

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ВСЕУКРАЇНСЬКА ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ**  
**УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ ЕКОНОМІСТІВ-МІЖНАРОДНИКІВ**  
**МІЖНАРОДНИЙ ЧОРНОМОРСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**м. ТБІЛІСІ, ГРУЗІЯ**  
**ГАВАРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**м. ГАВАР, ВІРМЕНІЯ**  
**БАТУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ІМЕНІ ШОТА РУСТАВЕЛІ**  
**м. БАТУМІ, ГРУЗІЯ**  
**ЦЕНТР ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ОСВІТИ ГРУЗІЇ**  
**м. ТБІЛІСІ, ГРУЗІЯ**

---

**VI МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ**

**СТРАТЕГІЇ ГЛОБАЛЬНОЇ**  
**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ:**  
**ГЛОБАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО**  
**ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

**22 березня 2019 р.**



УДК 33(063)  
ББК 65.5  
С 83

Стратегії глобальної конкурентоспроможності: глобальне партнерство для сталого розвитку: матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції «Стратегії глобальної конкурентоспроможності: глобальне партнерство для сталого розвитку». – Черкаси: Черкаський державний технологічний університет, 2019 – 170 с.

В збірнику представлені матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції «Стратегії глобальної конкурентоспроможності: глобальне партнерство для сталого розвитку», яка була організована кафедрою міжнародної економіки та бізнесу та кафедрою обліку, аналізу і оподаткування Черкаського державного технологічного університету, ВГО «Українська асоціація економістів-міжнародників», Міжнародним чорноморським університетом, Гаварським державним університетом, Батумським державним університетом та Центром європейської освіти Грузії.

Розглянуті інституційні, технологічні, інноваційні та фінансові аспекти забезпечення глобальної конкурентоспроможності, визначено роль глобального партнерства як інструменту забезпечення конкурентоспроможності, досліджено соціально-гуманітарний контекст глобального та національного економічного розвитку, окреслено стратегічні напрями розвитку обліку, аналізу і контролю в сучасних умовах господарювання, розглянуто можливі шляхи розв'язання сучасних проблем теорії і практики забезпечення конкурентоспроможності на рівнях країни, регіону та підприємства.

### ***Організаційний комітет***

Фауре Е. В.	к.т.н., доцент, проректор з науково-дослідної роботи та міжнародних зв'язків Черкаського державного технологічного університету
Петкова Л. О.	д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародної економіки та бізнесу ЧДТУ
Гавриленко В. О.	к.е.н., доцент, завідувач кафедри обліку, аналізу і оподаткування ЧДТУ
Бучашвілі Г.	PhD, проректор Міжнародного чорноморського університету
Арсен Апроян	Dr., проректор Гаварського державного університету
Дідманідзе І.	д.ф.-м.н., професор, керівник напрямку інформаційних технологій центру мов та інформаційних технологій
Чачанідзе Г.	Dr., Prof., директор Центру європейської освіти Грузії, президент Глобального Союзу вчених для миру в Грузії, президент Міжнародної академії наук інформатизації освіти
Манн Р. В.	д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та підприємництва ЧДТУ
Коломицева О.В.	д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної кібернетики та маркетингу ЧДТУ
Гончаренко І. Г.	д.н.держ.упр., професор, завідувач кафедри фінансів ЧДТУ
Паламарчук Д. М.	к.е.н. доцент кафедри міжнародної економіки та бізнесу ЧДТУ
Пасенко В. В.	к.е.н., доцент кафедри обліку, аналізу і оподаткування ЧДТУ

\*Матеріали подані в авторській редакції. Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен та інших даних несуть автори.



пошуку, маніпулювання та аналізу (наприклад, порівняння між компаніями або за різні періоди, аналіз OLAP до рівня транзакцій).

XBRL як стандартизований і незалежний від платформи механізм впливає на IT-ландшафт, на якому базується ланцюжок постачання звітності. Це дає можливість безперешкодно інтегрувати різноманітні технології, платформи та програмні додатки у фінансові процеси в компаніях і серед зацікавлених сторін. Це підвищує сумісність і зв'язок між додатками, полегшує обмін фінансовою інформацією і зменшує зусилля для перетворення даних.

