечення рівного доступу всіх перевізників (як державної, так і приватної форм власності) до транспортної інфраструктури (залізничної мережі, вокзалів тощо).

За ринкових умов до транспортної системи країни, зокрема, залізничного транспорту ставляться високі вимоги щодо якості, регулярності й надійності транспортних зв'язків, збереження вантажів і безпеки перевезень пасажирів, швидкості і вартості доставки, енергоефективності та показників техногенного навантаження на навколишнє природне середовище. Відповідно до цього, стан транспортних комунікацій України має відповідати потребам європейської інтеграції.

Список використаних джерел:

1. Офіційний веб-сайт Укрзалізниці. Режим доступу: <https://www.uz.gov.ua/>
2. Про схвалення Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року. Розпорядження кабінету міністрів України від 30 травня №430-р // Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-%D1%80>
3. Білорус О. Г. Стратегічні імперативи адаптації та трансформації зовнішньоторговельної діяльності України в умовах європейської інтеграції / О. Г. Білорус, О. В. Гаврилюк // Економіка України. – 2015. – № 11. – С. 4-15. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2015_11_2.

**Якимчук К. Д., к.е.н, професор,
Антонюк Ю., група МНМз-175
Вінницький кооперативний інститут**

НАПРЯМКИ ВИРІШЕННЯ РЕСУРСНО- ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ

Природокористування – це ключова категорія процесу взаємодії суспільства і природи. Під природокористуванням прийнято розуміти вияв громадських (економічних) відносин, що виникають в процесі залучення природних ресурсів у господарський обіг; присвоєння та використання природних ресурсів, у тому числі відтворення і охорону навколишнього середовища [1].

Важливо враховувати стан виснаження природних ресурсів і витрати на їх відтворення й охорону. Відтворення природних ресурсів є головною умовою економічного розвитку. В економічному процесі інтенсивно використовуються корисні копалини. У зв'язку з цим, необхідна спрямованість на їх постійну глибинну переробку і систематичні пошуки нових природних ресурсів. Тому слід дбати про відтворення природних ресурсів, що використовуються в інноваційному процесі економіки.

У наш час різні підприємства абсолютно по-різному переробляють використовувані природні копалини і по-різному впливають на стан навколишнього середовища. Усі підприємства України надають той чи інший вплив на природу, Але лише близько 2 тис. діючих підприємств відповідають за 99 % викидів і скидів.

У зв'язку з цим, доцільно розробляти і керуватися механізмом раціонального природокористування. Його слід розглядати як комплекс заходів, що забезпечують ефективне використання природно-ресурсного потенціалу в інтересах економічного зростання і сталого соціально-економічного розвитку. Механізм раціонального природокористування в умовах переходу до інноваційної економіки визначається особливостями її розвитку в суспільстві знань, заснованому на інноваціях. Так, наприклад, при розробці родовищ необхідно враховувати комплексний характер процесів видобутку і переробки сировинних ресурсів, доставки

готової продукції до споживача як усередині країни, так і при її експорті за кордон.

До числа пріоритетних екологічних проблем, раціонального природокористування, виходячи з наявного досвіду розвитку і функціонування найбільших сучасних виробництв, слід віднести:

- питання охорони атмосферного повітря;
- водокористування;
- питання, пов'язані з безпечним розміщенням і вторинним використанням відходів та ін.

Слід підкреслити, що існуючі на сьогодні підприємства необхідно модернізувати в інтересах раціонального природокористування в умовах переходу до інноваційної економіки.

На теперішній час урядом України затверджено комплекс заходів щодо зниження негативного впливу на навколишнє середовище.

Перехід до інноваційної економіки в нашій країні характеризується складними екологічними умовами. Згідно з оцінками експертів, близько 15 % території України за екологічними показниками знаходиться в критичному стані.

Головними причинами таких проблем називають недосконалість системи природоохоронного регулювання, неефективність управлінських і контрольних функцій держави, слабкі стимули для використання сучасних екологічно безпечних зелених технологій.

У зв'язку з цим слід виділити ще ряд критеріїв інноваційної економіки:

- спрямованість на рішення ресурсно-екологічних проблем;
- рівень інноваційної складової продуктивних сил;
- ступінь інтелектуалізації соціально-виробничих відносин.

Як відомо, забруднення навколишнього природного середовища не має прорахованих прогнозованих інновацій щодо утилізації цієї проблеми, а це завдає величезних матеріальних і психологічних збитків суспільству. Матеріальний збиток полягає у втраті матеріальних засобів і доходів суспільства. Психологічний проявляється відчуттям страху перед наслідками забруднення навколишнього природного середовища.

Виходячи зі здійсненого аналізу виділених нами критеріїв, при переході до інноваційної економіки необхідно враховувати ряд

наступних положень.

Доцільно надавати державну підтримку підприємствам, які здійснюють технічне переозброєння на базі високих, екологічно безпечних і ресурсозберігаючих технологій.

Критеріями такої підтримки виступає кількість сировини, зекономленої протягом останніх двох років і різниця між світовими і внутрішніми його цінами. Роль держави при вирішенні цього питання полягає в тому, що підприємство отримує додатковий прибуток від неї, отриманий в результаті вивільнення сировини з внутрішнього споживання для світового ринку, стимулюючи тим самим розвиток державного підприємства, що здійснює технічне переоснащення на базі екологічно безпечних технологій.

У процесі переходу до інноваційної економіки необхідно якісно змінити існуючу систему платежів за ресурси, що чинять негативний вплив на навколишнє середовище. Особливо актуальною ця вимога буде при розробці проектів використання родовищ, переробки сировини на місці і відправки її споживачам.

При переході до інноваційної економіки важливо визначитися з принципом диференційованого підходу податку на наднормативне споживання паливно-енергетичних та інших матеріальних ресурсів. Основою для встановлення нормативів повинні стати нормативи світового рівня. Перед прийняттям тарифів, потрібно визначити підприємства, які допустили перевитрату природних ресурсів, аби ті могли повернути суспільству втрачені кошти в результаті подорожчання первинної природної сировини.

Список використаних джерел:

1. Статистичний щорічник за 2015 рік / Державна служба статистики України. – за ред., І. М. Жук. – Київ. – 2016. – С. 204.
2. Кинг А., Шнайдер В. Первая глобальная революция: Доклад Римского клуба, Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1991. – С. 248.
3. Медоуз Д. Х., Медоуз Д. П., Рандез Й. За пределами роста. Глобальная катастрофа или устойчивое развитие / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1994, С. 321.
4. Мельник Л. Г. Экономические проблемы воспроизводства природной среды. – Харьков: Вища школа, 1988. – С. 258.

**Якимчук К. Д., к.е.н, професор,
Слободянюк А. І., група МНМз-175
Вінницький кооперативний інститут**

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Корпоративна соціальна відповідальність (скор. КСВ, англ. CSR – corporate social responsibility) за останні кілька років стала центральною темою у світовій економіці. У світлі макроекономічного оточення корпоративна соціальна відповідальність трактується з точки зору того, «якими повинні були б бути» відносини між глобальними корпораціями, урядами країн і громадянами. На мікрорівні – це відносини між корпораціями або компаніями і соціальним середовищем. Інше визначення засноване на відносинах між компаніями та іншими сторонами. Обидва визначення вказують на те, що компанії не є повністю незалежними від оточення, оскільки діють в соціальних рамках і відчувають вплив держави і суспільства, всередині яких вони здійснюють свою діяльність.

Соціальна відповідальність бізнесу може мати ключове значення у сталому розвитку і при цьому сприяти європейській інноваційності та конкурентності. Європейський союз також видав спеціальний «Зелений документ» (Green Paper on Promoting a European Framework for CSR), мета якого закласти основи для просування соціальної відповідальності компаній у всіх країнах Євросоюзу.

Європейська комісія в 2011 р заявила про нову політику соціальної відповідальності бізнесу. В переробленому документі на підставі суспільно-політичних подій, що мали місце в період до 2008 року включно, коли держави-члени Євросоюзу зазнали економічної кризи, комісія навела нове визначення корпоративної соціальної відповідальності як «відповідальності компаній за вплив, який чиниться ними на суспільство» (European Commission, 2011) [1]. Комісія вважає, що для послідовної реалізації соціальної відповідальності слід було б налагодити механізм обліку соціальних, екологічних та етичних питань, а також питань про права людини і споживчих прав в діяльності компаній і центральної стратегії співпраці із зацікавленими групами. Таким чином, компанії гарантували б оптимальне формування спільних цінностей

для власників / акціонерів, зацікавлених груп і суспільства в цілому. Стратегія дозволила б визначати, запобігати і пом'якшувати можливі негативні наслідки. Через свою складність процес КСВ в разі малих та середніх і особливо мікрокомпаній, ймовірно, залишиться неформальним та інтуїтивним. Однак комісія закликала великі компанії й ті компанії, у яких ризик негативного впливу особливо високий, здійснювати ретельний аналіз ризиків.

Ризикам в ланцюзі поставок в минулому піддавалися численні компанії, такі як, наприклад, «Apple», «DellComputers», «Nokia» та «Hewlett-Packard». Репутація згаданих компаній сильно постраждала, коли розкрилися дані про вкрай погані умови праці працівників у китайського виробника електроніки «Foxconn». У 2010 р. в компанії пройшли масові демонстрації співробітників через одинадцять самогубств робітників від нестерпних умов праці (постійний контроль над працівниками, відсутність перерв, робота по 12 і більше годин на добу) і низьку оплату на заводі «Longhua».

У 2012 р. при тестуванні гамбургерів одного з постачальників тричі було виявлено присутність конини. Було встановлено, що виробник у постачальника вже більше року робив закупівлі м'яса, що не пройшло процедуру схвалення. У «Tesco» не було відомостей про постачальника. Компаній, що діють на третьому рівні, менше, адже це компанії, які усвідомлюють свою відповідальність по відношенню до суспільства і приймають зобов'язання, які допомагають вирішувати і полегшувати проблеми суспільства (Harrison, 2000: 141-142) [4].

Таке ставлення сприяє налагодженню позитивного впливу на суспільство поряд з досягненням економічного прибутку, що є традиційною метою компанії. Дафт (Daft 1994: 160) соціальну відповідальність компаній визначає як зобов'язання керівництва компанії приймати рішення і діяти таким чином, щоб сприяти підвищенню добробуту суспільства. Соціальна відповідальність означає, що підприємство несе відповідальність за свою діяльність, яка впливає на людей і навколишнє середовище. Підприємство повинно намагатися виявити негативний вплив на суспільство і спробувати його виправити. А це може означати, що доведеться відмовитися від частини прибутку, якщо діяльність компанії сильно зачіпає інтереси якоїсь групи. Кернер (Koerner, 2004) розуміє соціальну відповідальність як щось більше, ніж розрізнення інтересів власників і сторін-учасниць. Він стверджує, що в

соціальної відповідальності бачить нову модель поведінки компаній, що сформувалася як реакція на зміни.

Ринкові дії, які є відповіддю на конкуренцію, переважають, адже підприємство, реагуючи на те, що відбувається на ринку, виконує свій перший і найважливіший суспільний обов'язок - нормальна ринкова діяльність. Інша складова включає в себе дії, які підприємство зобов'язане здійснювати внаслідок урядових регламентацій або договорів, укладених із зацікавленими сторонами, таких як, наприклад, профспілкові договори. Добровільні дії не вимагають особливих пояснень, проходять без тиску закону або інших регулюючих елементів (Steiner, Steiner, 2003:

Список використаних джерел:

1. Akram, S. (2013) A legal feeding-frenzy right up the food - chain, Western Mail (27. February).
2. Dontigney, E. (2014) Three Ways to Exhibit Social Responsibility, [Online], Available: <http://yourbusiness.azcentral.com/3-ways-exhibit-social-responsibility-22791.html>.
3. Steiner, G. A., Steiner, J. F. (2003) Business, Government and Society: a Managerial Perspective, Text and Cases, 10th ed., New York: McGraw-Hill.
4. Schwartz, M. S., Carroll, B. A. (2003) 'Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach', Business Ethic Quarterly, vol. 13 (4), pp. 503-530.
5. Utting, P. (2000) Business Responsibility for Sustainable Development, Geneva: United Nations Research Institute for Social Development.

**Якимчук К. Д., к.е.н, професор,
Солдатов М. О., група МНМз-175
Вінницький кооперативний інститут**

УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВОЮ ЕКОЛОГІЄЮ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Виробництво і споживання є основними категоріями національної економіки. В економіці кожної держави налагоджений обіг фінансових коштів та обіг товарів і послуг. Обіг фінансових коштів пов'язує виробників із власниками виробничих факторів

(земля, капітал, праця), які потім у результаті споживання повертають гроші виробнику. У зворотному напрямку реалізується обіг товарів (продукції) та послуг: виробники отримують товар від власників, у процесі виробництва перетворюють його в готову продукцію і продають споживачам.

Однак для відстеження виробничого процесу в рамках природно-гармонізованого розвитку такий обіг не є показовим, оскільки в ньому не підлягають розгляду питання про те, звідки загалом беруться природні ресурси (хто є їх власником), і що робити з продукцією, яка стала непридатною для вживання. З цієї точки зору, виробничий, або промисловий, процес (його можна було б позначити і як функціонування економічної системи) не може бути представлений у формі кола, тобто лінійно:

- добування природних ресурсів, необхідних в процесі виробництва (наприклад: руда, нафта, деревина, вода);
- розподіл продукції послуг серед кінцевих адресатів, покупців (торговельні центри, ринок та інші методи торгівлі, наприклад, через мережу Інтернет);
- споживання товарів і послуг: споживачі, користуючись набутими благами, задовольняють свої потреби або отримують користь;
- ліквідація продукції, яка була використана або вичерпала свій ресурс; вивезення її для утилізації відходів і подальша неможливість її використання.

До кожної з цих фаз можна залучити також економічну, соціальну і екологічну складові, які займаються такими питаннями, як алоціювати зазначені кошти таким чином, щоб економічна ефективність системи була оптимальною; визначити, чи забезпечується учасникам виробничого процесу належне медичне страхування, чи не є їх праця виснажливою; простежити, чи має місце диференційоване збирання відходів і чи проводиться їх максимальна утилізація. Такого типу питання є невід'ємною складовою природно-гармонізованого розвитку в цілому, однак ми не маємо наміру розглядати їх тут детально, оскільки ставимо собі за мету зосередитись на екологічному аспекті природно-гармонізованого розвитку.

Таким чином, вклад у виробничий процес – у вигляді праці тобто фізичного, людського, і природного капіталів, в кінці кінців, перетворюються на відходи. Якби цей процес протікав вельми

довго, його кінцевим результатом стало б повне виснаження ряду невідновних форм капіталу, таких як природні ресурси, і накопичення відходів. На сьогодні все більш виразною стає необхідність досягнення прогресу в обох напрямках. Що стосується природних ресурсів, то тут є дві можливості. По-перше, потрібно більш ефективно використовувати ресурси, тобто при початковій рівній кількості природних ресурсів домогтися найбільшого результату (наприклад, зробити більше енергії з одного літра нафти). При цьому вже відбувається перехід від вироблення цих ресурсів до їх використання (візьмемо, наприклад, автомобілі, які споживають менше палива). По-друге, прогресивним буде й перехід від використання невідновлюваних енергоносіїв до застосування відновлюваних джерел (використання енергії вітру замість нафти). Цей приклад стосується вироблення енергії, але деякі заміщені ресурси не можуть бути знайдені в інших сферах. Що стосується відходів, то прогрес тут можливий за рахунок нарощування частки відходів, що підлягають переробці. Ця фаза виробничого процесу передбачає, що заради досягнення природно-гармонізованого розвитку з акцентом на екології необхідно помістити цей процес у більш широкі рамки – господарське ставлення до навколишнього середовища. І тут ми вже матимемо справу з промисловою екологією.

Поняття «промислова екологія» складається з двох компонентів: промисловість та екологія. При цьому «промисловість» означає виробництво товарів в економіці, що розглядається широко, включаючи діяльність із переробки. Це поняття не має потреби в подальшій конкретизації, оскільки воно вже передбачає будь-яку з форм виробництва.

Екологія в загальному значенні має на увазі науку про навколишнє середовище, або про ареали проживання фауни і флори на тому чи іншому географічному просторі, в той час як в центрі її знаходиться поняття екосистеми, або точки дотику тваринного і рослинного світу з навколишньою неживою природою.

Список використаних джерел:

1. Про інвестиційну діяльність: Закон України // Відомості Верховної Ради України.– 1991.– № 9.
2. Про інноваційну діяльність: Закон України// Відомості Верховної Ради України.– 2002. – № 36.

3. Стеченко Д. М. Інноваційні форми регіонального розвитку: Навч. посібник / Київ : Вища шк., 2002. – С. 178.
4. Хомяков В. І. Менеджмент підприємства: Навч. посібник. / Київ: Кондор. – 2005. – С. 420.
5. Черкасова О. С. Формування податкового потенціалу регіону: Трансформація обліково-інформаційної політики та гармонізація фінансової звітності, аналізу і аудиту в умовах євроінтеграції: Монографія / Н. М. Левченко, Ж. К. Нестеренко: М-во освіти і науки України; Запор. нац. техн. ун-т. – Запоріжжя: Кругозір. – 2015. – С. 353 – 366.

СЕКЦІЯ 2. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ У СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

**Білова Д. В., група ОД-161
Коледж економіки і права
Вінницького кооперативного інституту
Науковий керівник: Гринчук Т. П., к.е.н., доцент**

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки, яка характеризує можливість і ефективність адаптації підприємства до умов ринкового конкурентного середовища.

Поліпшення конкурентних позицій підприємства – запорука успішної діяльності країни на міжнародному ринку. Сутність конкурентоздатності включає в себе можливість виробляти продукцію, яка складе належну конкуренцію іншим товарам.

Кожне підприємство, яке функціонує на ринку, прагне максимізувати свій прибуток. Ті підприємства, які в проваджують інновації займають лідерські позиції на ринку, поліпшують свої фінансові показники та можуть конкурувати не тільки з виробниками своєї країни, а й з виробниками іноземних країн. Процес підвищення конкурентоспроможності потребує врахування специфіки взаємозв'язку як між елементами організації, так і з їх оточенням, і уявляє собою процес сприйняття рішень (включаючи цілі, методи, плани) по досягненню цілей підвищення конкурентоспроможності.

Інновації важливі, оскільки конкурентоспроможність підприємства – це не стала величина, а динамічна, яка постійно змінюється. Її зміна обумовлені не тільки внутрішніми, але і зовнішніми чинниками [2].

До зовнішніх факторів конкурентоспроможності відносяться державна політика щодо експорту та імпорту, рівень економічного розвитку країни, рівень розвитку інфраструктури, розвитку науково-технічного потенціалу, державна система стандартизації і сертифікації продукції, державний контроль над дотриманням

обов'язкових вимог стандартів, якості, наявність і рівень кваліфікації трудових ресурсів. До внутрішніх факторів конкурентоспроможності можна віднести ефективну конкурентну стратегію, масштаби використання НТП, репутацію підприємства, безпеку системи інформаційного забезпечення підприємства, розмір клієнтської бази, використання мережі Інтернету для продажу продукції, мотивацію персоналу до підвищення якості товару, масштаби аутсорсингу (передача організацією, на підставі договору, визначених бізнес-процесів або виробничих функцій на обслуговування іншій компанії, що спеціалізується у відповідній їй області).

Таблиця 1

Показники вимірювання конкурентоспроможності підприємств [1]

Показник	Що включає	Значення
Фінансовий стан підприємства	Фінансово-економічні показники діяльності	Фінансовий стан – одна з найважливіших характеристик виробничо-фінансової діяльності підприємств
Ринкова активність	Ринкова частка, темпи приросту ринкової частки	Важливий показник для аналізу конкурентоспроможності підприємства, характеризує частку, яку займає підприємство
Ступінь використання виробничих потужностей	Коефіцієнт використання виробничих потужностей	Визначення ефективності використання підприємством наявного обладнання
Стан конкуренції між виробниками на певному ринку	Інтегральний коефіцієнт інтенсивності конкуренції	Дозволяє зрозуміти, який рівень конкуренції на відповідному ринку. Якщо показник <1, то конкуренція низька, що свідчить про монополію чи олігополію
Інноваційна частка	Частка витрат на інновації у обсягу загальних витрат	Один з важливих показників, що характеризують діяльність підприємства та можливості отримання більших прибутків

Основними сферами підвищення конкурентоспроможності є: управління інноваціями та технологіями; процес виробництва; використання інформації; управління людськими ресурсами; управління змінами тощо. До основних засобів підвищення конкурентоспроможності можна віднести: ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів; обґрунтована рекламна політика; створення нової продукції; підвищення техніко-економічних і якісних характеристик продукції; виявлення і забезпечення переваг продукту порівняно з його заміниками; виявлення переваг і недоліків товарів-аналогів, які виробляються

конкурентами, і використання одержаних результатів у діяльності фірми; модернізація обладнання; визначення можливих модифікацій продукту; всебічне зниження витрат; виявлення і використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції; вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та після продажного сервісу; пристосування продукції до роботи в різних умовах; диференціація продукції; посилення впливу на споживачів тощо [3].

Таким чином, для підвищення конкурентоспроможності підприємств необхідно розробляти і впроваджувати комплексну систему заходів. Виходячи з цього, будуть запропоновані наступні шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств України на світовому ринку: проведення політики, яка передбачає підтримку і захист вітчизняного товаровиробника; стабілізація політичної ситуації і відновлення роботи підприємств; збільшення державного фінансування науково-дослідного сектора підприємств, постійна модернізація обладнання; забезпечення фахівців робочими місцями, мотивування до роботи на вітчизняних підприємствах; взяття під контроль держави процесу виробництва і продукції, орієнтування продукції на міжнародні стандарти якості; постійне оновлення конкурентних стратегій; розширення масштабів аутсорсингу; вдосконалення механізму управління підприємством.

Список використаних джерел:

1. Нестеренко О. С. Вимір впливу інноваційної складової на конкурентоспроможність виробничих підприємств за допомогою методу головних компонент / О. С. Нестеренко // Науковий вісник. – 2015. – № 46. – С. 206.
2. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство – регіон. Навч. посібник. – 6-те вид., перероб. та доп. / За ред. Козака. – К.: Центр учбової літератури, 2016 р. – 290 с.
3. Брикаліна С. В. Конкурентоспроможність підприємства та шляхи її підвищення [Електронний ресурс] / С. В. Брикаліна, А. В. Пильова. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/8_NND_2010/Economics/60538.doc.htm.

Дибчук Л. В., к.і.н., доцент,
Мельник Д. В., група ПТ(б)з-181
Вінницький кооперативний інститут

PRIVATE LABEL ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Підприємства споживчої кооперації зустрічаються з сильною конкуренцією з боку потужних торговельних мереж, які завдяки збільшенню розмірів торговельних площ та значному розширенню асортименту забезпечують нижчу собівартість та підтримують високі обсяги збуту. Окрім того в арсеналі конкурентних переваг розвинених торговельних мереж з'явився такий маркетинговий прийом, як Private Label – приватна торгова марка. Це вимагає пошуків нових шляхів підвищення конкурентоспроможності власної продукції.

Private Label (власна торговельна марка) – марка товару або послуги, створених певною компанією на замовлення і представлених під брендом іншої компанії. Особливо практика використання власних ТМ поширена у торговельних мережах. Реєстрація власної торговельної марки є ініціативою компанії, яка бере на себе розробку та контроль над виробництвом і якістю продукту. Такі товари можуть випускатися під маркою певної торговельної мережі або мати власну назву [1].

Продукти, які випускаються під власною торговою маркою, часто позиціонуються як альтернатива дорожчим «преміум» брендам та іменитим міжнародним чи національним торговим маркам.

Найбільш складним моментом для виробників може стати конфлікт інтересів, оскільки іноді власні бренди і бренди торгових мереж виступають прямими конкурентами. Враховуючи, що під private label в основному випускають продукти масового споживання в середньому і низькому ціновому сегменті, то уникнути прямої конкуренції часто вдасться тільки завдяки винесення власних товарів в дорожчий сегмент, що небажано в поточному періоді.

Враховуючи, що сплеск популярності ВТМ зумовлений, зокрема, кризою, то не виключається її короткостроковість з

подальшим скороченням продажів. Проте зворотного тренда після завершення кризових явищ в економіці і зростання добробуту населення не чекають самі мережі.

Популярність власних торгових марок роздрібних мереж всього за декілька років зробила грандіозний ривок – з практично невідомого поняття до статусу норми і одного з найпривабливіших інвестпроектів у ритейлі. Цей сегмент виявився одним з небагатьох, якому криза пішла на користь.

Оскільки вітчизняний ритейл молодий, його складова – ВТМ має всього кількарічну історію. За останні чотири роки попит на недорогу продукцію через зниження доходів населення значно зріс.

В Україні, порівняно із Західною Європою, існування власних торгових марок (private label) ще не прийняли «звичайний» характер, але попри це вони розвиваються, що можна побачити на прикладі таких торгових марок, як «Фуршет», «АТБ», «Fozzy Group», «Metro», які досить успішно функціонують на ринку, оскільки у даній кризовій ситуації на ринку України споживачі починають приділяти більше уваги дешевшим продуктам споживання [2].

З метою збільшення конкурентоспроможності Укоопспілки нами пропонується розробка власних private label. Ми пропонуємо програму з трьох етапів. На першому етапі в рамках всеукраїнського пілотного проекту повинна бути створена локальна мережа сільських мінімаркетів в Вінницькій області з відповідною брендовою назвою даної локальної торгової мережі. На другому етапі повинно відбутись розширення меж використання даної торгової марки і її перенесення на назви товарів, що виробляє Вінницька облспоживспілка. На третьому етапі подібні private label повинні бути створені по всім облспоживспілкам [3].

При виборі назви локальної торгової мережі ми вирішили скористуватись досвідом інших підприємств Вінниччини, які успішно виводили свої марки на ринок. Так в підприємство «Альтаір» в свій час успішно вивело на ринок марку мінеральної води «Барчанка», а підприємство «Тулечинський маслосирзавод» – марку вершкового масла «Тулечинка». Для нашої торгівельної мережі ми пропонуємо використання торгової марки «Подоряночка». Дана назва є автентичною і має пряме відношення до Вінницької області, що розташована на Подільській височині, яка має другу назву Поділля.

На другому етапі ми пропонуємо застосовувати дану торгову марку для широкого спектру продуктів, що випускаються на підприємствах Вінницької споживспілки та реалізуються через мережу роздрібної торгівлі. Так пропонується випуск хлібних, ковбасних та молочних виробів під торговою маркою «Подольночка».

