

господарських операцій підприємств і організацій та Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: Наказ Міністерства фінансів України № 291 від 30.11.1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1557-11>.

5. Про інноваційну діяльність : Закон України від 4 липня 2002 року № 40-IV із змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.

6. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України №996-XIV від 16.07.1999 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

---

**Тушевська Т. В.**, асистент  
**Мартинюк В. М.**, здобувач вищої освіти  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м.Кропивницький, Україна

## **РОЗВИТОК БЛОГІНГУ В УКРАЇНІ**

У сучасних умовах інформаційні технології стають все більш вагомим чинником змін розвитку як суспільства в цілому, так і кожної окремої людини. Інтернет стає чи не наймасштабнішою платформою для просування товарів та послуг. Блог виступає інструментом для демонстрації продукту, послуги, чи просто людини.

Історія блогів розпочалася з 1998 р. Терміни «weblog», «weblogging» було включено до Оксфордського англійського словника. У цьому ж році блоги стають активним фактором впливу на політичне життя суспільства. У 2004 р. блоги і блогерів почали використовувати і залучати ЗМІ для коментарів соціально-політичного та культурного життя. У 2005р. зафіксовано перші втручання в особисте життя блогерів – звільнення з роботи, притягнення до адміністративної та кримінальної відповідальності, що дає змогу констатувати – блоги стають суттєвим чинником у суспільному житті особистості.

На сьогоднішній день блог – це один з найбільш дієвих інструментів контент-маркетингу. Він має майже безмежні можливості для створення інформаційного поля, оптимізації та впливу на лояльність клієнтів. При грамотному використанні цей інструмент здатний впливати на будь-який бізнес.

Блогер – це людина або організація, яка веде блог. Сукупність усіх блогів у мережі носить назву блогосфери. Аудиторія блогерів є досить молодою, більше того – має тенденцію до суттєвого омолодження. Як зазначають аналітики, при збереженні подібної ситуації через 6–7 років користувачами і відвідувачами блогів стане 70–80 відсотків користувачів комп'ютерів[1].

Блоги можуть бути персональними, груповими та публічними відповідно до структури соціуму, в якій виділяють мікро-, мезо- и макросередовище.

Усі блоги можна розділити на два основних типи, залежно від платформи: автономні, які створюються на власному домені з використанням CMS; блоги на основі готової платформи, тобто в рамках певної спільноти[2].

Створити автономний блог можна після того, як користувач зареєструє вподобане вільне доменне ім'я, оплатить хостинг і встановить на нього CMS, на базі якої і буде працювати сайт.

Найчастіше використовується система WordPress, яка спочатку розроблялася як інструмент, призначений для реалізації таких цілей.

Блог на WordPress після налаштування і підключення ряду плагінів (модулів) володіє всіма необхідними інструментами для публікації й ефективного управління контентом.

Проте з різних причин далеко не всі користувачі хочуть створювати блог на окремій платформі і домені, оскільки їх відштовхують можливі складнощі при налаштуванні, необхідність щомісячної оплати хостингу та інші питання такого роду. У цих випадках звертають увагу на спеціальні платформи і спільноти, які реалізовані в форматі сервісів і дозволяють створити блог безкоштовно.

Одним з найновіших явищ у сфері інформаційних технологій є WebLogs або блоги, тобто он-лайніві інтернет-щоденники. Кожного дня кількість щоденників у світі збільшується на 60–70 тис., однак таких що продовжують стабільно оновлюватись в сотні разів менше.

На початок 2010 року у світі нараховувалося близько 400 млн блогів, з них в російсько-українському сегменті мережі – більше 12 млн (дослідження Technorati і ФОМ відповідно)

Виокремлюючи даний сегмент із загального обсягу інформації, спробуємо висвітлити наступні фактори: по-перше, більшість користувачів україномовної частини Інтернету вільно володіють російською мовою (на відміну від англійської) й також є користувачами Ру-нет; по-друге, на сьогодні майже не існує наукових досліджень присвячених вивченню блогосфери Юанету; по-третє, середнє співвідношення кількості україномовних сайтів по відношенню до російськомовних (як 5–1 й менше до 100), що дозволяє робити висновок про недостатню розвиненість власного національного сегменту.

Українська блогосфера, незважаючи на слабку представленість в світовій блогосфері, на кінець 2009 року за даними Яндексa налічувала понад 500 тис. блогів, активними з яких були лише 15 % (оновлювальні хоча б раз на 3 місяці). Найпопулярнішим місцем розміщення українських блогів є livejournal.com, де в травні 2010 р. нараховувалось близько 256 тис. користувачів з України.

Серед українських інтернет-видань поширеною стає практика ведення блогів власними кореспондентами та відомими публічними діячами. Найбільш популярними є: «Кореспондент.net», «Українська правда», «Лівий берег», «Дзеркало тижня», «Новинар». Власні блоги мають відомі політики, бізнесмени, діячі масової культури [1].

Водночас українська блогосфера за останні кілька років змінила напрям свого розвитку від створення, просування та розвитку власних блогів до

масового переходу до сервісів мікроблогінгу та соціальних мереж, таких як Twitter і Facebook. Умонтовування українських блогів у соціальні мережі значно спростило розвиток автономних блогів, які були й залишаються потужним інструментом особистого просування. Це значним чином розширило коло блогерів, адже просувати, рекламувати свою сторінку за допомогою таких сервісів значно простіше[3].

Таким чином, популярність блогу в українському бізнес-просторі пов'язана як з доступністю цього комунікативного сервісу – необхідного для його створення та функціонування програмного забезпечення й простоти роботи з ним, так і різновекторною роллю блогу в різних комунікативних практиках.

### *Література*

1. Вернік Ю. Блоги як новітні джерела біографічної інформації. Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. 2011. Вип. 31. С. 626-632. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/everlib/item/er-0000000447>

2. Федоричак В. Створення блогу і його розвиток: у чому переваги для бізнесу? URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/sozдание-bloga-i-ego-razvitie-v-chem-preimushhestva-dlya-biznesa/>(дата звернення: 28.03.2020).

3. Половинчак Ю.М. Особливості функціонування української блогосфери. ScienceandEducationaNewDimension. Humanities and Social Sciences, III(7), Issue: 42, 2015. URL: [https://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/polovynchak\\_y.\\_features\\_of\\_functioning\\_of\\_ukrainian\\_blogsphere.pdf](https://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/polovynchak_y._features_of_functioning_of_ukrainian_blogsphere.pdf).

---

**Утанов Б. К.**, аспірант  
Ташкентский финансовый институт

## **ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МНОГОПРОФИЛЬНЫХ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ**

Повышение внимания к сельскому хозяйству в Узбекистане можно увидеть через меры, направленные на создание и развитие многопрофильных фермерских хозяйств в регионах. Эффективная организация и повышение эффективности деятельности многопрофильных фермерских хозяйств является одним из актуальных вопросов аграрной экономики. В этом отношении установлены задачи, связанные со “...стимулированием и созданием благоприятных условий для развития фермерских хозяйств, прежде всего многопрофильных, занимающихся как производством сельскохозяйственной продукции, так и переработкой, заготовкой, хранением, сбытом, строительными работами и оказанием услуг” [1].

Эффективное решение проблем требует разработки научных предложений и практических рекомендаций по методике эконометрического моделирования, необходимого для экономического и статистического анализа