Розроблений для автоматизованого створення, публікації, відкриття, споживання та повторного використання XBRL широко розглядається як засіб зменшення зусиль у процесі обробки фінансової інформації для всіх зацікавлених сторін. Основна фінансова інформація повинна бути підготовлена лише один раз і доступна в машинозчитуваному форматі, що полегшує автоматизовану обробку та доступ. Не потрібні ані трудомістка подвійна звітність ані повторне введення інформації. Це спрощує своєчасне розповсюдження інформації. Те ж саме стосується паралельного обліку та дотримання різних стандартів фінансової звітності. Деякі автори стверджують, що XBRL також покращує процеси аудиту, оскільки відповідна інформація завжди актуальна і може бути легко оброблена. Як згадувалося раніше, таким чином XBRL забезпечує концепцію безперервного аудиту.

Існує широкий консенсус щодо того, що XBRL значно покращує розподіл фінансової інформації серед зацікавлених сторін. Основна фінансова інформація повинна бути підготовлена лише один раз і може бути надана в широкому діапазоні форматів і мов через різні канали зв'язку (наприклад, веб-звітність). Крім того, електронні формати полегшують споживання та повторне використання інформації. Зацікавлені сторони можуть легше задовольняти свої інформаційні потреби: Кожна зацікавлена сторона може споживати інформацію у бажаному форматі та через бажаний канал.

Отже використання XBRL підприємствами є досить трудомістким але переваги в результаті можуть значно підвищити економічні вигоди у майбутньому.

**Демиденко Світлана**

к.е.н., доцент

**Настенко Анна**

магістрант

Черкаський державний технологічний університет

Черкаси, Україна

## ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ

Сьогодні в діяльності підприємств будь-якої галузі економіки визначальну роль відіграє маркетинг. Якщо раніше підприємства могли успішно функціонувати, звертаючи увагу переважно на поточну роботу, на внутрішні проблеми, пов'язані з підвищенням ефективності використання ресурсів, то в



даний час важливим стає здійснення такого управління, яке забезпечує адаптацію підприємства до швидко змінного навколишнього середовища [1].

Важливою складовою організації маркетингової діяльності є розробка та впровадження її стратегії. Правильно обрана стратегія підприємства та контроль над її виконанням дозволить покращити результати його діяльності. Враховуючи пріоритетні цілі, підприємство формує стратегію в залежності від конкретної ринкової ситуації. Вибір комбінації стратегій залежить від позиції товару підприємства на ринку, рівня витрат на маркетинг, в тому числі і в їх розподілу по цільових ринках, а також від комплексу маркетингових заходів для реалізації стратегії [2].

В умовах функціонування ринку маркетингова стратегія підприємств формується під впливом різноманітних факторів і на підставі великої кількості маркетингової інформації. Зважаючи на значну кількість наукових досліджень, залишається актуальним питання розробки маркетингової стратегії та урахування факторів, що її обумовлюють.

При формуванні маркетингової стратегії підприємства, науковці пропонують враховувати наступні чотири групи основних факторів:

1. Тенденції розвитку попиту і зовнішнього маркетингового середовища (ринковий попит, запити споживачів, система товарообороту, правове регулювання, тенденції в ділових колах, умови територіального розміщення).

2. Стан та особливості конкурентної боротьби на ринку, стратегічні напрямки діяльності підприємств-конкурентів.

3. Управлінські, товарні, фінансові, торговельні, кадрові, науково-технічні, інформаційні ресурси підприємства, визначення його сильних сторін в конкурентній боротьбі.

4. Основна концепція розвитку підприємства, його глобальні цілі і завдання підприємницької діяльності в основних стратегічних зонах [3].

Оскільки, підприємство знаходиться і функціонує в середовищі, яке розподіляється на внутрішнє і зовнішнє, на вибір маркетингової стратегії впливають як внутрішні фактори (наявні ресурси, технологічні та організаційні компетенції), так і стан зовнішнього середовища (особливості попиту, конкуренції, інституціональні фактори тощо).

Як відомо, маркетингове середовище постійно змінюється, що призводить, і до нових можливостей, і до нових загроз. При формуванні маркетингової стратегії підприємство повинно відстежувати вплив шести основних груп факторів зовнішнього середовища: демографічне середовище (темпи зростання чисельності населення, зміна вікової структури, рівень освіти населення); економічне середовище (розподіл доходів, рівень цін, заощаджень, заборгованостей і доступність кредиту); природне середовище (скорочення запасів природних ресурсів, подорожчання енергії, зростання забруднення навколишнього середовища); технологічне середовище (прискорення науково-технічного прогресу, збільшення інвестицій на НДР, розвиток технологій); політико-законодавче середовище (дотримання законів, що регулюють підприємницьку діяльність та захищають суспільні інтереси); соціокультурне



середовище (відношення індивідів до самих себе, інших людей, різних організацій, суспільства, природи) [4].

