

СЕКЦІЯ 1

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ

ІННОВАЦІЙНА ТРАНСФОРМАЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

В.М. Головатюк, д.е.н., с.н.с.

*ДУ «Інститут досліджень науково-технічного потенціалу
та історії науки ім. Г.М. Доброва НАН України»*

За сучасних викликів актуальність проблеми інноваційного конкурентоспроможного розвитку української економіки суттєво посилюється. З одного боку, ВВП національного господарства у 2013 р. (останній передвоєнний рік) все ще складав 69,5% рівня 1990 р., з другого, – Україна має достатній науковий потенціал, хоча він й зменшився за роки незалежності майже в 3 рази.

Поява в 1991 р. України як незалежної держави на політичній карті світу (Акт проголошення незалежності України 24 серпня 1991 р.), з огляду [1] на її географічне розташування, природний та науковий потенціали, створювала для країни історичний шанс увійти не тільки до переліку найбільш розвинених держав Європи та світу, але й стати впливовим гравцем на глобальній арені науково-інноваційного розвитку. Цьому сприяли на той час, зовнішньополітичні, внутрішньополітичні та суспільно-економічні чинники.

Зовнішньополітичний фактор формування науково-інноваційного середовища в Україні пов'язаний з позитивним сприйняттям міжнародною спільнотою проголошення її незалежності, що забезпечувало сприятливу зовнішньополітичну ситуацію для успішного світового визнання. Вже 2 грудня 1991 р. мали місце перші акти офіційного визнання України міжнародною спільнотою як самостійної незалежної держави – Польщею та Канадою. У цей же день у Брюсселі [2] міністрами закордонних справ держав-членів ЄС була ухвалена «Заява про Україну», як окремої держави, а 16 грудня 1991 р. Європейська Рада ЄС визнала незалежність України. З 2 по 31 грудня 1991 р. Україну офіційно визнала 51 держава світу. На кінець 1992 р. таке число країн зросло до 132 держав.

Внутрішньополітичний фактор формування науково-інноваційного середовища в Україні пов'язаний з тим, що результати голосування на Всеукраїнському референдумі 1 грудня 1991 р. про підтвердження Акту проголошення незалежності України були достатньо переконливими й не викликали сумнівів ні у міжнародного співтовариства, ні серед політичних партій та рухів, ні серед різних верств населення країни: 84,18% населення країни взяло участь у голосуванні від загального числа виборців, підтримали Акт проголошення незалежності України 90,32% із тих, хто взяв участь у голосуванні.

Суспільно-економічний фактор успішного формування науково-інноваційного середовища в Україні пов'язаний з тим, що, як засвідчують авторські дослідження, у 1990 р. соціально-економічне середовище в країні було сприятливим для створення ефективних механізмів кластерної структурно-інноваційної моделі продуктивного розвитку вітчизняного господарства. У цей період науково-інноваційний потенціал країни був максимально інтегрований в кластери регіональних економік, а тому на початку своєї незалежності в Україні був реальним історичний шанс для реалізації продуктивної кластерної науково-інноваційної політики своїх геостратегічних намірів й швидко та продуктивно інтегруватися в європейський та світовий науково-інноваційний простір.

Звісно, реалізація означеного шансу обумовлювала необхідність в якісно новій державній інноваційній політиці, яка б більшою мірою сприяла зростанню високотехнологічного потенціалу країни. І, якщо світова економіка впродовж 2000-2015 рр. (2000 р. – початок зростання ВВП в Україні) майже в 2 рази збільшила високотехнологічний експорт (ВТЕ), то позиції України в цій сфері досить скромні. Так, питома вага її ВТЕ в світовому показникові складала всього 0,07% у 2015 р., 0,11% у 2013 р., та 0,05% у 2000 р. У порівнянні з Німеччиною (країною-лідером Європейського Союзу за ВТЕ) це менше у 131,7 рази за даними 2015 р., 87,5 рази менше за даними 2013 р., та 155,6 рази менше за даними 2000 р. Водночас, дослідницький потенціал України, хоча і менший відповідного потенціалу Німеччини, але має значно кращі пропорції ніж ВТЕ, що свідчить про слабкий вплив сучасного вітчизняного потенціалу науки на інноваційний розвиток країни. За даними 2014 р. він менший відповідного потенціалу Німеччини лише у 4,3 рази, за даними 2013 р. – у 3,8 рази та у 1,7 рази за даними 2000 р.

Наведене засвідчує невпинне поглиблення технологічного розриву між Україною та економічно розвиненими країнами Європи й світу. Ще більшому поглибленню технологічного розриву між Україною та розвиненими економіками сприяють і нові закономірності, що склалися останніми роками в світових потоках

прямих іноземних інвестицій (ПІІ). У 2015 р. потоки світових ПІІ відновили свою загальноцивілізаційну тенденцію – надходження світових ПІІ до розвинених економік домінують (у 2015 р. ПІІ у ці країни зросли у порівнянні з 2014 р. на 84% і склали 54,6% загальносвітового обсягу).

Отже, українське соціально-економічне середовище продовжує залишатись інноваційно-периферійним, а розрив між національним науково-технологічним та інноваційним потенціалом і відповідним потенціалом економічно-розвинених країн продовжує поглиблюватись. З огляду на це, євроінтеграційна політика України має ґрунтуватися на ретельнішому врахуванні відмінностей між факторами, що обумовлюють привабливість соціально-економічного середовища нашої країни і країн-членів ЄС, для виявлення на цій основі можливих невизначеностей та загроз на шляху інноваційного євроінтеграційного поступу України й втілення національних політико-економічних інтересів у геостратегічному вимірі.

Слід також визнати, що державна влада України за роки незалежності так і не спромоглася швидко та ефективно реалізувати історичний шанс для країни продуктивно інтегруватися в світову структурно-інноваційну модель економічного розвитку. У контексті ж сучасних викликів світової економіки та інноваційної периферійності вітчизняної економіки беззаперечною для України є необхідність формування нової парадигми науково-технологічної та інноваційної політики на засадах державних закупівель інновацій (пришвидшивши адаптацію українського законодавства з цього питання до відповідних вимог ЄС), інноваційно-творчої діяльності усіх верств населення та нарощування її соціальної маси.

Список використаних джерел

1. Сенюк Ю. Українознавство / Ю.Сенюк. – 2013. – № 1.
2. Василенко В. Дзеркало тижня / В.Василенко. – 2010. – № 46.

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ СПОЖИВАННЯ В КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

*С.М. Ілляшенко, д.е.н., професор
Ю.С. Шипуліна, к.е.н., доцент
Н.С. Ілляшенко, к.е.н., доцент
Сумський державний університет*

В наш час поширена ідея, що розв'язати протиріччя між економічним зростанням і забезпеченням екологічної безпеки, створити передумови стійкого інноваційного розвитку вітчизняної економіки у руслі концепції інноваційного випередження можливо шляхом екологізації споживання. Це дозволить сформуванню екологічно-орієнтований попит який буде мотивувати і стимулювати екологізацію виробництва, а відповідно формування і посилення конкурентних переваг українських підприємств та установ.

Для формування механізму екологізації споживання авторами пропонується застосувати поєднання методології, методів і інструментів маркетингу інновацій і екологічного маркетингу у їх логічному взаємозв'язку [1]. Це дозволить забезпечити належну мотивацію ринково-орієнтованої інноваційної діяльності (а екологічна продукція як вироби, так і послуги у своїй більшості є інноваційною), задіяти дієві та перевірені багаторічною зарубіжною і вітчизняною практикою інструменти і методи визначення перспективних напрямків екологічно-орієнтованого інноваційного розвитку, зорієнтувати виробництво на задоволення екологічних потреб споживачів, провести маркетингове тестування екоінновацій, що різко збільшить їх шанси на ринковий успіх, сформуванню і стимулюванню попиту на екологічну продукцію, ефективно просувати екологічні інновації на національні і міжнародні ринки.

В контексті задекларованих європейських перспектив України доцільним є вивчення досвіду країн ЄС у галузі екологізації споживання з метою впровадження перевірених методів і інструментів у вітчизняну практику, звичайно, з урахуванням української специфіки. Врахування цього досвіду дозволить уникнути помилок, скоротити терміни і підвищити ефективність робіт з розроблення методологічних та теоретико-методичних засад організаційно-економічного механізму екологізації споживання в Україні.

З цих позицій авторами сформовано комплекс науково-дослідних задач, вирішення яких дозволить розробити засади організаційно-економічного

механізму екологізації споживання в контексті концепції сталого інноваційного розвитку:

- проаналізувати аналіз основних еколого-економічних проблем України, наявні підходи до їх розв'язання, розкрити їх сильні і слабкі сторони тощо;

- виконати аналіз частки екологічної продукції у загальному обсязі споживання в Україні, визначити структуру споживання за категоріями продукції (окремо продуктів широкого вжитку і промислового використання), а також за країнами її походження;

- виконати аналіз споживчої готовності за категоріями екологічної продукції і її споживачів, готовності різних категорій споживачів сплачувати підвищену ціну за екологічність продукції;

- провести порівняльний аналіз стану і перспектив екологічного споживання на ринку України та країн ЄС;

- дослідити і систематизувати методи та інструменти екологізації споживання, що діють в Україні, оцінити їх ефективність;

- виконати порівняльний аналіз методів і інструментів екологізації споживання в Україні і країнах ЄС;

- дослідити вплив мотивації і стимулювання екологізації споживання на попит на екологічну продукцію;

- дослідити взаємозв'язок між темпами зростання попиту і темпами зростання виробництва екологічної продукції, виконати якісний і кількісний аналіз взаємозв'язку;

- провести прогностичні дослідження наявних і перспективних напрямів формування конкурентних переваг товаровиробниками України на основі параметрів екологічності виробництва та споживання їх продукції, порівняти з польським досвідом;

- розробити методологію та теоретико-методичні засади формування організаційно-економічного механізму екологізації споживання в Україні, включаючи принципи формування, функції, структура та склад елементів, суб'єкт та об'єкт управління, методи та інструменти управління тощо;

- розробити комплекс рекомендацій щодо впровадження організаційно-економічного механізму екологізації споживання в Україні.

Вирішення зазначених задач дозволить розв'язати проблему вибору адекватних заходів стимулювання і мотивування екологізації споживання, які б враховували специфічні особливості окремих груп споживачів, їх споживчі пріоритети тощо. Розв'язання цієї проблеми є вкрай необхідним, оскільки

екологізація споживання буде стимулювати виробництво екологічної продукції, що у сукупності дозволить знизити екодеструктивний вплив на довкілля, сприятиме зростанню якості життя населення, формуватиме передумови сталого розвитку. Дослідження ланцюжка: екологічність споживання (екологічні потреби) → екологічні запити (потреби, підкріплені купівельною спроможністю) → екологічність виробництва (екологічність пропозиції) тощо у підсумку, крім перерахованого вище, дозволяє сформулювати і науково обґрунтувати підходи до виділення і посилення конкурентних переваг вітчизняних товаровиробників на національному і міжнародних ринках. А це створює умови сталого інноваційного розвитку вітчизняної економіки в руслі концепції інноваційного прориву.

Список використаних джерел

1. Ілляшенко С.М. Маркетингові засади впровадження екологічних інновацій: монографія / С.М. Ілляшенко // Сумський державний університет. – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2013. – 184 с.

ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІЙ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ

*І. М. Мушеник, к.е.н., доцент
Подільський державний аграрно-технічний університет*

Інноваційна система – це така система, що спрямована на стимулювання інновацій через використання технологій, технологічне оновлення підприємств та інфраструктури, створює та сприяє поширенню в економіці інноваційних технологій. На законодавчому рівні в Україні затверджено Концепцію розвитку національної інноваційної системи, метою якої є визначення основних засад формування та реалізації збалансованої державної політики з питань забезпечення розвитку національної інноваційної системи, спрямованої на підвищення конкурентоспроможності національної економіки [4].

Інноваційні системи поступово стають актуальним предметом дослідження. Інноваційні системи загалом досліджує Н.М. Буняк [1], К.Л. Нетудихата [2, с. 22-27], О.М. Носик [3, с. 103-113], І.П. Степанчук [5, с. 26-30] та інші.

Для повного аналізу інноваційної системи необхідно розглянути дії, які в них відбуваються. Функція цих заходів полягає в підтримці основної мети

інноваційної системи (виробництва, поширення і використання інновацій), і тому ці заходи у літературі називаються функціями інноваційної системи. На відміну від структурного аналізу, в якому основна увага зосереджена на статичних компонентах (суб'єктах, інституціях, мережах співпраці, інфраструктурі), функціональний аналіз сконцентрований на тому, що відбувається в даний момент в інноваційній системі. Ефективність системи залежить від рівня реалізації функції, що насамперед визначається структурою системи. Можна виокремити шість основних функцій інноваційної системи.

