

Міністерство освіти і науки України
Ужгородський торгово-економічний інститут Київського
національного торгово-економічного університету
Мукачівський державний університет
Карпатський університет ім. Августина Волошина
ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долинського НАН
України»

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
Пряшівський університет в Пряшеві (Словакчина)
Вища школа м.Ніредьгаза (Угорщина)
Технічний університет м.Габрово (Болгарія)

**ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В РИНКОВИХ УМОВАХ**

**МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

Ужгород-Мукачєво
24-25 квітня 2015 року

Інвестиційно-інноваційні засади розвитку національної економіки в ринкових умовах: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 24-25 квітня 2015 року / Ред. кол.: Лендел М.А. (гол. ред.) та ін. – Ужгород-Мукачево: Вид-во «Карпатська вежа», - 492 с.

У збірнику представлено тези доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Інвестиційно-інноваційні засади розвитку національної економіки в ринкових умовах». Розглядаються питання інвестиційно-інноваційного розвитку економіки, досліджуються творчі та практичні аспекти інвестиційно-інноваційної діяльності на національному та регіональному рівнях, проблеми удосконалення системи управління виробництвом на інноваційній основі та розвитку підприємництва і сільських територій, використання інструментів менеджменту, маркетингу та фінансово-облікового забезпечення інвестиційно-інвестиційних процесів. Значну увагу приділено моделюванню економічного зростання регіонів.

Видання розраховане на науковців, спеціалістів, викладачів, аспірантів та студентів, які займаються проблемами розвитку економіки.

Редакційна колегія:

Лендел М.А. - член-кореспондент НААН України, д.е.н., професор,
Гаврилко П.П. - к.е.н., професор, Черниченко Т.В. - д.е.н., професор,
Прескура В.Ф. - д.е.н., професор, Пітюлич М.І. - д.е.н., професор,
Химинець В.В. - д.е.н., професор, Чучка І.М. - к.е.н., доцент, Лендел О.Д.

Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

© Ужгородський торгово-економічний інститут КНТЕУ, 2015
© Мукачівський державний університет, 2015

**РОЗДІЛ І. ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

| | |
|---|----|
| Богущак О.А. Формування інвестиційного капіталу підприємств на фондовому ринку | 15 |
| Брицький Р.М. Інвестиційно-інноваційні засади розвитку національної економіки в ринкових умовах і проблеми зміцнення її економічної безпеки | 17 |
| Брігченко І.Г. Інноваційно-інвестиційні засади розвитку банківської системи України в умовах інтеграції до ЄС | 19 |
| Брігченко І.Г., Князевич А.О. Складові ринку інновацій | 21 |
| Брігченко І.Г., Плисюк Т.Г. Шляхи активізації інвестиційно-інноваційної діяльності у агропромисловому комплексі | 24 |
| Бухун Ю.В. Аналіз розвитку високих технологій в розвинених країнах. Досвід для України | 27 |
| Вовк М.В., Франчук І.Б. Організаційно-економічний механізм формування та забезпечення інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств | 29 |
| Гаврилко П.П., Колодійчук А.В. Стан та перспективи розвитку технополісу «Г'ятихатки» як передової інноваційної структури України | 31 |
| Гегедош К.В. Міжнародний франчайзинг як один із засобів виходу українського підприємств із кризового стану | 33 |
| Деделюк К.Ю. Національне інвестиційне середовище: регіональний вимір | 36 |
| Жукова Л.М., Дем'янова К.А. Механізм реалізації інвестиційної політики держави в контексті модернізації національної економіки | 38 |
| Замрига А.В. Формування системи управління інноваційними процесами в аграрному секторі | 40 |
| Ігнатова О.А. Інвестування коштів у реструктуризацію несплатоспроможних банків | 42 |
| Коваленко О.В. Концептуальний підхід до побудови моделі інноваційного розвитку продовольчого комплексу | 44 |
| Козик І.М. Джерела фінансування та роль капітальних інвестицій в Україні | 46 |
| Краус Н.М. Формування «інноваційного коридору» в процесі інституціоналізації інноваційної економіки в рамках моделі «9і» | 49 |
| Кужелєв М.О., Брігченко І.Г., Стабіас С.М. Розвиток ринку | |

| | |
|---|-----|
| територій | 367 |
| Папп В.В. Регіональні особливості розвитку туристично-рекреаційної сфери Закарпатської області | 369 |
| Патора-Висоцька З. Дуальний характер змін на підприємствах в процесі реструктуризації | 371 |
| Погорляк О.О. Методичні засади інтегральної оцінки інвестиційного потенціалу індустрії гостинності | 374 |
| Радченко Л.О., Біленко Л.М. Деякі проблеми розвитку туризму на світовому рівні | 376 |
| Симочко Г.В. Соціально-економічні перспективи розвитку туристично-рекреаційного комплексу Закарпатської області | 378 |
| Смочко Н.М. Бальнеологічні ресурси Закарпатської області як природний чинник формування якісної моделі ТРС | 380 |
| Харук К.Б. Проблеми та перспективи громадського екологічного руху в Україні | 384 |
| Чорій М.В. Проблеми формування туристичного бренду в умовах кризи | 386 |
| Чучмай А.В. Інновації в туризмі | 388 |

