

**Міністерство освіти і науки України
Полтавська державна аграрна академія**

II Всеукраїнська науково-практична конференція

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ**

(4 грудня 2019 р.)



м. Полтава 2019

*«Актуальні питання сучасної економічної науки»:
матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції*

УДК 33: 167.1
А 43

Рекомендовано до друку вченою Радою факультету обліку та фінансів Полтавської державної аграрної академії (протокол № 3 від 19.11.2019 р.).

Редакційна колегія:

- **Аранчій В.І.**, кандидат економічних наук, професор, ректор Полтавської державної аграрної академії, професор кафедри фінансів і кредиту;
- **Дорогань-Писаренко Л.О.**, кандидат економічних наук, доцент, декан факультету обліку та фінансів, професор кафедри економічної теорії та економічних досліджень;
- **Плаксієнко В.Я.**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри бухгалтерського обліку;
- **Томілін О.О.**, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри фінансів і кредиту;
- **Писаренко В.П.**, доктор наук з державного управління, доцент, професор кафедри публічного управління та адміністрування;
- **Рудич А.І.**, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри економічної теорії та економічних досліджень;
- **Єгорова О.В.**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень.

Актуальні питання сучасної економічної науки: зб. матеріалів II Всеукр. наук.-практ. конф. (4 грудня 2019 р., Полтава). Полтава, 2019. 515 с.

До збірника матеріалів науково-практичної конференції «Актуальні питання сучасної економічної науки» ввійшли результати міждисциплінарних теоретичних та прикладних досліджень актуальних проблем вітчизняної економіки.

Матеріали надруковані в авторській редакції. Відповідальність за зміст матеріалів, точність наведених фактів, цитат, посилань на джерела, достовірність іншої інформації та за додержання норм авторського права несуть автори.

© Колектив авторів
© Полтавська державна аграрна академія, кафедра економічної теорії та економічних досліджень

*«Актуальні питання сучасної економічної науки»:
матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції*

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ УСПІШНОСТІ ТОВАРНИХ ІННОВАЦІЙ	
Нагорний Є.І.....	115
СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ	
Охріменко В.В., Синяк Ю.В.	118
ВПЛИВ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ	
Павлик Н.В.....	120
ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ СИТУАЦІЇ В УКРАЇНІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ	
Перепелиця О.О.....	122
МОЖЛИВОСТІ ВСТУПУ УКРАЇНЦІВ ДО ЧЕСЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ	
Піменов В.Ю.....	125
СТВОРЕННЯ ПРИВАБЛИВОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ, ЯК ОСНОВНА УМОВА ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ У СВІТОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР	
Прокопенко Н.П.	127
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
Проценко Д.В., Падусенко А.О., Логвіненко Т.О.....	130
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ	
Саєнко С.Р.....	133
ЧИННИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ	
Солодкий В.О., Солодка Т.М.....	136
ІНФЛЯЦІЯ: СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИ ПОДОЛАННЯ	
Тимко А.К.	139
КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТЬ, ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БРЕНДІНГУ	
Тучина Ю.О.	142
ПРОБЛЕМА ТРУДОВОЇ ЕМІГРАЦІЇ УКРАЇНЦІВ	
Фролов В.І.	145
ЗНАЧЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	
Черних О.В.....	147

*«Актуальні питання сучасної економічної науки»:
матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції*

споживання у контексті досягнення економіко-екологічної стійкості. Важливою є зміна споживчої поведінки населення, особливо у розвинених країнах світу. Обмеження надлишкового або зумовленого традиціями чи особливостями суспільства споживання як продуктів харчування так і споживчих товарів, особливо тих, виробництво яких не пов'язане із впровадженням так званих «зелених» (тобто екологічно та економічно збалансованих) підходів та виробничих процесів, може досягатися як через цінову політику так й іншими обмежувальними чи стимулюючими заходами.

Збалансування сьогоднішніх витрат з майбутніми вигодами в контексті сталого розвитку є наразі основним завданням ефективною екологічною та економічною політики як в Україні, так і в інших країнах світу. Оптимальним є впровадження дієвого економічного механізму, що забезпечить вигоди для навколишнього природного середовища, економіки та суспільного поступу.

Список використаних джерел

1. Working towards sustainable development: opportunities for decent work and social inclusion in a green economy / International Labour Office. Geneva: ILO, 2012, xxi, 185 p. 2. Rockstrom, J. et al. 2009. «A safe operating space for humanity», in Nature. Vol. 461, pp. 472-475 (24 September). 3. Needham, M. T. (2011). A Psychological Approach to a Thriving Resilient Community. International Journal of Business, Humanities and Technology, vol. 1 no. 3. NY, USA.: CPI. 3.