Функція 1. Підприємницька діяльність. Підприємці розглядаються як елементарні суб'єкти, відповідальні за ефективне функціонування інноваційної системи. Завдяки своїй можливості використання потенціалу нових джерел знань, нові ринки і мережі кооперацій є чинником «творчого руйнування». Підприємницькі експерименти на основі нових можливостей є особливо важливими для інноваційного процесу, який утворюється в умовах невизначеності. Нові можливості для підприємців у перспективі інноваційної системи можуть бути поділені на: 1) технологічні, 2) ті, що впливають з ринку, і 3) інституційні.

Функція 2. Розвиток і поширення знань. Процеси, відповідальні за формування інновацій, обумовлені акумулюванням і розвитком знань. Беручи до уваги організаційний та інституційний аспекти інноваційної системи, можна виділити чотири середовища, відповідальні за генерування знань: 1) найбільш важливі університети та інституції вищої освіти, 2) центри дослідження і розвитку, які фінансуються держустановами, 3) приватні центри дослідження і розвитку, а також 4) центри дослідження і розвитку, що функціонують в мережах виробничої кооперації.

Функція 3. Вплив на напрямок проведення діяльності у сфері дослідження і розвитку. Різноманітність технологічних можливостей, яка з'являється у результаті розвитку і розповсюдження знань (функція 2), змушує здійснювати вибір, у зв'язку з обмеженими ресурсами наявних у розпорядженні суб'єктів інноваційної системи. Ця функція відноситься до діяльності, яка може позитивно впливати на чітке представлення потреб серед споживачів технологій.

Функція 4. Створення ринку для нових технологій. Державне втручання в ринок з боку попиту може виникати з двох причин: 1) ринок товарів і послуг, для яких виникла потреба, не існує чи недостатньо розвинений, або ж 2) користувачі не надають достатньої зворотної інформації про нові потреби, що підвищує невизначеність, яка обмежує інноваційну діяльність підприємців.

Функція 5. Активізація ресурсів. Фінансові ресурси, людський капітал і оточення, яке підтримує процеси інновації, становлять чинну основу діяльності яка відбувається в системі. Розподіл людського капіталу є необхідною умовою, з точки зору функції розвитку знань.

Функція 6. Узаконення. Узаконення, що розглядається в категоріях системи інновації, стосується соціального сприйняття та офіційного визнання з боку відповідних установ. Нові технології разом з їхніми творцями або послідовниками, повинні отримати схвалення суб'єктів інноваційного процесу, що дозволяє:

- 1) активізацію ресурсів, необхідних для реалізації новаторських рішень;
- 2) створення попиту;
- 3) отримання політичної підтримки. Узаконення формується свідомою суспільно-політичною діяльністю різноманітних організацій та інституцій.

Список використаних джерел

1. Буняк Н.М. Сутність національної інноваційної системи / Н.М. Буняк // Ефективна економіка. – 2011. – № 7. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=633>
2. Нетудихата К.Л. Національні інноваційні системи: інституційний аспект / К.Л. Нетудихата // Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія». Серія: Економіка. – 2015. – Т. 265, Вип. 253. – С. 22-27.
3. Носик О.М. Відкриті інноваційні системи: головні характеристики і напрями інтернаціоналізації / О.М. Носик // Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Менеджмент інновацій. – 2016. – Т. 24, – Вип. 6. – С. 103-113.
4. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку національної інноваційної системи» від 17 червня 2009 р. № 680-р [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/680-2009-%D1%80>
5. Степанчук І.П. Інноваційні системи: регіональний аспект / І.П. Степанчук // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Міжнародні відносини. – 2011. – № 21. – С. 26-30.

РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙ В СФЕРІ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

*С.І. Рассадникова, к.е.н., с.н.с., доцент
Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень
НАН України*

Рекреаційно-туристична діяльність успішно розвивається стрімкими темпами у всьому світі та займає лідируючі позиції у світової економіки як високорентабельна сфера сприяюча економічному інноваційному розвитку. Представляючи 10% світового ВВП, 7% світової торгівлі і 1 з 11 робочих місць, туризм на сьогодні зростає швидше, ніж світова торгівля та є важливим соціально-економічним сектором [1]. В той же час лідируючі позиції рекреаційно-туристична діяльність в країні може здобути на основі раціонального використання природних рекреаційно-туристичних ресурсів, екосистемних послуг рекреаційного призначення, досягнення сталого і збалансованого рекреаційно-туристичного природокористування.

Рекреація та туризм залежать від стану довкілля та спіраються на наявність якісного природно-ресурсного потенціалу, що обмежують або забезпечують конкурентні переваги на основі атрактивності природних умов та надання для використання особливих природних ресурси, еконосистемних послуг для функціонування рекреаційно-туристичних комплексів.

Рекреаційно-туристичне природокористування є цілісною системою відносин людина (суспільство) – довкілля (природа), які складаються на певному етапі суспільного розвитку в процесі вивчення, освоєння, використання, перетворення, охорони та відтворення природно-ресурсного потенціалу території (акваторії) задля задоволення індивідуальних та суспільних рекреаційних потреб [2, 3].

Зростання населення в туристських регіонах, будівництво нових туристичних потужностей потребує залучення якомога більшої кількості природних ресурсів, що, своєю чергою, збільшує навантаження на навколишнє середовище.

Із зростанням впливу всіх цих факторів запобігти забруднень довкілля та привести цінні природні території до належного стану можна лише шляхом залучення інвестицій. На основі наукового узагальнення існуючої ситуації щодо

регулювання інвестицій для збереження природних рекреаційно-туристичні ресурсів, можливо зробити висновки про значні потреби у вкладенні інвестицій у використання, охорону, відтворення природних рекреаційно-туристичних ресурсів. А саме інвестиції у водні, земельні, біорізноманіття, ресурси флори і фауни, ліси, природно-заповідний фонд, пляжі, берегоукреплюючі, протипаводкові, протизсувні споруди, забезпечення ресурсно-екологічної безпеки.

Проте за даними державної статистики, в Україні інвестиції спрямовувалися на охорону і раціональне використання водних ресурсів, атмосферного повітря і проблем змін клімату, водночас, з освоєними обсягами інвестицій на охорону і раціональне використання ресурсів рослинного і тваринного світу становили незначну величину усіх капітальних інвестицій у розвиток економіки, що не відповідає сучасним вимогам формування сталого рекреаційно-туристичного природокористування та рекреаційно-туристичний сектору.

Державне регулювання інвестицій в рекреаційно-туристичному природокористуванні – це система заходів задля здійснення підтримуючої, компенсаційної та регулюючої діяльності держави, спрямованої на формування сприятливого інвестиційного середовища, створення нормальних умов ефективного вкладення капіталу в охорону довкілля, збереження природних рекреаційно-туристичних ресурсів та вирішення складних соціально-економічних проблем розвитку сталого рекреаційно-туристичному природокористуванні.

Враховуючи сучасний стан рекреаційно-туристичного природокористування та туризму і рекреації в Україні, для вдосконалення діяльності необхідно вирішити досить складні проблеми.

Науково обґрунтований аналіз дозволяє віднести до проблем державного регулювання інвестицій в рекреаційно-туристичному природокористуванні наступні:

- необхідність створення кадастру природних рекреаційно-туристичних ресурсів та територій для визначення стратегічних напрямів та об'єктів інвестування;
- відсутність державної інвестиційної політики як самостійного напрямку та взаємоузгодженого і взаємопов'язаного з цілями та завданнями сталого розвитку та природокористування;
- несприятливий інвестиційний клімат;
- невизначеність методів та інструментів державного регулювання інвестицій в рекреаційно-туристичному природокористуванні та їх застосування з

урахування реально існуючих прав та форм власності на природні рекреаційно-туристичні ресурси та багато інших складних проблем потребують невідкладних рішень та трансформації.

Інвестиційне забезпечення рекреаційно-туристичне природокористування повинно базуватися на системі ефективного регулювання, підтримки та належний контроль з боку держави.

Список використаних джерел

1. The World Tourism Organization – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: (UNWTO) <http://www2.unwto.org/en>
2. Любіцева О.О. Потенціал рекреаційний / Екологічна енциклопедія. – Т.3. – К., 2008. – С. 129-130.
3. Любіцева О.О., Кочеткова І.В. Культура народів Причорномор'я, 2009. – № 176. – С. 136-138.

РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ОСВІТНЬОМУ РИНКУ

М.С. Андрошук, економіст

О.В. Дейнега, к.е.н., доцент

Я.Б.Петрівський, д.т.н., професор

Рівненський державний гуманітарний університет

Інформаційна робота освітніх закладів є пріоритетним напрямком їх діяльності. Особливо ця вимога стосується вищої школи, оскільки саме там абітурієнт є повнолітнім і не прив'язаний до постійного місця проживання. Зважаючи на звуження цільового ринку таких освітніх організацій, яке спричинене несприятливим тенденціями вітчизняного демографічного середовища, бажаною стратегією їх розвитку може стати розширення географії абітурієнтів за рахунок залучення іноземного сегменту. Іноземних студентів в українській освіті приваблює відносно низька вартість навчання та проживання, фундаментальність окремих напрямків освіти та репутація провідних українських університетів, що зберігається протягом багатьох років [1].

В майбутньому потрібно інтенсифікувати інформаційну роботу за кордоном, щоб переконати потенційних студентів у якості та безпечності навчання в Україні. Для української вищої освіти розширення експорту освітніх послуг вигідне, по-перше, з економічної точки зору (підготовка фахівців для зарубіжних країн стає однією з найбільш вигідних статей доходу, особливо в умовах слабкого фінансування сфери освіти), а по-друге, з точки зору підвищення якості освіти (прагнення залучити іноземних студентів спонукає українські ВНЗ до формування системи підготовки фахівців з урахуванням вимог світового ринку праці до якості освіти та напрямів підготовки фахівців) [1].

Для взаємодії з ринком освітні організації класично використовують так званий комплекс маркетингових комунікацій (комунікаційний мікс), основними елементами якого є реклама, стимулювання збуту, персональний продаж, паблік рілейшнз, прямий маркетинг, а також ряд синтетичних засобів (виставки та ярмарки, спонсорство, брендинг, інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу) [2, с. 409].

Серед усіх вітчизняних освітніх закладів найбільшу увагу комплексу маркетингових комунікацій приділяють ВНЗ, котрі включають в нього переважно такі елементи: рекламу, ярмарково-виставкову діяльність, паблік рілейшнз, співпрацю з освітніми закладами нижчого рівня акредитації, просування в Інтернет-мережі (власний сайт, соціальні мережі тощо), неформальні джерела інформації (чутки, думки близьких тощо), міжнародну співпрацю, особисті продажі.

Важливо використовувати не одиничні комунікаційні заходи, а поєднувати їх у часі і просторі. Це дасть можливість отримати так званий ефект синергії, який виникає за рахунок об'єднання переваг, властивих кожному інструменту маркетингових комунікацій окремо. Якщо повідомлення паблік рілейшнз користуються більшою довірою з боку одержувачів маркетингової інформації, то реклама дозволяє проінформувати і навчити використовувати товар масову аудиторію, а стимулювання збуту підштовхнути її до певних дій. При спільному, комплексному використанні ці інструменти маркетингової комунікації здатні досягти всіх цих результатів відразу. Ефект синергії дозволяє нівелювати недоліки кожного інструменту маркетингових комунікацій. Реклама в поєднанні з паблік рілейшнз і іншими заходами маркетингових комунікацій буде більш адекватно сприйнята цільовою аудиторією, а високовартісні особисті продажі спрямовані тільки на ту аудиторію, яка дійсно зацікавлена в цих контактах.

Інтегровані комунікації дозволяють виробникам із більшою ефективністю розпорядитися коштами з бюджету маркетингових комунікацій, так як ефект синергії передбачає досягнення високих результатів на кожную гривню, витрачену на інвестиції в маркетингові комунікації, або економію витрат і зниження інвестицій при тих же результатах [3, с. 10].

Для просування своїх освітніх послуг основні ВНЗ Рівненщини використовують комплекс комунікативних інструментів, що включає рекламу, паблік релейшнз, особисті продажі, партнерство. Отримані результати проведеного дослідження сайтів ВНЗ Рівненщини дозволили підтвердити гіпотезу про те, що досліджувані ВНЗ через свої веб-сайти не надають повну інформацію про якість освітніх послуг і не використовують різні типи форм поширення інформації. Аналітично також встановлено, що такі фактори, як організаційно-правова форма ВНЗ, число напрямків навчання та ступінь акредитації, мають значний вплив на кількість інформації про якість освітніх послуг, представлених на веб-сайтах ВНЗ.