РОЗДІЛ 7. МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ ТА ФІНАНСОВО-ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

| | |
|---|-----|
| Артюхіна М.В., Бесталанина К.О. Застосування франчайзингу на вітчизняному ринку освітніх послуг | 391 |
| Баланюк І.Ф., Сас Л.С. Особливості переоцінки основних засобів за міжнародними стандартами фінансової звітності | 393 |
| Бернцяк В.О. Значення екологічного маркетингу у становленні та розвитку економіки України | 395 |
| Бочко О.Ю., Ситар Л.Й. Процес планування маркетингових комунікацій підприємства | 397 |
| Ващенко О.В. Теоретичні аспекти розвитку інноваційного маркетингу в Україні | 399 |
| Височан О.С. Інформаційна інтерференція в теорії облікових фільтрів .. | 401 |
| Витрищук К.О. Антикризовий менеджмент: контролінг як інструмент управління підприємством | 403 |
| Гасанова А.Е., Радченко Я.Ю. Забезпечення розвитку економіки завдяки підвищенню якості продукції | 405 |
| Герасимович І.А. Гнучкі методи обліку у забезпеченні управління підприємством | 407 |
| Дупляк О.М. Теоретичні аспекти моделювання фінансового ринку | 409 |

| | |
|---|-----|
| Живко З.Б., Сліпа О.З., Мельникович В.М. Діалектична об'єктивно-суб'єктивна структура ризику | 412 |
| Забчко І.В. Формування ефективної бюджетної політики як запоруки безпечного розвитку фінансової системи України | 414 |
| Кирилова О.В. Інформація та комунікації в управлінні маркетингом туристичних послуг | 416 |
| Коваленко О.В., Єрмоменко Г.С. Маркетингова діяльність в управлінні персоналом промислового підприємства | 418 |
| Королович О.О. Модель внутрішнього фінансового контролю правильності та своєчасності формування інших видів власного капіталу | 420 |
| Королюк Н.Я. Брендінг територій: Україна як бренд | 422 |
| Кравченко А.В. Інноваційна діяльність як об'єкт інноваційного менеджменту | 424 |
| Крикавський Є.В., Петецький І., Похильченко О.А. Модель Крайліда у формуванні «верхньої» частини ланцюга поставок | 426 |
| Кузнецова Т.О. Роль сучасного менеджменту в економічному розвитку України | 429 |
| Кухар Р.Б., Мотько Н.Р. Інформаційний аспект сучасного менеджменту та комп'ютерні технології його реалізації | 431 |
| Кушніська М.В. Інноваційна діяльність: актуальні питання обліку та аудиту | 433 |
| Левинька Є.Г., Кунічева Т.П. Дотримання принципів соціальної відповідальності як засіб формування позитивної репутації підприємств сфери послуг в сучасних умовах | 436 |
| Левків Г.Я., Руда О.І., Висоцький В.Й. Розробка стратегічного плану маркетинг-менеджменту на підприємствах | 438 |
| Лендсл О.Д. Роль маркетингу в забезпеченні конкурентоспроможності підприємств туристично-рекреаційної сфери | 440 |
| Луговська І.А., Воробйов А.А. Алгоритм управління маркетинговими дослідженнями локального ринку хліба та хлібобулочних виробів | 443 |
| Мельник П.П. Організаційно-методичні підходи використання та відтворення природних ресурсів | 445 |
| Мельничук О.П. Організація обліку курсових різниць | 447 |
| Мошак О.В. Менеджмент аграрного сектору економіки | 449 |
| Нагорний Е.И. Суцільність і види пробного маркетинга промислової інноваційної продукції | 451 |
| Нестерова С.В., Гомонай Ю.М. Проблеми регулювання валютного ринку України в умовах нестабільної економіки | 453 |

отдельных специальных панелей – торговых точек, в которых производитель продает инновационную продукцию, устанавливает цены, применяет различные формы стимулирования.

3. Пробный маркетинг в форме альфа(бета)-тестов использования продукта. Осуществляется двумя методами. Неформализованный метод – альфа-тест – прототип инновационной продукции демонстрируется целевым потребителям на эксплуатационных стендах производителя. Формализованный метод – бета-тест – производитель предоставляет потребителям в бесплатное использование пробную партию инновационной продукции, наблюдает, как они ее используют, и анализирует различные непредвиденные проблемы, возникающие в процессе ее эксплуатации. По результатам определяют намерение потребителей осуществить покупку.