При проведенні рекламної компанії даного бренду пропонуємо використовувати слоган «Обличчям до людей» таким чином позиціонуючи дану товарну марку, як якісну, доступну та ту, що відповідає потребам вінничан та піклується про їх добробут та здоров'я.

В якості товарного знаку пропонується використовувати малюнок, в якому поєднанні дівоче обличчя з вінком зі стрічками на голові та надписом великими літерами поверх стрічок, що розвиваються по вітру: «Подольночка». При проведенні PR-компанії по просуванню на ринок даного бренду у якості промоутерів пропонується залучити дівчат в національних костюмах та з вінками на голові. Пропонується провести ребрединг та змінити назву всіх магазинів Вінницької споживчої спілки, що обладнанні сучасним торговельним обладнанням і мають відповідний інтер'єр. У якості фірмових кольорів пропонується поєднання синього, зеленого та червоного кольорів.

Отже, використання private label підприємствами споживчої кооперації надасть їм суттєві конкурентні переваги.

Для продавця: підвищення власної конкурентоспроможності за рахунок створення міцного бренду; збільшення обсягів збуту та прибутку; зміцнення ринкової позиції за рахунок виділення свого товарного асортименту на фоні конкурентів; можливість встановлення низької ціни за рахунок реалізації власної продукції.

Для виробника: це є можливістю зекономити на рекламі, оскільки його товар уже в магазині під відомим покупцеві проектом; більш вигідну цінову нішу (націнки на приватні марки зазвичай нижче на 30-40%); завантаження виробничих потужностей та мінімізацію граничних витрат; додатковий прибуток за рахунок збільшення обсягу збуту.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт журналу «Юридичний радник» / Конфлікти торгових марок: практика вирішення / Т. Кислий // № 1 (9) лютий 2016. – Режим доступу:

[<http://www.yurradnik.com.ua/stride/ur/index.php?m=authors&aut=444&art=199>].

2. Український діловий тижневик «Контракти» / № 08 від 20 – 02 – 2016 / Ефект присутності / Н. Резниченко, І. Зайцев // – Режим доступу:

[http://www.kontrakty.com.ua/show/ukr/print_article/37/0820066955.html].

3. Дибчук Л. В. Підвищення конкурентоспроможності підприємств Укоопспілки шляхом впровадження власних торгових марок / Л. В. Дибчук, В. В. Каправий // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки № 6. Том 2. – 2013. – С. 151–154.

**Іванюта П. В., д.н.держ.у., доцент,
Дідик О. С., група МН-175
Вінницький кооперативний інститут**

ВПЛИВ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА НА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Успішна діяльність на зарубіжних ринках обумовлюється здатністю правильно оцінити і зрозуміти соціально-культурні особливості країни, де підприємство прагне здійснювати свою діяльність. Оскільки в кожній країні є свої традиції та звичаї, то існують відмінності в умовах життя, споживання та засобах комунікації.

Комплексний аналіз і оцінка середовища розвитку міжнародного бізнесу підприємства є найважливішим моментом підготовки всіх стратегічних і багатьох тактичних рішень міжнародного менеджменту [1].

В Україні існують значні особливості здійснення міжнародного бізнесу. Більшість дослідників вважають, що середовище діяльності українських підприємств є вкрай несприятливим (катастрофічна нестача серйозної і надійної бізнес-інформації, значні труднощі в контактах із закордонними партнерами (від мовних до культурних), неосвіченість і недосвідченість наших бізнесменів і менеджерів. З цих причин є сенс простити і звузити рамки підходу до аналізу зовнішнього середовища міжнародного бізнесу в інтересах його реалізованості й

одержання практично значимих результатів. Частіше усього аналіз зовнішнього середовища провадиться українськими підприємцями в контексті пошуку можливостей виходу на міжнародні ринки [2].

Однією з найважливіших задач є зниження невизначеності положення підприємства в оточенні, що досягається шляхом розвитку його адаптованості до зовнішнього середовища та встановленням широких зв'язків з оточенням, які дозволяють такому підприємству органічно вписуватися в навколишнє середовище.

Під міжнародним соціально-культурним середовищем розуміють сукупність усіх соціальних та культурних факторів зарубіжних ринків, що впливають на маркетингову діяльність підприємства, серед яких найважливішими є комунікаційні засоби, релігія, освіта, умови та стиль життя населення, народні традиції, звичаї та соціально-культурні цінності [3, с. 27].

До складу соціально-культурного середовища, як правило, відносять наступні елементи [3, с. 28-34]:

- мову (якою розмовляють; якою пишуть; офіційну мову; лінгвістичний плюралізм; ієрархію мов; міжнародні мови; мову в засобах масової інформації);
- релігію (філософські системи; прийняті релігії; повір'я та норми; табу; свята; ритуали);
- цінності та ставлення до часу, досягнень, роботи, успіху, змін, наукових методів, ризику, жінки, сім'ї, дітей, здоров'я;
- освіту (систему освіти; систему підвищення кваліфікації; управління трудовими ресурсами);
- організацію суспільства (спорідненість; соціальні інститути; структуру влади; неформальні групи; соціальну мобільність; соціальні прошарки; систему громадянства);
- технологічну та матеріальну культуру (транспорт; енергетичну систему; комунікації; урбанізацію; науку; винаходи).

Соціально-культурне середовище підприємства, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність, як фактор є зовнішнім відносно підприємства і справляє опосередкований вплив на підприємство і його ділове оточення. Соціально-культурне середовище сприяє формуванню соціального капіталу, в якому все активніше проглядають процеси децентралізації, диверсифікації видів та форм організації дозвілля.

Соціокультурне середовище формує соціальний капітал через

розвиток освіти, охорони здоров'я, збереження культури, духовних цінностей. А тому, в нинішніх умовах глобалізації, надзвичайно важливо сприяти створенню середовища для комунікації людей, створенню умов, які дозволять кожній людині активно включатись у соціальну структуру громади, відчувати відповідальність за неї. За сучасних умов, основною соціокультурною основою типології цінностей було її співвіднесення з тим типом цивілізації, у надрах якої виникла дана цінність, або до якого вона переважно себе відносить. Саме під цим культурно-генетичним кутом зору розрізняються традиційні цінності, що орієнтовані на збереження і відтворення давно сформованих цілей та норм життя. Сучасні цінності – орієнтовані на інновації і прогрес у досягненні раціональних цілей. Крім того, слід враховувати і існування загальнолюдських цінностей.

Таким чином, соціально-культурні чинники формують ціннісну орієнтацію людей, а щоб усвідомити їх вплив на міжнародний бізнес слід враховувати такі соціальні явища і процеси як відношення людей до роботи і якості життя, існуючі у суспільстві звичаї і вірування, зростання населення, рівень освіченості та мобільності людей. Особливість соціальної компоненти полягає у тому, що вона впливає як на інші компоненти макрооточення, такі на внутрішнє середовище підприємства. Усі фактори є взаємообумовленими. Відмінною рисою соціальних процесів є те, що вони змінюються відносно повільно, але приводять до дуже істотних змін в оточенні конкретного підприємства.

Список використаних джерел:

1. Міжнародний менеджмент: Навч. посібник / П. І. Юхименко, Л. П. Гацька, М. В. Півторак та інші – К.: Центр учб. літератури, 2011. – 488 с.
2. Сульповар Л. Показники ефективності соціальноорієнтованої маркетингової стратегії підприємства / Л. Сульповар, Т. Богачова // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 6. – С. 54-57.
3. Куценко В. Роль середовища у формуванні соціального капіталу / В. Куценко // Вісник національної Академії наук України. – К.: Вид. дім «Академперіодика», № 12. – 2010. – С. 25-35.

**Кашпрук Ю. А., к.е.н., доцент,
Гнатюк Д. О., група МНЗ-175
Вінницький кооперативний інститут**

СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА В КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

В сучасних умовах господарювання, економіка України характеризується наявністю великої кількості кризових явищ, що підсилює конкуренцію між підприємствами і обумовлює необхідність обов'язкового використання стратегічного планування господарської діяльності. В процесі стратегічного планування першим та найважливішим етапом є розробка стратегічних альтернатив та вибір оптимальної стратегії під впливом багатьох факторів, зокрема обмеженості фінансових ресурсів. Але на теперішній час в економічній літературі з питань стратегічного управління підприємством відсутній єдиний підхід до формування стратегічних альтернатив, що обумовлює актуальність та необхідність проведення дослідження існуючих науково-методичних підходів до розробки стратегій та їх використання на діючих підприємствах. Перехід до ринкових відносин, особливості становлення ринку в Україні, складні тенденції в реалізації методів і засобів державного регулювання обумовили необхідність у розробленні ефективної економічної моделі розвитку підприємства в умовах обмеженості фінансових ресурсів.

Питанням стратегічного планування на підприємстві в цілому і формування стратегічних альтернатив зокрема, присвячено наукові праці багатьох як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, серед яких слід виділити: І. Анософфа, Б. Альстренда, Л. В. Балабанову, Т. А. Забазнову, Д. А. Корнілова, В. С. Кузнєцова, Д. Лемпела, Г. Мінцберга, В. С. Пономаренко, А. А. Томпсона, Л. І. Федулову, В. І. Хомякова та інших.

Стратегія – це економічна категорія, що характеризує діяльність підприємства, пов'язану з формуванням та реалізацією довгострокових цілей, враховуючи його внутрішній потенціал [1].

У сучасному менеджменті найбільш правильним є розуміння стратегії, що враховує два аспекти. Перший аспект – формулювання стратегії, другий – її виконання. Формулювання стратегії є становленням ідеальної аналітичної мети, тоді як її

виконання має передусім адміністративне наповнення. Таким чином, стратегія повинна включати цілі і комплекс дій, які мають вирішальний характер для підприємства і які відрізняють його від інших підприємств.

Формуючи стратегію підприємства, насамперед, необхідно визначити місію його існування, обґрунтувати довгострокові цілі, зробити вибір можливих альтернатив з метою ефективнішого використання потенціалу та конкурентних переваг підприємства.

Формування стратегії підприємства передбачає ідентифікацію чотирьох складових [2, с. 16]:

1) ринкових можливостей, або, які зовнішні потреби підприємство може задовольняти в процесі своєї виробничо-господарської діяльності;

2) потенціалу підприємства – загальних компетентностей і ресурсів;

3) власних цінностей і прагнень, тобто що підприємство прагне робити;

4) підтверджених зобов'язань перед суспільством і його членами, тобто, що підприємство повинно робити.

Ієрархія стратегій полягає у об'єкті, для якого вони розробляються [3, с.34]:

1. Корпоративна стратегія розробляється для всього підприємства.

2. Конкурентні стратегії розробляються за окремими бізнес-напрямами чи сферами діяльності.

3. Функціональні стратегії – для кожної з функціональних підсистем (філій, підрозділів, служб) підприємства.

Операційні стратегії розробляються для визначення принципів управління окремими процесами (наприклад, процесами закупівлі, транспортування, реклами та ін.).

Недосконалість процесу стратегічного планування та прийняття економічно необґрунтованих стратегічних рішень призводить до таких явищ як розрив господарських зв'язків, взаємне порушення платіжної дисципліни, зниження темпів розширення діяльності підприємства. Від якості сформованої стратегії залежить здатність підприємства ефективно використовувати фінансові ресурси та реалізовувати свій економічний потенціал. З огляду на це, проблема розробки ефективної стратегії на сучасних підприємствах є досить важливою

та актуальною. Застосовуючи сучасні методи стратегічного управління, підприємства повинні змінювати існуючий фінансово-господарський механізм, який не відповідає вимогам ринкової економіки. Доцільно науково та виважено підійти не тільки до розроблення та реалізації стратегії підприємства в цілому, а й до однієї з її головних складових – фінансової стратегії [4, с. 43-45].

Отже, на сьогодні потреба формування стратегії є важливим складником успішного функціонування будь-якого підприємства – незалежно від розміру, організаційно-правової форми та виду діяльності. Для того, щоб правильно визначити стратегію, необхідно ретельно вивчити внутрішній стан підприємства та зовнішні фактори впливу. Лише чітко уявляючи становище свого підприємства на ринку, враховуючи особливості ринку, генеральний менеджмент може краще визначити стратегію, котра сприятиме досягненню поставленої мети і фінансових результатів.

Список використаних джерел:

1. Семенович А.І. Роль стратегії в діяльності підприємства // Соціум. Наука. Культура. Економіка. – 2012. – С. 43-44.
2. Веретенникова Г. Б. Теоретичні засади процесу формування стратегії // Наука молода: зб. наук.пр. – Тернопіль, 2012. - №2. – С. 15-19.
3. Горелов Д.О. Стратегія підприємства: навч.-метод. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.]. – Харків: Вид-во ХНАДУ, 2012. – 133 с.
4. Федулова Л. І., Захарова О. В. Особливості концепції стратегічного планування в сучасних умовах розвитку економіки // Проблеми науки. – 2013. – № 1. – С 42-46.

**Кашпрук Ю. А., к.е.н., доцент,
Гойман О. С., група МНз-175
Вінницький кооперативний інститут**

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ОНОВЛЕННЯ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Успіх будь-якої фірми визначається можливістю виведення на ринок її нових продуктів. Розробка нового продукту завжди пов'язана з тим чи іншим ступенем ризику. Належність нового продукту до тієї чи іншої категорії визначає співвідношення між

рівнем ризику і очікуваної винагороди при його випуску на ринок. Найбільшому ризику підлягає фірма, що випускає зовсім нову продукцію, оскільки в таких випадках реакція споживачів звичайно важко передбачувана.

У процесі управління оновленням виробів неминуче виникає питання про те, які з них відносити до нових. Продукція, нова для конкретного підприємства, може виявитися далеко не новою з погляду національної економіки і, особливо, у порівнянні з моделями аналогічного функціонального призначення, наявними на світовому ринку. Завдання ж полягає не просто у відновленні асортименту, а в підвищенні ефективності виробництва за рахунок розробки й освоєння технічно досконалих і високо економічних зразків. У зв'язку з цим, в першому розділі роботи було заплановане здійснення відповідних досліджень. За сучасних умов у більшості підприємств оновлення продукції зумовлене впливом науково-технічного прогресу. Одна продукція відмежовується ринком, а інша довгий час користується попитом у покупця.

Розробка нових товарів є однією із важливих складових товарної політики підприємства. Сьогодні характерною рисою ефективно діючих підприємств є здатність створювати нові товари. Планування нової продукції відноситься до розділу стратегічного планування підприємства. Тому від здатності підприємства розробляти та впроваджувати на ринок свій новий продукт залежать і його фінансові показники.

Поняття нового товару є досить широким, його трактують по-різному. Проте всі визначення переважно виходять із таких критеріїв [1, с. 51]:

- час (віднесення до нових товари, що вперше виготовляються підприємством);
- можливість породження та задоволення товаром раніше невідомої потреби;
- певні зміни у товарі, що відрізняють виріб від його аналогів і прототипів. Однією з особливостей є те, що вони можуть стосуватися сировини, матеріалів, конструкції, технології, зовнішнього вигляду.

Існують чотири категорії нового продукту [1, с. 52-53]:

1. Заміна існуючого продукту. Передбачає модернізацію і вдосконалення тих продуктів, які вже виготовлялись підприємством. Сюди також відносяться продукти, які виведені на

нові сегменти ринку, а також продукти з більш низькою собівартістю за рахунок зміни їх складу чи конструкції, що дозволяє фірмі знижувати виробничі витрати.

2. Доповнення до наявного асортименту (біля 25% нових продуктів, які з'являються на ринку). Це продукти, які додаються виробниками до існуючого асортименту.

3. Новий асортимент продукції (близько 20% усіх нових продуктів).

4. Зовсім новий продукт (близько 10 % нових продуктів). Ця категорія дозволяє створити нові ринки збуту завдяки високій споживчій цінності цих продуктів.

Умовами створення нового товару повинна стати оцінка сфери можливого використання, кількості та складу потенційних покупців; наявних ресурсів виробництва та збуту; можливих змін у технологічному забезпеченні випуску нового товару; підприємницьких ризиків та вірогідності конкуренції нового товару з тими, що вже виробляються підприємством [2].

Важливість створення нового товару зумовлена багатьма чинниками, і найсуттєвішими з них є зміна ринкових умов, зниження конкурентоспроможності та етап життєвого циклу товарів.

У процесі розробки та впровадження продукції у виробництво вирішуються наступні основні завдання забезпечення потреб у новій продукції внутрішніх споживачів та експорт даної продукції; створення і виробництво продукції високого технічного рівня та якості, конкурентоспроможної на внутрішньому і зовнішньому ринках; скорочення термінів розробки та освоєння виробництва нової продукції; забезпечення стабільності та покращення (відповідно до умов ринку) показників якості продукції та ефективної її експлуатації; забезпечення та підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства; завоювання прихильності споживачів до продукції підприємства та створення її позитивного іміджу [3].

Отже, нова продукція являє собою виріб, що вперше виготовляється на підприємстві, а також модернізований виріб, що отримав нову якісну характеристику. Нова продукція значно покращує розв'язання певної проблеми споживача або проблеми, яка раніше не розв'язувалась. Потреба ринку в нових товарах чи послугах є ключовим фактором інноваційного процесу. Кожне

сучасне підприємство постійно стикається з необхідністю впровадження інновацій як основної умови підтримки і розвитку своєї діяльності, де вагоме місце займає впровадження системи оновлення продукції.

Список використаних джерел:

1. Мурзік Н. Ю. Формування стратегії оновлення продукції підприємства // Інформаційні технології в сучасному світі: дослідження молодих учених: Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених, аспірантів та студентів, м. Харків, 13-14 березня 2013. – С. 51-53.
2. Лагутін В. Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання: монографія / В. Д. Лагутін. – К. : КНТЕУ, 2008. – 327 с.
3. Мазаракі А. А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність: монографія / А. А. Мазаракі, Д. М. Пшеслінський, І. В. Смолін. – К.: КНТЕУ, 2010. – 384 с.

**Кашпрук Ю. А., к.е.н., доцент,
Єлістратов Д. І., група МНЗ-175
Вінницький кооперативний інститут**

УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективно організовані грошові потоки підприємства є найважливішою основою фінансової стабільності підприємства, передумовою досягнення високих кінцевих результатів його господарської діяльності в цілому. Рациональне формування грошових потоків сприяє підвищенню ритмічності здійснення операційного процесу підприємства. Ефективні форми планування грошових потоків дозволяють підприємству отримувати додатковий прибуток.

Грошовий потік підприємства – це різниця між усіма надходженнями (притоками) грошових коштів та їх використанням (потокотом грошових коштів) [1, с. 80]. Грошовий потік – це виявлення сутності грошей у русі. Він охоплює процеси розподілу й обміну. На обсяг і структуру грошового потоку на підприємстві впливають стадії виробництва та споживання. Тривалий виробничий процес, який потребує збільшення виробничих запасів,

призводить до збільшення платежів, пов'язаних з їх придбанням. Особливе місце займає грошовий потік у процесі реалізації продукції. За товарного виробництва продукт окремого виробника, призначений для споживання іншим суб'єктом господарювання, може дійти до споживача і дати право виробнику на отримання іншого продукту тільки після його оплати. Під час реалізації перевіряється відповідність між обсягом і структурою виробництва та суспільною потребою в них [2, с. 77].

Грошовий потік – це потік, який пов'язаний із функціонуванням грошей, виконує функцію інструменту взаєморозрахунку із суб'єктами фінансових відносин, впливає на рух активів і капіталу підприємства й характеризується певним розміром, напрямом та часом [3, с.87].

Управління грошовими потоками підприємства – це складний неперервний циклічний процес. Під циклом управління грошовими потоками розуміється систему послідовних етапів багаторазово повторюваного процесу прийняття і реалізації стратегічних та оперативно-тактичних рішень з управління грошовими потоками [2, с. 79].

Однією з умов фінансового благополуччя підприємства є надходження грошових коштів. Досягнення підприємством стабільного зростання забезпечується через розвиток і оптимізацію всіх ланок і сфер економічної діяльності суб'єкта господарювання. Ключовим елементом економічної системи підприємства, при цьому, виступають грошові потоки, що забезпечують координацію потоків і залишків всіх видів ресурсів підприємства, обслуговуючи його діяльність. Тому, саме через ефективне управління грошовими потоками доцільно управляти економічним зростанням підприємства.

Основними цілями управління грошовими потоками підприємства є забезпечення збалансованості обсягів грошових потоків; забезпечення зростання чистого грошового потоку підприємства. При цьому основними об'єктами управління виступають [4]: позитивний грошовий потік; негативний грошовий потік; залишок грошових активів; чистий грошовий потік.

Найважливішою передумовою здійснення управління грошовими потоками є вивчення факторів, що впливають на обсяги і характер формування у часі. Основними напрямками оптимізації грошових потоків [5, с. 17]:

- 1) збалансування грошового потоку;
- 2) синхронізація грошового потоку;
- 3) максимізація чистого грошового потоку.

У першу чергу необхідно домогтися збалансованості обсягів додатного і від'ємного потоків коштів, оскільки і дефіцит, і надлишок грошових ресурсів негативно впливають на результати господарської діяльності. Синхронізація грошових потоків має бути спрямована на усунення сезонних і циклічних розходжень у формуванні як позитивних, так і негативних грошових потоків, а також на оптимізацію середніх залишків готівки. Максимізація грошового потоку – це напрям, який найбільш важливо визначає результати попередніх етапів. Його зростання забезпечує підвищення темпів економічного розвитку підприємства на принципах самофінансування, знижує залежність цього розвитку від зовнішніх джерел формування фінансових ресурсів, забезпечує приріст ринкової вартості підприємства [3].

Збалансування усіх видів грошових потоків на основі урахування як зовнішніх, так і внутрішніх факторів сприятиме підвищенню ефективності управління грошовими засобами, результатів фінансово-господарської діяльності підприємств. Завдяки кваліфікованим спеціалістам досягнення позитивного потоку грошових коштів на підприємстві можливе навіть у кризовий період.

Отже, управління грошовими потоками є важливим елементом системи менеджменту підприємства. Від якості та ефективності процесу управління грошовими потоками залежить не тільки стійкість підприємства в конкретний період часу, а й можливість подальшого розвитку, досягнення фінансового успіху на довгострокову перспективу.

Список використаних джерел:

1. Строгаль Д. В. Теоретичні підходи до аналізу грошових потоків у міжнародних компаніях / Д. В. Строгаль // Економіка і держава. – 2013. - № 4. – С. 79-83.
2. Вареник В. М. Властивості грошових потоків / В. М. Вареник // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2011. – № 1 (4). – С.77-80.
3. Пірог Д. В. Грошові потоки як самостійний об'єкт стратегічного обліку і аналізу / Д. В. Пірог // Економіка і держава. – 2011. – № 7. – С. 86-89.

4. Волошина Ю. Оптимізація грошових потоків / Ю. Волошина // Фінансовий Директор. – 2009. – С. 9-12.
5. Артюх І. Значення та аналіз грошових коштів в умовах ринкової економіки / І. Артюх // Економічний простір. – 2009. – № 15. – С. 113-118.

**Клебанівська В. В., група МНБ-171
Вінницький кооперативний інститут
Науковий керівник: Вознюк Т. К., к.е.н.**

ПОНЯТТЯ ТА ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ У СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИНАХ

Багато авторів стверджує, що універсального поняття конкурентоспроможності не може бути, оскільки його необхідно інтерпретувати відповідно до об'єкту (товару, послуги, фірми, галузі, регіону, країни) дослідження. Тому можемо стверджувати, що конкурентоспроможність – це складна економічна категорія, яка розглядається на декількох рівнях: конкурентоспроможність товару; конкурентоспроможність товаровиробника; галузева конкурентоспроможність; конкурентоспроможність країн, вона ж конкурентоспроможність національної економіки [1].

Зміст поняття конкурентоспроможності товару, підприємства, галузі достатньо визначений і загальновідомий, а зміст теорії конкурентоспроможності національної економіки (інколи ще вживають термін «міжнародна конкурентоспроможність економіки»), то це досить складне, багаторівневе поняття, яке не має єдиного загальновизнаного визначення не тільки у вітчизняній, а й у зарубіжній науці. Відповідно можемо констатувати досить широкі розбіжності в поглядах на сутність і природу конкурентоспроможності країни.

На думку І. П. Фамінського, національна конкурентоспроможність країни визначається як концентроване вираження економічних, науково-технічних, виробничих, організаційно-управлінських, маркетингових та інших можливостей, що реалізуються в товарах і послугах, успішно протистоять конкуруючим із ними закордонним товарам і послугам як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках [2].

На нашу думку в Україні не має цільової програми, яка б містила основні напрями реалізації конкурентної політики, тому одним з напрямів вдосконалення конкурентної політики було затвердження Концепції загальнодержавної програми розвитку конкуренції на 2014–2024 роки. Метою даної програми є розвиток конкуренції на товарних ринках як засобу забезпечення сталого економічного зростання покращення умов для їх ефективного функціонування, удосконалення механізму державного регулювання таких ринків[3]. Відповідно, конкурентоспроможність національної економіки включає не тільки безпосередньо конкурентоспроможність національного господарства, а й конкурентоспроможність державного апарату, а також конкурентоспроможність суспільства у цілому.

Постійний розвиток країни, підвищення рівня життя її населення неможливі без конкурентоспроможного державного, політико-правового і суспільного устрою, що і відтворюється у такому визначенні: «Конкурентоспроможність країни складається з конкурентоспроможного приватного сектора (компанії, підприємства та ін.) й ефективного публічного сектора (органи влади, освіта, охорона здоров'я та ін.)» [4].

На думку М. І. Синюченко, «національна конкурентоспроможність – це спроможність країни створювати правові, інфраструктурні, наукові, фінансові й у цілому весь спектр інституційних умов, які дають змогу економіці розвиватися динамічно, використовуючи інноваційні технології на всіх рівнях, і на цьому фундаменті створювати умови для збільшення добробуту громадян країни та підвищення соціально-економічної результативності, яка виявляється у високому суспільному ефекті» [5, с. 16–17].

За словами Л. Тюрлоу, професора економіки Нью-Йоркського університету, «в ХХІ столітті освіта та кваліфікація робочої сили стануть домінуючим знаряддям конкуренції». Освіта стає найважливішим фактором забезпечення конкурентоспроможності економіки держави, капіталом, який концентрується розвиненими державами для утримання монополії в геополітичному просторі. Так Консультативний комітет із промислових досліджень і розвитку Комісії Європейського Союзу в докладному дослідженні кваліфікаційного рівня робочої сили в Європі прийшов до такого висновку: «Без конкурентоспроможної

системи освіти не може бути конкурентоспроможною робочою сили, а без останньої – конкурентоспроможною економіки» [6].