Отже, ринок освітніх послуг для забезпечення його нормального функціонування потребує підтримання постійних комунікацій між всіма учасниками освітнього процесу, але, в першу чергу, між окремими освітніми ланками та ринком праці. Найбільш пріоритетними для застосування вітчизняними освітніми організаціями елементами маркетингових комунікацій варто вважати ті, що на сьогодні найбільше враховують вимоги цільової аудиторії, а саме соціальні мережі та Інтернет – маркетинг. Враховуючи пріоритетність Інтернет-ресурсів як основних технічних засобів подачі інформації та каналу комунікації в сучасних ринкових умовах, варто запропонувати вітчизняним освітнім організаціям підвищувати якість та інтенсивність саме такого каналу взаємодії з ринком.

Список використаних джерел

1. Лозовий В.С. Україна на міжнародному ринку освітніх послуг вищої освіти. Аналітична записка / В.С. Лозовий // Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1695/>
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. – Київ: Лібра, 2002. – 712 с.
3. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. – СПб: Питер, 2001. – 864 с.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ В СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНТІСНО-ОРІЄНТОВАНОЇ МОДЕЛІ ОСВІТИ

*Н.І. Волкова, к.е.н., доцент
Одеський національний політехнічний університет*

Сучасний світ у своєму історичному кроці ХХІ століття характеризується процесами глобалізації та інтернаціоналізації економіки, відкриттям кордонів, міграцією фахівців. Більшість країн світу переходить до ринкової економіки, демократизації та інформатизації суспільства, що створює якісно нову ситуацію у сфері освіти. Сучасні фахівці повинні ефективно працювати як у межах власної країни, так і в міжнародному глобальному середовищі. Кінцевою метою фахової підготовки повинна стати підготовка до швидкозмінних процесів в економіці, до професійної діяльності у невизначених чітко умовах і вимогах як юридичного так і економічного характеру, в умовах становлення і розвитку нового соціально-економічного суспільства в Україні. Проблема формування професійної компетенції набуває першочергового значення.

Необхідність введення поняття компетентності та компетентісного підходу в освіті визначається зміною освітньої парадигми – сукупності переконань, цінностей, технічних засобів тощо. Теоретичний аналіз проблеми формування професійної компетентності фахівців спрямовує нас до головних понять дослідження компетентності.

Професійно компетентною визнається така робота спеціаліста, в якій професійна діяльність здійснюється на достатньо високому рівні, досягаються відчутні результати праці, реалізується особистісний потенціал. При цьому компетентність фахівця визначається співвідношенням у реальній діяльності його професійних знань і вмінь з одного боку, та професійних позицій, психологічних якостей – з іншого. В енциклопедії освіти «професійна компетентність» визначається як інтегративна характеристика ділових і особистісних якостей фахівця, що відображає рівень знань, умінь, досвіду достатніх для досягнення мети з певного виду професійної діяльності, а також моральну позицію фахівця [1].

В компетентності фахівця можна виділити дві складові:

- компетентність професійна в певній предметній сфері (професія, посада);
- компетентність соціальна (в комунікативній сфері, у формуванні соціальних навичок, мотивів поведінки, тобто соціалізація особистості).

Мова йде про формування компетентісно-орієнтованої системи освіти, яка спрямована на цілісне набуття професійних знань та соціальної особистості.

Найважливішою якістю стає професійна гнучкість і мобільність, тобто здатність у разі необхідності швидко перекваліфікуватися або навіть змінити професію. Обов'язкові елементи кваліфікації – солідна загальна освіта, широка професійна підготовка і високий культурно-технічний рівень, уміння швидко оновлювати і поповнювати знання. Сучасний працівник практично в будь-якій сфері діяльності повинен володіти здібністю до економічного мислення, до роботи в творчих колективах, мати підготовку в області маркетингу, а також чітко уявляти собі господарські, соціальні і культурні аспекти введення нових технологій. Крім того, йому необхідні дисциплінованість, ініціативність, почуття відповідальності, комунікабельність, відданість справі, творче відношення до неї, тобто всі ті «екстрафункціональні» (що виходять за рамки професійних якостей) характеристики, які можна об'єднати поняттям «соціальна кваліфікація».

Теоретичний аналіз з наукових джерел дозволяє визначити основні структурні компоненти професійної компетентності.

1. Компетентність у сфері професійної діяльності: ставити цілі і формувати завдання, пов'язані з реалізацією фахових функцій; знаходити вирішення завдань, у тому числі нестандартних; гнучке реагування на вимоги ринку праці.

2. Інформаційно-комп'ютерна компетентність: стосується роботи з комп'ютерною технікою і визначається таким переліком знань та вмінь: знання теоретичних основ функціонування комп'ютерної техніки; уміння користуватися електронною поштою; уміння працювати із спеціалізованим програмним забезпеченням; уміння ефективно застосувати інформаційні технології і відповідні програми у професійній діяльності.

3. Комунікативна компетентність: знання ділового етикету та основ конфліктології, толерантність до існування інших поглядів, ефективна групова взаємодія, позитивна установка щодо себе й оточуючих тощо.

4. Іншомовна комунікативна компетентність: володіння іноземною мовою як засобом комунікації в своїй та іншій професійній культурі.

5. Соціальна компетентність.

6. Компетентність у сфері самовизначення і саморегуляції особистих якостей.

Усі перераховані компоненти інтегруються в поняття «комунікативно-функціональна компетентність» [2, с. 98-101].

Таким чином, сформованість професійної компетентності є обов'язковою передумовою професіоналізму особистості та необхідним підґрунтям для ефективної реалізації і вирішення проблем професійної діяльності.

Список використаних джерел

1. Енциклопедія освіти / гол. ред. В.Г. Кремень. – К.: Орінком Інтер, 2008. – 1036 с.
2. Волкова Н.І. До проблеми формування професійної компетентності майбутніх фахівців економічного профілю / Н.І. Волкова // Педагогічний процес: теорія і практика: Зб. наук. праць. – К.: ТОВ Едельвейс, 2015. – Вип. 5-6. – С. 98-101.

ГОСТИННІСТЬ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

*О.В. Дишкантюк, к.т.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій*

Основною тенденцією сучасного розвитку став перехід від сфери виробництва до сфери надання послуг, одержання вражень від них та загалом розвитку економіки вражень. Зараз суспільний розвиток визначається не кількістю добутого металу або вироблених станків, а враженнями які одержують люди від споживання товарів та послуг, комфортними умовами проживання в державі. Недарма рейтинги найкращих міст для проживання населення проводяться по таких показниках як охорона здоров'я, культура, стан довкілля, освіта, інфраструктура, стабільність. Зараз в офіційних світових рейтингових оцінках з'явилися індекс щастя та індекс розвитку людини, згідно яких оцінюється соціальний розвиток та економічний стан країн світу. Високо цінується міжнародною спільнотою «можливість людини жити довгим і здоровим життям, здобути освіту і мати гідний рівень життя. Додаткові елементи вибору включають в себе політичну свободу, гарантовані права людини і самоповагу». Концепція розвитку людини зробила серйозний вплив на те, як державні та політичні діячі, засоби масової інформації, фахівці в області розвитку, економісти і представники інших громадських наук оцінюють соціальний прогрес [1].

Виробництво заради виробництва відходить на другий план та підприємства, що спеціалізуються на виробництві засобів виробництва розглядаються з позицій забезпечення активами підприємства, що надають послуги та продукти гостинності суспільству, за допомогою яких людина одержує враження та підвищується якість життя. У цьому зв'язку назріла необхідність в розробці інноваційних методологічних підходів до визначення ефективності матеріального та нематеріального виробництва з точки зору економічної теорії та економіки вражень.

Зараз гостинність будь-якої держави розглядається з точки зору розвитку туризму та його інфраструктурного забезпечення готелями, ресторанами, місцями відпочинку, розважальними закладами, які обслуговують туристів.

Автором пропонується розглядати гостинність, як інноваційний напрям розвитку економіки вражень, що є складовою частиною якості життя. Економіка вражень нами трактується як новий нематеріальний товар, що має вартість та споживчу вартість і виступає у формі вражень, які одержують покупці від споживання товару або послуги.

Економіка вражень – це всі напрями підприємницької діяльності, які здійснюються з метою отримання прибутку на основі створення бізнесу, який надає враження від споживання товарів та послуг. Економіка вражень направлена на формування доходів у підприємницьких структур, створення робочих місць, забезпечення внутрішнього та зовнішнього попиту на продукт, що забезпечує враження, задоволенню соціальних потреб та підвищенню якості життя.

Економіку вражень можна розподілити на умовні дві частини:

– гостинність, як основна частина економіки вражень, що створюється працею людини, її моральними та етичними нормами, освітою та освіченістю і приносить дохід в сфері індустрії гостинності, послуги гостинності можуть надаватися на платній або безоплатній основі. Гостинність надає враження, але вони не завжди створюються працею людини сьогодення (природно-кліматичними, історичними та іншими умовами), але надають враження, за які споживачі готові платити або їхати в місцевість за їх отриманням та платити за супутні враженням послуги. Наприклад, туристи їдуть подивитися на водопад, але вони мають жити в готелі, харчуватись, користуватися транспортною інфраструктурою.

– враження, що надаються тільки на платній основі і створюються тільки працею людини відносяться до другої умовної частини економіки вражень.

Цей розподіл носить досить умовний характер і його складові тісно пов'язані між собою та впливають одна на одну.

Гостинність, як економічна категорія включає, систему відносин що складаються в процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання послуг та продукту гостинності.

У виробництві це системи відносин, що складається з приводу забезпечення підприємств сфери гостинності, які виробляють основні фонди, матеріальними та нематеріальними активами для підприємств, що спеціалізуються на виробництві безпосередньо продукту гостинності. До них належать будівництво, яке спеціалізується на задоволенні потреб соціальної сфери, що забезпечують гостинність території (міста, селища тощо), транспортна, житлова, освітня та оздоровча інфраструктура та інші сфери, які забезпечують потреби людини.

Економічні відносини розподілу матеріальних, нематеріальних (ліцензій, ноу-хау, патентів тощо), трудових та інвестиційних ресурсів за секторами сфери гостинності, що забезпечують засобами виробництва ті підприємства, які безпосередньо надають послуги гостинності або виробляють її продукт і мають бути збалансовані між собою та обумовлювати одна одну.

Економічні відносини у обміні продукту гостинності опосередковані послугами між логістичними секторами, що виробляють продукт гостинності; між продавцями та споживачами. У споживачів має виникнути споживча вартість саме у враженнях, які вони одержать від послуг або продукту гостинності і готові будуть платити за враження більше, ніж за послугу яку вони одержують без вражень.

Список використаних джерел

1. Рейтинг міст світа щодо рівня якості життя в 2016 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://gtmarket.ru/news/2016/08/26/7299>

ПАТЕНТНА ТА ЛІЦЕНЗІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ

А. С. Котюн, студент

Н. М. Буняк, к.е.н., доцент

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

В умовах нестабільної економічної і політичної ситуації в Україні, одним із ключових моментів і справді дієвим методом, що дасть можливість вийти з кризи та стимулювати економіку є розвиток виробничих та невиробничих галузей на основі інноваційних розробок. Саме тому так важливо дослідити стан та перспективи перетворення результатів інтелектуальної діяльності та подальше їхнє впровадження.

Вивченню різних аспектів патентної та ліцензійної діяльності присвячені праці таких науковців: М. Галянтич, С. Грудницька, Л. Марчук, О. Міхатуліна. У працях авторів описано умови отримання ліцензій та патентів, а також особливості впровадження у різних країнах світу.

Ліцензія – запис у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань про рішення органу ліцензування щодо наявності у суб'єкта господарювання права на провадження визначеного ним виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню [1].

Стримуючим фактором розвитку підприємств є низка проблем, що пов'язані з отриманням ліцензій:

- велика кількість видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню;
- перелік необхідних документів, що включають окремі документи, які опосередковано стосуються отримання ліцензії певного виду;
- високий рівень корупції у органах реєстрації;
- процес затягування видачі ліцензій з метою лобіювання інтересів у вищих ешелонах влади.

Сьогодні в Україні уже зроблено перший крок щодо спрощення отримання ліцензій: ліцензуванню підлягає 32 види господарської діяльності, що затверджено Законом України «Про ліцензування видів господарської діяльності» від 01.01.2017 року, тоді як до 2015 року ліцензуванню підлягало 45 видів господарської діяльності. Однак досі залишається актуальною проблема спрощення процедури отримання ліцензій, велика кількість

інстанцій гальмує цей процес через неузгоджену роботу усіх залучених органів. Важливим моментом стимулювання підприємницької діяльності є спрощення процедури, що, зрештою, і вимагається в рамках Угоди про асоціацію [2]. Для спрощення цієї процедури доцільним є ліквідація окремих інстанцій та передача їхніх повноважень іншим, а також покращення електронного обігу між окремими ланками цього процесу.

