

просування, інтернет-маркетинг дає чітку статистичну картину ефективності маркетингової кампанії.

Інтернет-маркетинг асоціюється з декількома бізнес-моделями. Основні моделі: бізнес-бізнес (B2B) і бізнес-споживач (B2C). B2B складається з компаній, які роблять бізнес між собою, тоді як B2C має на увазі прямі продажі кінцевому споживачеві. Першою з'явилася модель B2C. B2B схема виявилася складнішою і почала діяти пізніше. Третя, рідкісна модель, це - "користувач-користувач" (P2P), яка останнім часом швидко набирає популярність, де звичайні користувачі інтернету обмінюються між собою і продають товари один одному. Як приклад, можна привести міжнародний аукціон eBay або систему обміну файлами Kazaa.

На кінець 2015 року загальний обсяг українського ринку інтернет-реклами досяг 120 мільйонів гривень, показавши майже 80 % ріст відповідно до результатів 2014 року. У поточному 2016 році експерти прогнозували спад в усіх сегментах рекламного ринку на 15–40 %, окрім ринку інтернет-реклами, ріст якого хоч і мав уповільнитися, та все одно складав би, за різними оцінками, 20–40 % (до 140–170 млн. грн.). В той же час простежується стабільно швидке зростання глобальної долі інтернет серед усіх медіа каналів. Різко зменшилася доля друкованих ЗМІ, стабільно падає доля радіо.

Більшість публікацій про маркетинг в інтернеті зараз зводяться до реклами в цій мережі. Дійсно, інтернет-реклама найбільш чітко виділяє відмінності інтернету, його нові форми, реклама спрямована на кінцевого споживача й тому вона завжди "перед очима" користувача. Однак відношення маркетингу в інтернеті тільки до інтернет-реклами дуже звужує дійсні функції й можливості інтернету.

Актуальність даної теми пояснюється новими економічними реаліями, особливостями перехідного періоду в економіці України, необхідністю використання інтернет-технологій. Актуальність поглиблюється зростанням конкурентного середовища на інформаційному ринку, переходом виробництва до високих технологій, що швидко реагують на попит і оперативно задовольняють його. Основне завдання інтернет-маркетингу в сучасній економіці нашої країни - допомогти будь-якому бізнесу, не залежно від виду його діяльності, здобути максимальний прибуток, бути лідером на ринку.

*Список використаних джерел:*

1. Бурлаков О.С. Електронна комерція як засіб підвищення ефективності збутової діяльності агроформувань / О.С. Бурлакова // Інноваційна економіка. – 2013. – № 1 (39). – С. 306 – 308.
2. Урбанец М. Міжнародний маркетинг глобалізації і відтворювальний механізм світового господарства / М. Урбанец, М.В. Вачевський // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 9 (135). – С. 78 – 85.

**Грінкевич О.К.**

Студентка 4 року навчання, НаУКМА

## **ФІСКАЛЬНА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК: М. КИЇВ**

У різних політико-економічних умовах та на різних стадіях розвитку ефективність управління, наповнення та розподілу державних фінансів залежить від ступеня їх централізації. Актуальною проблемою є розподіл коштів для місцевих

бюджетів.

28 грудня 2014 року Верховна Рада України ухвалила зміни до Податкового та Бюджетного кодексів України. Після внесення змін з'явилася нова фінансова основа наповнення місцевих бюджетів, був встановлений новий розподіл загальнодержавних податків та запровадили нову систему бюджетного вирівнювання. Після внесення змін до податкового та бюджетного законодавства, основними податками, які наповнюють місцеві бюджети стали: 60% ПДФО податку на доходи фізичних осіб (ПДФО), але для Києва він становить 40%, 5% акцизного податку з реалізації підакцизних товарів, 100% єдиного податку, 100% податку на майно (нерухомість, земля, транспорт), 100% плати за землю, 100% податку на прибуто підприємств комунальної власності, 100% плати за надання адміністративних послуг та 25% екологічного податку [1]. Також для м. Київ додатково до бюджету надходить 10% податку на прибуток підприємств та відсутні вилучення з бюджету (реверсна дотація) і немає базової дотації.