На думку міжнародних та вітчизняних експертів, зниження конкурентоспроможності України в міжнародних рейтингах пов'язане із нестабільною політичною ситуацією та зі зростанням агресії Росії в країні. Оскільки військові протистояння на Донбасі призводять до постійного зниження загальноекономічних показників, руйнування інфраструктури, зниження виробництва, це все негативно позначиться на майбутніх рейтингах міжнародної конкурентоспроможності України. Тому пошук шляхів підвищення конкурентних позицій країни у світовому економічному просторі є одним із найактуальніших завдань українського уряду.

Список використаних джерел:

1. Алещенко В. В. Теоретико-методологические вопросы конкурентоспособности экономической системы / В. В. Алещенко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – № 1. – С. 106–119.
2. Внешнеэкономический толковый словарь / Под ред. И.П. Фаминского. М.: Инфра-М, 2000. – 458 с.
3. Концепції загальнодержавної програми розвитку конкуренції на 2014–2024 роки. <http://conf.htei.org.ua/wp-content/uploads/2016/12/materiali-konf-2016-ekonom.pdf>
4. Совет по национальной конкурентоспособности [Online] : <http://www.conc.org>.
5. Синюченко М. І. Конкурентоспроможність національної економіки: дослідження ефективності факторів зростання / М. І. Синюченко // Бізнес Інформ. – 2014. – № 7. – С. 14–17.
6. [Експортна стратегія та план завдань і заходів, що додаються](https://www.kmu.gov.ua/.../5a68aafc720d3647272759.doc) <https://www.kmu.gov.ua/.../5a68aafc720d3647272759.doc>.
7. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності. oaji.net/pdf.html?n=2015/727-1447923963.pdf.

**Колотій С. М., к.е.н.,
Чорногуз В. А., група МНЗ-175
Вінницький кооперативний інститут**

**ОЦІНКА ПЕРСОНАЛУ ЯК НЕОБХІДНИЙ ЕЛЕМЕНТ
КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Оцінка персоналу є найважливішим елементом в управлінні людськими ресурсами будь-якої сучасної компанії і являє собою цілеспрямований процес встановлення відповідності між якісними характеристиками персоналу і вимог до займаної посади.

Оскільки всі люди індивідуальні і відрізняються один від одного своїми вміннями, здібностями і якостями, то природним чином, співробітники організації по-різному виконують і свої виробничі обов'язки. Серед них є і лідери, і аутсайдери, управління якими передбачає застосування різних інструментів і методів мотивації. Однак, щоб провести цю диференціацію і відповідним чином вибудувати систему мотивації і стимулювання їх праці, необхідно використовувати певну систему оцінки ефективності виконання кожним співробітником компанії своїх посадових обов'язків.

Оцінка персоналу переслідує такі цілі: мотиваційна (оцінка є спосіб мотивації працівника, оскільки правильно оцінений персонал буде сам в подальшому забезпечувати зростання продуктивності праці); адміністративна (підвищення по службі, переведення в інший відділ, напрямок на підвищення кваліфікації або перенавчання тощо); інформаційна (персонал має можливість отримати інформацію про діяльність компанії, вона може бути важлива для подальшого вдосконалення або для прийняття рішення) [2, с. 63].

Оцінка персоналу організації покликана забезпечити вирішення наступних завдань: аудит персоналу; мотивація персоналу; виявлення потреби в навчанні персоналу; скорочення персоналу компанії.

Якщо розглядати оцінку персоналу компанії з точки зору керівництва, то тут вирішується цілий ряд завдань. По-перше, для керівника це можливість зробити оцінку з метою визначення потенціалу кожного працівника. По-друге, за допомогою проведення оцінювання, керівник може визначити кадри, яким варто пройти навчання або перекваліфікуватися. По-третє, це хороший спосіб встановити зворотний зв'язок з персоналом з приводу діяльності співробітників в компанії. Також оцінка може підвищити мотивацію працівника, підтримати у персоналу почуття справедливості, чесності і відкритості.

Суб'єктами проведення оцінки кадрів можуть бути: лінійний керівник; працівники відділу кадрів; колеги; незалежні експерти та

агентства. Також, всіх суб'єктів оцінки умовно можна відносити до формальних і неформальних. До формальних суб'єктам можна віднести керівника, працівників відділу кадрів, людей, які мають право приймати адміністративні рішення за підсумками проведення оцінки. У свою чергу, до неформальних суб'єктам оцінки персоналу відносять колег і незалежних експертів, які дають свій висновок про проведення оцінки формальним суб'єктам [1, с. 344].

Об'єктами оцінки є співробітники, яких оцінюють, а предметом оцінки – особистісні якості працівників, професійні компетенції та результати їх праці в компанії.

В даний час для впровадження системи оцінки персоналу в компанії або ж підвищення ефективності її діяльності, необхідно наступне: зацікавленість і підтримка вищого менеджменту компанії в ефективності персоналу; добре продумана методика проведення оцінки персоналу, яку зазвичай формулюють HR-служби; розмежування функцій і відповідальності співробітників, в результаті якої повинна забезпечуватися чітка робота, а також об'єктивність і адекватність оцінювання персоналу; документування та наявність нормативної бази (положень, інструкцій, наказів), що передбачає підготовку по закінченню оцінки персоналу в компанії підсумкового документа, що містить звіт про виконану роботу, а також висновки щодо ефективності діяльності персоналу і компанії в цілому з внесенням пропозицій щодо поліпшення роботи .

При проведенні оцінки персоналу можна спиратися на ключові показники результату діяльності компанії – КРІ (Key Performance Indicators), які допомагають оцінити результат роботи співробітників, успішність діяльності яких важко оцінити за допомогою традиційного показника продуктивності праці або вироблення [2, с. 5]. КРІ використовують з метою чисельного вимірювання поставлених завдань та дозволяє оцінити, наскільки були досягнуті заплановані результати. Система КРІ застосовується для того, щоб працівники при виконанні поточних обов'язків, не забували про реалізацію намічених цілей. При виконанні КРІ персонал отримує винагороду, що є сильним мотиватором для працівників. Ключові показники ефективності визнані однією з найдієвіших систем стимулювання і однією з найдосконаліших систем мотивації на підприємстві. Зазвичай КРІ застосовуються для

оцінки роботи адміністративно-управлінського персоналу (менеджери, директори, економісти тощо).

Отже, для виконання певних завдань, з метою досягнення цілей організації кожній компанії потрібно мати кваліфікований та вмотивований персонал. Ступінь реалізації поставлених цілей показує ефективність роботи компанії, а саме грамотне використання наявних у неї ресурсів. Таким чином, оцінка персоналу в компанії повинна бути базовою процедурою, що впливає безпосередньо на ефективність роботи підприємства, оскільки вона виявляє не тільки відповідність співробітника займаній посаді, а й дозволяє оцінити його потенціал і перспективи кар'єрного росту.

Список використаних джерел:

1. Галина А. Э., Евдокимова К. В. Оценка персонала как необходимый элемент кадровой политики организации // Молодой ученый. – 2017. – №14. – С. 343-345.
2. Клочков А. К. КРІ и мотивация персонала / А. К. Клочков. – М.: Эксмо, 2013. – 160 с.
3. Митрофанова, Е. А. Управление персоналом: теория и практика. Аудит, контроллинг и оценкарасходов на персонал: учебно-практическоепособие / Е. А. Митрофанова, А. В. Софиенко; под ред. А. Я. Кибанова. – М.: Проспект, 2013. – 77 с.

Мартич Д. О., група Фб -171
Вінницький кооперативний інститут
Науковий керівник: Вечірко О. Г., викладач

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Важливим та невідемним атрибутом ринкової економіки є конкурентоспроможність підприємства. Одна з головних рис та ознак світового ринкового господарства це конкуренція. Конкуренція змушує суб'єктів підприємницької діяльності не зупинятися на досягнутому, а постійно самовдосконалюватися, знижувати витрати на виробництво, покращувати якість продукції (послуг), що пропонуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність.

Як економічна категорія, конкуренція – це економічне змагання, суперництво виробників однакових видів продукції на ринку за залучення більшої кількості покупців та одержання максимального доходу в короткостроковому або довгостроковому періодах [2].

Українські вчені І. Должанський та Т. Загорна трактують конкурентоспроможність підприємства як здатність виробляти й реалізовувати продукцію швидко, в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування та як можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку [1].

Узагальнивши погляди авторів, конкурентоспроможність підприємства визначається можливо згрупувати за такими характерними ознаками:

- здатність підприємства оперативно та ефективно функціонувати на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- спроможність продукції даного підприємства конкурувати на ринку з аналогічною продукцією;
- отримання підприємством конкурентних переваг на основі продукції відповідної якості;
- ефективне використання технологій, ресурсів, методів управління, навичок і знань персоналу, компонентів маркетингової діяльності, які відображаються в якості та конкурентоспроможності продукції, прибутковості підприємства [3].

В сучасних умовах глобалізації та інтернаціоналізації проблема конкурентоспроможності виходять на перший план, оскільки лише конкурентоспроможність гарантує виживання товаровиробника як на внутрішньому, а особливо на зовнішніх світових ринках де шалена та запекла конкуренція за своє місце під соонцем, яка потребує миттєвих та ефективних управлінських рішень. В конкуренцію вступають товари, товаровиробники, галузі та країни. Між даними категоріями конкуренції існує тісна залежність. Сьогодення національної економіки України висуває нові виклики, якісно нові, переважно двоякі вимоги до процесу управління підприємством.

Умови, які формують ринкові відносин в Україні, характеризуються динамічністю та мінливістю внутрішнього середовища, низькою платоспроможністю населення, загостренням не завжди рівноправної конкурентної боротьби, при цьому

збільшується рівень комерційного ризику пов'язаний з інфляційними процесами, на які керівництво підприємства не завжди зможе вплинути та завчасно застосувати свої важелі впливу, важкими процесами кредитування. Переважна більшість підприємств потребує пошуку засобів, методів виживання підприємств та забезпечення їхнього ефективного функціонування на певній ніші ринку.

У зв'язку з цим виникає необхідність у вдосконаленні управління конкурентоспроможністю підприємства шляхом використання та застосування саме в вашому виробничому процесі сучасних принципів, методів та моделей менеджменту, маркетингу.

Відзначено, що дослідження конкурентоспроможності підприємства в умовах економічної ситуації, яка склалась в Україні, дає змогу розглядати її як комплексну характеристику потенціальних можливостей забезпечення конкурентних переваг в перспективі. Джерелами та важелями конкурентних переваг є постійне удосконалення та пошук нових інноваційних, високотехнологічних технологій на всіх рівнях виробничого процесу підприємства, вміння здійснювати аналіз, при цьому використовувати різноманітні методи аналізу та своєчасно впроваджувати заходи, щодо укріплення конкурентних переваг.

Останнє слід відзначити особливо, тому що аналіз та оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку необхідні на всіх ступенях виробничого процесу від вироблення продукції, робіт, послуг та їх реалізація на ринку.

Успішне та ефективне управління конкурентоспроможністю підприємства стає з основних важелів в умовах ринкових відносин і на сьогодні є запорукою успішної підприємницької діяльності. В сучасній конкурентній боротьбі за всієї її гостроти та постійній швидкоплинній динаміці виграє той, хто в змозі швидко відреагувати на виклики кон'юктури ринку та прийняти вірне рішення та втримати рівновагу на ринку. Щоб вижити у цій боротьбі, підприємство має поставити перед собою завдання підвищення рівня конкурентоспроможності не лише своєї продукції, робіт та послуг але й діяльність та управління підприємства в цілому.

Список використаних джерел:

1. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства / І. З. Должанський, Т. О. Загорна / – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
2. Конкурентоспроможність економіки України: стан і перспективи підвищення: монографія / За ред. І. В. Крючкової. – К.: Основа, 2007. – 488 с.
3. Карсеюн В. І. Менеджмент у підприємствах торгівлі та громадського харчування / В. І. Карсеюн, М. А. Манов. – Київ: Вищашк., 2011. – 321 с.

Мартич Д. О., група Фб – 171
Вінницький кооперативний інститут
Науковий керівник: Колотій С. В., к.е.н.

ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

У наш час економіка країни не може розвиватись належним чином без залучення іноземних інвестицій. Саме вони є запорукою системного розвитку матеріальнотехнічної бази, стимулювання конкуренції на ринку, підвищення рівня життя у країні тощо. Залучення іноземних інвестицій, в порівнянні з традиційними джерелами фінансування, дає додаткові можливості, які полягають у використанні зарубіжного організаційного та управлінського досвіду, доступі до новітніх технологій, розвитку експортного потенціалу підприємницьких структур та економіки в цілому.

Сьогодні ми можемо спостерігати тенденцію глобалізації світової економіки, тому саме іноземні інвестиції можуть надати країні того самого поштовху, якого вона потребує, через збільшення капіталу цієї країни, через введення нових технологій тощо. Але для України все ускладнюється тим, що наша країна дуже важко виходить з економічної кризи минулих років. Інвестиційний процес в Україні гальмується низкою суб'єктивних і об'єктивних факторів, серед яких політична й економічна нестабільність, часті зміни законодавства, повільні темпи приватизації, нерозв'язаність питань земельної власності тощо. Однак, все ж таки, питання залучення іноземних інвестицій є досі актуальним для України, яка не здобула серйозних досягнень у забезпеченні національної конкурентоспроможності та

інвестиційної привабливості.

Україна залишається привабливою для інвестицій, водночас вона не знаходиться осторонь світових процесів, є досить інтегрованою у світове господарство і порушення макростабільності на зовнішніх ринках має свій відголос.

За даними Держстату у 2017 році в економіку України іноземними інвесторами з 76 країн світу вкладено 1630,4 млн.дол. прямих інвестицій (акціонерного капіталу). Найвагоміші обсяги надходжень прямих інвестицій були спрямовані до установ та організацій, що здійснюють фінансову та страхову діяльність - 26,1% та підприємств промисловості – 27,3%.

До основних країн-інвесторів належать Кіпр – 25,6 %, Нідерланди – 16,1 %, Велика Британія – 5,5 %, Німеччина – 4,6 % і Швейцарія – 3,9 %.

Головним джерелом фінансування капітальних інвестицій, як і раніше, залишаються власні кошти підприємств та організацій, за рахунок яких у 2017 році освоєно 69,9 % капіталовкладень.

До основних проблем, які гальмують розвиток інвестицій в Україні, можна віднести:

- високий рівень корупції;
- недосконалість відповідної законодавчої бази;
- недостатнє державне фінансування вітчизняних наукових закладів;
- недосконалість методичного забезпечення підготовки інвестиційних проектів;
- дефіцит досвідчених і кваліфікованих фахівців в управлінні проектами.

Створення сприятливого інвестиційного клімату в Україні є однією з найважливіших умов залучення інвестицій. Виходячи з вищезазначеного, на нашу думку, для того, щоб перетворити прямі іноземні інвестиції на позитивний чинник розвитку України, державі необхідно виконати декілька умов:

- удосконалити правову та організаційну базу для підвищення дієздатності механізмів забезпечення сприятливого інвестиційного клімату й формування основи збереження та підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки;
- оновити систему державного регулювання, яка б була лояльною до інвесторів з одного боку і давала можливість додати значну частину коштів до загального бюджету країни;

– покращити інвестиційний клімат України через подолання наслідків економічної кризи, подолання політичної кризи, значне зменшення хабарництва, покращення бізнес-клімату та стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу;

– підвищити показники суспільного благополуччя громадян України – для інвесторів цей фактор також є важливим: чим краще соціальне забезпечення, державна допомога та рівень зайнятості, тим більше Україна буде приваблювати іноземних інвесторів.

Отже, на основі викладеного матеріалу можна зробити висновок, що інвестиційний клімат у нашій країні є не дуже сприятливим для іноземних інвесторів. В Україні є багато проблем, які не дають покращити цей показник. Якщо держава оновить систему державного регулювання, змінить правове законодавство та покращить життя громадян, то Україна має всі шанси на залучення великої кількості іноземних інвестицій, адже потенціал нашої країни дуже значний.

Список використаних джерел:

1. Коваленко С. О. Інвестиційний клімат в Україні та напрями його покращення / С. О. Коваленко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2012. – № 38. – С. 366-368.
2. Гаврилюк О. В. Інвестиційний імідж та інвестиційна привабливість України / О. В. Гаврилюк. – Фінанси України. – 2013. – № 2. – С. 68-81.
3. Павленко І. І. Міжнародна торгівля та інвестиції. Навч. посіб. / І. І. Павленко, О. В. Варяниченко, Н. А. Навроцька – К.: Центр навчальної літератури, 2012. – 256 с.
4. www.smida.gov.ua – система залучення інвестицій на фондовому ринку України.

**Меллер В. О., група ОП(Б)-171
Вінницький кооперативний інститут
Науковий керівник: Вечірко О. Г., викладач**

ОСНОВНІ ПІДХОДИ КЛАСИФІКАЦІЇ ВИТРАТ В УПРАВЛІНСЬКОМУ ОБЛІКУ

Сучасні умови господарювання вимагають чіткого поділу витрат за основними функціями управління, а також за місцями виникнення витрат та центрами відповідальності. Ця класифікація

найменше теоретично розроблена і одночасно є найбільше необхідною та значущою в управлінському обліку взагалі і для підприємств із заготівлі та переробки сировини. Модель даної класифікації витрат в управлінському обліку класифікуються за двома підходами.

Перший спрямований на удосконалення управлінського обліку і контролю витрат на кожний окремий вид готової продукції за повними витратами. Відповідно витрати тут поділяються на прямі (індивідуальні) та непрямі (загальні).

Другий підхід спрямований на удосконалення методики прийняття управлінських рішень, вміння вчасно та швидко корегувати їх залежно від змін ринкової кон'юнктури, зовнішніх факторів. Такий підхід ґрунтується на базі неповних (часткових) витрат [2].

Всю сукупність витрат за даними підходами ми вважаємо за доцільне поділити на чотири блоки в залежності від мети та функції управління:

- класифікація для планування, нормування та прийняття рішень;
- класифікація для обліку і контролю;
- класифікація для оцінки і аналізу господарської діяльності;
- класифікація для регулювання витрат [1].

У доповнення класифікації витрат за функціями управління в обліковій практиці підприємства розробляють і використовують класифікацію за місцями виникнення витрат і центрами відповідальності.

Класифікація витрат для планування, нормування та прийняття управлінських рішень дає можливість згрупувати всі види витрат відповідно до поставленої мети конкретного підприємства.

Витрати за цією класифікацією групуються за наступними ознаками:

- за відношенням до планування;
- за роллю у виробництві;
- важливістю при підготовці рішень;
- за доцільністю;
- за залежністю від кон'юнктури;
- за рівнем усереднення;
- за окупністю витрат;

- за відношенням до нормування;
- за відношенням до обсягів діяльності;
- за періодами виникнення [3].

Такий поділ витрат надає змогу, більш обґрунтовано вивчити процес формування витрат та здійснювати контроль та аналіз за ними на підставі нормативів, розроблених з урахуванням особливостей діяльності конкретних виробництв і приймати ефективні рішення, які властиві саме вашого виробничого процесу, щодо активного та найголовніше ефективного впливу менеджерів на відхилення фактичних витрат від нормативних. Запропоновані групи класифікації витрат дають можливість більш ґрунтовно, деталізовано організувати управлінський облік за різноманітними об'єктами і приймати виважені рішення, які вплинуть позитивно щодо розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Голов С. Ф. Управлінський облік: Підручник. – Київ: «Центр учбової літератури», 2018. – 534 с.
2. Грещак М. Г. Управління витратами: навч. посіб. / М. Г. Грещак, В. М. Гордієнко, О. С. Коцюба та ін.; за заг. ред. М. Г. Грещака. – К.: КНЕУ, 2008. – 264 с.
3. Цал-Цалко Ю. С. Витрати підприємства: Навчальний посібник. – ЦУЛ, 2002. – 656 с.

**Петренко М. І., д.е.н.,
Дудник К. І., група МН-175
Вінницький кооперативний інститут**

АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ І НАУКОВИХ ПІДХОДІВ СУТІ І СТРУКТУРИ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У роботі проведений аналіз теоретичних і наукових підходів визначення суті і структури потенціалу підприємства.

Розвиток ринкових принципів господарювання у рамках національної економіки є передумовою до створення нових, що відповідають практиці методів аналізу і оцінки можливостей підприємства з урахуванням вітчизняної і зарубіжної практики економічної діагностики внутрішнього і зовнішнього середовища організації. Для оцінки потенціалу підприємства використовується система показників економічної і підприємницької переваги

підприємства, а також величина накопичених ресурсів, міра використання потенційних можливостей.

На сучасному етапі актуальнішим питанням стає не лише здатність робити товари і послуги і задовольняти потреби, але і визначати при цьому об'єми ресурсів, які витрачаються. Тому проблема визначення потенціалу підприємства, методи оцінки, особливості оцінки стають актуальнішими, що підтверджують численні дослідження вітчизняних і зарубіжних економістів. Нині не сформовані єдині підходи з багатьох питань, тому ученими триває вивчення і дослідження потенціалу підприємства, підходи і методи до його оцінки.

Метою дослідження є дослідження і проведення аналізу теоретичних і наукових підходів суті і структури потенціалу підприємства.

Для вирішення поставлених завдань використані загальнонаукові методи.

Термін «потенціал» у своєму економічному значенні походить від латинського слова «potentia» і означає «приховані можливості», які в господарській практиці завдяки праці можуть стати реальністю.

У вітчизняній економічній літературі Березін О. В., Дуда С. Т., Круш П. В., Михалева Е. П. цей термін розкривають як можливості, наявні сили, запаси, засоби, які можуть бути використані, або як рівень потужності у будь-якому відношенні, сукупність засобів, необхідних для чого-небудь [1-3]. Економічний словник Борисова А. Б. трактує цей термін як «приховані здібності, сили певної діяльності, які можуть опинитися при певних умовах». Таким чином, термін «потенціал» означає наявність у кого-небудь (окремо взята людина, виробничий колектив, суспільство в цілому) прихованих можливостей або здатності діяти у відповідних сферах. У працях вчених Вейца В. І. і Воблого К. Г. поняття виробничого потенціалу підприємства розглядається як потенційні можливості підприємства виробити матеріальні блага для задоволення потреб споживачів.

У розвитку сучасних уявлень про потенціал можна виділити три напрями. Представники першого напрямку (Архипов В. М. та ін.), стверджують, що виробничий потенціал підприємства – це сукупність необхідних для функціонування або розвитку суб'єктів господарювання в ринкових умовах функціонування економіки.

Друга група авторів (Артемова Л. В., Попов Е. К.), представляють виробничий потенціал підприємства як систему матеріальних і трудових чинників, які забезпечують досягнення мети виробництва.

Економісти третього напрямку (Мендрул О. Г. та ін.) розглядають виробничий потенціал як здатність комплексу ресурсів економічної системи виконувати поставлені перед нею завдання. Потенціал, на їх думку, – це цілісне уявлення про єдність структури і функції суб'єкту господарювання, прояв їх взаємозв'язку та розвитку. На основі такого підходу, робиться висновок про сукупні можливості колективу виконувати певні завдання – чим ефективніше функціонує суб'єкт господарювання, чим більше відповідають один одному його структурні і функціональні елементи, тим вище буде рівень його виробничого потенціалу.

Вище викладене свідчить, що в даний час домінує односторонній підхід до економічного трактування суті виробничого потенціалу підприємства, як до сукупності ресурсів, так і до здатності підприємств випускати продукцію. Виробничий потенціал, характеризує три рівні зв'язків і стосунків. По-перше, відбиває минуле, тобто сукупність властивостей, накопичених підприємством в процесі його створення і можливостей його розвитку.

По-друге, він характеризує рівень практичного застосування і використання наявних виробничих потужностей. Це забезпечує розмежування реалізованих і нереалізованих можливостей кожного суб'єкту господарювання. Тому, можна розглядати наступну точку зору, поняття «виробничий потенціал підприємства» частково співпадає з поняттям «резерв».

По-третє, він орієнтований на розвиток (на майбутнє), виробничий потенціал включає (як можливі) складові майбутнього розвитку. Рівень виробничого потенціалу підприємства характеризує наявний стан розвитку економіки, який обумовлений тісною взаємодією усіх перерахованих складових, що і відрізняє його від таких близьких, понять, як «ресурс» і «резерв».

В даний час домінує односторонній підхід до економічного трактування суті виробничого потенціалу підприємства до здатності суб'єктів господарювання випускати продукцію, або як до можливості виробничих сил досягти певного ефекту.

Досвід зарубіжних країн свідчить про необхідність утворення

гнучких виробничо-організаційних систем, які зробили б можливим оперативне реагування на зміни в зовнішньому середовищі. Тому потрібна переоцінка концептуальних підходів до створення і розвитку вітчизняних підприємств і передусім до процесів цілеспрямованого формування їх виробничого потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Березін О. В., Дуда С. Т., Міщенко Н. Г. Управління потенціалом підприємства: Навч. посіб. – Львів: Магнолія 2006, 2011. – 308 с.
2. Круш П. В., Подвігіна В. І., Гулевич В. О. Організація виробництва: Підручник / За заг. ред. П. В. Круша. – Каравела, 2010. – 536 с.
3. Мороз В. С., Тельнов А. С. Організація виробництва: Навч. посіб. – Львів: Новий світ- 2000, 2007. – 256 с.

**Петренко М. І., д.е.н.,
Дячинський В. В., група МНз-175
Вінницький кооперативний інститут**

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Будь-яке сучасне підприємство, що виробляє продукцію, торгує або надає послуги – складна система, що включає основні фонди, сировину, матеріали, фінансові і трудові ресурси. Ці складові виробничої системи повинні використовуватися з максимальною ефективністю і забезпечує її ефективне функціонування апарат управління. Вивчення і вдосконалення системи управління, як у рамках окремої організації, держави і суспільства в цілому, сприяє швидкому досягненню поставлених цілей і завдань.

Актуальність теми обумовлена тим, що в сучасних умовах тільки при правильному підході до формування системи управління підприємством можлива його ефективна діяльність.

Метою дослідження є аналіз системи управління підприємством і шляхи її вдосконалення. Для вирішення поставлених завдань були використані загальнонаукові і спеціалізовані методи.