Торговий патент – це державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності чи його структурного (відокремленого) підрозділу займатися зазначеними в Законі видами підприємницької діяльності. Торговий патент не засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності на інтелектуальну власність [3].

Окрім аналогічних з ліцензуванням проблем, існує ще декілька аспектів, пов'язаних із захистом прав інтелектуальної власності та видачею патенту:

- тривалість отримання патенту від моменту подання заявки і до моменту отримання для винаходів становить 18-24 місяці, для корисних моделей 6-8 місяців, для промислових зразків – 4-6 місяці. В епоху промислового шпигунства, а також швидкого поширення інформації інтелектуальна власність в таких умовах швидко втрачає свою цінність;

- вартість отримання патенту становить 9000 грн. для фізичної особи, що може загальмувати процес, враховуючи рівень заробітної плати в Україні;

- згідно законодавства України, право запатентувати результати інтелектуальної власності працівників має роботодавець, якщо інше не передбачено договором, що може стати перешкодою до нових відкриттів, адже, фактично, позбавляє працівника права захищати свою інтелектуальну власність.

Отже, з метою стимулювання бізнесу в Україні, необхідно вдосконалити систему отримання ліцензій та патентів у напрямку спрощення процедур з метою пришвидшення впровадження інноваційних розробок та підвищення привабливості інвестування в економіку України. Особливу увагу варто звернути на процес патентування нових винаходів, корисних моделей та промислових зразків для стимулювання інновацій та захисту інтелектуальної власності.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/222-19>
2. Пояснювальна записка до Закону України «Про ліцензування видів господарської діяльності». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://moz.gov.ua/ua/portal/Pro_20110817_0.html
3. Закон України «Про патентування деяких видів господарської діяльності». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/98/96-вр>

ФІСКАЛЬНЕ РЕГУЛЮВАННЯ: СУТНІСТЬ ТА СВІТОВА ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ

*І.М. Коновалова, старший викладач
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»*

У світовій практиці суспільного розвитку проблематика якісного і ефективного зростання соціально-економічного добробуту суспільства завжди перебуває у світлі уваги науковців та практиків, що приймають управлінські рішення на макрорівні. Особливо це актуалізується у часи економічних, фінансових чи соціально-політичних коливань. Тому важливість прямої чи опосередкованої ролі держави у суспільних процесах відтворення важко переоцінити. Так само, як і важко недооцінити її необґрунтоване та/або неефективне втручання, оскільки, за висловами науковців, «неоптимальний перерозподіл ВВП спричиняє відставання реальних темпів економічного зростання від потенційних, що, у свою чергу, обмежує можливості досягнення якісно нового рівня соціально-економічного розвитку» [1, с. 18].

Відзначимо, що в цілому відсутній єдиний підхід до розуміння категорії фіскальне регулювання. Так, для одних дослідників – це зміни в урядових видатках і оподаткуванні, що спрямовані на досягнення повної зайнятості та неінфляційного внутрішнього обсягу виробництва [2, с. 665; 3, с. 573]. Інші ж під нею розуміють політику уряду, яка стосується обсягів урядових закупівель,

трансферних платежів і податків [3, с. 90]. Більшість вітчизняних науковців фіскальне регулювання ототожнюють з процесом змін у системі оподаткування та урядових видатків, що здійснюються з метою зменшення коливань ділових циклів, сприяння швидкому зростанню економіки з високою зайнятістю та без високої неконтрольованої інфляції [4, с. 17]. Тому вважаємо доцільним запропонувати власне тлумачення даної категорії. Під фіскальним регулюванням ми розуміємо сукупність заходів державної політики у сфері податкового та видаткового втручання держави в ринково-економічні процеси господарювання і відтворення з метою досягнення нормативно закріплених економічних та соціальних цілей розвитку суспільства та в цілому успішного виконання функцій держави.

В світовій практиці виокремлюють три основні моделі фіскального регулювання, в залежності від обсягу централізації ВВП: американську, європейську та скандинавську – соціально-орієнтовану. Серед інших виділяють також африканську та латиноамериканську моделі. Зважаючи на серйозні кроки здійснені Україною у напрямку євроінтеграції, вважаємо доцільним сконцентрувати увагу в рамках даного дослідження на європейській моделі.

Остання характеризується обсягами централізації на етапі вторинного розподілу ВВП на рівні 35-50% даного показника. При чому, на відміну від спільної монетарної політики країн – членів Євросоюзу (19 із загальною 28 країн Європейського Союзу), політику фіскального регулювання можна охарактеризувати як «єдність у різноманітності». Так, при порівнянні між країнами істотно різняться рівні державного боргу, доходів та видатків сектору державного управління, а зміни в дефіцитах бюджетів залежать від політико-економічних циклів.

Щодо податкової частини фіскального регулювання, то впродовж останніх років у ЄС має місце тенденція перенесення податкового навантаження з мобільних факторів виробництва (капіталу та праці) на споживання, що обумовлено конкуренцією між країнами за інвестиції та людський інтелектуальний капітал. За даними Європейської Комісії, впродовж 2010-2016 рр. відбулося 1 188 податкових реформ, що стосувалися одразу або поетапного зростання або зниження ставки та/або бази оподаткування, запровадження/скасування податків. Відбулось зниження ставок прямих податків та зростання ставок непрямих податків, в основному за рахунок ПДВ, зростання ставок якого перетворилося на загальну тенденцію [5]. Відзначимо, що порівняльний аналіз ставок податків у європейських країнах та Україні засвідчує,

що в нашій державі їх розмір в переважній більшості відповідає рівню європейських країн [6].

Крім того, впродовж останніх двох десятиріч пройдено три повних фінансових цикли з періодами зростання видатків у 1995 р., перед хвилею розширення ЄС у 2004 р. та глобальною фінансово-економічною кризою 2009 р., що супроводжувалися зростанням державного боргу. Впродовж 1995–2016 рр. формування доходів сектору державного управління Європейського Союзу відбувалося на рівні 43,6–45,6% ВВП, а у Єврозоні цей показник становив 44,3–46,8% ВВП. Видатки фінансувалися на рівні 44,7–52,0% ВВП у країнах ЄС, та у 45,3–53,0% ВВП у країнах Єврозони. Слід зазначити, що доходи та видатки бюджетів країн Єврозони традиційно на 0,1–1,5 в. п. є вищими, ніж ці показники країн – членів ЄС загалом.

Отже, фінансові реформи у країнах ЄС спрямовані на забезпечення стабільності державних фінансів, економічного зростання, підвищення зайнятості та конкурентоспроможності. На сучасному етапі в європейських країнах мають місце такі тенденції фінансового регулювання, як посилення справедливості оподаткування, оптимізація податкових пільг як важелів стимулювання соціально-економічного розвитку, стимулювання державного споживання (державне замовлення, державні закупівлі), удосконалення механізмів децентралізації, посилення бюджетної дисципліни. Для європейських країн актуальним завданням на сучасному етапі залишається зниження диференціації між рівнем фінансового забезпечення місцевих бюджетів.

Список використаних джерел

1. Крисоватий А.І. Інституційне середовище фінансового регулювання соціально-економічних процесів / А.І. Крисоватий, Т.В. Кошук // Фінанси України. – 2011. – № 9. – С. 18–32. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu_2011_9_3.
2. Макконнелл К.Р. Аналітична економія: принципи, проблеми, і політика. Частина 1. Макроекономіка: Пер. з англ. / К. Макконнелл, С. Брю. – Львів: Просвіта, 1997. – 672 с.
3. Манків Г. Макроекономіка / Пер. з англ.; Наук. ред. пер. С. Панчишина. – К.: Основи, 2000. – 588 с.
4. Дорнбуш Р. Макроекономіка: Пер. з англ. / Р. Дорнбуш, С. Фішер. – К.: Основи, 1996. – 814 с.

5. Taxation Reforms in EU Member States / Directorate General for Taxation and Customs Union Directorate General for Economic and Financial Affairs // Working paper. – 2015. – № 58. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/taxation/gen_info/economic_analysis/tax_papers/taxation_paper_58.pdf.

6. Крисоватий А.І. Сутність та концептуальні основи формування податкової політики в умовах євроінтеграційних процесів / А.І. Крисоватий, В.М. Мельник, Т.В. Кошук // Економіка України, 2016. – № 1. – С. 35-51. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/11504>.

ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ

А.Б. Коваленко, студентка
О.М.Козакова, к. е. н., доцент
Одеський національний політехнічний університет

В умовах глобалізації основою конкурентоспроможності будь-якої країни виступають інновації. Світовий досвід демонструє, що чим вищий рівень здійснення і впровадження новітніх технологій має країна, тим більш висока її перевага на міжнародному ринку.

Між інноваціями та конкурентоспроможністю існує причинно-наслідковий зв'язок. Інновації є одним із важливих факторів підвищення продуктивності виробництва, а звідси і підвищення конкурентоспроможності. Інновації пришвидшують конкурентоспроможність, оскільки підприємства-інноватори, отримуючи конкурентні переваги, змушують конкурентів вкладати кошти в розробку нових технологій, процесів чи їх удосконалення. За умови безперервної інноваційної діяльності учасники ринку мають можливість постійно підвищувати ефективність використання ресурсів та утримувати завойовані конкурентні переваги [1, с. 21-23].

На сьогодні на світовому ринку виділяються країни-технологічні лідери, які контролюють 80% ринку наукомісткої продукції та входять до десятки країн за глобальним індексом конкурентоспроможності. Це Швейцарія, Сінгапур, США, Нідерланди, Німеччина, Швеція, Великобританія, Японія, Гонконг, Фінляндія [2]. Між тим, Україна згідно з даними Всесвітнього економічного форуму у рейтингу «Глобального індексу конкурентоспроможності 2016-2017» займає 85-те місце

серед 138 країн світу (у 2015 році країна посідала 79 місце серед 140 країн). За складовою «Інновації та фактори вдосконалення» – 73 місце проти 72 у 2015 році, за складовою «Витрати компаній на дослідження і розробки» – 68-е місце проти 54-ого у 2015 році [2].

Проблема інноваційного розвитку України – одна з ключових проблем економічної науки та практики господарювання. Очевидним є той факт, що економіка України до теперішнього часу є слабко сприятливою до інноваційного розвитку. Країна продовжує розвиватися переважно в сфері сировинних галузей промисловості, де превалює низький рівень наукоємного виробництва. У той час, як у розвинених країнах світу 85% ВВП формується за рахунок високотехнологічних виробництв, в Україні ця частка становить менше 6%. Аналіз технологічної структури промисловості України показує, що на даний час переважає III-й технологічний уклад (чорна металургія, паливна промисловість, промисловість металевих конструкцій, будівельних матеріалів тощо). Між тим, забезпечення конкурентоспроможності країни є можливим за умов формування IV-го та V-го технологічних укладів [3, с. 38].

Однією з умов підвищення конкурентоспроможності країни є стратегічне управління інноваційною діяльністю. Як показує світова практика, стратегічна спрямованість інноваційної діяльності забезпечує підсилення інноваційної орієнтації в діяльності підприємств, активізує можливість встановлювати і корегувати стратегічні цілі розвитку на макро-, мезо- та регіональному рівнях, здійснювати вибір оптимального набору інноваційних стратегій, який створює і підтримує конкурентні переваги суб'єктів господарювання.

Головними стратегічними напрямками інноваційного розвитку України мають стати:

- перетворення інноваційного фактору в домінанту соціально-економічного розвитку країни;
- формування якісно нового науково-технічного потенціалу;
- збільшення державних видатків на розвиток науково-технологічної сфери;
- глобалізація та інтеграція національних інноваційних процесів;
- забезпечення ефективної ресурсної та інтелектуальної бази світового рівня.

Реалізація цих стратегічних напрямів відображена в Законах України про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки та інноваційної діяльності [4, 5].

В якості передумов щодо руху до зазначених напрямів спеціалісти виділяють так звані «правила переможців від McKinsey». [1, с. 194-195]. На наш

погляд, їх втілення у життя потребує перш за все активізації дій держави у сфері управління інноваційною діяльністю, удосконалення фінансових, організаційних, правових та інших інструментів заохочення бізнесу до інновацій. Необхідно закріпити на державному рівні пріоритетні напрями розвитку науки, розробити механізм процесу інтелектуалізації суспільства, підвищення цінності знань, компетенції, кваліфікованості спеціалістів, що сприятиме інтелектуалізації економіки в цілому та підвищенню її конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Федулова Л.І. Інноваційний розвиток підприємства: [підруч.] / Л.І. Федулова, Е.М. Забарна, С.В. Філіппова. – Одеса, ОНПУ: Бондаренко М.О., 2016. –700 с.
2. The Global Competitiveness Report 2016-2017 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: weforum.org.
3. Соціально-економічний потенціал сталого розвитку України та її регіонів: національна доповідь / за ред. акад. НАН України Е.М. Лібанової, акад. НАН України М.А. Хвесика. – К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2014. – 776 с.
4. Закон України «Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки» від 11.07.2001 № 2623-III // Офіційний сайт Верховної Ради України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/main.cgi?nreg=2623-14>.
5. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 16.01.2003 № 433-IV // Офіційний сайт Верховної Ради України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=433-15>.