ІНФЛЯЦІЯ: СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИ ПОДОЛАННЯ

Тимко А.К.,

здобувач вищої освіти, спеціальність «Облік і оподаткування»

Полтавська державна аграрна академія

Науковий керівник: Дорошенко А.П., к.е.н., доцент,

доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень

Інфляція – одна з найгостріших проблем сучасної економіки багатьох країн світу, в тому числі і України. На всі сфери суспільного життя вона має негативний вплив, адже руйнує грошову систему, сприяє зниженню людських заощаджень, призводить до бідності населення та стримує розвиток економіки.

Оскільки забезпечення задовільного рівня життя та розвиток економіки для суспільства та держави завжди має велике значення, дана робота є актуальною.

Інфляція – це процес підвищення цін, і, як наслідок, знецінення грошей внаслідок того, що грошова маса виявилася не забезпеченою товарним запасом [1, с. 8].

Інфляція – досить складне та широке явище. Тому вона має багато видів. В першу чергу, інфляція поділяється на інфляцію попиту та інфляцію витрат.

Інфляція попиту виникає при порушенні рівноваги між попитом та

пропозицією, а саме при перевищенні сукупного попиту над сукупною пропозицією. Як стверджують економісти: «Надто багато грошей полюють за дуже малим обсягом товарів» [1, с. 24].

Інфляція витрат виникає при зменшенні пропозиції, що зумовлене збільшенням витрат виробництва. Збільшуються витрати на виплату заробітної плати виробничого персоналу, зростають ціни на сировину та електроенергію, утримувати та провадити виробництво стає важче [3, с. 88].

Наступний поділ інфляції спричинений різними темпами її зростання. Тут інфляція поділяється на помірну, галопуючу та гіперінфляцію.

При помірній інфляції зростання цін відбувається поступово. Темпи зростання можна назвати помірними, ціни зростають близько на 10% на рік. Західні економісти стверджують, що помірна інфляція є нормальним явищем для економіки країни [1, с. 15].

Унаслідок галопуючої інфляції ціни зростають швидко. Обсяги такого зростання становлять від 20 до 200% на рік. Такий вид інфляції є вже проблемою для економіки.

При гіперінфляції ціни зростають катастрофічно швидко. Темпи зростання перевищують 200% на рік. Гіперінфляція має значний згубний вплив на економіку, адже вона призводить до того, що гроші перестають виконувати свої функції та до поширення бартерних розрахунків [3, с. 85].

Також інфляція поділяється на очікувану й неочікувану, збалансовану й незбалансовану.

Очікувана інфляція є передбаченою учасниками ринкового процесу. Суб'єкти економіки знають завчасно про її настання та встигають підготуватися. Неочікувана інфляція є для них несподіванкою.

Збалансованою є інфляція, при якій ціни зростають помірно та одночасно на всі товари. І навпаки, незбалансована інфляція супроводжується різкими змінами цін на різні товари.

Всі ці види інфляції можна спостерігати тоді, коли вона є відкритою відкрита інфляція має місце за вільного ціноутворення і фіксується за допомогою цін. За прихованої інфляції ціни можуть не зростати, замість цього спостерігається дефіцит товарів [2, с. 230].

Інфляція призводить до складних соціально-економічних наслідків. Не викликає сумнівів те, що більшість наслідків інфляції мають негативний характер. Серед усіх них можна виділити основні. Першим та найголовнішим наслідком є зниження рівня життя населення та людських заощаджень, що призводить до бідності населення та значної соціальної нерівності. Також інфляція призводить до зниження трудової діяльності, адже в людей втрачаються гарантії вигідної реалізації зароблених грошей. Ще інфляційні процеси сприяють падінню курсу національної валюти та зниженню ефективності функціонування національної економіки.

Для боротьби з негативними наслідками інфляції держава провадить

*«Актуальні питання сучасної економічної науки»:
матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції*

антиінфляційну політику. Антиінфляційна політика здійснюється за допомогою багатьох різних методів. З них можна виділити чотири основних: нуліфікація, ревалоризація, дефляція та девальвація.

При нуліфікації грошей старі і значно знецінені грошові знаки вилучаються з обігу та замінюються новими. В Україні даний метод застосовувався у 1996 році.

Ревалоризація означає процес відновлення доінфляційної вартості грошей з метою повернення тієї купівельної спроможності грошей, що була до інфляції.