У праці «Загальне і промислове управління», А. Файоль відмічає, що: «Управляти – означає передбачати, організовувати,

розпоряджатися, координувати і контролювати; передбачати, тобто враховувати прийдешнє і виробляти програму дії; організовувати, тобто будувати подвійною матеріальний і соціальний – організм підприємства; розпоряджатися, тобто примушувати персонал належно працювати; координувати, тобто зв'язувати, об'єднувати, гармонізувати усі дії і усі зусилля; контролювати, тобто піклуватися про те, щоб все здійснювалося згідно зі встановленими правилами і відданими розпорядженнями».

Ф. Тейлор уперше відокремив процес планування праці від самої праці, виділивши, таким чином, одну з основних управлінських функцій. Основні положення системи наукового управління по М. Мескону, Ф. Хедоури він принципи наукового управління полягають у наступному:

- створенні наукового фундаменту, замінюючого собою традиційні методи роботи, що практично склалися;
- відборі і навчанні співробітників на основі певних наукових критеріїв;
- взаємодії між керівництвом і виконавцями з метою практичного впровадження науково розробленої системи організації праці;
- рівномірному розподілі праці і відповідальності між керівниками і виконавцями [2].

Також управління підприємством можна розглядати, спираючись на принципи підвищення продуктивності праці, якості управління, що відносяться до ланки, підприємства, які сформульовані Г. Емирсоном [2]:

- компетентна консультація;
- дисципліна;
- справедливе відношення до персоналу;
- швидкий, надійний, повний, точний, постійний облік;
- диспетчерування;
- нормування операцій;
- ефективне планування;
- нормалізація умов праці;
- стандартні письмові інструкції;
- винагорода за продуктивність.

Виходячи з цих принципів і визначень можна формулювати завдання, які мають бути вирішені системою управління підприємством.

Як відмічають Л. Федулова, В. Федоренко, ефективність функціонування будь-якого економічного об'єкту, внаслідок зростаючої складності, комплексності і посилення взаємозв'язків все більшою мірою залежить від якості системи управління [1].

Підвищення якості системи управління підприємства може бути досягнуте при проведенні дослідження усіх сторін діяльності, включаючи дослідження, як керованої системи, так і підсистем, що управляють, а саме: дослідження і розгляд сильних і слабких сторін підприємства, процесу виробництва і збуту, фінансового стану, персоналу і маркетингу.

Як приклад, для оцінки ефективності управління може служити показник рівня прибутку – визначати можна по тенденції збільшення або зниження цього показника. Тобто, якщо оцінити відповідність результатів діяльності фірми діям менеджменту, то отриманий показник буде критерієм економічної ефективності управління. Ще одним економічним критерієм ефективності, підпорядкованим критерію прибутковості, є продуктивність, яка характеризується показниками індивідуальної і групової продуктивності праці, обсягом виробленої продукції та її якості. Також відносяться показники використання матеріальних ресурсів (показники збалансованості товарно-матеріальних запасів, поточні прямі і накладні витрати та ін.), людських ресурсів (витрати на наймання робочої сили, на підготовку і підвищення кваліфікації, показники організації праці), впровадження нововведень (наявність відповідних потужностей, виробничі резерви) [3].

Ефективність управління може бути виражена і оцінена не лише за кінцевими економічними результатами роботи підприємства, але і за такими параметрами, як швидкість ухвалення рішень і здійснення конкретних кроків, віддача від здійснення рішень, що приймаються та, яка може бути оцінена в вартісних показниках.

Ефективність системи внутрішньовиробничого управління визначається в цьому випадку як економічний ефект від ухвалення управлінських рішень.

Виходячи з вищевикладеного, можна зробити висновок, що система управління підприємством є невід'ємним елементом його функціонування. Без якісної системи управління неможливо добитися поставлених цілей.

Основу для побудови ефективної системи управління складає

робота кадрової служби, яка повинна забезпечити підприємство кваліфікованими працівниками. Система керівництва по потребує кваліфікованих фахівців, що володіють сучасними знаннями, здатними застосувати ці знання в роботі.

Список використаних джерел:

1. Бізнес-менеджмент: Навч. посіб. Л. І. Федулова, В. Г. Федоренко, В. Ф. Гриньов та ін. / Заг. ред. Л. Федулової. – К.: МАУП, 2016. – 632 с.
2. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основи менеджмента: Пер. с англ. – М.: «Дело», 2010. 0 702 с.
3. Чернявський А. Д. Корпоративне управління: Навч. посіб. / А. Д. Чернявський, В. В. Кобржицький. – К.: МАУП, 2015. – 208 с.

**Прицюк Л. А., к.е.н.,
Іващенко М. О., група МН-176
Вінницький кооперативний інститут**

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ БАНКІВ

В цілому банківська система керується принципами управління що враховують соціально-економічний, політичний, та культурний рівень розвитку країни. Ці принципи базуються на властивостях самої управлінської системи, та відображають її елементи й процеси. Розглядаючи принципи управління фінансовими ресурсами в банках, можна виділити основні з них:

а) Безперервність планування.

Планування банківської діяльності є обов'язковим елементом управління фінансовими ресурсами, що зумовлене необхідністю поетапної адаптації до змін зовнішнього середовища, адже раптові структурні трансформації можуть викликати негативні наслідки, такі, як, нестача фінансових ресурсів. Плановість впорядковує й організує процеси функціонування, створює умови для послідовної діяльності у вирішенні поставлених перед підрозділами і виконавцями завдань. Оскільки управління фінансовими ресурсами банку є поетапним комплексом дій (аналіз наявних власних коштів, аналіз джерел залучення коштів, прогнозування та ін.), безперервність процесу планування є обов'язковою. Планування структури банківських фінансових ресурсів має відповідати

прийнятій фінансовій стратегії та може, за необхідності, коригуватись. Таке коригування зумовлене, зазвичай, змінами зовнішнього середовища, що генерує нові вимоги, умови чи обмеження в процесі управління.

б) Комплексність управління.

Процес управління фінансовими ресурсами не може відбуватись незалежно, без зв'язку з іншими сегментами управління, тому формування й розміщення ресурсів банку повинно носити комплексний характер комплексно та координуватись з іншими службами і підрозділами, адже зниження ризиків лише в одному сегменті може викликати зростання рівня ризиків в іншому, отже управління фінансовими ресурсами має враховувати взаємозалежність суб'єктів управління.

в) Безперервність управління.

Через постійне й безперервне виникнення різноманітних банківських ризиків управління фінансовими ресурсами повинне відбуватись постійно.

г) Економічність управління.

Залучення, формування, чи розміщення фінансових ресурсів слід проводити адекватно до внутрішніх і зовнішніх змін, а витрати банку при цьому не повинні бути більшими за суму прибутків від таких операцій. Залучення фінансових ресурсів для мінімізації загроз критичних фінансових втрат локального чи або загального характеру має відповідати рівню втрат банку від руйнації.

д) Суспільність управління.

Оскільки банки відіграють ключову роль у функціонуванні усієї економічної системи країни, в їхній стабільній роботі зацікавлені не лише власники, клієнти, керівники та персонал, а й усе суспільство. Зважаючи на те, що основою діяльності банків є управління фінансовими ресурсами, цей принцип лежить в основі системи управління.

е) Часові та просторові межі управління.

Управління фінансовими ресурсами здійснюється згідно стратегічних цілей банку, які мають певні часові та територіальні межі, що зумовлює виникнення різних ризиків у часі і просторі. Відповідно, для системи управління фінансовими ресурсами діють наступні правила:

– із збільшенням часового періоду ведення операцій зростає кількість супутніх ризиків, та вужчі можливості для мінімізації їхніх негативних наслідків.

– чим раніше будуть виявлені ризики та задіяні механізми їхньої мінімізації (антикризове управління), тим швидше банк досягає стабільного стану.

Окреме місце в системі управління фінансовими ресурсами банку займають принципи антикризового управління:

а) Важливість боргу. Усі борги банку згідно цього принципу повинні ранжуватися із застосуванням коефіцієнта важливості.

б) Ступінь неспроможності. Стратегія банку та масштаб антикризових заходів згідно цього принципу залежать від того, наскільки близько банк або його клієнти-боржники заходяться від банкрутства.

в) Оптимізація кадрового потенціалу. У разі настання кризи чи інших фінансових потрясінь банки зменшують витрати за рахунок скорочення персоналу. Водночас для виходу із скрутного становища банки змушені розпочинати нову для себе діяльність чи освоювати нові ринки, що неминуче тягне за собою збільшення витрат і потребу в кадрах.

г) Мінімізація ліквідації. У разі настання кризи чи інших фінансових потрясінь усі зусилля менеджменту банку повинні спрямовуватись на вихід із скрутного становища через реорганізацію, злиття, санацію, і лише у безвихідному стані погоджуватись на банкрутство і ліквідацію.

Список використаних джерел:

1. Авдошина З. А. Антикризисное управление: сущность, диагностика, методики [Електронний ресурс] / З. А. Авдошина. – Режим доступу: http://www.cfin.ru/management/antirecessionary_management.shtml
2. Коваленко В. В. Антикризове управління в забезпеченні фінансової стійкості банківської системи [Текст]: монографія / В.В.Коваленко, О.В.Крухмаль. – Суми: УАБС НБУ, 2007. – 198 с.
3. Коваленко В. В. Управління фінансовими ресурсами банку: сутність та принципи [Електронний ресурс] / В. В. Коваленко // Вісник Дніпропетровського університету.- Дн.: ДНУ. – 2012.– Режим доступу: <http://www.vestnikdnu.com.ua/archive/201263/67-72.html>.

РОЛЬ PR В СТВОРЕННІ БРЕНДУ

Основою побудови інформаційного поля навколо бренду грають PR-акції різного роду: реклама на радіо, телебаченні, статті в журналах і газетах, на вулицях і в місцях продажів, презентації, дегустації та семплінги і т.п.

Важливим моментом є наявність єдиної правильно сформульованої концепції просування товару. Всі акції і складові їх елементи, повинні органічно поєднуватися між собою і підкорятися загальній ідеї.

Перш ніж створити якісний продукт необхідно сконструювати образ, точно потрапляє в ментальність тієї цільової групи, на яку і спрямований новий товар або послуга. Легенда, що стоїть за ім'ям продукту або його творця, – основа його успіху на ринку. Легенда про нематеріальні переваги і переваги продукту повинна базуватися на сукупності думок і уявлень споживачів. Бажання покупців в даному випадку є тією основою, з якої надалі народжується легенда, а разом з нею і новий бренд.

Однак, багато товаровиробників до цих пір вважають, що їх кінцева мета – це не продукт, а споживач. Всі зроблені помилки, відображаються на збуті продукції конкретних підприємств, і як наслідок – падає прибуток. Практика роботи в сфері маркетингових досліджень дає можливість стверджувати, що подібна ситуація пов'язана з відсутністю послідовного брендингу.

Поняття «бренд» в більшій мірі включає в себе психологічні характеристики, пов'язані з тим іміджем, аурую, яка оточує той чи інший продукт, послугу, марку в свідомості споживача. Завданням PR є створення і підтримання цих нематеріальних аспектів бренду.

З науковим підґрунтям можна сказати, що брендинг і специфічні цінності бренду особливо важливі в тому випадку, коли людина відчуває загрозу своєї індивідуальності і своїм цінностям. Причини можуть бути різними – підсумок один: людина намагається змінити себе за рахунок зовнішньої атрибутики.

В сучасних умовах, коли відбувається перехід споживачів з однієї цільової групи в іншу і, відповідно, змінюються питомі частки ринку, пошук автентичного бренду може виступати:

- як фактор соціалізації в результаті зміни споживчого статусу (при фінансових труднощах або, навпаки, при різкому зростанні доходу);
- як фактор впливу на становлення особистості (пошук підлітками свого місця в житті за рахунок самоідентифікації за допомогою вибору своїх брендів серед статусних товарів);
- як психологічний фактор для відновлення і стабілізації емоційної сфери (після сильних емоційних потрясінь, важких захворювань, нехарактерною фізичного навантаження, перевтоми) як фактор зміни особистого іміджу (при зміні сфери діяльності, кар'єрного росту і т.п.) як фактор стратифікації в результаті соціально-економічних катаклізмів і політичних процесів в суспільстві.

Всі ці фактори, об'єднуючись, останнім часом збільшили кількість споживачів, які працюють з товаром, експериментуючи з різними марочними назвами. Справа в тому, що будь-який споживач, хоче він того чи ні, ідентифікує регулярну марку з собою і членами референтної групи (сім'я, друзі, колеги). Він ніби приміряє декларований образ марки до себе і свого оточення.

Саме тому в якісних маркетингових дослідженнях при розробці концепції просування товару дуже часто застосовується проектна методика «персоніфікація», коли респонденту пропонується зобразити досліджуваний продукт у вигляді людини, з його характером, звичками, способом життя. Результати, отримані в ході застосування цієї методики, дозволяють більш детально зрозуміти, чи потрапляє в ментальність потенційного споживача пропонований образ, сприймається чи правильно проведені іміджеві кампанії.

Очевидно, що брендинг не виникає на ринку сам по собі. Він розвивається з часом у міру впливу затребуваного споживачами товарного оточення (консьюмерізація). Зараз, коли ринок насичується взаємоконкуруючими – і практично тотожними – товарами, виникає необхідність створити штучні відмінності за допомогою додавання будь-якої підходящої психологічної цінності.

Список використаних джерел:

1. Віртуальна вітрина [Електронна ресурс] // Режим доступу: www.retail-news.ru. – Заголовок з екрану.
2. IT-технології в роздрібній торгівлі [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.dv-reclama.ru>. – Заголовок з екрану.
3. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М., 1992.
4. Травин В. Основы кадрового менеджмента. – М., 1997.
5. Фуллер Д. Управляй или подчиняйся. Проверенная техника эффективного менеджмента. – М., 1992.

Сич В. Д., МН-175

Вінницький кооперативний інститут

Науковий керівник: Прицюк Л. А., к.е.н., доцент

ЗАСТОСУВАННЯ ПІДХОДІВ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Проблеми сучасного менеджменту, володіючи певними особливостями для різних підприємств, мають багато спільного, що дозволяє як виявити причини їх виникнення, так і розробити уніфіковані методи їх вирішення. Велика частина таких проблем пов'язана з особливостями господарювання в певних галузях та зі специфікою виробничих процесів, а інша частина – із економічною ситуацією, яка формує зовнішнє середовище діяльності підприємств.

Сучасні умови господарювання, рівень розвитку технологій, економічних відносин та суспільства в цілому вимагають застосування в управлінні прогресивних методів, що базуються на застосуванні новітніх інформаційно-комунікаційних технологій та дозволяють, на підставі оптимального поєднання інформації та високої кваліфікації виконавців, проводити глибокий аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовища організації, складати точні прогнози розвитку ситуації, коригувати місію, цілі та стратегію підприємства, узгоджувати з ними оперативні та тактичні задачі, а також з високою ймовірністю передбачати можливі кризові явища та їхні наслідки, й розробляти заходи для мінімізації можливих втрат. Окрім того, такі методи дозволяють усунути комунікаційні бар'єри, налагодити нові партнерські

зв'язки, підвищувати ефективність діяльності організації в цілому.

Існує багато підходів до розуміння сутності поняття проект, які варіюються від розуміння його як одноразового комплексу дій, направлених на досягнення певної мети до розуміння проекту як підприємства в цілому.

В рамках даного дослідження пропонується розглядати проект як комплекс взаємопов'язаних заходів, розроблених для досягнення певних цілей протягом заданого часу при встановлених ресурсних обмеженнях [2].

Слід зазначити, що поняття «проект» об'єднує різноманітні види діяльності, що характеризуються низкою ознак, найбільш загальними з яких є такі: спрямованість на досягнення конкретних цілей, визначених результатів; координоване виконання численних, взаємопов'язаних дій; обмежена тривалість у часі, з певним початком і кінцем.

Серед основних відмінностей проектів від поточної діяльності підприємства можна виділити наступні:

- на відміну від поточної діяльності, яка є постійною, проект є тимчасовим і унікальним;
- проекти завжди мають визначену мету, в той час як у повсякденному житті організації така єдина визначена мета часто відсутня або не достатньо зрозуміла;
- внаслідок наявності чітко визначеної мети, проекти мають конкретний і завчасно встановлений момент завершення, що нехарактерно для постійно виконуваних обов'язків у процесі повсякденної діяльності організації;
- для проектів характерно комбінувати і поєднувати зусилля найрізноманітніших фахівців, в той час як переважна більшість видів організаційної роботи поділяється за принципом функціональної спеціалізації;
- проект завжди має якісь елементи унікальності;
- проекти характеризуються обмеження за часом, витратами і особливими вимоги до виконання робіт.

Як зазначають Г. І. Капінос та І. В. Бабій, проектний підхід в наші дні стає нормою роботи багатьох організацій. Він полягає у формуванні групи з високим ступенем мотивації для роботи над конкретним проектом і використанні новітніх комп'ютерних програм, спеціально призначених для управління проектами [1].

Проте, застосування проектного підходу на сучасних

підприємствах в нашій державі стикається з рядом проблем, що зумовлюють досить низький рівень успішності проектів. Серед них можна виділити:

– відсутність належного теоретико-методологічного підґрунтя управління проектами з урахуванням їх специфічних ознак, спрямування;

– недостатній рівень методичного забезпечення впровадження концепції проектного менеджменту у процесі реалізації стратегічних змін, відсутність розроблених стандартів, регламентів, положень, що сприяють підвищенню рівня формалізації та обґрунтованості управлінських рішень при застосуванні проектного підходу в управлінні організацією;

– низький рівень організаційної та управлінської культури, і, в значній мірі, слабка стратегічна орієнтація менеджменту в переважній більшості сучасних підприємницьких структур.

Окрім того, ефективному впровадженню підходів проектного менеджменту на сучасних підприємствах перешкоджають недостатня компетентність керівництва у сфері проектного управління, нехтування потребою у ресурсах для забезпечення реалізації розпочатих проектів, відсутність системи відповідальності та повноважень учасників проектів та ін.

Застосування проектних підходів в управлінні підприємствами на сьогодні дозволить вирішити багато економічних і управлінських проблем їх діяльності та відповідає сучасним викликам, пов'язаним з розвитком економічного середовища та специфікою ринку та економічних відносин. Основою для впровадження та забезпечення ефективності використання підходів проектного менеджменту в управлінні сучасними підприємствами та організаціями має стати підвищення управлінської культури бізнесу, в тому числі впровадження інструментів та технологій стратегічного менеджменту, процесного і проектного управління.

Список використаних джерел:

1. Капінос Г. І. Операційний менеджмент: навч. посіб. / Г. І. Капінос, І. В. Бабій. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 352 с.
2. Михайловська О. В. Операційний менеджмент : навч. посіб. [Електронний ресурс]. – К. : Кондор, 2008. – 600 с. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/10760803/menedzhment/operatsiyniy_menedzhment

ІННОВАЦІЇ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Основою підвищення ефективності виробництва вітчизняних підприємств є впровадження нових технологій з акцентом на ресурсо- та енергозбереження, обов'язковим урахуванням їх екологічної чистоти. Можливості такого впровадження в значній мірі залежать від ступеня підтримки необхідних наукових розробок як за принципово новими напрямками, так і з адаптації до вітчизняних умов світового досвіду впровадження інноваційних ідей у виробничій сфері.

Теоретичні і практичні аспекти, пов'язані з розробкою та реалізацією стратегії інноваційної діяльності, її інвестиційного та ресурсного забезпечення досліджували у своїх працях А. Бондаренко, М. Кісіль, О. Крисальний, М. Кропивко, П. Саблук, С. Шолудченко та ін.

В процесі своєї діяльності кожне підприємство приймає велику кількість коротко- і середньотермінових рішень, які є суб'єктами функції виробництва, а також рішення, які потенційно змінюють функцію виробництва. Останні носять довгостроковий характер і до них відносяться дослідження, розвиток, винаходи, інновації. Значення вказаних рішень визначається тим, що підвищити продуктивність праці і досягти збільшення доходів фірми можна лише шляхом створення нової (кращої) продукції і розробки нових методів виробництва меншої вартості, що підвищують продуктивність виробництва [1, с. 13].

Інновації – це розвиток винаходу від оригінальної ідеї до практичного застосування. Поняття нововведення значно ширше, ніж винахід. Його подальша доля значно залежить від поведінки фірми. Вона може використати нововведення на практиці або відмовитись від його використання [2, с. 34].

Результатом інноваційних процесів є новація, а її впровадження в господарську практику визначається як нововведення, тобто з моменту прийняття до поширення новація здобуває нову якість і стає інновацією.

Можна виділити наступні типи інновацій:

- товарна – упровадження нового продукту;
- технологічна – упровадження нового методу виробництва;
- ринкова – створення нового ринку товарів і послуг;
- маркетингова – освоєння нового джерела постачання сировини;
- управлінська – реорганізація структури управління;
- соціальна – упровадження заходів з метою покращення життя населення;
- екологічна – упровадження заходів з питань охорони довкілля.

Інновації є необхідною умовою розвитку виробництва, підвищення якості і кількості продукції, появи нових товарів і послуг [3, с. 68].

Стратегічне інноваційне мислення одержує все більшу підтримку, оскільки досвід показує його вищу ефективність в умовах швидких змін, особливо технологічних, коли рівень передбачуваності дуже низький. Специфіка інноваційного менеджменту полягає в особливостях управління інноваційним потенціалом, що наявний в тій чи іншій організації, у рамках функціональних аспектів управління (планування, організація, мотивація, контроль). Інноваційна діяльність спрямована на практичне використання наукового, науково-технічного результату й інтелектуального потенціалу з метою одержання нової чи радикально поліпшеної виробленої продукції, технології її виробництва і задоволення платоспроможного попиту споживачів у високоякісних товарах і послугах, удосконалювання соціального обслуговування [4].

Система планування інновацій в організаціях включає комплекс різних планів, спрямованих на здійснення основних функцій і завдань планування, взаємодіючих один з одним. Найбільш істотними факторами, що визначають склад і зміст цього комплексу, виступають організаційна структура і профіль інноваційної діяльності організації, склад здійснюваних інноваційних процесів, рівень кооперації при їхньому проведенні, масштаби і сталість інноваційної діяльності.

Ефективність організації та управління інноваціями на підприємствах можна забезпечити тільки тоді, коли інноваційний розвиток буде загальною стратегічною метою всієї корпоративної

структури, а не частковими функціональними завданнями окремих структурних підрозділів.

Удосконалення управління інноваціями підприємства передбачає поліпшення традиційних, а також застосування нових організаційних форм, економічних методів і стимулів, спрямованих на забезпечення чіткого функціонування системи «НДДКР – виробництво – збут». У зв'язку з цим, необхідним є розвиток забезпечення системи оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства, яке включає інформаційне, правове, документальне, програмно-комп'ютерне, контрольне, кадрове, технічне забезпечення.

Таким чином, в постійній конкурентній боротьбі за споживача та ринки збуту підприємства повинні впроваджувати інноваційні процеси: удосконалювати та розробляти нові вироби, прогресивні технології; систему управління та реалізації, що виводить їх на новий рівень розвитку, приводить суспільство до прогресу.

Список використаних джерел:

1. Диклевич Л. В. Деякі підходи до прогнозування науково-технологічної та інноваційної сфер // Економіка України. – 2009.- № 3. – С. 10-15.
2. Данильченко И. В. Пути внедрения инноваций // Бизнес-информ. – 2007. - № 13. – С. 34-40.
3. Лапко О. Екологічний фактор в інноваційній діяльності // Економіка України. – 2012. — № 8. – С. 69-74.
4. Шабранська Н. І. Фінансування інноваційної діяльності малих підприємств в Україні // Формування ринкових відносин в Україні.- 2012.- № 10. – С.63-68.

**Солоїд О. В., к.е.н.,
Магдич Д. В., група МНз-175
Вінницький кооперативний інститут**

КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Для організації ефективного управління конкурентоспроможністю підприємства необхідне масштабне застосування маркетингових та інформаційних технологій, моделювання і комп'ютеризація процесів управління

конкурентними перевагами. Розробка концепції розпочинається з набору і визначення необхідної інформації, яка проходить наступні стадії: формування цілей підвищення конкурентоспроможності, встановлення пріоритетних завдань, отримання інформації про об'єкт дослідження, переробка інформації і прийняття рішення, визначення управлінських переваг і формування рішень, контроль виконання, оцінка діяльності малого підприємства, корегування параметрів.

Розробка системи інформаційного забезпечення концепції управління конкурентоспроможністю підприємства включає три етапи: збирання необхідної інформації про стан конкурентних переваг підприємства, створення необхідного масиву інформації, перетворення наявних даних у відповідність до програми дослідження.

Процес прийняття управлінського рішення щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства має включати певні стадії й етапи (рис. 1).

Проектування та розробка концепції управління конкурентоспроможністю підприємства має здійснюватися на основі загальних принципів проектування інформаційної системи, яка ґрунтується на моделі бізнесу, що має певні функції і структуру бізнес-процесів, визначає допустимі і недопустимі послідовності дій виконавців, що працюють з інформаційною системою, фіксує логічні взаємозв'язки даних, у відповідності з якими проводяться певні зміни.

Процеси проектування і розробки концепції управління конкурентоспроможністю підприємств слід здійснювати поетапно. Перший етап передбачає дослідження процесів накопичення первинних даних, визначення можливостей автоматизації процесів реєстрації, збору та передачі даних про конкурентоспроможність підприємства.

На другому етапі проектування розробляється алгоритм вирішення завдань оцінки і прогнозування конкурентоспроможності підприємства, оптимального розподілу засобів, які спрямовані на її підвищення, формуються бази даних про конкурентів.

На третьому етапі розглядаються методи, за допомогою яких проводиться оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства, прогнозуються її рівні для утримання конкурентних переваг,

оптимізується розподіл ресурсів, визначається комплекс організаційно-економічних заходів і підготовки управлінських рішень спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємства.



Рис. 1. Процес прийняття управлінського рішення щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства

Основними етапами проектування інформаційного забезпечення концепції управління конкурентоспроможністю підприємства є: створення концепції управління конкурентними перевагами, формування інформаційної бази даних, формування потоків інформації. В межах створення концептуальної моделі управління конкурентоспроможністю визначаються всі об'єкти, атрибути та взаємозв'язки між ними. На заключному етапі визначаються параметри-характеристики, до яких прагне система управління конкурентоспроможністю підприємства.