ЦІННІСНОУТВОРЮЮЧІ ПРОЦЕСИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Ю.В. Молчанова, к.с.-г.н.

Одеська державна академія будівництва та архітектури

Сприйняття соціальної орієнтації пов'язано з революційними за своєю природою змінами в відношенні бізнесу до своєї діяльності, що відбуваються в відповідь на поглиблення конкуренції, швидку зміну технологій та зростання поінформованості і обізнаності споживачів. Основою змін є інноваційна поведінка організацій, завдяки якій досягаються стратегічні цілі компаній і стійкість бізнесу перед зовнішніми впливами в короткостроковій і довгостроковій перспективі майбутнього.

Концепція корпоративної соціальної відповідальності фокусує компанії на стійких тенденціях, що відбуваються в суспільстві в планетарному масштабі, визначає напрям стратегічних дій, завдяки яким бізнес може досягти стійкості свого розвитку в майбутньому. Данні аналітичних звітів свідчать про те, що результати впровадження політики соціальної відповідальності мають наслідком суттєві переваги для компаній в управлінні ризиками, забезпечення взаємовідносин з клієнтами, розвитку інвестиційних процесів, економії витрат, управління людськими ресурсами та впливають на успіх впровадження нових продуктів [1].

Стратегічним вектором розвитку України в наш час є євроінтеграція, результат якої в значній мірі залежить від того наскільки ефективно здійснюється перехід до нових умов розвитку бізнесу і наскільки прозорі та орієнтовані на створення спільних цінностей його дії. Щоб досягати успіху в нових умовах менеджменту українських компаній необхідно мати збалансовану інноваційну стратегію в процеси розвитку якої апріорі включені принципи соціальної відповідальності. Відповідно актуальним є огляд сучасних трансформацій в підходах до створення і впровадження нових продуктів з позиції ціннісного підходу.

Орієнтований на створення цінностей підхід формується з 80-х років пришлого сторіччя, він базується на розумінні суті цінності як основи генерації змін ринкової поведінки споживача і відповідно інноваційній поведінки виробника. Стратегії, що засновані на стандартах цінності і сприйняття споживачів, дозволяють компаніям розподіляти ресурси більш ефективно і

відповідати очікуванням покупців краще, ніж ті, які засновані на стандартах компаній [2, с. 18].

Цінність продукту є обґрунтуванням споживача для вибору альтернативи, що є переважніше за варіанти конкурентів. Шляхи формування споживчої цінності при створення конкурентної ринкової пропозиції стосуються економічних, функціональних і психологічних аспектів споживання. Імідж нового продукту в соціально-орієнтованому суспільстві визначають дії, які пов'язані з усіма етапами споживання та його наслідками. «Throwaway society: there is no longer an away to throw things to» – процеси утилізації та можливості повторного використання в сьогоденні є значним фактором купівлі того чи іншого продукту.

Нові для ринку продукти розрізняють на ті, що зберігають раніш сформовані патерни споживання, і ті, з якими пов'язано освоєння нових форм ринкової поведінки споживачів. Для перших підприємство використовує нову стратегією позиціонування або зниження вартості, другий тип інновацій створює нові ринки, він є найбільш ризикові, але його вклад в забезпечення стійкої конкурентної позиції компанії найбільший. Однак всі типи інновацій починають своє життя коли їх приймає споживач. Соціальна орієнтації сприяє заняттю позиції на ринку, яка підтримується достатньою кількістю потенційних споживачів і мінімізує ризики на етапі його виведення на ринок. Коли число тих, хто щиро дотримуються певних поглядів людей набуває значної кількості вони поширюються миттєво.

Інновація представляє цінність там, де її раніше не існувало, вона надає компанії доступ до інвестицій та лідерства на ринку. Конкурентним стратегіям соціальна орієнтація протиставляються ті, що створюють цінність в рамках партнерських відношень. Особливо значну роль партнерські відношення відіграють на промислових ринках, де саме визначення продукту включає сукупність економічних, технічних та особистих взаємозв'язків між продавцем і покупцем з'являється тому, що соціальні проблеми значно підвищують витрати в ланцюжку створення цінності і таким чином визначається підстава стійких стратегій розвитку спільних цінностей. Процеси створення і розподілу цінності засновані на співробітництві і взаємозалежності, а результатом є виробництво за більш низькими витратам і більш висока диференціація нового продукту.

Підсумовуючи огляд змін в підходах до створення і впровадження нових продуктів з позиції ціннісного підходу, потрібно визначити, що стратегій соціально відповідального бізнесу охоплюють всі аспекти споживання, надають підстави для ефективного конкурентного позиціонування та подальшого

поширення нового продукту на ринку. Завдяки їх сприйняттю створюються умови, коли формулювання інноваційної стратегії виводиться за межі конкурентної ситуації.

Список використаних джерел

1. Corporate Social Responsibility – National Public Policies in the European Union – Compendium 2014: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=7726&visible>
2. Valarie A. Zeithaml, «Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence» Journal of Marketing Vol. 52, No. 3 (Jul., 1988), pp. 2-22.
3. James C. Anderson, Dipak C Jain b & Pradeep K Chintagunta «Customer Value Assessment in Business Markets: A State-of-Practice Study», Journal of Business-to-Business Marketing, vol.1, no. 1 (1993), pp.3-29.

МІСЦЕ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ ЗА РІВНЕМ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Т.В. Кравченко, студентка

О.С. Максимчук, доцент

Дніпропетровський національний університет ім. Олеся Гончара

Французький науковець Фредерік Жоліо-Кюрі зазначав, що незалежність держави визначається тим скільки нового вона вносить у загальну скарбницю цивілізації. Мова йде про знання, нову інформацію, які є основою інновацій. Сьогодні, у XXI столітті, саме інновації, здатність генерувати нові ідеї та ефективно їх впроваджувати у повсякденне життя, відіграють вирішальну роль в успішності держав. Досягнення науки та розвиток новітніх технологій обумовили суттєві зміни, змусивши розвинені країни змінити орієнтацію з науково-технічної на інноваційну. Від освоєння Україною інноваційних механізмів залежить в якому напрямку вона буде рухатися у майбутньому: залишиться на межі НТП чи ввійде до числа розвинених країн.

Метою даної роботи є визначення місця України серед інших країн світу, аналіз її інноваційної діяльності та перспектив розвитку.

Питання аналізу інноваційного розвитку України є досить актуальним і розглядається як вітчизняними так і зарубіжними вченими. Серед них: Л.Л. Антонюк, І.Л. Петрова, В.М. Геєць, О.С. Захарченков, А.І. Землянкін, О.Ф. Новікова та інші. Однак, інноваційність є глибоким та динамічним поняттям, тому вимагає регулярного аналізу для виявлення нових тенденцій.

Інноваційна діяльність є одним із найважливіших засобів збагачення у розвинутих країнах. Що стосується України, то стан інноваційного розвитку науковці визначають як кризовий, що не відповідає рівню інноваційних процесів у розвинених країнах. Так наприклад, кількість інноваційно активних промислових підприємств у розвинених країнах на 2015 рік досягає 70-80%, а в Україні – 17,3%, світові компанії витрачають на фінансування науково-дослідних робіт 7-12%, а в Україні менше ніж 3% [1].

За даними Bloomberg Україна за рівнем інноваційного розвитку посіла 42 місце (індекс склав 50,78), опустившись на одну позицію у порівнянні з попереднім 2016 роком. Найближчими конкурентами, яких Україна може наздогнати є Хорватія, Мальта, Латвія. Якщо розглядати індекс за складовими, то найкращі результати Україна має за показниками: охоплення населення вищою освітою, патентна активність. Слабкими сторонами залишається інтенсивність НДДКР та технологічні можливості промисловості [2].

Також можна провести аналіз й інших міжнародних рейтингів. Так, відповідно до оцінок Всесвітнього економічного форуму в Давосі, Україна належить до країн із середнім рівнем інноваційності. За підсумками 2016 року наша країна за рівнем розвитку інновацій зайняла 52 місце серед 138 країн, підвищивши свої позиції на 2 пункти, в порівнянні з 2015 роком. Однак таке підвищення було зумовлено не покращеннями інноваційної діяльності в Україні, а погіршенням в інших країнах, оскільки рівень інноваційності залишився на тому ж місці – 3,4. Аналіз складових інтегрованого показника інноваційності показав, що: розвиток людських ресурсів залишається на високому рівні, а інституційні та організаційні фактори погано сприяють перетворенню інновацій у комерційні продукти [3].

Як бачимо Україна значною мірою відстає від топ-групи держав. Проведений аналіз наукових публікацій та статистичних даних дає змогу зробити висновки стосовно основних причин відставання, а саме:

1) низькі темпи ефективності створення та впровадження інновацій у виробництво. У 2015 році інновації впроваджували 15,2% підприємств. При цьому

обсяг реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі промислової становить лише 1,4%) [1];

2) відсутність сформованої державної інноваційної ідеології, сприятливих макроекономічних умов через економічні кризи та політичну нестабільність;

3) відсутність ефективної інноваційної інфраструктури, в рамках якої ідея успішно перетворюється до готового комерційного продукту;

4) відтік представників інтелектуальної еліти. За останні 20 років на заробітки за кордон виїхало від 7 до 15% економічно активних громадян;

5) неефективна система охорони інтелектуальної власності через недосконалі законодавство та механізми його застосування.

Проведений аналіз наукових публікацій та обробка статистичних даних показали, що на даний момент Україна на міжнародній арені у напрямку інноваційного розвитку значною мірою відстає від провідних держав світу. Однак, наша країна має значний потенціал для забезпечення інноваційного розвитку. Для його розкриття та прориву на світовій арені необхідне: належне забезпечення державної підтримки інноваційного підприємництва, створення сприятливого макроекономічного клімату для залучення нових інвестицій, удосконалення управління інноваційною системою, організація створення власних наукомістких виробництв повного циклу, розвиток інформаційного забезпечення і сертифікації, здійснення підготовки і перепідготовки кадрів, а також розширення співробітництва у сфері НДДКР на міжнародному рівні.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

2. «These Are the World's Most Innovative Economies» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-01-17/sweden-gains-south-korea-reigns-as-world-s-most-innovative-economies>

3. The Global Competitiveness Report 2016-2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf

СУТНІСТЬ ТА ФУНКЦІЇ ФОНДОВОЇ БІРЖИ

В.О. Поплавська, студентка
О.М. Ісхакова, старший викладач
Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро

Сьогодні фінансовий ринок – місце перерозподілу усіх фінансових активів країни під впливом попиту і пропозиції на них з боку різноманітних суб'єктів економіки. Однією із складових фінансового ринку є ринок цінних паперів, який у розвинених країнах виступає джерелом фінансування економіки. Розвиток економіки дає широкий спектр інструментів ринку цінних паперів, умов їх випуску, погашення та виплати доходу, різні схеми торгівлі та взаємозв'язків між суб'єктами ринку цінних паперів, що забезпечують максимальну мобілізацію фінансових ресурсів, їх раціональний розподіл і швидкий перерозподіл та ефективне використання. Функціонування ринку цінних паперів є показником ефективності, добробуту, розмаїття економічного і політичного життя в країні.

Згідно зі статтею 34 Закону «Про цінні папери і фондову біржу», фондова біржа – це акціонерне товариство, яке зосереджує попит і пропозицію цінних паперів, сприяє формуванню їх біржового курсу та здійснює свою діяльність відповідно до законодавства України, статуту і правил фондової біржі. Фондову біржу може бути створено не менш як двадцятьма засновниками-торговцями цінними паперами, які мають дозвіл на здійснення комерційної та комісійної діяльності з цінними паперами за умови внесення ними до статутного фонду не менш як 10 000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. Фондова біржа набуває прав юридичної особи з дня її реєстрації Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку. Діяльність фондової біржі припиняється у тому разі, коли кількість її членів стала менше десяти.

Іншими словами, фондова біржа – це ринок, який регулярно функціонує і на якому здійснюється торгівля цінними паперами. При цьому саме оформлення і передача цінних паперів провадяться за її межами.

В Україні зареєстровані та діють наступні біржі: Українська фондова біржа – УФБ; Донецька фондова біржа – ДФБ; Фондова секція Української міжбанківської валютної біржі – УМВБ; Позабіржова фондова торговельна система – ПФТС; Київська міжнародна фондова біржа – КМФБ.

