

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE**

**ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ
ЕКОНОМІКИ, ОБЛІКУ, ФІНАНСІВ І ПРАВА**

**THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF ANALYSIS
ECONOMICS, ACCOUNTING, FINANCE AND LAW**

**Збірник тез доповідей
Book of abstracts**

**Частина 3
Part 3**



**18 червня 2020 р.
June 18, 2020**

**м. Полтава, Україна
Poltava, Ukraine**





**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE**

**ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ
ЕКОНОМІКИ, ОБЛІКУ, ФІНАНСІВ І ПРАВА**

**THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF
ANALYSIS ECONOMICS, ACCOUNTING,
FINANCE AND LAW**

**Збірник тез доповідей
Book of abstracts**

**Частина 3
Part 3**

**18 червня 2020 р.
June 18, 2020**

**м. Полтава, Україна
Poltava, Ukraine**



УДК 33
ББК 65

Теоретико-практичні аспекти аналізу економіки, обліку, фінансів і права: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 18 червня 2020 р.): у 4 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2020. Ч. 3. 63 с.

У збірнику тез доповідей представлено матеріали учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Теоретико-практичні аспекти аналізу економіки, обліку, фінансів і права» з:

БГУИР «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники»
Белорусский государственный университет
Белорусский государственный экономический университет
Вінницький соціально-економічний інститут Університету «Україна»
ГНУ «Институт экономики НАН Беларуси»
Гомельский государственный технический университет им. П. О. Сухого
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
ДВНЗ «Університет банківської справи»
Державний університет інфраструктури та технологій
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ
Донецький державний університет управління
Донецький національний університет імені Василя Стуса
Донецький юридичний інститут МВС України
ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України»
Економіко-технологічний інститут ім. Роберта Ельворті
Запорізький національний університет
Інститут економіки та прогнозування НАН України
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень Національної академії наук України
Київський національний торговельно-економічний університет
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Коледж транспорту та комп'ютерних технологій ЧНТУ
Криворізький національний університет
Львівський національний університет імені Івана Франка
Львівський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління
Львівський університет бізнесу та права
Міжнародний економіко-гуманітарний університет ім. акад. С. Дем'янчука
Молдавская экономическая академия
МЦ «КіндерКлінік»
Національна академія Служби безпеки України
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Національний університет водного господарства та природокористування
Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова
Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова
Одеський національний економічний університет
Одеський національний морський університет
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
ПВНЗ «Фінансово-правовий коледж»
Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС України

**Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції
«Теоретико-практичні аспекти аналізу економіки, обліку, фінансів і права»**

Полтавський університет економіки і торгівлі
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури
Сумський державний університет
Сумський національний аграрний університет
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського
Ташкентський державний економічний університет
Тернопільський національний економічний університет
Український державний університет залізничного транспорту
Університет Григорія Сковороди в Переяславі
Університет державної фіскальної служби України
Університет митної справи та фінансів
Університет «КРОК»
Університету державної фіскальної служби України
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет
«МИТСО»
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра
Василенка
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова
Харківський національний університет радіоелектроніки
Херсонський державний аграрно-економічний університет
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

У збірнику тез доповідей висвітлюються результати наукових досліджень з актуальних питань економіки, обліку, фінансів та права.

Тематика конференції охоплює актуальні проблеми: економічної теорії та історії економічної думки; світового господарства і міжнародних економічних відносин; економіки та управління національною економікою; економіки та управління підприємствами; національної безпеки та оборони в умовах кризових явищ; економіки сільського господарства і АПК; екологічної економіки і сталого розвитку; економіки торгівлі та послуг; економіки природокористування; розвитку продуктивних сил і регіональної економіки; інновацій та інвестиційної діяльності; демографії, економіки праці, соціальної економіки і політики; туризму та готельно-ресторанної справи; бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту; фінансів, банківської справи, страхування; математичних методів, моделей та інформаційних технологій в економіці; маркетингу; менеджменту; логістики та транспорту; публічного управління та адміністрування; історії та теорії держави та права, філософії права; конституційного права, муніципального права, міжнародного публічного права; цивільного права та процесу, сімейного права, житлового права, міжнародного приватного права; господарського права та процесу; трудового права та права соціального забезпечення; адміністративного права та процесу, фінансового права, інформаційного права; кримінального права, кримінально-виконавчого права, кримінології, кримінального процесу, криміналістики; міжнародного публічного права та міжнародного приватного права.

Видання розраховане на науковців, викладачів, працівників органів державного управління, студентів вищих навчальних закладів, аспірантів, докторантів, працівників державного сектору економіки та суб'єктів підприємницької діяльності.