Використання концепції має дозволити ефективно впливати на організацію всіх матеріально-фінансових та інформаційних потоків всередині підприємства та на оцінку вмотивованості його функціонування для підвищення конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Акімова Л. М. Управління конкурентоспроможністю промислового підприємства: монографія / Л. М. Акімова, М. В. Корж, І. В. Чуб. – Рівне : НУВГП, 2017. – 212 с.
2. Гавриш О. А. Принципи управління рівнем конкурентоспроможності підприємств / О. А. Гавриш // Ефективна економіка. – 2013. – № 10 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1774>.
3. Співак С. М. Системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства / С. М. Співак // Матеріали ХІХ наукової конференції ТНТУ ім. І. Пулюя. – 2016. – С. 267-268.

**Сулима Я. В., викладач,
Чобанов Б. Н., група МН-175
Вінницький кооперативний інститут**

АНАЛІЗ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ БАНКУ

Ефективне функціонування будь-якої банківської установи потребує чіткої системи фінансового менеджменту, яка ґрунтується на повних і достовірних даних аналізу ринкової ситуації. Система фінансового менеджменту банківської установи являє собою комплекс функцій, які взаємодіють між собою, передусім – фінансового планування, фінансового аналізу, регулювання та контролю. Фінансовий аналіз в системі фінансового менеджменту банків є самостійною окремою функцією управління, та водночас інструментом управління, а також методом оцінки якості управління. З точки зору практичної діяльності фінансовий аналіз, як функція управління передуює прийняттю керівництвом і структурними підрозділами банку управлінських рішень, та служить для узагальнення й оцінки результатів прийнятих рішень. Особливість місця фінансового аналізу в системі фінансового менеджменту банків в тому, що отримані ним результати можуть бути використані у якості аналітичного забезпечення для реалізації

цілої низки функцій управління: стратегічного і оперативного планування, регулювання діяльності банку в тих чи інших напрямках, а також контролю.

В банках система фінансового аналізу – це сукупність підсистем аналізу: організаційно-структурної (об'єкта і суб'єкта) і методичної (технології і організації), які пов'язані між собою, та за допомогою яких забезпечується взаємодія між іншими компонентами аналізу та системою й внутрішнім і зовнішнім середовищем. Під об'єктами фінансового аналізу слід розуміти об'єкти, на які здійснює безпосередній вплив фінансовий менеджмент банку. Об'єктами тут можуть виступати як сам банк, так і його портфелі, продукти чи їх групи, види банківської діяльності, а також центри відповідальності. В залежності від конкретного об'єкта фінансового аналізу оцінки можуть підлягати фінансовий стан, ефективність управління, узагальнені чи виокремлені фінансові результати, рівні фінансових ризиків тощо.

Головною метою фінансового аналізу є об'єктивна оцінка отриманих результатів його діяльності банку, фінансового стану, виявлення вузьких місць та резервів підвищення ринкової вартості банківської установи. Досягнення цієї мети забезпечується формуванням ефективного та об'єктивного аналітичного забезпечення для потреб управління різними видами банківської діяльності, певними центрами відповідальності та банківськими продуктами. Організація фінансового аналізу визначається передусім його суб'єктами через формування сукупності керівників, спеціалістів, відділів, служб, на які покладені обов'язки щодо аналітичної роботи. Крім того, вона залежить від якості та повноти інформаційного, технологічного, технічного та кадрового забезпечення банку. Незалежно від обраної банком форми організації фінансового аналізу, значну частину аналітичної роботи, передусім – у сфері управління банківськими ризиками виконують відповідні підрозділи банку: кредитний комітет, відділ ризик-менеджменту, тарифний комітет, а також комітет управління активами та пасивами банку (КУАП).

Щодо інструментів аналізу, то це: горизонтальний, вертикальний коефіцієнтний, порівняльний, факторний аналіз, економіко-математичне модулювання, аналіз фінансових ризиків та інше. Найбільш універсальним інструментом для аналізу економічних процесів є економіко-математичне моделювання.

Проте економіко-математичне моделювання фінансових результатів чи фінансового стану банку надзвичайно складне через значну кількість взаємопов'язаних і взаємозалежних факторів, що слід брати до уваги в розрахунках, а також проблематичністю врахування якісних специфічних характеристик конкретного банку. Аналіз фінансових ризиків, як інструмент фінансового аналізу, у свою чергу, містить у своєму складі вартісний аналіз, стрес-тестування та бек-тестування та гар-аналіз.

Відповідно до Методичних рекомендацій щодо порядку проведення стрес-тестування в банках України вітчизняним банкам рекомендується проводити регулярне стрес-тестування для аналізу існуючих та ймовірних ризиків та визначення здатності банків протистояти негативним явищам на фінансових ринках.

Список використаних джерел:

1. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента [Текст]: В 2 т. Т. 1 / И. А. Бланк. – К.: Ника-Центр: Эльга, – 2001. – 592 с.
2. Закон України Про банки і банківську діяльність від 07.12.2000 р. за № 2121–III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1087.635.27&nobreak=1#st47>.
3. Коцюба І. І. Роль фінансового менеджменту в системі стратегічного управління банку [Електронний ресурс] / І. І. Коцюба // Наука й економіка. – 2015. – Вип. 1. – С. 31-36. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nie_2015_1_7.
4. Криклій О. А. Система фінансового аналізу банку [Електронний ресурс] / О. А. Криклій О. В. Крухмаль // Економічний аналіз. – 2012. Вип. 11. – Ч. 1. – Режим доступу : www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi.../cgiirbis_64.exe?...
5. Щодо порядку проведення стрес-тестування в банках України [Електронний ресурс]: Рекомендації, схвалені Постановою Правління Національного банку України від 6 серпня 2009 р. за № 460. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=v0460500-09>.

ОПТИМІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНТРАКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сформовані господарські зв'язки між підприємствами, що знаходяться в Україні, набули характеру зовнішньоекономічних відносин, що оформлюються міжнародними контрактами. Оскільки взаємодія та виробничі відносини різних підприємств формуються на основі підготовки та укладання контрактів, то контракти стають природним механізмом закріплення відносин між підприємствами, їх виконання забезпечує економічну стійкість і правові норми економічних відносин. Економіка пронизана мережею контрактних відносин підприємств, від правильності виконання контрактних зобов'язань залежить ефективність роботи підприємств та економіки регіону і країни в цілому. Вибір способів організації контрактних взаємодій, спрямованих на досягнення максимуму їх корисності, стає актуальною науковою задачею для формування стійкого економічного зростання.

Контрактна діяльність підприємства – це процес укладання контракту, який у широкому значенні включає пошук ділових партнерів, узгодження тексту зовнішньоекономічного договору (контракту), підписання контракту, його виконання. Контрактна діяльність являє собою сукупність всіх дій підприємства, пов'язаних із здійсненням своїх обов'язків за контрактами [1, с. 152-153]. При цьому під контрактом ми розуміємо документ, що регламентує відносини між підприємством і його зовнішніми контрагентами.

Управління міжнародною контрактною діяльністю є важливою умовою для ефективної роботи підприємства. Широкий спектр різних видів контрактів у бізнес-процесах, зростання або зменшення їх кількості, зміна умов для укладання контрактів призводять до необхідності використання різного інструментарію з аналізу контрактної діяльності.

Як показує практика, у багатьох компаніях керівники не знають і тому не застосовують наукові методи для вдосконалення контрактної діяльності. У контрактній системі є свої труднощі, які виникають на різних етапах укладення контрактів. В ході роботи за

контрактом виникає безліч проблем, які несуть в собі ризики для обох сторін (втрата прибутку, невиконання умов контракту, несвоєчасна оплата і т. д.). На сьогоднішній день проблема оптимізації міжнародної контрактної діяльності вітчизняних підприємств має важливе значення в зв'язку з тим, що в умовах ринкової економіки необхідно мати широкий варіантний ряд інструментів аналізу [2, с. 13-16]. Пропонуємо здійснювати оптимізацію міжнародної контрактної діяльності в такій послідовності:

1. Визначення цільової функції, що залежить від набору міжнародних контрактів, які увійшли до програми контрактної діяльності; на основі експертних процедур вибираються окремі критерії успішності міжнародної контрактної діяльності. До економічного ефекту від міжнародної контрактної діяльності віднесені такі показники прибуток від експорту, капіталізація. Керуючими змінними задачі оптимізації є набір (портфель) можливих міжнародних контрактів, що формується з урахуванням обмежень фінансових і виробничих можливостей підприємства.

2. Розрахунок економічного ефекту при укладанні міжнародних контрактів. Для всіх існуючих контрактів розраховуються оцінки їх потенційних ефектів за умови застосування даним підприємством. Така оцінка базується на прогнозних значеннях цін продукції за контрактом та її собівартості. Прогнозні розрахунки дозволяють системно підійти до визначення показників ефективності допустимого набору міжнародних контрактів.

3. Завершальним етапом процесу оцінки та вибору найкращого для підприємства набору міжнародних контрактів є створення комп'ютерної моделі фінансової діяльності підприємства, в якій враховується впровадження набору контрактів.

4. Четвертим етапом розрахунків є порівняння потенційних результатів застосування набору контрактів і виявлення найбільш ефективних комбінацій контрактів (замовлень підприємств, поставок споживачам продукції). Ситуація, при якій або нічого не відомо про інтереси інших сторін, або ці інтереси дійсно відсутні, характеризується як ситуація прийняття рішення в умовах невизначеності. Даний метод дозволяє вирішити завдання вибору.

Діагностичні профілі та експертні оцінки дозволяють виявити низку недоліків і проблем в існуючих схемах розробки та складання

міжнародних контрактів, які негативно відбиваються на контрактній діяльності та фінансовій стійкості підприємства. Кожен процес має свою мету, яка є критерієм його ефективності – наскільки оптимально даний процес веде до її досягнення. Через реалізацію цілей всіх процесів нижнього рівня досягаються цілі верхнього рівня та головна мета компанії. Керуючи процесами і постійно вдосконалюючи їх, підприємство домагається високої ефективності у своїй діяльності.

Своєчасна ідентифікація проблем виконання міжнародних контрактів і виявлення відхилень від графіка робіт є запорукою успішного функціонування підприємств. Практика показує, що, якщо на етапі виконання перших 15 % від планового обсягу робіт виявлено суттєві відхилення, договір не буде виконаний із заданими на початку параметрами.

Таким чином, ключовим завданням функціонування контрактного механізму є створення і регламентація процедур управління виконанням міжнародних контрактів, які визначатимуть основні принципи, механізми, інструменти, функції і повноваження учасників контрактних відносин.

Список використаних джерел:

1. Беседіна Т. Договір поставки в зовнішньоекономічній діяльності: підстави відповідальності за невиконання чи неналежне виконання / Т. Беседіна // Підприємництво, господарство і право. – 2011. – № 4. – С. 151-154.
2. Охотніков А. В. Системна модель управління комерційними контрактами підприємства / А. В. Охотніков // Вісник ОНУ ім. Мечнікова. – 2014. – Вип. 2/4. Т.19. – С. 12-18.

**Турчак В. В., к.е.н., доцент,
Сіденко Т. О., група МНЗ-175
Вінницький кооперативний інститут**

ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Важлива роль експорту як чинника розвитку національної економіки зумовлює необхідність зміцнення експортного потенціалу країни. Підтримка вітчизняних підприємств-експортерів забезпечує приріст обсягів виробництва, зростання податкових надходжень до бюджету та створення додаткових робочих місць.

Сучасні тенденції розвитку експортного потенціалу України потребують міжнародного досвіду управління. Світова практика має певні доробки щодо вирішення цієї важливої проблеми, врахування якого може сприяти економічному зростанню країни і підвищенню її експортного потенціалу [1, с. 41-42].

В нашому розумінні експортний потенціал підприємства являє собою сукупну здатність підприємства створювати і виробляти конкурентоспроможну продукцію на експорт, просувати її на зовнішньому ринку, вигідно реалізовувати і забезпечувати необхідний рівень обслуговування. Досягнення ефективності розвитку експортного потенціалу є неможливим без розробки експортної стратегії.

Експортна стратегія спрямована на визначення напрямів поступового розвитку підприємства на зарубіжних ринках, обґрунтовує вибір країни на основі розрахунків, маркетингових досліджень зарубіжного ринку, міжнародної інтеграції та перспектив розвитку торговельних відносин підприємства з іншими країнами. Експортна стратегія повинна бути основою на оцінці можливостей компанії, напрямів розвитку всіх ресурсів з визначенням пріоритетів їх використання, містити обґрунтований бюджет, що дозволяє відмовитися від фінансування експорту за залишковим принципом.

Експортна стратегія дозволить підприємству [2]:

1. Визначити місце експорту в діяльності підприємства:

- пріоритетний напрямок діяльності;
- разові можливості;
- разові угоди;
- постійні поставки на зарубіжний ринок;
- короткострокова присутність на ринку однієї країни;
- довгострокове і поетапне освоєння ринків різних країн.

2. Оцінити потенціал товару (послуги) на міжнародному ринку:

- експортним товаром може бути існуючий продукт, який не потребує змін;
- існуючий продукт, що вимагає змін;
- новий продукт, який можна виробляти на наявних потужностях;

- абсолютно новий продукт, для виробництва якого необхідна адаптація виробничих потужностей і технологій; продукт для однієї країни;

- єдиний продукт для різних країн.

3. Більш ефективно управляти процесами в сфері експорту, передбачати зміни, зосередитися на поставлених цілях і поетапно контролювати досягнуті результати: приймати обґрунтовані рішення про вибір країни, вчасно реагувати на зміни на основі постійного моніторингу експортної діяльності, розвивати компетенції співробітників, економити ресурси, порівнювати досягнуті результати з планом, розуміти причини відхилень.

4. Визначити необхідні для експорту матеріальні, трудові, фінансові та часові ресурси.

Експортна стратегія підприємства являє собою робочий документ, що вимагає постійного корегування на основі моніторингу досягнень, не має чітко регламентованої структури і форми, не є документом суворої звітності та розробляється за бажанням керівництва.

Вагомим напрямом в процесі розробки експортної стратегії є оцінка експортного потенціалу підприємства. Пропонуємо здійснювати цей процес поетапно:

Етап 1. Визначення сильних сторін діяльності, які можна використовувати при виході на зовнішній ринок, і слабких сторін, які можуть перешкоджати експорту.

Етап 2. Визначення ключових факторів успіху на внутрішньому ринку.

Етап 3. Визначення готовності співробітників брати участь в експортній діяльності.

Етап 4. Вивчення стану галузі в світі.

Для розвитку експортного потенціалу підприємств ми визначили три основні напрями, удосконалення яких дозволить підвищити ефективність експорту: інформаційне забезпечення експортної діяльності; нормативно-правове забезпечення експортної діяльності; інфраструктурно-логістичне забезпечення експортної діяльності.

Таким чином, розвиток експортного потенціалу потребує побудови відповідної системи інформаційно-консультаційного забезпечення діяльності експортерів та виробників будівельних матеріалів. Підприємства, що здійснюють експортні операції, не в

зможі будувати довгострокові стратегії розвитку без своєчасної, точної та достовірної інформації про стан цін, попиту та пропозиції на світових ринках.

Список використаних джерел:

1. Гутів Г. Г. Міжнародний досвід управління розвитком експортного потенціалу / Г. Г. Гутів // Економіка і управління: виклики та перспективи: збірник матеріалів міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 4–5 лютого 2013 р., Дніпропетровськ. – Дніпропетровськ: «Герда», 2013. – С. 41-43.
2. Юрченко О. Ю. Основні теоретичні підстави та фактори ефективного управління формуванням експортного потенціалу підприємств АПК України / О. Ю. Юрченко, С. М. Пасько // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2011. - № 6/2. – С. 9-12.

СЕКЦІЯ 3. ГУМАНІТАРНІ НАУКИ: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД

**Бабяк Р. О., Закліцький І. А., група МНб – 161
Вінницький кооперативний інститут
Науковий керівник: Морозова Л. П., д.ф.н., професор**

ВПЛИВ ГУМАНІТАРНИХ ДИСЦИПЛІН НА ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ МОЛОДІ

Сучасний розвиток українського суспільства характеризується як період трансформаційних процесів, що обумовлений пошуком власного шляху розвитку та зміни цінностей. Людський спосіб життя зумовлює таке існування цінностей, де найвищою постає та, яка визначає сенс життя особистості, всю мотивацію її існування. Україна як незалежна держава, що не так давно стала на самостійний шлях формування нових соціально-економічних, політичних, духовних орієнтирів, свої ідеї, мрії та сподівання значною мірою пов'язує з молоддю. Визначити цінності молоді, якими вона оперує сьогодні і які складають її внутрішній світ та формують ставлення до навколишнього світу, – ось головні напрямки роботи науковців у галузях психології, соціології, педагогіки [1; 56].

Сучасний фахівець з вищою освітою житиме і працюватиме не в технічному світі, серед технологічних ліній, машин, а у світі соціальному, у нескінченій мережі людських стосунків, вчинків. Він буде недостатньо підготовленим до суспільного життя, якщо не знатиме, як функціонує держава і вся система політичних інститутів, які він має права, свободи і обов'язки як громадянин країни.

Соціогуманітарні науки покликані оцінювати, результати і тенденції науково-технічного прогресу з точки зору інтересів розвитку суспільства і особи. Коли наука все більше стає необхідною умовою розвитку виробництва, економіки та інших галузей суспільного життя, процес практичного використання науково-технічних досягнень треба опановувати принципово нові правила професійної політичної й економічної поведінки, вчитися новим цінностям і новим ідеалам, водночас поновлюючи те, що здавалося забутим назавжди.

Базові цінності особистості формуються в період так званої первинної соціалізації індивіда, до 18-20 років, а потім стають достатньо стабільними, суттєво змінюючись лише у кризові періоди життя людини і її соціального середовища. Саме в цей період особистість активно залучається до політичного процесу, громадської діяльності, у молодій людині починають формуватися політична свідомість та самосвідомість, норми поведінки [1; 56]. На соціалізацію особистості впливають багато політичних (держава, політичні партії та рухи) та неполітичних чинників (сім'я, школа, церква, неформальні групи, ЗМІ), які, включаючи молоду людину в систему суспільно-політичних відносин, готують її до засвоєння існуючих у суспільстві норм, цінностей політичної культури і вироблення на їх основі власної політичної і громадської позиції.

Особливо важливу роль у цьому контексті відіграють предмети українознавчого циклу, що формують знання про українське суспільство, його історію, культуру, мову, менталітет, та суспільно-гуманітарні дисципліни.

Список використаних джерел:

1. Ващенко Г. Виховний ідеал (Розділи з книжки) / Г. Ващенко // Дивослово. – 1996. – № 4. – С. 55-58.
2. Винославська О. В. Розвиток практичної компоненти комунікативної компетентності студентів технічного університету / О. В. Винославська, Н. Г. Андрійченко // Практична психологія та соціальна робота. – 2004. – № 12. – С. 65-69.
3. Єрмоленко С. Національна свідомість і виховання української мовної особистості / С. Єрмоленко // Урок української. – 2001. – № 11–12. – С. 9-11.

Брайченко О. Ю., к.і.н., провідний науковий співробітник відділу культурологічних досліджень Науково-дослідного інституту українознавства, м. Київ

ВИВЧЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ – НОВИЙ НАПРЯМОК ДЛЯ УКРАЇНСЬКОЇ ІСТОРИЧНОЇ НАУКИ

Дослідження, що зветься foodstudies та foodanthropology, активно розвиваються на заході з 1980-х років і набувають все більшої популярності. В останні десятиріччя спостерігається

тенденція до збільшення кількості наукових матеріалів, присвячених вивченню їжі як суспільно-культурного явища. Зокрема у них висвітлюються питання, пов'язані з економічним, культурним розвитком суспільства. У статтях та монографіях піднімаються проблеми нерівності, етнічної ідентифікації в мультикультурних середовищах, харчової поведінки в сучасних містах та селах тощо. Характерною рисою більшості зарубіжних напрацювань з цієї тематики є їхня міждисциплінарність та залучення результатів досліджень біологів, хіміків і фахівців з інших галузей. Антропологія харчування поєднує історичний та етнографічний підходи та розглядає актуальні питання сучасних соціокультурних проблем, пов'язаних з харчуванням.

Звісно в українській історіографії теж є дослідження, що так чи інакше стосуються їжі, харчової поведінки, гастрономічної культури. Проте і досі відчутна перевага праць, що розглядають харчування лише як частину обрядової культури, а їжу і певні страви – як елемент ритуалу. Натомість матеріальне, соціальне, символічне значення їжі, а також те, як вони між собою перетинаються, практично не представлені в фахових публікаціях. До того ж фактично немає напрацювань у галузі сучасної гастрономічної культури, де досліджувалися б ключові питання сучасного повсякденного життя. Так само відчувається нестача аналітичних матеріалів, де б вивчалось значення їжі та використання її як регулятора поведінки соціуму або спосіб підкреслення соціальної чи економічної нерівності.

Насправді ХХ століття в українській історії багате на такі приклади. Політика радянської влади щодо обмеження доступу більшості населення до продуктових ресурсів, централізована система постачання харчовими продуктами, запровадження низки державних закладів громадського харчування, спроба регламентувати систему харчування, спецпостачання та карткова система – це далеко неповний перелік тем з історії гастрономічної культури, що можуть вивчатися сучасними істориками.

Між тим сучасні виклики, перед яким опинилось українське суспільство, також потребують ретельного вивчення харчового досвіду. Глобалізація, нові харчові віяння та вчення, які суттєво впливають на харчову поведінку широких мас, та водночас пошук шляхів оновлення традиційної української кухні, намагання

вивести її на світовий ресторанний ринок дають широке поле для дослідників.

Актуалізації вивчення їжі в сучасному світі сприяє низка чинників. Так, асортимент та доступність продуктів передусім у високорозвинутих країнах протягом останніх 50 років виростили в геометричній прогресії, асортимент та його презентація в крамницях, ярмарках та інтернеті ще ніколи не були такими різноманітним. Ці явища уможливилися такими факторами як промислове вирощування рослин та тварин, поширення знань із хімії, біології в середовищі фермерів та виробників харчової продукції та розвитком цифрових технологій та мережі інтернет. Ще одним вагомим чинником є те, що більшість сучасних споживачів проживають у містах, і їхнє знання про процес здобування їжі обмежується кількома кліками в інтернет-магазині, а ставлення до їжі та продуктів кардинально змінилося у порівнянні з минулим століттям. До того ж не варто забувати про нерівномірність розподілу харчових продуктів у світі та їхній шлях від місця вироблення до кінцевого споживача. І хоча в Україні ситуація поки що дещо інша, цілком ймовірно що в недалекому майбутньому ми можемо опинитися перед подібними проблемами.

Список використаних джерел:

1. Klein and Watson (2016). The Handbook of Food and Anthropology. Bloomsbury Academic. p. 496.
2. Sidney W. Mintz (1985) Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History. p. 320.
3. Research Methods for Anthropological Studies of Food and Nutrition. (2017). Editors: Janet Chazan, John A. Brett in three volumes. p. 770.

**Вікарчук Д. О., Коломієць М. В., група ПТБ-181
Коледж економіки і права
Вінницького кооперативного інституту
Науковий керівник: Лукіячук С. М., викладач**

ГУМАНІТАРНІ НАУКИ ЯК НЕВІД'ЄМНА ЧАСТИНА В РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

В сучасному суспільстві гуманітарні науки відіграють важливу роль в його розвитку. Чому сьогодні гуманітарні науки так важливі?

По-перше, гуманітарні науки – це науки, які вивчають людину та суспільство. Саме через це вони мають велике значення, адже суспільство, яке не знає та не розуміє себе, автоматично стає жертвою кризи. Будь-які реформи чи зміни в суспільстві, що проводяться без знання історії, соціології, економіки, психології, лінгвістики, філософії, літературознавства, культурології, педагогіки приречені на негативне завершення.

По-друге, більшість людей в сьогоднішньому суспільстві ставлять природничі науки на перше місце, на відміну від гуманітарних. Дійсно, природничі науки мають значний вплив на розвиток індустрії та глобальну економіку. Однак, люди не завжди замислюються над культурним, соціальним та економічним розвитком суспільства. Не знаючи своєї історії, культурних цінностей та традицій, суспільство не може розвиватись та удосконалюватись, оскільки це є його фундаментальні знання.

В свою чергу, французький філософ Мішель Фуко цитував: «Гуманітарні науки звертаються до людини остільки, оскільки він живе, говорить, виробляє». Ця цитата відображає повноцінне знання про навколишній світ, яке отримується завдяки точним наукам, незважаючи на їх важливу роль. Однак гуманітарне знання дозволяє зрозуміти основу природи людини, керувати її соціальними процесами, робити сучасне суспільство непохитним і сталим [1].

Чому ж уявлення про несерйозність гуманітарних наук є настільки живучим? На це є декілька причин:

1. В гуманітарних науках значно менше сформульованих теорем, правил та законів. Це пояснюється тим, що предмет суспільних наук набагато складніший.

2. Практичне втілення природничих наук є більш відчутним.

3. Гуманітарні науки більш схильні до втручання з боку політичної еліти.

4. В гуманітарних науках набагато легше розвивати наукову діяльність.

Від рівня знань гуманітарних наук залежить те, чи в змозі суспільство відстояти свої цінності, своє світобачення та свою систему. Від знань також залежить здатність ідеологічної бази адаптуватись до середовища, яке постійно змінюється [2].

На сьогоднішній день в царині сучасної гуманітарної науки відбуваються певні зрушення. Відносна частка природничих наук в

загальному обсязі скорочується, а частка і значущість технічних, гуманітарних і соціальних наук постійно зростає. За популярністю гуманітарні дисципліни можна поділити на три групи: лідери (економіка, право), перспективні (міжнародні відносини, соціологія, політологія, психологія) та традиційні (історія, філологія, культурологія, філософія, педагогіка).

Гуманітарне пізнання є не просто вивчення деякого явища, але водночас і його конституювання, привнесення в нього смислу, цінностей. В межах гуманітарного підходу наука переосмислює власні цілі. Окрім пізнання дійсної реальності (культурної або духовної) стоїть завдання одержати таке теоретичне пояснення, яке враховує позицію і самого дослідника, і особливості гуманітарної реальності. Гуманітарне пізнання конституює пізнавальний об'єкт, який у свою чергу є активним у відношенні дослідника, тому гуманітарне пізнання – це активний процес діалогічного спілкування та взаємодії.