Біржа будує свою діяльність на наступних принципах: особиста довіра між брокером і клієнтом (наприклад, угоди на біржі укладають усно та оформляються

юридично заднім числом); гласність (публікуються звіт про всі угоди і дані, надані емітентом за згодою з біржею про внесення акцій у біржовий список, незалежно від активності емітента); жорстке регулювання адміністрацією біржі та аудиторами діяльності дилерських фірм шляхом установлення правил торгівлі та обліку.

Фондова біржа виконує три основні функції: посередницьку; індикативну; регулятивну.

Суть посередницької функції полягає в тому, що фондова біржа створює достатні й всебічні умови для торгівлі цінними паперами емітентам, інвесторам та фінансовим посередникам. Торгові угоди на біржі укладають брокери. Вони діють від імені своїх клієнтів-інвесторів, емітентів чи фінансових посередників, купуючи чи продаючи цінні папери. При цьому права власності на куплені цінні папери чи отримані від реалізації гроші належать клієнтам. Дохід брокера формується за рахунок комісійних від укладених угод. Крім того, в торгівлі на біржі беруть участь дилери. Вони купують через брокерів цінні папери з метою їх наступного перепродажу, їх дохід формується за рахунок різниці в цінах купівлі й продажу цінних паперів.

Індикативна функція фондової біржі полягає в оцінці вартості та привабливості цінних паперів. Саме на біржі проводиться котирування цінних паперів, яке дає інформацію інвесторам про вартісну і якісну оцінку цінних паперів та динаміку їх розвитку. Це створює передумови для надійного і достовірного механізму торгівлі, хоча не виключає можливостей цілеспрямованих махінацій з метою спекуляції цінними паперами. Водночас це важливий чинник стимулювання ефективної діяльності емітентів.

Регулятивна функція фондової біржі виражається в організації торгівлі цінними паперами. Вона встановлює вимоги до емітентів, які виставляють свої цінні папери на біржові торги, правила укладання і виконання угод, механізм контролю за діяльністю суб'єктів біржової торгівлі. Біржі здійснюють контроль за фінансовим станом емітентів. Вони мають право на отримання та перевірку інформації про їх діяльність і знімати з котирування окремих емітентів. Мета контрольної діяльності біржі – забезпечення достовірності котирування цінних паперів та надійності біржової торгівлі.

Висновок. Фондові біржі відіграють надзвичайно важливу роль як в економічній та фінансовій системі окремих країн, так і на рівні міжнародної економіки та міжнародних фінансів. Через них проходять колосальні фінансові ресурси, доступ до яких досить непростий. Тільки найбільш потужні, надійні й

стабільні емітенти, які мають високі фінансові результати, можуть їх отримати. Стабільність у світі багато в чому залежить від урівноваженості попиту та пропозиції на фондових біржах, що є основою регулювання біржової діяльності.

Список використаних джерел

1. Еш С.М. Фінансовий ринок: навч. посібник / С.М. Еш // К.: Центр учбової літератури. – 2011. – 528 с.
2. Козак Ю.Г. Міжнародна макроекономіка: навч. посібник / Ю.Г. Козак. // К.: Центр учбової літератури. – 2012. – 400 с.
3. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» від 23 лютого 2006 року № 3480-IV // Із змінами, внесеними згідно із Законами станом № 5042-VI від 04.07.2012. – [Електронний документ]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/3480-15>
4. Ринок цінних паперів. Європейський вибір: нові можливості та зростання / Звіт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку України за 2014 рік. – Київ : НКЦПФР, 2015. – 104 с.

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ

*В.О. Сергієнко, студентка
О.О. Дорогокуп, студентка*

Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського

Активна політика України щодо євроінтеграції та впевнений крок на міжнародну арену вимагають певних змін у різних сферах, у тому числі у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності. Процес переходу на Міжнародні стандарти фінансової звітності для нашої країни став невідворотним. Особливо актуальним це питання стало із внесенням змін, які діють з червня 2011 року до Закону «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» стосовно застосування міжнародних стандартів [2]. Складання звітності та консолідованої фінансової звітності за міжнародними стандартами найшли своє відображення з затвердженням НПСБО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» у лютому

2013 року [4] та НПСБО 2 «Консолідована фінансова звітність» у червні 2013 року.

Питаннями відповідності звітності міжнародним вимогам і стандартам та їх досконалому тлумаченню приділялась увага багатьох провідних науковців, таких як Голов С.Ф., Костюченко В.М., Небильцова О.В., Ткаченко Н.М., Жовнер І.В. Бутинець Ф.Ф., Яцишин Н.З., тощо.

Міжнародні стандарти фінансової звітності (далі МСФЗ) характеризуються як стандарти, що ґрунтуються на принципах, на відміну від прийнятої у США системи GAAP, яка визначається як стандарти, що ґрунтуються на правилах. Це означає, що стандартизація МСФЗ не ставить на меті деталізувати всі процедури та механізми фінансового обліку, в багатьох випадках віддаючи перевагу довірі до професійної самостійності бухгалтерів, які при вирішенні багатьох питань мають покладатися на службове сумління та особисті професійні судження.

В Україні також є законодавча база, що регламентує бухгалтерський облік, крім того використовуються національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку, хоча відбувається широке використання і МСФЗ. Необхідно зауважити, що на сьогодні Міжнародні стандарти фінансової звітності за своєю структурою і змістом схожі на П(С)БО та НП(С)БО, крім того впроваджуються все нові зміни і вносяться відповідні доповнення в законодавчу базу України для поступового переходу на міжнародний рівень. Концептуальна суперечність національних стандартів полягає у їхньому спрямуванні на регламентацію бухгалтерського обліку, а не щодо складання і подання фінансової звітності. МСФЗ виходять з того, що оскільки інтерпретація фінансової звітності має бути однаковою в різних країнах світу, то і самі МСФЗ мають охоплювати не лише стандарти, а й приклади практичного впровадження.

До основних переваг Міжнародного стандартів обліку можна віднести наступні:

- дозволяє здійснювати ефективний фінансовий аналіз підприємства щодо його ліквідності та платоспроможності;
- дає можливість реального прогнозу щодо майбутньої діяльності підприємства;
- фінансова звітність, яка підготовлена за МСБО, є доступною не тільки для фахівців, а й для широкого кола користувачів;
- надає можливість порівнювати себе з конкурентами та компаніями, які випускають подібну продукцію, що буде вагомим допомогою при прийнятті управлінських рішень.

Однак перехід на МСФЗ вимагає вирішення ряду проблем, серед яких є наступні: необхідність формування інституційних механізмів, що забезпечують розроблення, впровадження МСФЗ і нагляд за їх дотриманням на міжнародному, національному і регіональних рівнях, а також забезпечення скоординованої роботи цих механізмів; потреба у вирішенні питань правового впровадження МСФО в національну практику, розроблення нових нормативів і внесення змін до діючої законодавчо-нормативної бази; необхідність чіткого розуміння сфери застосування МСФЗ на національному рівні; необхідність вирішення технічних питань, пов'язаних як зі специфікою МСФЗ, так і з національними особливостями [3].

Отже, завдяки спільним зусиллям розвинутих країн поступово створюється уніфікована система бухгалтерського обліку, тому МСФЗ на сьогодні є найперспективнішою системою обліку в напрямку масового застосування, введення та використання підприємствами різних розвинутих країн світу. Впровадження міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні розпочато. Проте шлях цей не є простим – існують багато проблем, розбіжностей та відмінностей щодо впровадження в національну систему обліку принципів, методів та положень, які використовуються в міжнародній практиці.

Список використаних джерел

1. Голов С.Ф. МСФЗ у форматі Мінфіну / С.Ф. Голов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2013. – № 4. – С. 3-8.
2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. / [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
3. Кузіна Р.В. Гармонізація фінансової звітності: міжнародний досвід та українська практика / Р.В. Кузіна // [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/12695>
4. НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 07.02.2013 р. / [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>
5. Яцишин Н.З. Логос парадигми фінансової звітності підприємств в Україні та дивергенція світового досвіду [Текст] / Н.З. Яцишин // Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. – 2011. – Вип. 34. – С. 147-154.

ПРОЕКТНИЙ ОФІС ЯК ЗАСІБ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ

Н. А. Куликова, к. е. н., доцент

І. М. Разінков, студент

Донбаський державний технічний університет, м. Лисичанськ

Під впливом світової фінансово-економічної кризи та загострення соціально-економічної і політичної ситуації в Україні відбулося значне скорочення обсягів реальних інвестицій у перерахунку на доларовий еквівалент практично на всіх підприємствах.

Подальший розвиток технічно і технологічно відсталих підприємств та об'єктивна необхідність підвищення їх інноваційної складової вимагають від суб'єктів господарювання прийняття істотних інвестиційних рішень, забезпечених не тільки власними коштами підприємства, а й здебільшого залученням зовнішніх інвестиційних ресурсів.

Для прозорості та ефективності управління процесом залучення інвестицій корисним буде застосування новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, мережі Internet для привабливості інвесторів до реалізації інвестиційних проектів через створення на підприємствах країни проектного офісу. Саме використання віртуального середовища виступає в якості сучасного засобу інтенсифікації трансферу знань. Завдяки вільному доступу до каналів комунікації, можливості передачі великих обсягів інформації, роботі в режимі он-лайн, постійному характеру віртуальної взаємодії, на основі інформаційно-комунікаційних технологій формується незалежний від фізичного розташування суб'єктів, простір обміну знаннями. Це можливо за умов розвитку віртуалізації економіки в Україні та її інтеграції до глобальної світової економічної системи, коли вітчизняні та іноземні інвестори мають рівний та прозорий доступ до інформаційних баз, де підприємства пропонують їм прийняти участь у різноманітних прибуткових інвестиційних проектах.

Розглянемо поняття та механізм створення на базі діючого центру інвестицій проектного офісу, який дозволить більш якісно і прозоро управляти інвестиційною діяльністю підприємств. Так Н. Kerzner розглядає проектний офіс як структуру для збереження інтелектуального капіталу, пов'язаного з управлінням проектами та для стратегічного планування підприємства [1].

И. Мазур визначає проектний офіс як специфічну інфраструктуру, що забезпечує ефективну реалізацію проекту (або портфеля проектів) в рамках

системи комп'ютерних, комунікаційних і інформаційних технологій та відпрацьованих стандартів здійснення діяльності та комунікацій. Він об'єднує професійний штат (менеджера офісу, координаторів проектів, аналітиків з підготовки та просування проектів, адміністратора інформаційної системи, фінансового менеджера, адміністративного координатора, менеджерів з моніторингу проектів, координатора змін в проектах, ризик-менеджера), оснащений необхідними програмними і технічними системами [2, с. 203].

Функціонування проектного офісу на підприємстві може бути здійснено на принципах краудсорсингу, який передбачає передачу окремих виробничих функцій невизначеному колу осіб, що об'єднані віртуальним середовищем на підставі публічної оферти, не потребуючи укладення трудового договору. Краудсорсинг дозволяє агрегувати інформацію, досвід, думки, прогнози, уподобання й оцінки, та на цій основі продукувати нові ідеї і приймати управлінські рішення [3, с. 166-171].

Застосування проектного офісу забезпечує необхідну інформаційно-програмну підтримку для ефективного втілення інвестиційних проектів. Команда проектного офісу підготовляє згідно інвестиційній програмі підприємства паспорта інвестиційних проектів, розташовує на інформаційних базах всю необхідну інформацію щодо їх реалізації та ефективності вкладення у них інвестицій і виконує пошук інвесторів на взаємовигідних умовах.

Розглянемо, як працює цей механізм. Спочатку інформація о проектах розміщується на спеціальних інформаційних базах, де використовується сервіс «Пошук інвестора», призначений для підприємців та менеджерів компаній, бажаних залучитися фінансуванням від фондів Private Equity та венчурного фінансування, стратегічних покупців і приватних інвесторів. Спеціалісти проектного офісу підприємства направляють необхідну інформацію о бажаних інвестиційних проектах на інформаційний сайт, наприклад сайт PREQVECA, який працює в мережі Internet і є професійним інформаційним проектом в промисловості фондів прямих інвестицій. Інформація о проектах розміщується у Базі проектів, до якої мають доступ велика кількість менеджерів фондів, інвестиційних банків, консалтингових фірм, стратегічних та приватних інвесторів. Потім працівники сайту відсилають інформацію о нових проектах інвесторам, що приймають участь в проекті сайту. Ця відсилка забезпечить максимальну увагу громади інвесторів до розгляду проектів підприємства, які потребують інвестування.

Таким чином, запровадження розглянутих вище заходів сприятимуть збільшенню відкритості та прозорості у прийнятті правильних управлінських рішень щодо питань інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств, їх власників та інвесторів. Тому слід зауважити, що майбутнє, у процесі залучення інвестицій через поєднання інвесторів, власників та підприємств, за такими новітніми технологіями.