Таблиця 1. Структура бюджету м. Києва за 2013-2016 рр. (у частках)

	Податкові надходження	Офіційні трансферти	Цільові фонди	Доходи від операцій з капіталом	Неподаткові надходження
<b>2013</b>	65,7	21,9	1,2	0,9	10,3
<b>2014</b>	48,6	37,8	0,9	1,1	11,6
<b>2015</b>	49,4	29,9	0,8	1,1	18,8
<b>2016</b>	64,4	24,9	0,7	0,3	9,7

У 2013 році податкові надходження становили 10 849 534,8 грн. і складали 65,7% всіх доходів міста Києва, що свідчить про збільшення їх ролі у формуванні міського бюджету, а частка офіційних трансфертів значно знизилась [5]. У 2014-2016 роках значно зросла частка офіційних трансфертів, що свідчить про збільшення залежності від зовнішнього фінансування. У 2014-2015 роках знизилась частка податкових надходжень до бюджету міста Києва, проте, зросла частка неподаткових надходжень. Доходи від операцій з капіталом залишались майже на тому ж рівні впродовж досліджуваного періоду. Іншим важливим питанням є субвенції, які надаються з Державного бюджету. У 2015-2016 рр. Обсяги субвенцій стрімко зросли, що пов'язано з наданням медичної, освітньої субвенцій (яких протягом попередніх років не було взагалі) та субвенції на підготовку робітничих кадрів. З одного боку, після реформи децентралізації було введено формульні розрахунки в галузі освіти та медицини, що вважається одним із дуже важливих елементів децентралізації. Завдяки цьому держава надає трансферти в обсягах, які визначені об'єктивно до особливостей і конкретних характеристик регіонів, тобто це забезпечує певну справедливість. Тепер місцеві органи мають більшу самостійність в прийнятті рішень щодо питань освіти та медицини і можуть враховувати преференції місцевих жителів, тобто реалізовується принцип субсидіарності.

Узагальнюючи, можна сказати, що ступінь ефективності запропонованих змін відповідно до динаміки показників 2013-2015 років та частково 2016 року для місцевого бюджету Києва є досить високим, адже в цілому частка трансфертів знижується, натомість зростає частка власних доходів міста, що підвищує рівень фінансової незалежності Києва. До того ж, тепер в галузях освіти та медицини місцеві

органи отримують більше повноважень, що підвищує ефективність реалізації політики, а також формульні розрахунки деяких субвенцій забезпечують наявність адекватної кількості фінансових ресурсів.

*Список використаних джерел:*

1. Закон України "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи" від 28 грудня 2014 року № 71-VIII // *Голос України*. – 2014. – № 254. [Електронний ресурс] // Верховна Рада України: [сайт]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/71-19/page>.
2. Бюджетний Кодекс України від 08 липня .2010 № 2456-VI // *Голос України*. – 2010. – № 142. [Електронний ресурс] // Верховна Рада України: [сайт]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.
3. Податковий кодекс України від 02 грудня 2010 № 2755-VI // *Голос України*. – 2010. – № 229-230. [Електронний ресурс] // Верховна Рада України: [сайт]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/page9>.
4. Офіційний інтернет-портал КМДА: [сайт]. – Режим доступу: <https://kievcity.gov.ua/>.
5. Звітність про виконання бюджетів. Державна казначейська служба України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.treasury.gov.ua>.

**Дадашова І.А.**

Студентка 3 року навчання, НаУКМА

## **ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМНОЇ ДИНАМІКИ У МОДЕЛЮВАННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ**

За сучасних умов розвитку усіх суб'єктів господарювання, їхнє функціонування залежить від ефективності методів управління і організації діяльності підприємства. Саме тому необхідною є розробка нових технологій ведення бізнесу, які б підтримували конкурентоспроможність продукції, що пропонує підприємство. Дослідженню методології моделювання бізнес- процесів присвячені наукові праці Г. Халеді, С. Розенберг, Л. Рабело та інших [1, 2, 3, 4]. Аналіз сучасних досліджень надає змогу оцінити дієвість методів моделювання бізнес процесів на практиці та визначити найбільш поширені типи моделей, серед яких почесне місце займає системна динаміка.

Важливо відзначити роботу Г. Халеді, яка має назву «Моделі системної динаміки внутрішніх процесів фірм» [1]. У статі розглянуто системний підхід до імітації внутрішніх процесів типової організації з метою виявлення і прогнозування впливу різних стратегій управління на довгострокову фінансову діяльність підприємства. Модель складається з багатьох змінних, які взаємодіють між собою під впливом певних фінансових рішень управління. Таким чином, можна прослідкувати за всіма причинно-наслідковими зв'язками, що існують між об'єктами дослідження. У цій моделі головну інформацію отримано через фінансову звітність: звіт про прибутки і збитки, бухгалтерський баланс, звіт про рух грошових коштів. Інструментом для розробки моделі є системна динаміка. Основними запасами є: запаси продуктів, фінансові рахунки (заборгованість, балансова вартість активів, готівкові гроші). Потоками є чинники зростання або зменшення запасів, такі, як виробництво і відвантаження, запозичення і погашення заборгованостей, інвестиції та амортизація, а також зміна доходів і витрат. Запаси характеризують стан системи і генерують