Гуманітарне знання виступає своєрідним посередником між культурними досягненнями минулого, теперішнього і спробами соціального проектування майбутнього, взаємно узгоджуючи їх на рівні рефлексивного відношення до можливості конструктивного діалогу в часі [3].

Гуманітарні науки покликані відігравати важливу роль в рішеннях важких питань, які стоять перед людством.

Роллю гуманітарних наук в ХХІ столітті є створення нової ідеології. Тієї ідеології, яка здатна відродити творчий потенціал кожної людини, придати її сенсу життя незалежно від того, яка в неї освіта.

Враховуючи вищевикладене, сила гуманітарних наук залишається актуальною і проявляється в здатності до творчості і переосмислення реальності, формування нового досвіду на основі вже пройденого.

Список використаних джерел:

1. Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org>.
2. Розов Н. С. Філософія гуманітарної освіти / Н. С. Розов, М.: Педагогіка, 1993. – 328 с.
3. Філософія. Курс лекцій / за ред. В. Бичко. – К.: Либідь, 1993. – 576 с.

Вонсевич О. В., група ПР-172
Вівницький кооперативний інститут
Науковий керівник: Яковець О. В., викладач

РОЛЬ ПОЛЬСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ МЕНШИНИ У НАЛАГОДЖЕННІ ВІДНОСИН ПОЛЬЩІ З ВІННИЧЧИНОЮ В УМОВАХ НЕЗАЛЕЖНОСТІ (90-ТІ РР. ХХ СТ. – ПОЧ. ХХІ СТ.)

Останнє десятиліття ХХ століття започаткувало нову сторінку в історії українсько-польських відносин в політичній та економічній сферах. Крім цих інтересів між Польщею та Україною існують дружні братерські відносини. Так склалась історія, що чимало поляків проживають на українській землі. Але вони не забувають про рідний край, вивчають рідну мову, традиції свого народу. З здобуттям Україною незалежності правовий фундамент статусу поляків в Україні заклали «Договір між Україною і Республікою Польща про добросусідство, дружні відносини і співробітництво» від 18.05.1992 р. [1] та Закон України «Про національні меншини» від 25.06.1992 р. [2, С.529] Саме в Договорі визнається право національних меншин на збереження етнічної, культурної, мовної і релігійної самобутності.

Польська національна меншина в Україні та українська в Польщі відіграють значну роль у налагодженні партнерських та культурних зв'язків між державами. Не є винятком і польська національна меншина Вінниччини, яка відіграє роль каталізатора у пошуці нових шляхів для встановлення економічного, культурного, наукового, гуманітарного співробітництва [3, С.239].

За даними перепису 1989 року поляків на Вінниччині було 8404, 2001 року – 3794 чоловіки. Найбільше поляків у Барському, Козятинському, Тиврівському, Хмільницькому, Шаргородському районах та містах Вінниці, Жмеринці, Козятині, Хмільнику. На 2007 рік поляки займали третє місце серед найбільш чисельних національностей Вінниці, їх налічувалося 1,6 тис. осіб [4, С.12]. Серед сіл, де зберігають усі традиції і звичаї поляків, – Клекотин та Мурафа Шаргородського району [5, С.1]. Однак, вказані статистичні дані не зовсім достовірні, тому що далеко не кожен поляк по крові може назватися поляком: для цього потрібно знати польську мову й шанувати традиції.

У Вінницькій області проживають представники 121 національності, 55 із них мають свої культурно-просвітницькі товариства та спілки, намагаються вивчати рідну мову, працюють над відродженням традицій та звичаїв своїх предків [6, С. 8]. Серед них одне з провідних місць займають польські товариства, кількість яких досягла 11. Найактивніші – обласне товариство «Дім польський», культурно-просвітницька Спілка поляків м. Вінниці, Барське районне товариство поляків імені Конфедератів Барських, Жмеринське відділення Спілки поляків від України «Єдність» та наймолодше товариство – Хмільницька міська спілка поляків імені Станіслава Реймонта [5, С.1].

За часів радянської влади поляки в Україні не мали змоги відроджувати власну культуру та мову. Джерелом збереження мови були лише костели. Після того, як у 1993-му році вийшов закон «Про національні меншини», на території України, і на Вінниччині зокрема, стало можливим відкрито заохочувати відродження культури інших народів. У зв'язку з цим в 1993 році Генеральний консул Республіки Польща в Україні Томаш Марк Леонюк підтримав ініціативу вінничанки Терези Єндрусінської створити обласне добровільне товариство поляків на Вінниччині «Дім польський», яке вона і очолила.

Товариство «Дім польський» займається відродженням польських традицій, допомагаючи польським вінничанам не забувати і шанувати звичаї предків та підтримувати культурні відносини Вінниччини з РП. Для своєї організаторської діяльності товариству міською владою Вінниці спочатку була виділена кімната у музеї Михайла Коцюбинського, а в 2004 році окреме приміщення по вул. Лялі Ратушної у Вінниці. Польська сторона також опікується товариством і фінансує його проекти.

У складі «Дому польського» на 2003 рік перебувало 167 сімей, з них 37 сімей з Вінниці [7, С.1], а у 2007 році їх кількість зросла до 195 родин, які разом налічували 389 чоловік [8, С. 12], тобто товариство стало потужним осередком національної меншини поляків, яке з кожним роком розширюється.

Діяльність товариства пов'язана перш за все з культурою. На 2003 рік 60 дітей від 4-5 років вивчали польську мову, культуру, історію у дитячому центрі, яким керує настоятель санктуаріуму Божого Милосердя, декан Казимир Дудек. У школі-ліцеї №7 м. Вінниці з 1993 року цілком професійно викладається польська

мова. Багато дітей з області та Вінниці (з сімей-членів польського товариства) під час літніх канікул отримали можливість подорожувати Польщею. Заснований у 1995 році вокально-танцювальний колектив «Чародейські квят» став лауреатом численних міжнародних та місцевих конкурсів.

Свідченням значущості діяльності товариства стало те, що у 2002 році за відродження національної культури за кордоном країни Посольство Республіки Польща в Україні нагородило Вінницький «Дім польський» престижною нагородою – срібною медаллю Реймонта та дипломом.

У тому ж році з нагоди святкування десятиріччя «Дому польського» товариство організувало в селі Мурафа Шаргородського району, де проживає велика польська національна меншина, свято польської культури. На святкування з усієї України прибули польські священники, вчителі польської мови, а також виконуючий обов'язки Генерального консула Польщі в Україні пан Кшиштоф Сьвідерек [9, С. 2].

У 2003 році товариство «Дім польський» було перейменовано на «Дім польський імені Томаша Марка Леонюка», щоб вшанувати пам'ять колишнього Генерального консула Республіки Польща в Україні та ідейного натхненника створення товариства. У зв'язку з цією подією Вінницю відвідали депутати польського парламенту – віце-спікер сейму Францішек Єжи Стефанюк і Тадеуш Самборські, а також консул Польщі Кшиштоф Сьвідерек [7, С.1].

Отже, польська національна меншина на Вінниччині має ряд організацій та товариств, які допомагають їй вивчати рідну мову та підтримувати культурні зв'язки з батьківською землею. Вінницька обласна влада всіляко сприяє таким процесам і підтримує ініціативи товариств польської національної меншини, що допомагає їм вести активну громадсько-культурну діяльність, завдяки якій відносини Вінниці з Польщею поглиблюються щороку.

Список використаних джерел:

1. Договір між Україною і Республікою Польща про добросусідство, дружні відносини і співробітництво від 18.05.1992 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>;
2. Закон України «Про національні меншини» від 25.06.1992 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – №36. – С. 529;

3. Калакура О. Мовно-культурний розвиток сучасної польської меншини в Україні / О. Калакура // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. – 2007. – Вип. 34. – С. 238-253;
4. Найбільш чисельні національності Вінниці // РІА. – 2007. – 18 червня. – С. 12;
5. Вільчинська О. Бог, Вітчизна та гонор – найголовніші чесноти кожного поляка / О. Вільчинська // Подолія. – 2004. – 24 лютого. – С. 1;
6. Трошкова А. Євреї, поляки, ромни, литовці / А. Трошкова // Вінниччина. – 2004. – 29 жовтня. – С. 8;
7. Коваленко О. Любіть своє місто так, як кохає його пані Тереза / О. Коваленко // Вінницька газета. – 2003. – 27 травня. – С. 1;
8. Купецька І. Пані Тереза відкрила б усі кордони / І. Купецька // РІА. – 2007. – 18 червня. – С. 12;
9. Трошкова А. День Польщі в Мурафі / А. Трошкова // Вінниччина. – 2002. – 22 травня. – С. 2.

**Гаєвська О. П., викладач,
Тарасенко О. М., група Фб-171
Вінницький кооперативний інститут**

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ПРОФЕСІЙНОЇ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ

Проблема максимального використання людиною особистого потенціалу актуальна у всі часи. Ще Арістотель вказував, що щастя як вища ціль життя людини можлива лише при умовах самовдосконалення. В сучасному світі тема самореалізації тільки закріпила свої позиції.

Потреба в саморозвитку – займає основну ланку в ознаках зрілості особистості. Самореалізація – постійний процес розкриття потенційних можливостей людини, що означає використання можливостей і розуму і роботу над тим, що дійсно важливо для індивіда та до чого він прагне досягти.

Особистий потенціал людини можна реалізувати виключно в діяльності. В ідеалі включений в складну соціальну систему індивід так чи інакше прагне направити особисту активність для інших людей, що може забезпечити більше повне задоволення від власної

значущості. Очевидно, що саме суспільство набуває велику стабільність за умови стійкості його окремих складових, що можливо при повноцінному розвитку, безперервному самовдосконаленні та адекватному додатку сил (в тому числі з урахуванням природних здібностей і схильностей) кожної людини. Отже, можливість самореалізації людини в обраній професійній діяльності як однієї з основних сфер життя – вузлова проблема, що вимагає всебічного аналізу.

Близьким до визначення самореалізації являється поняття «самоактуалізація», яке, як правило, згадується в посиланнях на теорії А. Маслоу. Необхідно сказати, що сам термін «самоактуалізація» був введений К. Гольдштейном для визначення відновлення можливостей особистості після перенесених поранень; пізніше вчений визначає цей термін як універсальний принцип життя, що не відносний з органами та клітинами.

Невід'ємною частиною людського життя являється трудова діяльність. Вона слугує не тільки засобом задоволення матеріальних потреб людини, але і потребами більш високого рівня, пов'язаних з самореалізацією особистості.

Обираючи майбутню професію, людина, як правило, співставляє її з вимогами щодо особистих інтересів і можливостей. Однак при помилковому виборі є можливість максимального самореалізації в професійній діяльності. Аби це стало можливим, необхідні певні психологічні умови. Таким чином, вивчаючи можливості і умови самореалізації в професії необхідно, що допоможе ініціювати процес розкриття потенціала людини, актуалізації особистого «Я» в трудовій діяльності і житті взагалі, і в свою чергу, буде сприяти мінімалізації плинності кадрів, що має важливе економічне та соціальне значення.

Нерідко самореалізацію особистості в діяльності підміняють поняття ефективності і успішності. Тим не менш дані альтернативні далеко не тотожні досліджуваному феномену, більше того, можна припустити, що вони являються можливими причинами повного розкриття потенціала особистості в діяльності, що сходиться з думкою Маслоу про те, що людина здатна до самореалізації, виконуючи найкращим способом те, що вона робить. В свою чергу людина яка самоактуалізувалась здатна досягти більш високого рівня успішності, в порівнянні від того працівника, якого можна вважати успішним по всім необхідним формальним признакам.

Разом з тим, аналізуючи будь яку професійну діяльність, можна виділити ще один важливий параметр, який здатний вплинути на можливість самореалізації людини в професії, – задоволеність працею, що цілком закономірно, так як даний компонент передбачає можливість задоволення в діяльності всіх видів потреб, в тому числі і вищих, пов'язаних з розкриттям потенціалу особистості. Необхідно відмітити, що особливості самореалізації людини в праці можуть бути пов'язані з характером професійної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Абульханова-Славская К. А. Стратегия жизни. – М.: Мысль, 1991. – С. 301.
2. Ананьев Б. Г. Избранные психологические труды: в 2-х т. – М.: Педагогика, 1980. Т. 1. – С. 232. Т. 2. – С. 288.
3. Бороздина Л. В. Исследование уровня притязаний. Учебное пособие. – М., 1986. – С. 103.
4. Головаха Е. И. Жизненная перспектива и профессиональное самоопределение молодёжи. – К., 1988. – С. 143.
5. Кроник А. А. Субъективная картина жизненного пути как предмет психологического исследования, диагностики и коррекции: Дис. в виде научн. докл. д-ра психол. наук: 19.00. 01/РАН, Ин-т психологии. – М., 1994. – С. 71.

**Kowal Zuzia, PR-181
Winnica spółdzielczy instytut
Kolegium gospodarki i prawa**

HISTORIA: POGLĄDWSPÓŁCZESNY

Ja zawsze myślałam, że Ja jestem dorosłą i w miarę wykształconą na swoje lata, ale kiedy otrzymałam zadanie napisać artykuł na daną tematykę, to okazało się, że to w ogóle nie tak. Sobie pomyślałam czy naprawdę Ja zmożę rozkryć ten temat, czy starcze mi znań i rozumień tego wszystkiego, co się dzieje dzisiaj wokół mnie w tym społeczeństwie?

Kto zna, ale spróbować można. Historia - nauka o przeszłości mojego narodu i społeczeństwa w ogóle. Ja wiem o tym że ona nam opowiada o cywilizacjach, które kiedyś istnieli, o tym, jak oni powstali, rozwijali się i zginali, a jeszcze historia dzieli się z nami opowiadaniem

o znanych ludziach. Oni wszyscy różne za swoimi upodobaniami, na przykład: Mikelangelo, Joanna d'Arc, Garibaldi, Aleksander Macedoński, Vasco da Gama, każdy z nich żył w swój czas, ale wszystkich łączyło jedno odczucie - kochanie do swojego narodu, ojczyznej ziemi, chęć stać na ją obronę czy sławić ojczyznę po za ją granicami...

Jak szkoda, że we wszystkie czasy kiedy istnieje społeczeństwo obok z nimi szli nie tylko kochanie, miłość, dobro, a i nienawiść, zło, wojna...

Historia mojego państwa ciasno łączy się z historią jej sąsiadów. Nam wszystkim Ukraińcom, Polakom, Białorusinom, Mołdawianom, Węgrom i Rumunią jest czemu pocieszyć się i nad czym popłakać we wspomnieniach...

Z żalem Ja pamiętam kadry II Wojny Światowej, zniszczone wsi Ukrainy i Białorusi, trudno odczuć strach żydowskiego narodu w te czasy. Boli mi dusza czytając świadczenia, jak nad moim narodem panowali Polacy i Rosjanie, Węgrzy i Rumuni, ale mnie tak samo bolą wspomnienia o Katyniu, o dzisiejszej wojnie na wschodzie Ukrainy. Jak strasznie dzisiaj iść w centrum miasta i widzieć pomniki osobom z Niebiańskiej Sotni, z której patrzą oczy naszych wczorajszych rodaków, które zginęli walcząc o lepsze dla nas. Czy będzie ona lepsza dla nas, kiedy my będziemy cały czas żyć przeszłością, kiedy spode łba będziemy patrzeć na naszego sąsiada? Każda wojna rano czy późno kończy się, ale prawidłowy pokój zaczyna się wtedy, kiedy my otwarte i szczerze bez żadnego fałszu żyjemy w pokoju z sobą i sąsiadami.

Dzisiaj, zaraz w dany moment Ja należę do jednego z najstarszych narodów Europy - Ukraińców i w tym samym czasie do nowej generacji ludzi. Mnie jak i moim rówieśnikom można swobodnie przekraczać granice różnych państw, podróżować światem, rozkoszować się pejzażami różnych kontynentów i poznawać historie różnych narodów nie z książki czy Internetu, a w rzeczywistym życiu, komunikując z nimi. Ja już parę razy skorzystałam się z takiej możliwości i byłam w Polsce. Spodobało mi się wszystko, co Ja tam zobaczyłam, ale najbardziej to komunikacja z obywatelami danego sąsiadskiego państwa. Oni wydali mi się bardzo miłymi i pozytywnymi ludźmi. I Ja miałam co im po opowiadać. Ja z zadowoleniem opowiadałam, pokazywałam zdjęcia swoim nowym znajomym o grafie Stanisławie Potockim, jego zamek w Tulczynie, Park Sofii w Umani, grobowiec w Peczorze, rolnicze budowy w Niemirowie i Sokilce. Na ulicach miasta Kraków

często było słychać mój ojczysty język, bo tam dzisiaj pracuje, uczy się i mieszka dużo Ukraińców. Ja zwiedziłam prawosławny kościół, usłyszałam historie miasta. U nas okazało się tyle wspólnego: historyczna przeszłość, dzisiejsze czasy i przyszłość. Tak dzisiaj nasze państwa wybaczyli wszystko i ciasno współpracują w gospodarce, kulturze i wykształceniu. My koledzy. Każdy dzień tworzymy historie. Żyjemy w pokoju i to muszę być najważniejszym w dzisiejszej historii społeczeństwa.

**Лисюк О., група ПТХ-181,
Підгородецька А., група М-181
Вінницький кооперативний інститут
Науковий керівник: Кравчук Л. В., к.ф.н., доцент**

ПОЗИТИВНА ОЦІНКА В АНГЛІЙСЬКОМУ СЛЕНГУ

Однією з головних функцій мови є інформативна. Вона робить можливим передачу знань від одного учасника комунікаційного процесу до іншого за допомогою мови. У наш час цінність інформації виросла до високого рівня, і має значення швидкість та зрозумілість повідомлення. Однак, не втрачає свою вагу емоційна забарвленість повідомлення, його здатність виразити, підкреслити приналежність комуніканта до певної соціальної групи, його ставлення до певних явищ оточуючої дійсності.

Англійський сленг є одним з найбільш поширених та відомих у світі соціальних діалектів. За рахунок своєї представленості у кіно та музиці, продуктах масової культури, він відомий у всьому світі.

Об'єктом нашого дослідження є сучасний англійський сленг, предметом є засоби та шляхи реалізації позитивної оцінки.

Оцінка – це універсальна категорія, що виражає позитивне чи негативне ставлення мовця до змісту мовлення й реалізується в частинах слова, вигуках, модальних частках, повнозначних лексемах, словосполученнях, фразях, у мовленнєвих актах й аксіологічних категоріях [4, с. 55].

Оцінний компонент не виступає постійним для певної мовної одиниці. Він проявляється на конкретному історичному етапі розвитку мови і, залежно від контекстуальної реалізації значення

слова, зазнає змін відповідно до рівня матеріальної та духовної культури суспільства та кожного індивіда зокрема [5, с. 5-6].

Найпоширенішою класифікацією за оцінною шкалою є виокремлення позитивної (мейоративної, меліоративної), нейтральної, негативної (пейоративної, інвективної) оцінки. Саме ця класифікація оцінки застосовується в цій роботі. На рівні мовлення можливі трансформації названих типів оцінок: а) в умовах контексту нейтральні лексеми набувають позитивного або негативного забарвлення; б) позитивне переходить у негативне, а негативне – у позитивне.

Нас цікавить саме позитивна або, як її ще називають, меліоративна оцінка. Частіше за все меліоративні одиниці застосовуються в міжособовій комунікації при співчутті та схваленні, похвалі [2, с. 87].

Враховуючи співвідношення емоційних та оцінкових сем у структурі меліоративів (одиниць, що виражають позитивну оцінку), їх можна поділити на три основні групи:

- лаудативи, які виражають позитивні раціональні оцінки (англ. *intelligent, brick*);
- афекціонати, семантика яких орієнтована на передачу емоцій любові і ніжності (англ. *angel, lovey*);
- респективи, у яких позитивна емоція і оцінка більш-менш збалансовані (англ. *promising, decent*).

Критеріями виділення меліоративних мовних одиниць слід вважати наявність у структурі десигната сем позитивної емоційної оцінки, виявлених методом аналізу словникових позначок і дефініцій; присутність зменшувально-пестливих суфіксів та/або образного характеру номінації.

Емоційно-оцінні семи займають несталі положення в семантичній структурі меліоративів. Вони можуть:

- складати семантичне ядро, заповнюючи собою змістову структуру слова (англ. *sweetheart, brilliant*);
- займати периферійне положення денотативної частини значення (англ. *mousey, cutie*);
- відноситися до конотації, виражаючи додаткову інформацію (англ. *daddy, wifie*);
- мати статус потенціалу.

Аналіз лексикографічних та наукових джерел, а також соціальних Інтернет мереж показав, що позитивна оцінка

реалізується у різних концептах, цікавих для користувачів соціолектів. Ось деякі з цих концептів:

Людина: *adonis, badass, boss, ChesterMolester, DILF, fratfag*, – «мачо».

Жінка: Основою утворення великої частини фразеологізмів, що позначають концепт «жінка», є співвіднесення жінки з тваринним світом. Сексуально приваблива жінка позначається як *fox, canary, chick, hotbaby, pussycat, hotpepper, hottongue, babe, betty, cougar, cherry, fifi, chick, birdie, filet, cutie, rosebud, hottie, peach*.

Однак, слід зазначити, що культурно-національні установки в сприйнятті жінки можуть знаходити особистісний, а не традиційний для групової самосвідомості, зміст [3, с. 26].

Краса, красивий: *bodacious, bomb, bombdiggy, crescentfresh, cherry, swass*, – «красивий, вражаючий, класний».

Основним результатом дослідження є висновок про те, що мовне вираження позитивної оцінки у сленгу може відрізнятися від реалізації позитивної оцінки в літературній мові. Тому оцінне значення деяких сленгових одиниць може бути неочікуваним, і майже протилежним до значення схожих одиниць у літературній мові.

Список використаних джерел:

1. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. / Н. Д. Арутюнова – М.: Наука, 1988. – 336 с.
2. Коротун О. О. Семантика оцінки в номінаціях особи / О. О. Коротун // Ономастика і апелятиви: зб. наук. пр. – Д.: ДНУ, 2001. – Вип. 14. – С. 86-92.
3. Літвінов О. І. Табуїзовані та евфемістичні фразеологізми як частина англійського сленгу / О. І. Літвінов, М. М. Літвінова // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. – 2010. - № 3 (190). – С. 24 – 31.
4. Нагель В. В. Різновиди оцінки як лінгвістичної категорії / В. В. Нагель [Електронний ресурс]: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/dlgum/2007_6/15.html.
5. Онищенко І. В. Категорія оцінки та засоби її вираження в публіцистичних та інформаційних текстах: автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.01. – Дніпропетровськ, 2004. – 22 с.

СОФІЗМИ ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ МИСЛЕННЯ ПРАВознавців

Для юридичної діяльності характерними є не лише певні процесуальні дії, а й інтелектуальна взаємодія – дискусія осіб, залучених до процесу обговорення та вирішення правових питань, встановлення істини, а також її реалізація. Важливим аспектом такої взаємодії вбачаємо вміння критично мислити та чітко будувати логіку своїх міркувань. Зазвичай вміння людини міркувати, робити правильні висновки сприймають як природній процес, проте відомо, що таке вміння можна вдосконалити навіть на рівні інтелектуальних здібностей. Ефективними інструментами вдосконалення ходу міркувань правознавців в процесі вирішення завдань професійної діяльності вважаємо засоби логіки, які здатні істотно підвищити продуктивність інтелектуальної діяльності правознавця.

Побудова правильного міркування у професійній діяльності правознавців має велике значення. Рух думки до істини підпорядкований певним законам так само, як будь-який природний процес. Вивчивши ці закони, можна свідомо здійснювати процес мислення, і тим самим підвищувати його ефективність. Іноді, у професійній діяльності правознавців можуть виникати ситуації, коли в ході міркувань співрозмовника відчувається певна помилка, але її важко пояснити, і, як наслідок, спростувати помилковий хід міркувань, через недостатньо натреноване мислення.

Мислення є природною здатністю людини, його можна так само вдосконалювати, як і будь-яку іншу здатність. Саме тому чимало людей розвиває своє мислення. Одним із засобів розвитку мислення правознавців вважаємо розбір та аналіз софізмів. Софізми – логічно недосконалі міркування, що видаються за правильні та доказові [3]. Протягом усього життя інтерес до софізмів спалахував не раз. Людей приваблювала можливість довести чи заперечити все, що завгодно. Софізми особливо користувалися популярністю серед інтелектуалів з аристократичного прошарку суспільства.

Вони люблять бавитись, доводячи, часом, абсурдні речі. Наприклад, спробуємо довести, що крадіжка – це не погано:

Ніхто не буде сперечатись, що приносити собі задоволення і догоджати собі – це є добре? Ну, принаймні, нічого поганого в цьому немає. Так от. Злодій йде на крадіжку для того, щоб отримати задоволення, зробити собі подарунок і догодити собі. Відповідно, красти – це добре, ну, принаймні, нічого поганого в цьому немає.

Виявити помилку в софізмі – значить усвідомити її, тим самим запобігати її повторенню в інших міркуваннях. У сучасному світі є багато людей, які вживають софізми в спілкуванні, навіть не підозрюючи цього. Також є люди, які цілеспрямовано вивчають софізми, наприклад політики, чи ЗМІ, щоб вводити людей в оману, або просто розвинути свої навички логіки і правильних міркувань.

Існує відомий і корисний, на нашу думку, для аналізу правознавцями «софізм Еватла». З даним софізмом вперше зустрілися в творі давньогрецького софіста Протагора (481-411 до н.е.) під назвою «Позов про плату». Ось його зміст: «Еватл брав уроки софістики у Протагора за домовленістю, що гонорар він сплатить лише в тому випадку, коли після закінчення навчання виграє свій перший судовий процес. Але отримавши потрібні знання Еватл не взяв на себе відповідальність за ведення жодного судового процесу і тому вважав не доцільним сплачувати гонорар Протагору. Тоді викладач попередив, що подасть скаргу до суду, говорячи учню при цьому таке: «Чи змусять тебе судді сплатити гонорар, чи ні, в обох випадках ти будеш зобов'язаний сплатити належні мені гроші. У першому разі через вирок суду, в іншому – згідно з нашою з тобою угодою, бо ти виграв перший судовий процес». Проте Еватл, обізнаний завдяки Протагору софістиці, відповідав: «У жодному разі я не розрахуюсь з вами. Коли мене присудять до сплати, то я, програвши свій перший судовий процес як юрист, не сплачу через наш з вами договір, коли мене не присудять до сплати гонорару, то я не заплачу вам відповідно до вироку суду, вигравши свій перший судовий процес як відповідач» [2].