Список використаних джерел

1. Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling / Harold Kerzner. Wiley, 2006, 1040 p.
2. Мазур И. И. Управление проектами: справочн. пособ. / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро и др. – М.: Высшая школа, 2001. – 875 с.
3. Бавико О.Є. Віртуальні механізми координації діяльності суб'єктів регіонального економічного простору / О.Є.Бавико // Іноваційна економіка.-2013. – № 3 (41). – С. 166-171.

ЕКОНОМІЧНІ ІНТЕРЕСИ КРАЇН ЗАХОДУ СФОРМОВАНІ В ТЕОРІЇ «ЗОЛОТОГО МІЛЬЯРДА»

*А.О. Женукі, студент
К. А. Мартиненко, студент
Черепанова Н.О, старший викладач
Одеський національний політехнічний університет*

Термін золотий мільярд – утворився як синтез двох великих ідей сучасної західної культури, які приймають саме різне обличчя – від квазінаукових до суто ідеологічних і навіть містичних, релігійних. Одна ідея – уявлення про Золотий вік прогресу і благоденства. Інша – песимістичне визнання обмеженості ресурсів Землі і неможливості поширення цього благоденства на все нинішнє населення планети. Спочатку цей термін використовувався в дискусіях про екологію, макроекономіку, демографії та міграційної політики. Інший раз виникали публікації, в яких висвітлювалися питання про розміри допомоги слаборозвиненим країнам. Але прикладні міркування мало кого цікавили. Умами

великих політиків безроздільно заволоділа стратегія стримування більшості населення Землі меншістю.

У число країн золотого мільярда входять: США, Канада, Австралія, Нова Зеландія, держави Євросоюзу, Ізраїль, Японія, Південна Корея і Аргентина. Навіть благополучна Швейцарія потрапляє в одну групу з більшою частиною Південної Америки і низкою найбільш розвинених країн Азії та Африки – в категорію другого сорту з точки зору доцільності підтримки в них людського ресурсу. Є ще й категорія двієчників, які живуть, на думку Неомальтузіанці, за рахунок розвинених країн: Китай, Індія, Індонезія, Болівія, Парагвай, частина Африки. До слова, три перші держави входять до четвірки найбільш густонаселених в світі. Більшій частині Африки і деяких азійських країн для цих теоретиків не існує – дані території не годяться навіть в якості сировинного придатка.

Теорія золотого мільярда – пропагандистський засіб. Вона покликана пояснювати будь-які нещастя решти світу: від нестачі питної води до епідемії лихоманки Ебола. Є кошти і політичні. До них відносяться різного роду регіональні і трансконтинентальні об'єднання успішних і багатих країн, які впливають на інших різного роду санкціями і «чорними списками». Потім вступають в справу важелі економічні. А якщо не допомагають вищевказані кошти, то «мільярдери» без довгих роздумів беруться за зброю [1, с. 34].

Сучасна методологія неоглобалізму щодо забезпечення доступу країн золотого мільярда до сировинних і енергетичних ресурсів є досить простий. Для початку проводиться ідеологічна обробка найбільш активної частини національної еліти тієї чи іншої країни з метою забезпечення її прозахідної орієнтації. Далі країні пропонується фінансова допомога для вирішення економічних і соціальних проблем.

Зазвичай, цю роль грають Міжнародний валютний фонд і Світовий банк, які перебувають під впливом США. При цьому варто зауважити, що ця допомога, як правило, надається у вигляді грошей, а у вигляді так званих пов'язаних кредитів, коли значна частина наданих грошей повинна бути обов'язково витрачена на покупку харчових або промислових товарів з країн Заходу. При цьому, ці товари далеко не кращої якості.

Як результат таких дій, досягаються відразу дві мети: країна потрапляє у фінансову залежність від апологетів неоглобалізму і підриваються основи національної економіки, адже потік іноземних товарів призводить до банкрутства вітчизняних промислових підприємств. В результаті таких дій в країні зростає рівень безробіття і наростає соціальна напруженість, підриває довіру населення до

національної уряду. Наступним кроком є придбання транснаціональними корпораціями (ТНК) акцій найважливіших державних підприємств [2, с.178]. Слід зазначити, що пріоритет віддається сировинним і добувним галузям економіки і все це подається як інвестиції в розвиток національної економіки.

Концепція золотого мільярда, що припускає штучне виділення з людства нового обраного народу, є утопією. Ця утопія породжена у відповідь на нинішній загальну кризу індустріалізму і індустріальної цивілізації.

Ті, хто вважає себе зарахованими до золотого мільярду, все більше і більше відчувають себе в обложеної фортеці, якій загрожують швидко розмножується орда голодних, обурених будинків. Утопія золотого мільярда, нереалізована в принципі, породжує, проте, зростаючу агресивність – спочатку в ідеології і культурі, потім в політичній і військовій сфері [3, с. 768].

Допомога, яку отримують уряду «третього світу», супроводжується додатковими рамками. Зазвичай, вона повинна бути витрачена на американські продукти, а країна-одержувач повинен надати інвестиційні переваги американським компаніям, зміщуючи вживання з вироблених в країні товарів і продуктів на імпортовані, породжуючи таким чином ще більшу залежність, голод і борг. Значна частина допомоги ніколи не виходить на поверхню, осідаючи прямо в кишнях корумпованих чиновників в країнах-одержувачів. [4, с. 308].

Стрімке зростання чисельності населення Землі змушує країни приймати до уваги вплив демографії на екосистему планети. Потреби ростуть в геометричній прогресії, а ресурси мають обмежений характер. Тому основною причиною появи поняття «золотий мільярд» стала проблема обмеженості природних ресурсів та контролю за їх використанням з боку розвинених країн.

Прийняти чи не прийняти саму ідею золотого мільярда – справа морального і навіть релігійного вибору, бо ця ідея є радикально антихристиянської. На хвилі неоліберальної і євроцентристської ідеології по всьому світу деяка частина інтелігенції, мабуть, впала в спокусу цієї утопії і є її радикальним пропагандистом. Ця частина надає і великий вплив на політичний режим.

Список використаних джерел

1. Боумоля Дж., Блайндер А. Економікс: принципи і політика. – М.: Юніті-Дана., 2012. – С. 34.
2. Алексейчук Н.С., Ковнір В.Н. Економічна теорія. – М.: Юрайт. – 2012. – С. 178.

3. Абель, Е., Бернанке Б. Макроекономіка. – СПб.: Пітер. – 2010. – 768 с.

4. Моисеев Н. Бути чи не бути людству / Н. Моїсеєв // М.: Праксис, 1999. – 308 с.

СУЧАСНИЙ СТАН ВЕНЧУРНОГО ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ

Є.Ю. Мордань, к.е.н.

К.П. Назаренко, студентка

Сумський державний університет

Венчурне інвестування – принципово новий різновид грошових вкладів у акції нових фірм чи підприємств, що здійснюють свою діяльність у сучасних сферах бізнесу. За останні декілька років даний вид інвестування почав активно проявляти себе в Україні.

Венчурне інвестування здійснюється спеціально створеними суб'єктами фінансового ринку – венчурними фондами, згідно Закону України «Про інститути спільного інвестування» венчурним фондом є недиверсифікований інститут спільного інвестування закритого типу, який здійснює виключно приватне (закрите) розміщення цінних паперів ІСІ серед юридичних осіб та фізичних осіб і активи якого можуть включати цінні папери, емітовані пов'язаними особами компанії з управління активами такого фонду [1]. Тобто, венчурні фонди – це фонди приватного капіталу, які інвестують у підприємства, що знаходяться на ранніх стадіях свого розвитку.

Ризик венчурного інвестування повністю лежить на інвесторів, тому законодавство звільнило такі фонди від численних нормативних обмежень, характерних для діяльності інвестиційних фондів інших типів (закритих та відкритих). Склад і структура активів венчурного фонду визначається тільки його учасниками. Немає обмежень і на кількість учасників венчурного інвестиційного фонду – учасником фонду може бути і одна особа. Єдине обмеження для таких фондів – цінні папери фонду не підлягають публічному розміщенню і розміщуються тільки серед юридичних осіб [2].

Для аналізу сучасного стану венчурного інвестування в Україні проаналізуємо наявну кількість венчурних інститутів спільного інвестування (ІСІ),

а також динаміку вартості чистих активів венчурних ІСІ за щоквартальними даними у період 2013 – 2016 років (рисунок).

Спостерігаємо тенденцію до росту вартості активів венчурних ІСІ, незважаючи на зниження рівня макроекономічних показників в країні. Згідно статистичних даних кількість венчурних ІСІ скоротилася з 1030 шт. у 2013 р. до 990 шт. у 2016 р., при цьому вартість їх чистих активів значною мірою збільшилася з 149880,8 млн. грн. до 204040,7 млн. грн. за відповідний період. Тенденція до скорочення кількості венчурних ІСІ пов'язана із збільшенням мінімальної заробітної плати, адже норматив мінімального обсягу активів для ІСІ становить 1250 мінімальних заробітних плат [1]. Відповідно, венчурні ІСІ були вимушені збільшити розмір свої активів, деякі компанії вдалися до об'єднання своїх активів, а деякі були вимушені припинити свою діяльність.

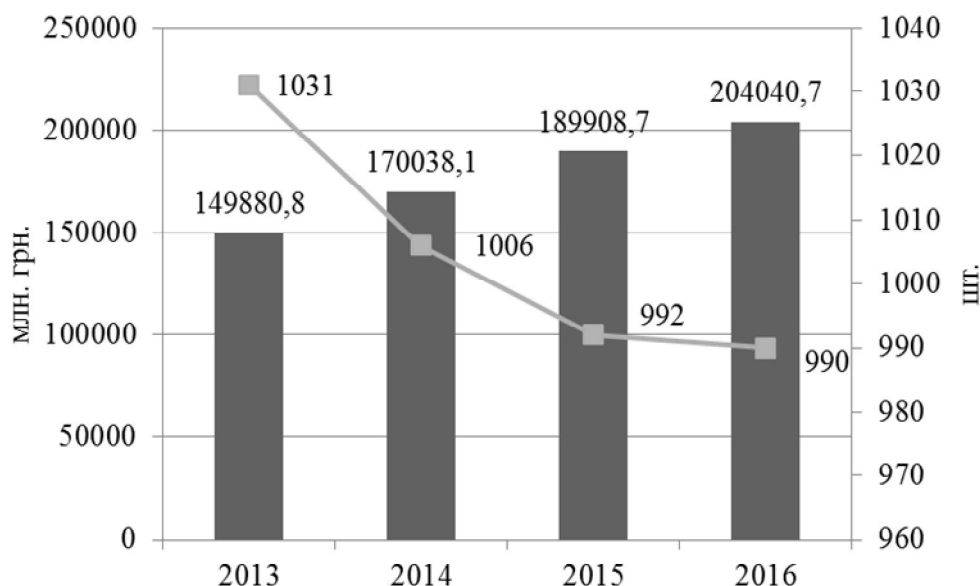


Рисунок – Динаміка вартості чистих активів та кількості венчурних ІСІ за 2013 – 2016 рр.

* джерело [3]

Практика українських венчурних інвестицій, яка зараз знаходиться в стані зародження, в своєму розвитку наштовхується на ряд проблем, головними серед яких є нестабільна економічна ситуація в країні, відсутність державної підтримки, низький рівень розвитку венчурної інфраструктури, а також низька ліквідність венчурних інвестицій, що пов'язано із нерозвиненістю фондового ринку. Проте, активізація діяльності венчурних фондів в межах країни і їх готовність робити фінансові вкладення в перспективні нові проекти говорить про те, що Україна має можливість переорієнтуватися з іноземних на вітчизняні інвестиції. Головне зараз

– створити всередині країни умови, при яких інвестори віддавали б перевагу вітчизняним проектам і компаніям, а не орієнтувалися на закордонні в пошуках стабільності.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про інститути спільного інвестування» від 05.07.2012р. № 5080-VI [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5080-17/print1444113382567499>
2. Онлайн-сервіс пошуку і порівняння найпопулярніших банківських послуг для бізнесу “Prostobiz.ua” [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу: http://www.prostobiz.ua/biznes/upravlenie_biznesom/stati/venchurnoe_investirovanie_u_krainskiy_aspekt
3. Офіційний сайт Української Асоціації Інвестиційного Бізнесу [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу: http://www.uaib.com.ua/analituaib/publ_ici_quart.html

УПРАВЛІННЯ КРЕДИТУВАННЯМ МАЛОГО БІЗНЕСУ В БАНКУ

*А. С. Кабак, студентка
Харківський національний економічний університету
імені Семена Кузнеця*

Багато банкірів неодноразово казали, що один невеличкий мікрокредит (позика, що не перевищує 5-15 тисяч доларів) уже дає підприємству можливість створити хоча б одне робоче місце. Активне кредитування підприємств малого бізнесу сприяє найкращим чином поліпшує ситуацію на ринку праці. Саме ці види бізнесу, що в будь – якій цивілізованій країні становлять основу її валового виробництва (від 40 до 70% ВВП), в Україні почуваються аж надто недобре, і не лише протягом останніх двох воєнних років. Таке було фактично завжди. Проте активізація практично «мертвого» кредитування малого бізнесу не спостерігається вже протягом трьох років. Яким чином можна докорінно поліпшити ситуацію? Що для цього можуть зробити, власне, банки?