Фактори внутрішнього середовища визначають можливий рівень якості і адаптаційні можливості підприємства до вимог споживачів. До основних внутрішніх факторів, які впливають на формування маркетингової стратегії відносяться технологічні здібності підприємства, що характеризують технології виробництва та інноваційні можливості; ресурси підприємства; організаційні можливості, які включають організацію загальної системи управління (планування, контроль, мотивацію), організацію виробництва, організацію збуту і маркетингу, організацію логістики.

Як показала практика, не існує єдиної маркетингової стратегії для всіх підприємств, оскільки процес розробки стратегії для кожного підприємства унікальний і залежить від ряду факторів, таких як: позиції на ринку, динаміки розвитку, потенціалу, поведінки конкурентів, характеристик виробленого товару або наданих послуг, стану економіки, культурного середовища тощо.

**Висновок:** в сучасних умовах підприємства зацікавлені в ефективному управлінні маркетинговою діяльністю, яке дозволить аналізувати ринкові можливості, обирати цільові ринки, розробляти ефективний комплекс маркетингових заходів. Лише ефективна маркетингова стратегія допоможе підприємству вижити в несприятливому зовнішньому середовищі. При розробці маркетингової стратегії урахування усіх факторів впливу на діяльність підприємства дасть можливість оцінювати ефективність обраної стратегії на кожному етапі її реалізації.

#### **Список використаних джерел**

1. Абрамова Г.П., Касаев Б.С. Маркетинг: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2007. - 456 с.
2. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг: Навч. посібник. - К.: КНЕУ, 1998. - 152 с.
3. Маркетинг: учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу / Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова, В.Ю. Гречков. – М.: Юрист, 2000. – 568 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент/ Філіп Котлер: Пер. с англ. – СПб: Питер-Ком, 2000. – 896 с.

**Кравченко Оксана**

к.е.н, доцент

Черкаський державний технологічний університет

Черкаси, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ЗАПАСІВ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ**

Базовим елементом організації облікового процесу в бюджетних установах є формування облікової політики, формування якої має відбуватися з урахуванням особливостей діяльності бюджетних установ досить різноманітної за функціональними ознаками. Виконання своїх функцій бюджетними



## ЗМІСТ

### ЕКОНОМІЧНІ, ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА ПОЛІТИЧНІ ВИКЛИКИ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА

Berezina Olena	Glocalization and decentralization impact on financial security management	3
Петкова Леся	Потенціал глобального партнерства для довгострокового економічного зростання України	6
Пустовійт Роберт	Клептократична економіка як фактор протидії інтеграційним процесам України	9
Бережна Леся, Снитюк Оксана	Концепція фінансової інклюзії: світовий та український досвід	12
Кочергіна Олена	Чутливі до вступу в Євросоюз галузі економіки України	15
Паламарчук Дмитро	Динаміка технологічної інтенсивності виробництв країн ЄС	17
Пасенко Владислав	Розбудова конкурентоспроможності глобального бізнесу на основі розвитку ІКТ	19
Новосад Лілія	Роль приватного сектору у фінансуванні сталого розвитку в різних країнах світу	21

### СТРАТЕГІЇ ПОСИЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Одінцов Олег	Формування кластерів малої форми господарювання	23
Трушкіна Наталія	Логістичний кластер як форма партнерства в контексті сталого розвитку регіонів України	26
Кришня Таїсія	Аналіз міжнародної конкурентної позиції України	29
Новікова Орина	Стратегії посилення конкурентоспроможності регіонів України	31
Трофимович Олександра	Інноваційна стратегія підвищення рівня конкурентоспроможності України	34

### КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ У СВІТОВОМУ ГОСПОДАРЬСЬКОМУ ПРОСТОРІ

Гончаренко Ірина	Макроекономічні передумови формування фінансів домогосподарств	37
Бразілій Наталія	Ділова репутація, та її відображення в системі обліково-аналітичного забезпечення	39
Данилюк Тетяна	Конкурентні переваги використання логістичного аутсорсингу в умовах українських реалій	42



Зінчук Наталія	Аналіз конкурентних переваг закладу вищої освіти за допомогою засобів бенчмаркінгу	45
Серватинська Інна	Специфіка диференціації доходів домогосподарств в Україні	47
Бондаренко Анастасія	Шляхи підвищення конкурентоспроможності української продукції на міжнародному ринку	49
Кулинич Аліна	Україна в контексті світових інтеграційних процесів	52
Лисенко Тая	Структурні зміни зовнішньої торгівлі високотехнологічними послугами України в умовах євроінтеграції	54