З такими ситуаціями у своїй професійній діяльності майбутні фахівці можуть зустрічатись досить часто. Розгляд і аналіз подібних завдань, на нашу думку, забезпечить готовність правознавців до таких випадків у майбутньому, сприятиме

активізації розумових процесів та навчить швидко оцінювати ситуації, та знаходити логічний та обґрунтований підхід до їх вирішення.

Необхідною вимогою майбутньої професійної діяльності правознавців є точність мислення, строга логічність у викладі й аналізі матеріалу та обґрунтованість висновків. Для правознавців важливим є вміння мислити логічно і послідовно, не допускати протиріч у своїх міркуваннях і вміти розкривати логічні помилки. Розвивати такі вміння майбутнім фахівцям допомагає логіка. Свою користь у сприянні розвитку мислення правознавців вносить вивчення софізмів. Розбір, аналіз та пошук порушень логіки міркувань у софізмах вчать доводити та спростовувати твердження; бути уважними та спостережливими; навчають мислити, чітко та логічно висловлювати свої думки; дають поштовх для творчості та самовдосконалення, мотивують до опанування професії тощо.

Список використаних джерел:

1. Бандура О. О. Логіка для правознавців: навч. посіб. / О. О. Бандура, О. І. Гвоздік, В. М. Кравець та ін. – Київ : Нац. акад. внутр. справ, 2016. – 144 с.
2. Вікіпедія. Вільна енциклопедія. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%84%D1%96%D0%B7%D0%BC_%D0%95%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%BB%D0%B0.
3. Івін А. А. Теорія і практика аргументації. – [Електронний ресурс]. –
– Режим доступу:
https://stud.com.ua/26423/filosofiya/teoriya_i_praktika_argumentatsiyi.

**Овсіюк О. В., к.і.н.,
Науково-дослідний інститут українознавства (м. Київ)**

ЧАС, ПРОСТІР І ЇЖА: ВПЛИВ ПРОБЛЕМИ ЩОДЕННОГО ПОШУКУ ЇЖИ НА РИТМИ ЖИТТЯ КИЯН В РОКИ ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ

Життя киян в умовах Другої світової війни ділиться на два чіткі періоди: під час нацистської окупації та після повернення в місто радянської влади. Весь цей час цивільне населення міста вело щоденну боротьбу за виживання, однією з головних складових якої

був постійний пошук продуктів харчування. Потреба добування їжі значним чином впливала на ритміку життя киян і їх щоденні маршрути. Це характерно як для часів окупації, так і після окупаційного періоду. Особливо чіткий зв'язок між потребою добування їжі і способами використання киянами часу і міського простору простежується після введення стабільного функціонування карткової системи.

Після звільнення території УРСР від нацистської окупації нормована система постачання продуктами харчування вводиться (або відновлюється) в містах і робітничих селищах республіки. Картка для городянина стає найважливішою річчю, запорукою виживання в роки війни.

Дослідження проблеми харчування міського населення в умовах Другої світової війни почали ще радянські автори [7, 8, 9, 10]. Повсякденне життя міського населення України в умовах нацистської окупації і після повернення радянської влади стало об'єктом досліджень багатьох сучасних українських [4, 5, 6] і зарубіжних [1, 2, 3] вчених. Однак наявні роботи не розкривають проблеми зв'язку ритмів життя міського населення з щоденною потребою харчування.

Джерелами даного дослідження стали документи Центрального державного архіву громадських об'єднань України, Державного архіву міста Києва, Державного архіву Київської області, свідчення очевидців подій, а також матеріали фондів Музею історії Києва та Національного музею історії України.

У доповіді планується продемонструвати, як щоденна потреба добувати продукти впливала на ритм життя міського населення, які щоденні практики городян були з цим пов'язані, як в цілому повсякденне життя міського населення залежало від постачання продуктами, а також які стратегії виживання люди застосовували в умовах браку їжі. Крім того, через розгляд функціонування радянської карткової системи на рівні споживача будуть показані основні принципи роботи системи нормованого постачання на загальнодержавному рівні.

Список використаних джерел:

1. Collingham Lizzie Taste of War: World War II and the Battle for Food/ Lizzie Collingham. – L.:Penguin Books, 2013. – 672 p.;

2. Goldman Wendy Z., Filtzer Donald Hunger and War: Food Provisioning in the Soviet Union During World War II/ Wendy Z. Goldman, Donald Filtzer. - Indiana University Press, 2015. – 392 p.;
3. Moskoff William The Bread of Affliction: The Food Supply in the USSR During World War II/ William Moskoff. - Cambridge University Press 2002. - 276 p.
4. Вронська Т. В. В умовах війни: життя та побут населення міст України (1943–1945 рр.) / Т. В. Вронська. – К.: Інститут історії України НАН України, 1995. – 83 с.
5. Вронська Т. В. Дія карткової системи в Україні у воєнні та перші повоєнні роки (1941–1947 рр.) // Сторінки воєнної історії: Зб. наук. ст. – К., 1998. – Вип. 2. – С. 163–183.
6. Гальченко С. І. Міське населення Центральних областей України в умовах нормованого постачання (1943–1947 рр.): Дис. ...канд. іст. наук: 07.00.01 – історія України / Світлана Іванівна Гальченко. – Черкаси, 2007. – 215 арк.
7. Ларін А. Ф. Відновлення постачання продовольчими товарами міського населення УРСР після визволення від гітлерівських окупантів / А. Ф. Ларін // Український історичний журнал. – К., 1974. – № 7. – С. 50-57.
8. Любимов А. В. Торговля и снабжение в годы Великой Отечественной войны / А. В. Любимов. – М.: Экономика, 1968. – 231 с.
9. Чернявский У. Г. Война и продовольствие. Снабжение городского населения в Великую Отечественную войну (1941–1945 гг.). – М.: Наука, 1964. – 208 с.
10. Чернявский У. Г. Продовольственное снабжение городов в годы Великой Отечественной войны / У. Г. Чернявский // Исторические записки. – М., 1961. – № 69. – С. 3-26.

Післяк О. П., група ХТ-171
Коледж економіки і права
Вінницького кооперативного інституту
Науковий керівник: Цигвінцев І. Г., викладач

АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ СТУДЕНТІВ:
ВИКЛИКИ ТА ПРОБЛЕМИ

«Національна стратегія розвитку освіти в Україні на період до 2021 року» визначає напрями перебудови вітчизняної системи освіти у зв'язку з необхідністю її інтеграції в європейській і світовий освітній простори, переходом до постіндустріальної цивілізації, чим має забезпечитись сталий розвиток України в першій половині XXI століття. Серед числених засобів допомоги Європейської Комісії є співробітництво з міжнародними програмами модернізації вищої освіти, зокрема Erasmus Mundus – підвищення якості вищої освіти через світову академічну мобільність і співпрацю. Метою нашого дослідження є аналіз основних проблем, що можуть заважати академічній мобільності студента.

Закон України «Про вищу освіту» тлумачить академічну мобільність як «... можливість учасників освітнього процесу навчатися, викладати, стажуватися чи проводити наукову діяльність в іншому закладі вищої освіти (науковій установі) на території України чи поза її межами» [1]. Таким чином можемо розділити академічну мобільність на внутрішню (всередині країни) та зовнішню (між країнами). У Болонському процесі існує два типи академічної мобільності [2]:

вертикальна академічна мобільність – отримання студентом ступеня у іншому навчальному закладі;

горизонтальна мобільність – навчання протягом обмеженого часу (семестр чи навчальний рік).

Аналіз джерел дає можливість визначити основні проблеми, що можуть стати на заваді для академічної мобільності:

1. *Фундаментальна підготовка.* Об'єм та наповнення теоретичних дисциплін, що викладаються у вітчизняних вишах значно відрізняється від європейських. Достатньо зазначити, що у природничих та точних науках матеріал шкільної програми старших класів європейських шкіл здебільшого вивчається лише на другому та третьому курсах українських вишів. У гуманітарних науках ця різниця дещо менша, проте там грає роль регіональна специфіка. Як приклад можна навести правові дисципліни, у яких досить сильно проявляється специфіка держави, право якої вивчає студент.

2. *Угода між ВНЗ.* Міжнародна співпраця у Еразмус носить двосторонній характер та вимагає договору між вишамі-партнерами. Проте, для підписання такого договору потрібна

значна гармонізація стандартів ВНЗ. Ще однією із необхідних умов участі є рекомендаційні листи учаснику. За умовами програми рекомендації повинні давати визнані Європою спеціалісти, що є великою проблемою, оскільки відносно невеликий відсоток викладачів ВНЗ друкується у провідних скопусівських журналах.

3. *Адаптація студента.* У даному контексті під словом «адаптація» автори розуміють пристосування учасника програми обміну до соціальних, культурних, академічних особливостей іншої країни. Відсутність соціальної мобільності більшості українських студентів, відсутність досвіду перебування за кордоном може становити психологічну проблему. Значним стресом для учасників є вимоги академічної спільноти Європи для студента: академічна доброчесність, самонавчання, власна ефективність. Чималу роль відіграє демократичність навчання, що спочатку може здаватися вседозволеністю та відсутністю контролю.

4. *Мовний бар'єр.* На думку авторів найбільшою проблемою є саме мовний бар'єр українських студентів. Для навчання на програмах обміну студент повинен володіти іноземною мовою. Вимоги, що ставляться до рівня знання мови вищі ніж вимоги до знання мови для отримання ступеня доктора філософії в Україні. Для участі у переважній більшості обмінів студент повинен пред'явити сертифікат знання іноземної мови академічного рівня IELTS або TOEFL.

Все, щ обуло зазначено раніше дає можливість визначити основні проблеми, що заважають студентові скористатися академічною мобільністю:

- Невідповідність навчальних планів та освітніх програм;
- Відсутність договору навчального закладу;
- Відсутність у студента навичок, необхідних для навчання у інших навчальних закладах;
- Відсутність достатнього рівня іноземної мови для навчання за кордоном.

І якщо перші дві причини лежать за межами можливостей студента, то наступні дві – цілком залежать від бажання студента навчатися. Програми академічної мобільності не пов'язані лише із навчальним закладом у якому навчається студент. Таким чином, за великого бажання студент може самостійно організувати свою участь у програмах академічної мобільності.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про вищу освіту» [Електронний ресурс] URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Федорова І. І. Академічна мобільність українських студентів сучасного освітнього простору [Електронний ресурс] URL: http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/VKPI_fpp_2012_2_20.pdf.

**Полек Т. В., к.і.н.,
науковий співробітник
відділу культурологічних досліджень
Науково-дослідного інституту українознавства (м. Київ)**

ЖИТТЯ НА МЕЖІ: МАЯТНИКОВА МІГРАЦІЯ ДО КИЄВА В ІСТОРИЧНІЙ ДИНАМІЦІ

Поява маятникової міграції населення як соціального явища була спровокованою модернізацією і поширенням урбаністичного способу життя. В українських умовах цей міграційний рух спочатку стосувався передусім селян, які становили більшість населення. Радянське керівництво контролювало цей процес і керувало міграційними потоками всередині країни, перерозподіляючи трудові ресурси між селом і містом залежно від актуальних економічних потреб.

Утім зростання маятникової міграції селян спостерігалось протягом усього радянського періоду. Так, у 1960–1985 р. частка маятникових сільських мігрантів працездатного віку в УРСР збільшилася в 3,7 разів, а в 1986 р. досягла 19,4% [3, С. 13]. Водночас у 2005 році частка сільських мешканців, які працювали за межами свого населеного пункту, становила вже 40,2% (з них у містах та смт – 28,5%) [3, С. 13].

У такий спосіб відбулося суттєве збільшення кількості тих, хто був готовий долати подекуди значні відстані для того, щоб потрапити на роботу, а значить отримувати від цього певну прагматичну цінність. І йдеться не лише про селян. Своєю чергою, це означає, що сформувався цілий прошарок людей, які проживали на межі, одночасно маючи стосунок до двох або кількох населених пунктів. Відповідно тут актуалізується питання про те, який із цих

населених пунктів мав для них символічну цінність, тобто який із них вони були готові вважати «своїм».

Особливо яскраво простежується зростання маятникової міграції на прикладі Києва. Так, на 1980 р. кількість маятникових мігрантів (із довколишніх сіл та міст) становила 197,0 тис. чоловік [2, С. 253]. Для порівняння, обстеження 2015 р., здійснене за допомогою аналізу даних операторів мобільного зв'язку, свідчить, що тепер до Києва щодня приїжджає більше 550 тис. маятникових мігрантів [1]. Такі результати не лише механічно засвідчують збільшення кількості мігрантів, вони означають сформованість київської агломерації, а також способу життя, який передбачає життя на межі та щоденне перетинання уявного кордону з мегаполісом.

Список використаних джерел:

1. Беспалов Д. Применение данных сотовых операторов для анализа маятниковой миграции Киевской агломерации. – Режим доступу:<https://bespalov.me/2017/01/05/primenenie-dannyh-sotovyh-operatorov-dlja-analiza-majatnikovoj-migracii-kievskoj-aglomeracii/>.
2. Климко О. І. Сільські маятникові мігранти Києва // Етнографія Києва і Київщини. Традиції й сучасність / за ред. М. Т. Максименко. – К.: Наук. думка, 1986. – С. 249–262.
3. Прибиткова І. М. Сучасні міграційні процеси в Україні / І. Прибиткова // Безпека документів та міграційна політика: висновки та рекомендації міжнародних робочих груп для України. – К.: Європа без бар'єрів, 2011. – С. 9–30.

Пригалінський В. С., група ХТ-171

Коледж економіки і права

Вінницького кооперативного інституту

Науковий керівник: Цигвінцев І. Г., викладач

ЗАПОБІГАННЯ АКАДЕМІЧНОМУ ПЛАГІАТУ У СТУДЕНТСЬКИХ РОБОТАХ: ІНТЕРНАЛЬНИЙ ТА ЕКСТЕРНАЛЬНИЙ ПІДХОДИ

Система криза наукової спільноти України є закономірним явищем в контексті тих глобальних змін, що відбуваються у суспільстві сьогодні. Одним із проявів цієї кризи є відсутність культури академічної доброчесності. Це створює певні перепони на

шляху підняття рівня системи освіти України до європейського рівня, що, у свою чергу, могло б гарантувати українським студентам чи випускникам українських вишів вступ до навчальних закладів Європи, а викладачам та науковцям – можливість співпраці із Європейськими колегами. З огляду на це, актуальним є визначення основних підходів Європейської наукової спільноти до академічної доброчесності в цілому та до запобігання академічному плагіату зокрема.

Згідно із Законом України про вищу освіту «Академічним плагіатом визначається оприлюднення (частково або повністю) наукових результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження та/або відтворення опублікованих текстів інших авторів без відповідного посилання» [1].

Боротьба із академічним плагіатом ведеться на різних рівнях: загальнодержавному – перевірка дисертацій, університетському – обов'язкова перевірка на плагіат та викладацькому/студентському.

На думку авторів проблема академічного плагіату лежить у двох площинах: інтернальній та екстернальній. Під інтернальною розуміємо усі ті внутрішні причини, що спонукають студента вдаватися до запозичень, а екстернальною – умови та правила гри, що можуть дозволяти запозичання.

Для вирішення проблеми у екстернальній площині застосовується перевірка робіт у спеціалізованих програмах, законодавче та адміністративне регулювання питань академічної доброчесності. Тут можемо виділити декілька проблем:

Відсутність бази для повнотекстового пошуку. Світові аналоги баз для пошуку мають величезну кількість оцифрованих ресурсів, що дає змогу провести повнотекстовий пошук. Натомість, кириличних баз існує дуже мала кількість. І при незначному рерайті студент має змогу пройти перевірку.

Платність баз. Більшість програм для запобігання плагіату є платними. Міністерство освіти і науки України заключили договір із програмами Unicheck та plagiat.pl щодо обслуговування [2]. Проте на цих програмах перевіряються лише дисертаційні роботи.

Незацікавленість у боротьбі із плагіатом. Велика кількість гравців на ринку освітніх послуг не зацікавлена у боротьбі із плагіатом. Починаючи від ректорів ВНЗ до рядових студентів та викладачів.

Толерування плагіату. Нерозуміння учасниками освітнього процесу причин боротьби із академічним плагіатом, намагання за певних умов виправдати порушення. Мусимо погодитись із авторами огляду ОЕСР тому, що «Встановлення «допустимого відсотку текстових запозичень» стимулює лише діяльність з рерайтингу та приховування плагіату – ніяка кількість плагіату в науковій роботі не є допустимою, проте, цілком можливі текстові збіги, які не є плагіатом (стандартні фрази, коректно зазначені цитати, описи стандартних методик, наведення загальновідомої інформації та загальновідомих означень термінів) і де вимоги рерайтингу є марною витратою часу дослідників». [3].

Завдання, що стимулюють плагіат. Ще із радянської системи залишився контроль ЗУНів у формі письмових робіт відтворювального характеру, що є гарним підґрунтям для списування та запозичень. Натомість рекомендується давати завдання аналітичного характеру.

Боротьба у інтернальній площині є значно складнішим та тривалішим процесом. Інтернальний підхід логічно витікає із студоцентричної парадигми навчання. За цього підходу мусимо шукати психологічні, соціальні причини. Узагальнюючи числені дослідження виокремимо наступні:

Відсутність навичок академічного письма. Відсутність спецкурсів, що розвивали б навички академічного письма у початкових ланках освіти.

Відсутність навичок функціонального читання. Велика кількість студентів не має навичок пошуку потрібної інформації у джерелах, виокремлення основних ідей.

Ціннісні орієнтири. Відсутність розуміння студентом моральної сторони проблеми, ставлення до плагіату як до норми чи вимушеної дії.

Виходячи із вищезазначеного можемо сформулювати наступні напрямки роботи:

- забезпечення зміни ставлення до проблеми із метою досягнення нульового толерування суспільства до плагіату;
- зміна підходів у викладанні із репродуктивних до більш активних, розвиток критичного мислення студентів;
- впровадження навчання академічному письму та академічній доброчесності на початкових рівнях освіти;

- створення бази текстів, з якою можна було б звірити текст студента;

- розвиток відповідних компетентностей, що дозволять студентові самостійно писати роботи.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про вищу освіту» [Електронний ресурс]URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

2. Аналітична записка USAID «Академічна доброчесність. Аналітичний звіт та рекомендації»[Електронний ресурс]URL: <http://rpr.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/Analitichna-zapyska-akademichna-dobrochesnist.pdf>.

3. Огляди ОЕСР на тему доброчесності в освіті: Україна 2017 / Переклад з англ. – Інститут розвитку освіти, – К.; Таксон, 2017. – 184 с.

**Ткаченко М. О., група МН(б)-161
Вінницький кооперативний інститут
Науковий керівник: Морозова Л. П., д.ф.н., професор**

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ

Життєдіяльність особистості, роль яку вона відігравала в ефективному функціонуванні цієї системи, завжди була предметом уваги з боку суспільства. А це пов'язано із впливом суспільної системи на процес розвитку індивіда, становлення його особистості.

У наслідок трансформаційних процесів в Україні відбулися суттєві зміни в соціальній структурі суспільства, у стосунках між людьми, державою і ідеологією, у формах власності. Але досі залишаються невизначеними орієнтири майбутнього устрою держави, не розроблені критерії і норми суспільних відносин, дезорієнтована масова свідомість. Духовне відродження народу України вимагає особливої уваги до світу цінностей молоді як майбутньої країни, гаранту суспільного процесу.

В умовах глибокої кризи економіки, культури, ідеології, моралі, освіти і виховання наша молодь усе більше втрачає духовно-світоглядні орієнтири, не відчуває твердого ґрунту при

формуванні життєвих планів, плануються в загальнолюдських цінностях.

Погіршується матеріальне становище значних верств молоді, а це штовхає частину молоді на протиправні, злочинні дії. Неробство стає звичним способом життя частини молоді. Сьогодні спостерігається стрімке падіння загального рівня культури молоді, девальвація моральних цінностей. Значно зменшився потяг молодих до отримання знань, до науки. Це вже стає «не модно». У періоди, коли суспільні відносини зазнають суттєвих трансформацій, у кризові моменти розвитку суспільства прояви девіантної поведінки збільшуються. Основою для девіантної поведінки є різновиди відносин за цілями суспільства і засобами їхнього забезпечення [1]. Поряд з такими джерелами девіантної поведінки, як соціальна дезорганізація суспільства, катастрофа цінностей у сучасному суспільстві, ряд соціологів звертається увагу на значення впливу на молодь в суспільстві різних субкультур, контркультур, маскультур. Девіантна поведінка проявляється там де цілі суспільства і засоби їх забезпечення різні.

На формування девіантної поведінки дуже впливає стан інституціональних форм суспільства, їх суперечливість. Наприклад, погана робота системи торгівлі сприяє поширенню спекуляції. Бюрократизм, сам будучи відхиленням від норми, сприяє появі різних відхилень, у тому числі господарських злочинів, викликає соціальну напруженість і т. п. Істотний вплив на формування поведінки, що відхиляється, роблять такі соціально-психологічні особливості людей, як національна нетерпимість, брутальність і неврівноваженість, самовпевненість, марнославство, кар'єризм, низький самоконтроль. У нашій країні вони були в значній мірі породженням адміністративно-командної системи управління. Позначається на поведінці суперечливість, нестійкість норми, недоліки її фактичного застосування. Необхідно враховувати вплив на поведінку етану реальних суспільних відносин. Стан соціальної напруженості, конфронтації, кризи – підсилюють розвиток негативних явищ: злочинності, алкоголізму, наркоманії і т. п. [2].

Дослідники сучасних процесів звертають увагу на те, що аномія закономірно виникає в суспільствах, що переживають трансформацію. Більш того, в умовах загальної кризи суспільства вона може здобувати тотальний характер, що породжує хворобливі соціально-психологічні стани. На тлі посилення кризових явищ

наростає незадоволеність своїм положенням. За даними загальнонаціональних опитувань в Україні біля половини населення в тій чи іншій мірі незадоволена своїм положенням, одна третина затрудняється визначити своє положення. Масове почуття соціальної незадоволеності, незатребуваності приводить до відчуження від суспільства, до наростання тривожності. Одним з наслідків соціальної незадоволеності в умовах тотальної аномії є наростання песимістичних настроїв і навіть поява деморалізованості населення (занепад духу, розгубленість).

Механізм поведінки, що відхиляється, розкривається через аналіз взаємодії нормативного регулювання, особливостей особистості, її відносини до норми і реальної життєвої конфліктної ситуації. На поведінці позначаються гострота і тривалість конфліктної ситуації, особливості адаптації до неї особистості й інші моменти [3].

Список використаних джерел:

1. https://pidruchniki.com/16850303/sotsiologiya/deviantna_povedinka
2. <http://textbooks.net.ua/content/view/7236/46/>
3. Соціологія девіантної поведінки. Навчальний посібник / уклад. І. С. Веред та Ю. В. Кушнір. – Донецьк: КІЦ, 2013. – 192 с.

СЕКЦІЯ 4. ПРАВОВА ГАРМОНІЗАЦІЯ СТОСУНКІВ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ

**Бойчук Б. С., Дідусь Ю. В., група ПР-162
Вінницький кооперативний інститут
Науковий керівник: Горєлова Н. М., викладач**

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА УКРАЇНИ ТА НІМЕЧЧИНИ В ПРОЦЕСІ УСИНОВЛЕННЯ

Усиновлення є із найдавніших інститутів сімейного права. Усиновлення- це перехід прав та обов'язків від біологічних батьків (батька) дитини до усиновителів (усиновителю), при якому дитина в правовому відношенні повністю прирівнюється до біологічних дітей усиновителя.

В даний час зростає число дітей які залишилися без піклування батьків. У ЗМІ неодноразово обговорювалися проблеми, усиновлення. Дана тема є актуальною і підлягає вивченню.

Багато вчених розглядають усиновлення як форму влаштування дітей, які залишилися без піклування батьків, як юридичний акт. Інститут усиновлення нині є найбільш поширеною формою влаштування дітей-сиріт. Та, в українському законодавстві існує багато прогалин та протиріч, які потребують вирішення. Тут важливе місце має посісти запозичення іноземного досвіду, зокрема в таких провідних країнах як Німеччина, Італія, Франція та Австрія.

Мета роботи полягає у дослідженні нормативно-правових актів як: Конституція Німеччини та України, Сімейний Кодекс України та Німецьке громадянське уложення. На підставі даних нормативно-правових актів здійснити порівняльний аналіз Німецького уложення та законодавства України.

У німецькій державі шлюб і сім'я знаходяться під особливою опікою держави, а догляд і опіка дітей є прямими обов'язками батьків. Усиновити дитину подружжя може тільки разом. Досить суворо ставляться вікові межі для усиновителів. Він не повинен бути менше 21-для жінки і 25 для чоловіка, але не існує вимог до верхньої вікової межі усиновителів. Але судова практика виходить з того, що немовлята і малолітні діти не мають передаватися у сім'ї,

в яких батьки значно старші віку 35-40 р...» Дану інформацію засвідчує ст. 1747 Німецького громадянського уложення [1].

Відповідно до вказаних нормативно-правових актів, дитина має інтегруватися у нову сім'ю як рідна. Згідно з німецьким законодавством це означає, що при факті усиновлення, дитина повністю розриває будь-які зв'язки зі своїми біологічними батьками. Про це нам свідчить ст. 1765, яка зазначає, що розриваються будь-які взаємні права та обов'язки [1].

Для здійснення факту усиновлення в німецькому законодавстві має бути згода дитини. Зокрема, для того аби висловити свою волю, дитині має виповнитися 14 р. До досягнення такого віку, за дитину згоду на усиновлення надає законний представник. Згідно ст. 1750 Німецького громадянського уложення [1].

У Німеччині згода біологічних батьків є основною умовою усиновлення дитини. А якщо дитина є позашлюбною, то для її усиновлення потрібна згода матері [1].

А важливим завданням нашої держави є вдосконалення інституту усиновлення. У Законодавстві України в процесі усиновлення потрібно пройти значну кількість етапів. Згідно ст. 208, 211, 212 СК України розписані критерії до усиновителі [2].

У Законодавстві необхідно вдосконалити етапи усиновлення дітей. Законодавство чітко не визначає час, протягом якого здійснюється процес усиновлення. Усиновлення охоплює пошук дитини та налагодження стосунків між усиновителями та дитиною. Усиновлення стає юридичним фактом після рішення суду. Проте початок даного процесу законодавця не цікавить. Також практикується тимчасове проживання дитини у сім'ї усиновителів [3].