забезпеченні соціально-економічного розвитку як своїх населених пунктів зокрема, так і держави загалом. Лише той народ може розраховувати на свою життєздатність, динамічність і перспективи в сучасному конкурентному просторі, у якого сформовано, виховано усвідомлення важливості потреби власної участі у творенні держави шляхом безпосереднього фінансового (податкового) забезпечення її розвитку. Нація має брати реальну фінансову участь у творенні власної держави, що обумовлює її динамічний розвиток.

Список літератури

1. Бюджет України. URL: <http://old.cost.ua/budget/revenue>.
2. Возняк Г. В. Бюджетна децентралізація : європейський досвід та перспективи для України. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2016. URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20163\(119\)/sep20163\(119\)_056_Voznyak](http://ird.gov.ua/sep/sep20163(119)/sep20163(119)_056_Voznyak).
3. Карпінський Б. А. Державотворчий патріотизм нації: податкова домінанта : монографія. Львів : Колір ПРО, 2016. 534 с. (Серія «Держава і стратегіологія»).
4. Карпінський Б. А., Залуцька Н. С., Карпінська О. Б. Податки. Довідник-словник. : навч. посіб. Київ : Професіонал, 2008. 464 с.
5. Податковий кодекс України. URL: <http://sfs.gov.ua/nk/spisok2/glava-5--podatkoviy-kontrol>.
6. Фінансова децентралізація: результати 2018 року та перспективи 2019 року. URL: <https://storage.decentralization.gov.ua/uploads/library/file/382/Fourpager.pdf>.

УДК 339.138:336.71

Панченко О. В.

аспірант,

ДВНЗ «Університет банківської справи»

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ

Застосування маркетингових комунікацій є передумовою забезпечення ефективності діяльності банків. Просування як один з елементів маркетингу в діяльності банку є своєрідним інформаційним виходом на клієнта.

З метою використання маркетингових комунікацій повною мірою, банки повинні постійно слідкувати за змінами уподобань цільової аудиторії, появою нових конкурентів і за їх пропозицією, використовуючи при цьому маркетингові дослідження. Зокрема, за результатами проведених маркетингових досліджень за визначеними напрямками, банківські установи матимуть змогу модифікувати банківські продукти відповідно до змін смаків цільової аудиторії за допомогою маркетингових функцій. Але досягти цього можливо через формування процесу управління маркетинговими комунікаціями у банках.

Управління маркетинговими комунікаціями необхідно розглядати як складову загальної системи управління банком. На нашу думку, управління маркетинговими комунікаціями банку – це діяльність з регулювання стійкості банку на ринку за допомогою інформаційних технологій, комплекс заходів щодо визначення практичних цілей банківської установи, здійснюваних за допомогою інструментів маркетингових комунікацій. Також процес управління маркетинговими комунікаціями передбачає комплексну розробку рішень за змістом комунікацій, вибору стратегій та їх обґрунтування, що сприяє формуванню привабливого іміджу банківської установи на довгострокову перспективу і забезпечує досягнення маркетингових стратегічних цілей [1].

Необхідно зазначити, що при системному підході управління маркетинговими комунікаціями банку розглядається як невід’ємний елемент системи управління

маркетингу в тісному взаємозв'язку з іншими елементами маркетингової діяльності (товарною, ціновою і збутовою політикою). З іншого боку, управління можна розглядати як процес інтеграційної взаємодії учасників комунікаційної діяльності.

Для забезпечення управління маркетинговими комунікаціями банку необхідно використовувати маркетингову інформаційну систему. Маркетингова інформаційна система (МІС) – це комплекс структур, процедур і методів, призначених для своєчасного і систематичного збору, обробки, аналізу, оцінки і зберігання маркетингової інформації банку, яка передається всередині фінансової установи компетентним особам для прийняття управлінських рішень [2].

Організаційний механізм управління маркетинговими комунікаціями пропонуємо представити у вигляді трьох систем: аудиту управління маркетингових комунікацій, оцінки ефективності управління маркетингових комунікацій та формування комунікаційної стратегії банку.

Суб'єктами управління маркетингових комунікацій банку є фахівці маркетингових комунікацій, які можуть адаптуватися до зовнішнього середовища і визначити прийняття управлінських рішень щодо маркетингових комунікацій банківської установи. Зовнішні експерти можуть залучатися при створенні маркетингових рекламних кампаній.

Зауважимо, що цілями побудови організаційного механізму управління маркетингових комунікацій банку є:

- збільшення обсягу продажів банківських продуктів;
- мотивація клієнтів;
- створення або збереження іміджу банку;
- вплив на зміну поведінки споживачів тощо.