4. Пробный маркетинг в форме отраслевых выставок или выставок для дистрибьюторов. Реализуется в форме презентации продукции целевым покупателям, а также возможным дистрибьюторам. Представители компаний-производителя анализируют реакцию на предлагаемые продукты, часто по отношению и к конкурентной продукции. После оценивается интерес и намерения оформить заказ.

5. Пробный маркетинг в форме математического моделирования рынка (маркетинговая модель рынка). С его помощью рынок описывается в виде серии уравнений, или моделей, с n -м количеством входных параметров, которые позволяют спрогнозировать объемы продаж инновационного продукта. Для моделирования рынка используют накопленные ранее данные, а также сложные взаимосвязи между ними. С помощью разработанной модели можно спрогнозировать объемы первоначальных и повторных покупок. Модель рынка строится на оболочке компьютерной программы.

6. Пробный маркетинг в форме лабораторного эксперимента. С его помощью, в лабораторной обстановке эксперты моделируют процесс, благодаря которому репрезентативные целевые потребители узнают о новинке, могут сопоставить ее среди других продуктов конкурентов, а далее осуществляют покупку выбранной продукции. На основании полученных экспериментальных данных эксперты прогнозируют объемы первичного спроса. Если продукцию дальше передать на тестирование потребителям в домашних условиях – можно спрогнозировать объемы вторичного спроса.

7. Комбинированный пробный маркетинг. Представляет собой сочетание математического моделирования и лабораторного эксперимента. Сначала в лабораторной обстановке, с участием репрезентативных потребителей моделируется процесс совершения покупки, а далее с помощью полученных результатов и искусственно построенной математической модели рынка прогнозируется объем продаж.

8. Виртуальный пробный маркетинг. Его суть заключается в том, что с помощью компьютерных сетей (интернета) потенциальных потребителей продукции отдаленно подключают к виртуальному магазину или виртуальному экспериментальному стенду производителя. Далее осуществляется демонстрация продукции и/или моделируется процесс

покупки. Основная задача – выявление реакции потребителей на предложенную продукцию с целью анализа возможности ее покупки. Основной особенностью данного вида пробного маркетинга есть то, что целевому потребителю можно показать виртуальный образец продукции, без необходимости ее изготовления.

Таким образом, пробный маркетинг со всеми его видами позволяют промышленности предпринять протестировать инновационную продукцию и ее маркетинговую программу в условиях реального рынка. Положительные результаты пробного маркетинга после необходимых корректировок дают основания утверждать о готовности инновационной промышленной продукции к выведению на рынок.

УДК 339.743

С.В. НЕСТЕРОВА

к.е.н., доц., доцент кафедри обліку та фінансів

Ю.М. ГОМОНАЙ

студентка,

Мукачевський державний університет, м. Мукачево

ПРОБЛЕМИ РЕГУЛЮВАННЯ ВАЛЮТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Динаміка показників міжбанківського валютного ринку в 2014 році обумовлювалася скороченням експортних надходжень та погіршенням ринкових очікувань. Розгортання озброєного конфлікту у Донецькій та Луганській областях призвело до зупинки значної кількості металургійних, хімічних, машинобудівних підприємств. Оскільки понад 20% експорту традиційно припадало саме на ці регіони, наслідком стало зниження експортних надходжень і відповідно зменшення пропозиції іноземної валюти на міжбанківському валютному ринку, що негативно позначилося на курсовій стабільності гривні.

3 7 лютого 2014 року Національний банк перейшов до встановлення офіційного курсу гривні до долара США на рівні його середньозважених ринкових котирувань. У зв'язку з цим, Правлінням Національного банку було прийнято постанову № 1803 від 31.03.2014, відповідно до якої офіційний курс гривні до долара США визначається як середньозважений курс продавців і покупців, що склався поточного дня на міжбанківському валютному ринку України [1]. За 2014 рік офіційний курс гривні знизився відносно долара США на 97,3%, євро – на 74,2%, російського рубля – на 23,7%. Перехід до гнучкого курсотворення виступав однією з ключових передумов ухвалення Радою Директорів МВФ нової дворічної програми «Станд-бай», виконання якої було передумовою, яка дозволить Україні отримати доступ до зовнішньої підтримки з боку міжнародних фінансових

Завдяки цьому в 2014 році Україна отримала від МВФ кредитних ресурсів майже на 4,6 млрд. дол. США. Крім цього, співпраця з МВФ дозволила державі додатково залучити на зовнішніх ринках та за двосторонніми фінансовими угодами ще майже 4,7 млрд. дол. США. Вищезазначене надало можливість Україні вчасно та в повному обсязі виконати свої суверенні зобов'язання в непростих умовах скорочення виробництва та зовнішньої економічної діяльності. Так, у 2014 році платіжі України за державним та гарантованим державою боргом в іноземній валюті, у тому числі за кредитом «Стенд-бай», перевищили 10,3 млрд. дол. США. Для запобігання формуванню додаткового валютного тиску Національний банк України в 2014 році фактично вивіз з міжбанківського валютного ринку України найбільшого покупця іноземної валюти – НАК «Нафтогаз України», забезпечивши компанію доступ до іноземної валюти завдяки проведенню адресних інтервенцій [2].