В Українському Законодавстві досить часто зустрічаються протиріччя. Гарним прикладом є СК України, а саме Згідно з ч. 2 ст. 226 « Дитина, яка усиновлена, має право на таємницю, в тому числі і від неї самої, факту її усиновлення» та ст. 227, яка також розповідає про таємницю усиновлення, але ч. 3 ст. 226 говорить нам «Особа, яка була усиновлена, має право після досягнення 14 років на одержання інформації щодо свого усиновлення» [2].

Деякі норми є співзвучними з українським законодавством про усиновлення. Наприклад, для того аби дитину усиновити – їй має виповнитися 8 тижнів або 2 місяці. В німецькому законодавстві

немає роз'яснення чи потрібна згода неповнолітніх батьків (особи, яким не виповнилося 18 р.) на усиновлення їхньої дитини. Адже, Згідно ч. 4 ст. 217 СК України яка нам трактує: «...якщо батьки дитини є неповнолітніми, то на усиновлення їхньої дитини потрібна і згода батьків неповнолітніх» Існує норма, яка є аналогічною українському законодавству – це те, що « Усиновитель маж бути старший за дитину не менше ніж на 15 років», таку ж норму ми знаходимо у ч. 2 ст. 211 СК України. Важливою відмінністю простого усиновлення від повного та і загалом від усиновлення в Німеччині чи в Україні є норма, яка залишає приналежність усиновленого до його біологічної родини. Усиновлений у біологічній родині зберігає та залишає всі свої права, включаючи спадкові. Прізвище дитини обирають за заявою усиновителя. Відповідно, просте усиновлення може бути скасоване, коли дитині виповнилося 15 років [1, 2].

У результаті вище сказаного варто вказати, що досвід усиновлення у Німеччині є важливий та необхідний для українського законодавства. Тому що незважаючи на чітко розроблену систему законодавства про захист дітей, в ньому ще є кількість прогалин, а деякі закони є досить розмиті. А кількість дітей-сиріт збільшується.

Список використаних джерел:

1. Німецьке громадянське укладення. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/250517/>
2. Сімейний кодекс України: чинне законодавство зі змінами та доповненнями на 15 жовтня 2018 р. – К.: Алерта, 2018. – 78 с.

**Гладка Н. М., к.ю.н.,
завідувачка кафедри права
Вінницького кооперативного інституту**

ПРАВОВИЙ ПРЕЦЕДЕНТ, ЯК СКЛАДОВА ПРЕЦЕДЕНТУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СУДУ З ПРАВ ЛЮДИНИ

Прецедент (лат. praecedent – той, що йде попереду) - випадок, який мав місце раніше і який слугує прикладом для наступних подібного роду випадків.

Як правило, правовий прецедент містить норму – правило поведінки, яка регулює суспільні відносини, що не врегульовані законодавчими та іншими правовими актами.

Правовим прецедентом в сфері зовнішньоекономічної діяльності визнається результат узагальнення судової чи арбітражної практики або правова доктрина.

Правовий прецедент (судовий, адміністративний) – правотворчий акт, що за умов відсутності нормативно-правової регламентації приймається судовим або адміністративним органом в результаті вирішення конкретної юридичної справи і містить у своїх приписах казуальну норму права, якій надається загальнообов'язкове значення при вирішенні подібних справ у майбутньому.

Правовий прецедент – судове рішення з конкретної справи, якому надається загальнообов'язкове значення при розгляді усіх наступних аналогічних справ в сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Ознаки правового прецеденту:

- 1) є актом волевиявлення правозастосовного органу
- 2) має нормативний характер – містить нові, казуальні, норми права;
- 3) виникає за наявності колізій у нормативно-правовому регулюванні в процесі вирішення справи;
- 4) є загальнообов'язкове через поширення своєї дії на аналогічні справи в майбутньому, у випадку однакового розгляду однакових ситуацій;
- 5) має зовнішню форму вираження, а отже, є письмовим актом;
- 6) має юридичну силу, похідну від суб'єкта його творення;
- 7) забезпечується державою.

На сьогодні, правовий прецедент має меншу юридичну силу ніж закон, оскільки може бути ним скасований, водночас, в реаліях сьогодення, правовий прецедент застосовують все частіше.

Сторонами правового прецеденту є суди та арбітражі компетентного органу світової спільноти або конкретної держави, а також юристи.

За способами виникнення існують такі види правових прецедентів: нормативно-правові, правозастосовні, правотлумачні (правороз'яснювальні).

За суб'єктами правозастосовної нормотворчості існує два види правових прецедентів, а саме: адміністративні та судові.

Адміністративний прецедент – правотворчий акт, що за умов відсутності нормативно-правової регламентації приймається адміністративним органом (органом управління або посадовою особою) в результаті вирішення конкретної адміністративної справи і містить у своїх приписах казуальну норму права, якій надається загальнообов'язкове значення при вирішенні аналогічних справ у майбутньому. Адміністративний прецедент відіграє чималу роль у правовому регулюванні управлінської діяльності держави, але сфера його застосування є вузькою, ніж у судового прецеденту. В Україні адміністративний прецедент офіційно не визнаний.

В країнах, де судова чи арбітражна практика є джерелом права, спостерігається тенденція стосовно регулювання правовідносин шляхом застосування саме судових прецедентів, а не законодавчими нормами. Це пояснюється, зокрема, тим, що судовим прецедентам легше, ніж нормам права, надати різне тлумачення.

Водночас, відповідно до статті 8 Основного Закону нашої держави в Україні визнається та діє принцип верховенства права.

У рішенні Конституційного Суду України від 2 листопада 2004 р. (справа про призначення судом більш м'якого покарання) зазначається: «Одним з проявів верховенства права є те, що право не обмежується лише законодавством як однією з його форм, а включає й інші соціальні регулятори, зокрема, норми моралі, традиції, звичаї тощо, які легітимовані суспільством і зумовлені історично досягнутим культурним рівнем суспільства.

Усі ці елементи права об'єднуються якістю, що відповідає ідеології справедливості, ідеї права, яка дістала, в тому числі, відображення в Конституції України.

Крім того, згідно зі ст. 46 Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод 1950 року держави-учасниці (зокрема, Україна) зобов'язуються виконувати рішення Європейського суду з прав людини в будь-яких справах, у яких вони є сторонами.

Закон України «Про виконання рішень та застосування практики Європейського суду з прав людини» містить пряму вказівку, щодо необхідності застосування в якості джерела права судами України при розгляді ними справ Конвенції «Про захист

прав людини і основоположних свобод» та практики Європейського суду з прав людини.

Судовий прецедент – правотворчий акт, що за умов відсутності нормативно-правової регламентації приймається судом в результаті вирішення конкретної судової справи і містить у своїх приписах казуальну норму права, якій надається загальнообов'язкове значення при вирішенні аналогічних справ у майбутньому.

Для держав романо-германського права, прецедентна судова практика не властива, водночас, судовий прецедент є джерелом права англо-американського типу, а саме у Великій Британії, США, Канаді, Австралії та інших.

На моє глибоке переконання, запровадження в Україні прецедентної судової правотворчості це питання часу.

Одними з вагомих чинників, для запровадження прецеденту в Україні є зокрема:

1) Недосконалість законодавства, а саме колізії права, прогалини в законодавстві;

2) Наділення судів правом визнавати недійсними норми органів влади й управління та скасовувати їх, а відтак, суд перестав бути лише органом вирішення індивідуальних спорів, і його компетенція поширилася на нормотворення;

3) Епізодичні виникнення судових правотлумачних прецедентів, які закріплюють інтерпретаційно-правові (а не нормативно-правові) приписи;

4) Офіційне визнання прецедентів Європейського Суду з прав людини. Ухвалення Закону «Про ратифікацію Конвенції про захист прав і основоположних свобод людини 1950 р., Першого протоколу і протоколів № 2, 4, 7 і 11 до Конвенції» (17.08.1997) означає, що Україна визнала юрисдикцію Європейського Суду з прав людини з питань тлумачення і застосування цієї Конвенції.

Так, стаття 17 Закону України від 23.02.2006 «Про виконання рішень і застосування практики Європейського Суду з прав людини», суди застосовують при розгляді справ Конвенцію і практику Європейського Суду з прав людини як джерело права.

Крім того, стаття 8 Кодексу адміністративного судочинства України зобов'язує суд при вирішенні справ керуватися принципом верховенства права, зокрема з необхідністю враховувати судову практику Європейського Суду з прав людини. Варто пам'ятати, що

прецедентне право Європейського Суду з прав людини обмежене рамками Конвенції про захист прав і основних свобод людини, засноване на інтерпретації її норм і використовується лише у зв'язку з їх реалізацією.

Отже, у країнах, де правовий прецедент визнаний джерелом (формою) права, він діє не лише за відсутності закону (для заповнення прогалин), а й паралельно з ним. Це означає, що конкретний суд і адміністративний орган виконують нормотворчі функції навіть за наявності відповідного закону.

Список використаних джерел:

1. Про виконання рішень та застосування практики Європейського суду з прав людини: закон України від 23.02. 2006 року № 3477-VI // Урядовий кур'єр. – 2006. – № 60. – С. 24.
2. Про ратифікацію Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод 1950 року, Першого протоколу та протоколів № 2, 4, 7 та 11 до Конвенції: закон України від 17 липня 1997 року // Офіційний вісник України. – 1997. – № 29. – С. 11.
3. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод: Конвенція від 04 листопада 1950 року // Офіційний вісник України. – 1998. – № 32. – С. 270.

**Ковальчук О. О., група ПР-161
Коледж економіки і права
Вінницького кооперативного інституту
Науковий керівник: Горєлова Н. М., викладач**

РОЗВИТОК І СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЕНСІОНЕРІВ У КРАЇНАХ ЄСТА УКРАЇНИ

Пенсійна система виникла понад століття тому, а до цього періоду всі матеріальні витрати припадали на сім'ю. Тим, хто не мав заощаджень залишалося надіятися лише на допомогу церкви або інші опікунські заклади. У кінці 18 – на початку 19 століття відбувся промисловий переворот, який сприяв зміні економічної функції сім'ї. Родини, які складались із трьох поколінь почали ділитись на окремі сім'ї, тому виникла потреба забезпечувати людей, які не могли заробляти самотійно.

Уперше систему пенсійного страхування почала використовувати Німеччина і то, спочатку тільки для робітників. В Австрії воно діє від 1906 року, в Англії – від 1908, у Швеції та Нідерландах – від 1913, у Франції – від 1930 р. Швейцарія долучилась лише у 1946 р., після закінчення II Світової війни.

У сучасному світі забезпечення пенсій регламентується багатьма законами, які зазначені в Конституціях усіх країн Європейського Союзу. У Європі діють відразу три рівні пенсійного забезпечення: солідарний, накопичувальний і приватний. В результаті європейець отримує відразу три пенсійні виплати.

Державна пенсія тісно взаємодіє із заробітною платою, їх відношення можна побачити за такою статистикою, наведеною у таблиці 1.

Таблиця 1

Відношення державної пенсії в деяких країнах ЄС до заробітної плати

Країна	Державна пенсія як пропорція від середньої заробітної плати
Греція	95,7
Люксембург	88,3
Нідерланди	81,9
Данія	79,8
Італія	67,9
Швеція	62,1
Євросоюз у середньому	60
Франція	51,2
Німеччина	39,9

У кожній країні ЄС діють свої правила виходу на пенсію. Всі вони різняться між собою пенсійним віком та самою ж пенсією, наведені у таблиці 2.

Таблиця 2

П'ятірка країн ЄС, які організували найкращу пенсійну систему

Місце	Країна	Пенсійний вік, роки	Середня пенсія, \$
1	Данія	65	2400
2	Нідерланди	66 – 67	2100
3	Норвегія	62 – 75	1600
4	Фінляндія	63 – 68	1500
5	Німеччина	65 – 67	1400

По оцінці експертів можна сказати, що країни ЄС повністю забезпечують якісне життя пенсіонерів.

Середня пенсія в Україні – менше двох тисяч гривень. На цю суму далеко не розбіжишся. Пенсіонери можуть дозволити собі раз на день купувати хліб, і кілька разів на тиждень недорогі крупи і

макарони. Проте, ні про які ліки, засоби особистої гігієни, предмети побуту мови йти не може, адже залишок пенсії є нікчемним. Головна проблема українського пенсійного страхування – низькі зарплати. Розмір соціального внеску – 22 % від зарплати, і чим нижче зарплати українців, тим менше грошей на пенсії. Багато українців офіційно заробляє мінімальну зарплату – таких близько 40 %. Друга частина зарплати виплачується "в конверті" і податки з неї не відраховуються.

Із середини 19 століття у всьому світі було зроблено багато реформ, а також створення різноманітних компаній, які допомагали захищати людське життя. Однією із таких компаній є «MetLife», яка була заснована у 1868 році і є чиною в наш час. Вона співпрацює із 50 країнами світу і нараховує більше 100 млн клієнтів. Сьогодні ця компанія успішно працює з програмами накопичувального страхування життя, пенсійними вкладками, управляє активами клієнтів і пропонує багато ефективних рішень для збільшення капіталу. На даний момент в Україні також відбувається запровадження накопичувальної системи, тобто, людина, відкладаючи певний відсоток зарплати, сама зможе забезпечити своє майбутнє. Проте, здійснення такої реформи буде тривалим, адже протягом всього існування українських земель людей часто обманювали, що сказалося на їхній довірі.

Аналізуючи життя пенсіонерів багатьох країн ЄС, можна сказати, що вони мають достойні умови для проживання у пенсійному віці. Показник відношення державної пенсії до середньої заробітної плати в Україні приблизно такий, як і у Франції. Але це не означає, що в Україні такі ж пенсії як і у даній державі. З використанням усіх статистик дійсно пенсії в Україні не вистачає навіть на придбання товарів та послуг першої необхідності.

Тому, не дивлячись на неповторну землю України, на її родючість та природу, ми все одно знаходимося на маленькому стільчику, порівняно із п'ядесталом Європи. І до сьогоднішнього дня стояло, стоїть, і можливо, буде стояти питання: «Чому?»...

Список використаних джерел:

1. Синєокий П. Європейські пенсії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zik.ua/news/2017/11/03/evropeyski_pensii_shcho_otrymuyut_li_tni_lyudy_na_zahodi_1198901.

2. Нікіфорова Д. Старість на радість. Як живеться пенсіонерам в ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.finance.ua/ua/news/-/418180/starist-na-radist-yak-zhyvetsya-pensioneram-v-yes>

Мількевич А. В., група ПРВ-171
Вінницький кооперативний інститут
Науковий керівник: Арапов С. М., к.т.н, доцент

ВПЛИВ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ДЕРЖАВНОЇ ФІСКАЛЬНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ

Міжнародна практика показує, що високі результати у процесі реформування державного управління можна здобути лише за умови інноваційної діяльності – удосконалення правового забезпечення використання інформаційних технологій.

Враховуючи, що ДФС країни повинна реагувати на зміни зовнішнього середовища, та беручи до уваги технологічне відставання національної сфери оподаткування, необхідне системне упровадження нововведень у діяльність зазначеного відомства

Проблематиці інформаційних систем економічного характеру присвячено праці багатьох науковців, зокрема: С. Голова, С. Івахненкова, А. Кузьмінського, П. Куцика, В. Ларікова, Є. Мниха, Б. Одінцева, В. Палія, В. Плескача С. Рамазанова, А. Романова, Я. Соколова, С. Шкарлета та ін. Не зважаючи на низку нормативних та адміністративних заходів, здійснених Кабінетом Міністрів України та профільними відомствами задля розв'язання проблеми суттєвого прогресу на даний момент не досягнуто [3].

У статті проаналізовані наявні технічні та правові проблеми використання інформаційних технологій.

Інформаційні технології, ІТ – сукупність методів, програмно-технічних засобів, що забезпечують та підтримують інформаційні процеси у сфері бізнесу. Особливо значення набуває використання хмарних технологій. Переваги їх використання очевидні: економічність, швидкість, еластичність, універсальність доступу. Що ж до недоліків, то на практиці виникає три головні проблеми:

1) Постачальник ІТ послуг об'єднує ресурси (системи, яких може бути безліч) для обслуговування великої кількості споживачів в єдиний пул для динамічного перерозподілу потужностей. Кожен сервер, який є складовою системи, повинен бути сертифікований у відповідності з законодавством.

2) Фактична незахищеність даних, які обробляються у системі хмарних обчислень.

3) Складний характер відносин між користувачем, надавачем та власником систем хмарних послуг.

Державна фіскальна служба України (ДФС) є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України та реалізує державну податкову політику, державну політику у сфері державної митної справи, державну політику з адміністрування єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування та ін.

Для оперативного відслідковування податкових ризиків і ухвалення управлінських рішень з їх оптимізації, необхідно проводити аналіз і враховувати суттєвість кожного податкового ризику, виходячи при цьому з якісних і кількісних оцінювань наслідків його можливого виникнення. Аналіз структури підрозділів ДФС України надав можливість стверджувати, що на сьогодні не має відповідних підрозділів, які здійснюють аналіз і контроль за накопиченням, зберіганням та використанням фінансово – економічної інформації. Відсутня необхідна правова підготовка і ІТ фахівців[1-2].

Така ситуація породжує правовий дисонанс у визначенні повноважень, розподілу обов'язків працівників ДФС з урахуванням ефективної реалізації покладених на них завдань. Це не сприяє ефективній реалізації та здійсненню контрольної-перевірочної та претензійно-позовної роботи.

Практичне значення результатів інформаційної роботи в ДФС вказує на необхідність здійснювати її відповідно до сучасних податкових та митних відносин, ринкових економічних умов, міжнародного стану фінансових показників, відповідати викликам сучасності та тенденціям у майбутньому. Запропоновано виділити два види методів діяльності таких підрозділів: організаційно-технічні; спеціальні [5].

Організаційно-технічні методи та засоби правової діяльності поділяються на активні: планування, оцінювання та аналіз

діяльності, моніторинг, організація виконання рішень, вироблення рішень, контролю, робота з кадрами, координація діяльності працівників підрозділів інформаційної роботи; та пасивні: ведення статистичного обліку, обліку кількості судових справ за участю ДФС України, облік актуальних судових справ, виданих довіреностей, ведення обліку документів.

До спеціальних методів діяльності підрозділів інформаційної роботи необхідно віднести методику застосування судових доктрин, збирання доказів.

Глобальна розповсюдженість розподіленого обчислювального середовища робить підприємства та організації вразливими. Інформаційні технології є одним із найбільших ризиків підприємства. Ці ризики пов'язані з можливістю відключення електричних, телефонних систем, вірусами, хакерськими атаками, недоліками операційних систем та програмного забезпечення, питаннями безпеки інтернет-ресурсів, ризиками електронної пошти та веб-серверів. Ще однією з найбільших проблем сучасного суспільства є інформаційне переповнення, яке, значною мірою, визначається мережею Інтернет як світовим сховищем знань, що відкриває доступ до мільйонів і мільярдів різних інформаційних ресурсів, незалежно від їх географічної та національної локалізації. Пошук і використання потрібної інформації стають усе більше складними, трудомісткими й неефективними. Інформаційні технології є одним із найбільших ризиків підприємства. Ці ризики пов'язані з можливістю відключення електричних, телефонних систем, вірусами, хакерськими атаками, недоліками операційних систем та програмного забезпечення, питаннями безпеки інтернет-ресурсів, ризиками електронної пошти та веб-серверів.

Зазначені ризики обов'язково треба враховувати під час планування і проектування інформаційних систем і технологій на підприємствах. Глобальна розповсюдженість розподіленого обчислювального середовища робить підприємства та організації вразливими. Фіскальні органи повинні уміти аналізувати ризики та можливі зловживання у цьому напрямку. Тобто необхідно передбачити відповідне удосконалення законодавства та необхідну правову підготовку ІТ фахівців для ДФС.

Важливо продовження удосконалення Автоматизованої системи управління ризиками та запровадження новітніх стандартів внутрішнього аудиту в органах ДФС України.

Список використаних джерел:

1. Бендас М. Ю. Проблеми підготовки ІТ-спеціалістів у Європі / М. Ю. Бендас, О. В. Бондаренко // Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід: Тези доповідей VIII Міжнародної науково-методичної конференції Форуму молодих економістів-кібернетиків, 28-29 вересня 2017 року, м. Львів / – Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2017. – С. 129-130.
2. Вінник М. О. Розроблення моделі системи формування науково-дослідницької компетентності майбутніх інженерів-програмістів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://journals.uran.ua/sr_edu/article/download/76650/72297.
3. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України [Електронний ресурс]- Режим доступу: <http://sfs.gov.ua>.
4. Стратегічний план розвитку Міністерства доходів і зборів на 2013–2018 рр. / Державна фіскальна служба України. – Режим доступу : <http://minrd.gov.ua/diyalnist-/plani-ta-zviti-roboti-102795.html>.

Яремко М. О., група ПР - 161

Науковий керівник: Горєлова Н. М., викладач

ПРАВОВИЙ АНАЛІЗ РЕГУЛЮВАННЯ РЕКЛАМИ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ

Реклама – певна інформація про особу чи товар, яка розповсюджена в будь-якій формі та призначена сформувавши або підтримати обізнаність споживачів реклами та їхнього інтересу щодо осіб чи товару.

З точки зору ЄС (*Європейський Союз*), термін «реклама» – означає здійснення заявив будь-якій формі, яка пов'язана з торгівлею, підприємницькою діяльністю, ремеслом чи професійною діяльністю, з метою збільшення постачання товарів або послуг, включаючи нерухоме майно і рухоме, а також, їхні права та зобов'язання.

Для того, щоб створити певну рекламу в ЄС, потрібно дотримуватись деяких вимог. По-перше, заяви повинні бути пов'язані саме з торгівлею або підприємницькою діяльністю, або іншим ремеслом чи професійною діяльністю, проте вони не мають права бути пов'язані з іншими цивільними правами, а також не

можуть бути пов'язаними з політичними та благодійними цілями. По-друге заяви подаються за для отримання мети збільшення обсягу продажу товарів або послуг, що рекламуються, тобто реклами, це отримання матеріального прибутку рекламодавцем.

В європейських країнах, законодавство встановлює певні обмеження на рекламу, в радіо та телепрограмах. Загалом, такі обмеження пов'язані із тривалістю та частотою рекламних блоків. Окрім цього, також встановлюються обмеження на рекламу певних груп товарів: тютюнових виробів, алкоголю, медичних препаратів та зброї.

Таким чином, у Франції заборонена реклама алкогольних напоїв на телебаченні. Причиною такої заборони стала не турбота про здоров'я нації, а захист молоді від впливу самої реклами. Зате така реклама не забороняється в Інтернеті, окрім молодіжних та спортивних сайтів. Саме такі обмеження на рекламу алкоголю діють практично в усіх країнах Європи.

У Фінляндії вперше в Європі заборонили рекламу сигарет. Це сталося ще в 1976 році. На сьогоднішній день рекламувати тютюнові вироби по радіо і телебаченню не можна в більшості країн Європи.

У Франції, а також у Швеції, Великобританії та Німеччині не допускається порівняльна реклама.

Окреме місце в правовому регулюванні реклами відводиться захисту дитячої аудиторії. Конвенція ООН про права дитини 1989р. (ратифікована Постановою Верховної Ради України № 789XII (78912) від 27 лютого 1991 р.) встановлює, що дитина внаслідок її розумової і фізичної незрілості потребує спеціальної охорони і піклування, включаючи належний правовий захист. З цією метою в законодавствах європейських країн міститься відповідний ряд норм, які захищають інтереси неповнолітніх при виробництві та розповсюдженні тієї чи іншої реклами.

Так, у Бельгії, реклами для дітей – заборонені взагалі. Подібні заборони діють і в інших країнах. Наприклад, в Австрії можна безпосередньо звертатися до дітей в рекламних текстах, в Італії в рекламних роликах не можна показувати дітей за їжею, а в Швеції – дітей, які опинилися в небезпечних ситуаціях.

У Південній Кореї на телеканалах з 17:00 до 19:00 і під час показу дитячих програм не можна рекламувати їжу з високим вмістом солі, цукру, кофеїну і жиру. «Під роздачу» потрапили, в

тому числі, гамбургери, вермішель швидкого приготування, цукерки та енергетичні напої.

Держави – члени ЄС і Європейська Комісія заохочують постачальників медіа-послуг до розробки кодексів поведінки відносно комерційних повідомлень, що супроводжують або включаються в програми для дітей, продукти харчування і напої, які містять поживні речовини і речовини з поживною або фізіологічною дією, зокрема, таких, як кислоти, цукор, жири, натрій і сіль, надмірне вживання яких за загальним правилом не рекомендується.

В країнах Європи заборонено використання зображення особи або її імені без її згоди, а також наводити твердження, дискримінації щодо осіб, які не користуються рекламованим товаром. Не можна використовувати державну символіку. За законом забороняється рекламувати товари, які підлягають обов'язковій сертифікації (дозволу, ліцензії) у разі відсутності відповідних сертифікатів. Не можна копіювати текст, зображення, музичні та звукові ефекти, які є в рекламі іншого товару.

Узагальнюючи вище сказані дані, можемо сміливо сказати, що маркетинги України та Європейських держав різняться між собою. Україна не намагається врегулювати всі аспекти рекламної діяльності, залишаючи більшість з них на розсуд учасників рекламного ринку. Для цього Україні слід взяти за еталон діяльність рекламної системи Європейських країн та подбати про рекламу в країні в цілому, аби мати свій рекламний продукт, який можна представити на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Головкина Н.В. Реклама: світова практика контролю // Маркетинг в Україні. – № 1 (17). – 2003.
2. Маєвський О. Д. Проблеми правового регулювання реклами, мас-медії в Україні та закордоном // Вісник Львівського університету. – 2006. – Випуск 26.
3. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://uk.etcetera.media/reklama-poza-zakonom-shho-zaboroneno-reklamuvati-v-riznih-krayinah-svitu.html>

Наукове видання

«Молодь і сучасність: економічні, інформаційні, правові та
культурні аспекти»
Частина I

Тези учасників V Міжнародної науково-практичної
конференції студентів та молодих вчених

«ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ: ГУМАНІТАРНО-
ПРАВОВІ ТА ІНСТИТУЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ»

06 листопада 2018 р.

Відповідальний за випуск: Прищук Л. А., к.е.н., проректор з
науково-методичної роботи Вінницького кооперативного інституту.