На сьогодні фахівці виокремлюють і так званий мікробізнес, якому надають невеликі кредити на малі строки. Для одержання кредиту позичальник звертається

в банк із клопотанням, в якому зазначає цільове призначення кредиту, його суму, строк користування, включаючи конкретні строки погашення, форми забезпечення кредиту. Разом із заявкою на кредит позичальник надсилає в банк для розгляду пакет документів [1, с. 108]:

- документи, що засвідчують право клієнта на отримання кредиту;
- документи для визначення фінансового стану і кредитоспроможності позичальника;
- форми зобов'язань щодо забезпечення кредиту.

Достовірність оцінки кредитоспроможності впливає як на результат кредитної угоди, так і на ефективність кредитної діяльності банку, а отже важлива для самого позичальника, оскільки від неї залежить рішення про можливість отримання кредиту.

Процес кредитного обслуговування включає контроль з боку банку за виконанням умов кредитного договору. Одним із найважливіших факторів є своєчасності сплати відсотків за користування коштами [2, с. 203].

Однак на сьогодні переважна більшість вітчизняних банкірів впевнена, що новий дієвий поштовх до масованого кредитування може надати лише держава. Як видно, в цьому випадку за останні дванадцять місяців нічого не змінилося.

Тим не менш, і тоді, й наразі державні органи наголошують, що кредитувати під значно менші відсотки малий бізнес, ніж вони є на сьогодні (25-35% річних), можна [3]. Так, і в жовтні 2015, і в червні 2016 року керівники Нацбанку заявляли, що країна та її фінансова система поступово нарощують свої «м'язи» – поповнилися золотовалютні резерви, знижується облікова ставка регулятора – і передумов для надання дешевших позик у банків є чимало.

Список використаних джерел

1. Михайловська І.М. Гроші та кредит: навчальний посібник / І.М. Михайловська // Львів; Новий світ-2000, – 2011. – 432 с.
2. Карлова І. Розвиток споживчого кредитування в сучасних умовах функціонування кредитно-банківської системи України / І. Карлова, В. Степанова // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 5. – С. 198-206.
3. Шульга Н.П. Методичні підходи до оцінки економічного статусу клієнтів банку / Н.П. Шульга // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/pprbsu/texts/2009_26/26.1.20.pdf.

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА МІГРАЦІЮ РОБОЧОЇ СИЛИ

Ю.К. Подпалова, студентка
О.М. Козакова, к.е.н., доцент
Одеський національний політехнічний університет

Трансформаційні зміни як процес перетворення сутнісних компонентів економічної системи охоплюють всі аспекти соціально-економічного життя країни, в тому числі й міграційні процеси. В Україні міграція робочої сили (від лат migration – переміщення, переселення) стала одним з головних наслідків трансформаційних процесів. Україна – одна з найбільших країн-донорів робочої сили в Європі, де на сьогодні зовнішня трудова міграція є об’єктивною реальністю. Внаслідок постійного відбору фахівців шляхом їх виїзду за кордон Україна поступово втрачає науковців, робітників високої кваліфікації, що ще більше ускладнює подолання негативних проблем трансформаційного періоду [1].

У вітчизняній історії розвитку міграційних процесів виділяють чотири етапи, які частково перетинаються:

1) етап інтенсивного обміну населенням між Україною та іншими країнами колишнього СРСР (1991-1995 рр.);

2) етап становлення і розвитку зовнішньої трудової міграції з України та човникової торгівлі при скороченні обсягів міграції, пов’язаної зі зміною місця проживання (з середини 1990-х років до початку ХХІ ст.);

3) етап стабілізації зовнішньої трудової міграції та припинення човникової торгівлі (від початку ХХІ ст. до подій весни 2014 р.);

4) етап зростання масштабів зовнішньої трудової міграції та формування потоків вимушеної міграції (з весни 2014 р.).

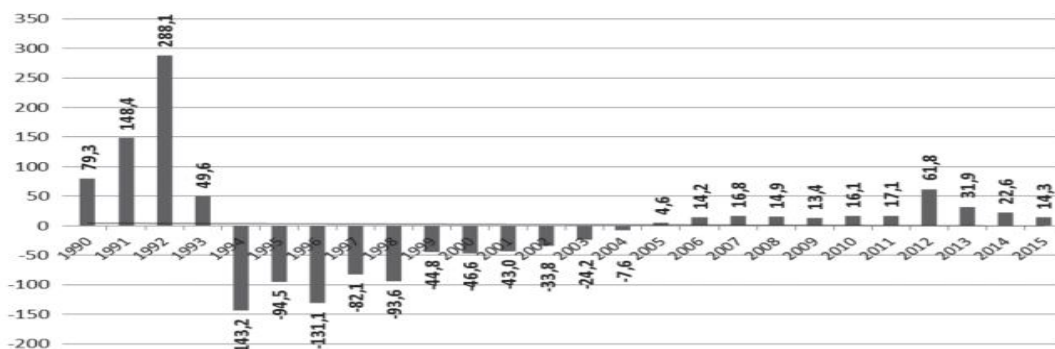


Рисунок – Сальдо міграції населення України у 1990–2015 рр. (тис. осіб)
*складено на основі [2]

Внаслідок регресивних тенденцій в трансформаційних процесах потоки заробітчанства в Україні сформувалися в умовах низької заробітної плати в зареєстрованому секторі економіки, підвищеного рівня безробіття та вимушеної неповної зайнятості, поширення бідності та високого рівня диференціації населення за доходами, значного розриву у рівнях оплати праці в Україні та в інших державах. Навіть економічний підйом, що певний час тривав в Україні з 2000 р., не призвів до реального покращення умов життя широких верств населення та зростання попиту на робочу силу. Можливості працевлаштування на офіційному ринку праці України залишилися обмеженими. Крім того, зайнятість в зареєстрованому секторі економіки держави не гарантує добробуту працюючим робітникам і нерідко не забезпечує потреб відтворення робочої сили на суспільно-нормальному рівні [3].

В цілому процес міграції населення з України пояснюється наступними причинами:

- структурною перебудовою економіки і нестабільною ситуацією на внутрішньому ринку праці як наслідок трансформаційних перетворень;
- значною різницею в умовах життя і рівнях заробітної плати в Україні та країнах Заходу;
- відсутністю перспектив професійного зростання для багатьох здібних людей;
- недостатнім рівнем безпеки громадян, не захищеністю прав власності;
- економічною нестабільністю в країні та невизначеністю шляхів виходу з неї [4].

До позитивних рис трудової міграції можна віднести пом'якшення напруження на ринку праці та підвищення добробуту окремих прошарків населення.

Між тим, масовий відплив робочої сили за кордон негативно впливає на розвиток всієї економічної системи країни, значно послаблює її виробничий, науково-технічний та інтелектуальний потенціал, і в цілому, економічний суверенітет держави.

Отже, на сьогодні еміграційна ситуація в Україні не відповідає її національним інтересам. Очевидно, що об'єктивною необхідністю стабілізації міграційних процесів має стати забезпечення з боку держави спрямованості економіки на структурну перебудову на базі новітніх технологій, на пріоритетність соціального та демографічного розвитку, на підвищення ефективності функціонування ринків праці, капіталу, товарів і послуг та грошей.

Список використаних джерел

1. Баб'як Г.П. Демографічні чинники та їх вплив на відтворення трудового потенціалу України / Г.П.Баб'як // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/5262/1/362-367.pdf>.
2. Позняк О. Зовнішня міграція громадян України за роки незалежності / О.Позняк // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kennankyiv.org/wp-content/uploads/2016/12/Pozniak.pdf>.
3. Населення України. Трудова еміграція в Україні. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.idss.org.ua/monografii/poznyak_2010.pdf.
4. Бахчеванова Н.В. Міжнародна міграція робочої сили в умовах глобалізації / Н.В.Бахчеванова // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fkd.org.ua/article/viewFile/29084/26166>.

ЕКОНОМІКА ЩАСТЯ

*В.Г. Ніколаєва, студентка
Н.О. Черепанова, старший викладач
Одеський національний політехнічний університет*

Мета даного дослідження – показати і проаналізувати основні економічні аспекти «щастя», виявити можливості та межі використання психологічних досліджень в економіці «щастя», запропонувати оптимальну концепцію «щастя» в економіці.

Спочатку розберемося і дамо визначення до основних понять, які належить розібрати надалі. Щастя – це стан людини, яке відповідає найбільшій внутрішній задоволеності умовами свого буття, повноті і свідомості життя, здійсненню свого людського призначення.

Економіка щастя – новий напрямок в економічній теорії, що виникла в останні десятиліття в зв'язку з загостреною критикою ВВП і суміжних з ним показників. Задоволеність – позитивна оцінка різних аспектів життя, що мають особливе значення для індивіда. Вища ступінь прояву задоволеності життям – щастя.

Найцікавіше – це те, наскільки погано люди вміють прогнозувати, що вплине на їх щастя. Психологи називають це афективним прогнозуванням (affective forecasting). Мабуть, це особливо вірно, коли справа стосується грошей: менший час в дорозі з роботи може зробити вас настільки ж щасливим, як підвищення окладу на 40 відсотків, оплачувана відпустка принесе більше радості, ніж готівка, а між вільним часом і більш високою зарплатою ви виберете, швидше за все, перше. І все ж люди часто думають, що саме багатство є рецептом щастя.

На нашу думку, відповідь на це питання не є однозначним. Для однієї і тої ж людини (для жителів одної й самої країни) «щастя» буде змінюватися в залежності від різних факторів.

Відзначимо так само емоційні докази. Гроші дозволяють купити:

- ліжко, але не сон,
- книги, але не розум,
- їжу, але не апетит,
- коштовності, але не красу,
- медичні послуги, але не здоров'я.

У даний час можна визначити «щастя» для окремої людини як наявність одночасно здоров'я, грошей і часу, щоб їх витратити.

Проте гроші – це не найкращий індикатор людських переваг. Наприклад, люди часто вибирають цікаву роботу, навіть з низьким окладом, і відчувають себе абсолютно задоволеними нею. Сучасна економічна теорія щастя значно розширила розуміння корисності.

Розглянемо цікаве явище як парадокс Істерліна. Причина «парадоксу Істерліна» проста. Гроші, як і будь-які речі на світі, підкоряються закону спадної граничної корисності. В якийсь момент, настає рівновага між корисністю від доходу і витратами, пов'язаними з його отриманням. Після цього, додаткові гроші вже не приносять того щастя, що раніше.

Крім того, рівень задоволеністю життям, є величиною суб'єктивною і, залежить скоріше не від абсолютного доходу, а від відношення особистого доходу до доходу сусідів. Тому, після досягнення певного середнього рівня життя, подальше збільшення «щастя» залежить вже від інших факторів. Згідно Істерліна багата людина щасливіше бідного, але якщо збільшити дохід усім одночасно, то щастя у людей не додасться.

Що ми маємо на даний момент:

Авторське визначення: «Щастя – стійкий стан найкращого, на думку індивідуума, задоволення своїх потреб». Поява концепції «щастя» в економіці в

останні 5-6 років пов'язано з пошуком інтегрального показника, що характеризує досягнутий рівень життя на рівні нації, регіону, окремої людини. Рівень щастя – це інтегральний показник, на який неоднозначно впливають економічне зростання і заходи економічної політики.

Підсумуємо: щастя – локальний феномен, і політичним лідерам слід мати це на увазі, розробляючи свої плани дій. В цілому рівень щастя, згідно з дослідженнями, залежить від усіх аспектів життя, з якими стикається людина: задоволеність базових потреб (їжа та житло), наявність роботи і її якість, захищеність людей системою закону і правопорядку, розвиток інститутів і інфраструктури (від чесності виборів до доступності та якості доріг, освіти, навколишнього середовища, медицини). Важливе, звичайно, і економічне зростання. Але лише як один фактор з десяти, і не більше того.

Список використаної літератури

1. Роман Калугін. Чи можна за гроші купити щастя 2013р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lpgenerator.ru/blog/2016/02/01/gedonisticheskaya-adaptaciya-pochemu-dengi-ne-delayut-vas-schastlivee/>
2. Парадокс Істерліна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://popecon.ru/240-paradoks-isterlina.html>.