Наступною важливою проблемою вітчизняного валютного ринку є доларизація економіки, яка тісно пов'язана з процесами валютно-фінансової глобалізації та фінансовою безпекою країни. В Україні долар США поряд з гривнею фактично бере участь у виконанні функцій грошей. Тому боротьба з доларизацією як фінансово-економічним явищем та з її ризиками фінансової безпеки стає важливим напрямом політики НБУ. По суті, це необхідна умова збереження контрольованості монетарної сфери.

Доларизація негативно впливає не тільки на стан валютного ринку, але й на економіку України загалом. Це неможливість повернення валютних кредитів фізичними та юридичними особами, загроза стабільності українських банків, збільшення державного боргу, відплив ліквідності з країни, неспроможність НБУ втримати курс гривні. Державні фінансові вливання призводять лише до зменшення валютних резервів. У лютому 2014 р. обсяг операцій з готівковою іноземною валютою на міжбанківському валютному ринку України (купівля та продаж іноземних валют за гривні в доларовому еквіваленті) становив 2462,0 млн дол. США, у тому числі: – обсяг валюти, купленої банками у населення, – 839,7 млн дол. США; – обсяг валюти, проданої населенню, – 1622,2 млн дол. США. Це свідчить про те, що гривня втрачає функцію засобу нагромадження, зростає недовіра населення до національної валюти і прагнення накопичувати кошти в доларах США [3].

Високий рівень доларизації економіки України веде до виникнення валютних ризиків у разі різких коливань валютного курсу гривні. З метою стабілізації валютного ринку України НБУ має вирішити проблеми щодо прийняття нового валютного законодавства. Нині в Україні немає єдиного нормативного документа, який послужив би в собі всі аспекти валютного регулювання і контролю. В існуючій нормативній платформі не існує чіткого розподілу функцій валютного регулювання та валютного контролю між державними органами, не визначено механізми встановлення режиму валютного курсу, що, у свою чергу, ускладнює можливість прогнозувати

Так, на 01.01.2014 р. частка іноземного капіталу в статутному капіталі банків України становила 39,5%, що перевищує нормативне значення межі економічної безпеки на рівні 30% [4].

Українська гривня може стабілізуватися після затвердження програми співробітництва з МВФ. Нині валютний ринок України дуже слабкий і валютні резерви країни низькі, геополітична ситуація нестабільна. У той час, як банки Сполучених Штатів досягли у 2013 р. загальної капіталізації більше 1 трлн. дол. США, рівень капіталізації українських банків становить усього 192 599 млн. грн. (станом на 01.01.2014 р.) [5]. Таким чином, перед країною стоїть завдання балансування валютного ринку та збільшення рівня капіталізації банківської системи.

Перелік використаних джерел:

1. Постанова НБУ «Про внесення змін до Положення про встановлення офіційного курсу гривні до іноземних валют та курсу банківських металів» № 180 від 31.03.2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0375-14>.
2. Рибаченко К. В. Моделювання стану валютного ринку України [Електронний ресурс] / К. В. Рибаченко. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.
3. Бодрова Н. С. Валютний ринок України: стан, проблеми й перспективи / Н. С. Бодрова // Вісник СумДУ. Серія "Економіка". – 2012. – № 1. – С. 103.
4. Макроекономічний огляд на грудень 2013 року [Електронний ресурс] / Національний банк України. – Режим доступу: <http://bank.gov.ua>.
5. Сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.

**«ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В РИНКОВИХ УМОВАХ»**

24-25 квітня 2015 року

Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції

Редактор випуску: *Лендел Михайло Андрійович*
Відповідальні за випуск: *Гучка Іван Михайлович,*
Лендел Олег Дмитрович

Верстка: *Лендел Олег Дмитрович*

Оригінал-макет виготовлено в
Редакційно-видавничому відділі
Мукачівського державного університету
89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26
Телефон/факс (03131) 2-11-09
© Мукачівський державний університет, 2015

Здано в набір до друку 15.04.2015 р.
Формат 148/210. Папір офсетний. Друк на різнографі.
Гарнітура Times New Roman
Тираж 300 прим.

Адреса видавництва:
Видавництво «Карпатська Вежа»,
вул. Миру, 10, м. Мукачево, Закарпатська обл., 89600
тел.: (03131) 2-20-02

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру України суб'єктів
видавничої справи серія ЗТ № 10 від 20.03.2001 р.