## **СОЦІАЛЬНІ СКЛАДОВІ СТАЛОГО ГЛОБАЛЬНОГО ТА НАЦІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ**

Захарова Оксана	Забезпеченість підприємств персоналом як основа потенційної спроможності регіону до сталого розвитку	57
Гавриленко Яна	Стратегії формування трудового потенціалу підприємств на сучасному етапі розвитку економіки	60
Кулик Юлія	Регіоналізм: сучасний вектор змін	62
Марущак Дарія	Особливості розвитку світового ринку логістичних послуг	64
Natorina Alona	International student mobility	67
Паламарчук Наталія	Підвищення якості освіти в умовах забезпечення сталого глобального та національного розвитку	69
Сахно Тетяна	Соціальні аспекти розвитку об'єднаних територіальних громад	72
Ткаченко Юлія	Сучасні проблеми сталого розвитку	74
Кулинич Альвіна	Забезпечення реалізації концепції сталого розвитку в світі та Україні	78
Нагорний Дмитро	Соціальна складова концепції сталого розвитку	79
Онищенко Альона	Роль СОТ в забезпеченні реалізації цілей сталого розвитку	82

## **ТЕХНОЛОГІЧНІ, ІННОВАЦІЙНІ ТА ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Aproyan Arsen, Leshchenko Marina	The transnationalization's role in the development of regional economic integration	84
Buchashvili Goderdzi, Vdovychenko Yuriy	Modern aspects of the sustainable development's ensuring in the digital economy	86
Карлін Микола	Токсичні інвестиції як загроза сталому розвитку України	88



Ушкаренко Юлія	Інноваційний розвиток аграрного сектора економіки України на основі кооперації	91
Polishchuk Andrii	The impact of urbanization on the cities' competition in the global space	93
Вербицька Галина	Активізація інвестиційної діяльності як чинник підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах міжнародних економічних відносин	95
Голячук Наталія, Голячук Сергій	Оцінка інвестиційної привабливості лісгосподарських підприємств Волинської області	97
Горяїнов Олексій	Концепція «Освіта 4.0» як основа сталого розвитку університетів	100
Загоруйко Іван	Макроекономічна модель динаміки обсягу та ефективності основних фондів	103
Насіров Мехді Фарман огли	Податкові стимули популяризації переробки ПЕТ-тари, пластикової упаковки та подібних пластикових товарів	110
Пікалов Юрій	Аналіз наявних баз знань та їх класифікація	112
Платонов Олег	Державне регулювання розвитку мультимодальних перевезень через надання податкових преференцій	115
Подлужна Наталія	Визначення імперативів розвитку економіки знань в Україні	118
Рябоконт Михайло	Методологічні основи сучасної інноваційної моделі економічного розвитку	121
Силенко Ольга	Провайдинг інновацій як інструмент організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку металургійних підприємств	123
Стрельніков Пилип	Роль прямих іноземних інвестицій в розвитку країн світу	125
Байрак Наталія	Енергетичні інновації в економічній політиці країн ЄС	127
Бондар Альона	Fintech напрям інноваційного розвитку як один із факторів глобального економічного зростання	130
Даценко Аліна	Вплив інформаційно-комунікаційних технологій на підвищення конкурентоспроможності країн Європейського Союзу	133

## **СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ І КОНТРОЛЮ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Гавриленко Валентина	Бізнес-процеси як інструмент забезпечення стабільного та беззбиткового розвитку підприємства	136
----------------------	--	-----



Чиж Віра	Облік затрат у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства	138
Бойко Ольга	Деякі переваги застосування формату XBRL	140
Демиденко Світлана, Настенко Анна	Фактори впливу на формування маркетингової стратегії	142
Кравченко Оксана	Особливості організації обліку запасів бюджетних установ	144
Крот Юлія	Особливості проведення аудиту облікової політики підприємства	147
Пасенко Вікторія	Шляхи зниження собівартості продукції рослинництва в сільському господарстві	150
Якимова Лариса, Карелова Олександра	Проблеми обліку дебіторської та кредиторської заборгованості в контексті забезпечення ділової комунікації підприємства	153
Ткаченко Алла, Харченко Владислав	Оптимізація грошових потоків на підприємстві в сучасних умовах господарювання	156
Ткаченко Алла, Майданюк Вероніка	Основні напрями застосування методів аналізу фінансових результатів в сучасній і закордонній практиці підприємств	159
Пасенко Вікторія, Крижанівський Віталій	Спрощена система оподаткування: переваги та недоліки	161
Ткаченко Алла, Настенко Анна	Напрямки забезпечення та зміцнення платоспроможності на вітчизняному підприємстві	163
Ткаченко Алла, Ничипорук Анна	Шляхи підвищення фінансової стійкості підприємства	164