Третій метод має назву дефляція. Це процес стримування зростання грошової маси в обігу. Дефляція провадиться через вилучення надлишку грошової маси з обігу.

І останній метод з найпоширеніших – девальвація. Девальвація – це зниження обмінного курсу валюти порівняно з іноземною.

Слід зазначити, що всі ці методи спрямовані не на повне знищення інфляції, а лише на стримування швидких темпів її поширення.

У економіці України інфляція була присутня завжди, ще з моменту проголошення незалежності. Сучасна інфляція в Україні викликана багатьма різними причинами. Основні з них полягають у наступному. По-перше, вона зумовлена незадовільним рівнем виробництва та надмірною грошовою емісією, що призводить до того, що значна частина грошової маси виявляється не закріпленою товарним запасом. По-друге, виникнення сучасної інфляції спричинене мілітаризацією економіки внаслідок воєнного конфлікту на сході, що призводить до спрямування грошової маси не у виробництво, а у військову сферу. По-третє, інфляція в Україні спричинена високим рівнем монополізації, що заважає забезпечувати прогресивне виробництво. Також важливою причиною є дефіцит державного бюджету [4, с. 40].

Для економіки України ефективними будуть наступні антиінфляційні заходи. Держава повинна стримувати грошову масу, надмірне її поширення. Як показує практика, це можна зробити підвищивши облікову ставку НБУ, що дозволить не спрямовувати в економіку певну частку грошей. Також для держави необхідним є здійснення антимонопольної політики, адже на ринку в Україні монополії становлять значно велику частку. Ще влада має намагатися пом'якшити конфлікт на сході, що забезпечить спрямування коштів у галузі виробництва.

Нереально знищити інфляцію повністю. Вона буде присутня завжди в економіці різних країн. Тож влада повинна стримувати стрімкий розвиток та поширення інфляційних процесів, застосовуючи різні методи антиінфляційної політики, поєднуючи різні методи для кращого результату та вибираючи правильні принципи діяльності, що будуть корисними саме для національної економіки з її специфічними рисами.

Список використаних джерел

1. Круш П.В., Клименко О.В. Інфляція: суть, форми та її оцінка. Київ :

Центр учбової літератури, 2010, 288 с.

2. Гронтковська Г.Е., Косік А.Ф. Макроекономіка. Практикум. Київ: Центр учбової літератури, 2016, 400 с.

3. Єщенко П.С., Палкін Ю. І. Сучасна економіка. Київ: «Вища школа». 2005, 326 с.

4. Демченко Б. А., Касьянова Н.В. Економіка та управління національним господарством. *Сучасні інфляційні процеси в Україні в умовах нестабільної економіки*. 2017. № 7.

КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТЬ, ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БРЕНДІНГУ

Тучина Ю.О.,

здобувач вищої освіти

Київський національний торговельно-економічний університет

Науковий керівник: Чуніхіна Т.С., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Сьогодні відкритість українського ринку в умовах конкурентної боротьби потребує від компаній створення особливих переваг, що надають можливість стати конкурентоздатними серед інших вітчизняних підприємств.

Сучасний брендінг стимулює компанії зробити свою діяльність більш активною в напрямі формування системи клієнтоорієнтованості, як основної характеристики бізнесу, так як це є тією перевагою серед конкурентів, яка базується на специфічних, особливих можливостях і ресурсах підприємства, які майже не піддаються підробки з боку конкурентів [1, с. 6]. Клієнтоорієнтований підхід стає основою брендінгу оскільки збільшує конкурентоспроможність компанії за рахунок зберігання, залучення й збільшення достанької кількості клієнтів [2, с. 385].

Орієнтація на клієнта – це ключова характеристика компанії, що виражається в встановленні і розвитку партнерських взаємовідносин з клієнтами, а також з будь-якими учасниками як ззовні, так і всередині підприємства, що базується на розумінні та задоволенні їх як активних, так і другочергових потреб та збільшенні максимального прибутку на цій основі [3]. Кожен клієнт має відчувати важливість своїх потреб для співробітника компанії та готовність швидко надати посильне сприяння у задоволенні їх. Саме тому необхідно налагодити або створити злагоджену взаємодію всіх підрозділів підприємства та сформуванню ланцюжок обслуговування клієнта, як важливого для компанії бізнес-процесу.

Стабільними ключовими показниками успіху підприємства, які ідентифікують рівень клієнтоорієнтованості є, перш за все, сервіс, якість та асортимент товарів [4, с. 127].

Клієнторієнтований підхід передбачає розширення наявного асортименту