Зокрема, глибокий аналіз комунікаційної поведінки клієнтів банку забезпечується завдяки системі аудиту управління маркетинговими комунікаціями, яка складається з декількох підсистем, кожна з яких дозволить банку виявити механізми формування комунікаційних зв'язків у зовнішньому середовищі. Комплекс першої підсистеми складається з наступних елементів: SWOT-аналіз, підсистеми аудиту системи управління маркетинговими комунікаціями, підсистеми аудиту маркетингових комунікацій відповідності окремим сегментам ринку та підсистеми аудиту портфеля стратегій маркетингових комунікацій банку.

Банкам рекомендується планувати аудит з етапу формування цілей та завдань, необхідно також розробити критерії для оцінки існуючого управління маркетинговими комунікаціями та сформулювати вимоги до менеджменту банківської установи у системі зовнішніх комунікацій.

Зокрема, аудит маркетингових комунікацій відповідності окремим сегментам ринку передбачає визначення цілей та застосування інструментів маркетингових комунікацій для відповідного сегменту з метою просування банківського продукту.

Система аудиту управління маркетинговими комунікаціями банку завершується розробкою комунікаційної стратегії. Формування комунікаційної стратегії повинно ґрунтуватися на попередніх стадіях аудиту і вона залежить від стратегічного комунікаційного клімату і стану системи управління маркетингових комунікацій в банківській установі.

Зауважимо, що система аудиту маркетингових комунікацій є ваговою складовою системи управління маркетинговими комунікаціями в банку.

Другою підсистемою, яка входить до організаційного механізму управління маркетинговими комунікаціями банку є система оцінки ефективності управління маркетинговими комунікаціями. Оцінка ефективності управління проводиться на

підставі аналізу та розрахунку економічних показників, витрат на маркетингові комунікації для досягнення необхідного ефекту від застосування маркетингових комунікацій. Управління ефективністю маркетингових комунікацій на основі системи показників передбачає розрахунок економічних та комунікаційних ефектів від застосування комунікаційних заходів як офлайн так і в Інтернеті, тобто це фактично отримані результати за конкретний проміжок часу.

Попередній аналіз, проведений аудит і оцінка управління маркетинговими комунікаціями є необхідною умовою для переходу до завершальної стадії комплексної системи управління маркетинговими комунікаціями. Система формування стратегій маркетингових комунікацій передбачає вибір комунікаційної стратегії банку або синтез декількох стратегій.

Система контролінгу маркетингових комунікацій є системою підтримки і економічного обґрунтування, оцінки ефективності та контролю рішень у рамках маркетингових комунікацій, що забезпечує ефективність діяльності банків.

Таким чином, запропонований організаційний механізм управління системи маркетингових комунікацій дозволить банкам підвищити комунікаційний потенціал, побудувати комунікаційну політику банківської установи, спрямовану на формування лояльності клієнтів та забезпечить ефективність діяльності банків.

Список літератури

1. Girchenko T., Panchenko O. Research on the Practical Aspects of the Providing Efficiency of marketing communications'bank. *Журнал «Фінансово-кредитна діяльність»*. 2020. № 1. С. 13 – 22
2. Крижко О. В. Інформаційні системи в маркетинговій діяльності. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2016. №4. С. 113 – 120

УДК 336.67

Пенез О. В.

старший викладач кафедри фінансів, обліку та оподаткування,
Донецький державний університет управління

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Вирішальним рушієм розвитку в умовах глобалізації є застосування інновацій у конкурентному змаганні національних економік з ціллю підняття рівня їх конкурентоспроможності. Велике значення у формуванні глобального економічного простору та в цілому поступальному розвитку держави відіграють інновації.

Інноваційний розвиток – це неодмінна складова господарства України. На даний час не існує держави, де б економічне суперництво за першість на всесвітніх ринках не було б пов'язане з інноваціями. Це викликано багатьма чинниками: зношеність основних фондів підприємства, височенна собівартість, і як результат, – невисока конкурентоспроможність товарів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Головним завданням для підприємств всіх галузей народного господарства є скорочення витрат. Сьогодні на багатьох підприємствах використовуються застарілі обладнання й технології, що негативно впливають на ефективність їх роботи. За таких обставин велике значення має забезпечення інноваційного розвитку сучасних підприємств, що передбачає розв'язання багатьох фінансових проблем [1, с. 20].

За умов зростання конкуренції можливість переймати й використовувати новітні технології – одна з найважливіших конкурентних переваг підприємств. Головною передумовою впровадження результатів наукового пошуку у реальному секторі і їх