

МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«ІННОВАЦІЙНА ЕКОНОМІКА»
(15-16 травня 2015 року)

Харків
2015

УДК 330.34(063)
ББК 65.011я43
I - 66

Інноваційна економіка. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 15-16 травня 2015 року). – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2015. – 164 с.
ISBN 978-617-7178-95-7

У збірнику представлені матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Інноваційна економіка». Розглядаються загальні питання економічної теорії та історії економічної думки, світового господарства та міжнародних економічних відносин, економіки та управління національним господарством, управління підприємствами, розвитку продуктивних сил та регіональної економіки, іноваційної й інвестиційної діяльності та інше.

Збірник призначений для науковців, викладачів, аспірантів та студентів, які цікавляться економічною наукою, а також для широкого кола читачів.

УДК 330.34(063)
ББК 65.011я43

ISBN 978-617-7178-95-7

© Колектив авторів, 2015
© Видавничий дім «Гельветика», 2015

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Гушак О.С. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	7
Данилович С.О. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	8
Проданова І.І., Штифурак Х.М. КОНСАЛТИНГОВИЙ КЛАСТЕР: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	11
Самойлович Д.О. СУПЕРЕЧНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ	13

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Аль Омар Малік Салехович СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ З СВІТОВИМ БАНКОМ.....	16
Білас В.В. ОФШОРНІ ЗОНИ В СИСТЕМІ СВІТОВИХ ФІНАНСОВИХ ЦЕНТРІВ	18
Коваль Н.М. КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОГО РУХУ ТОВАРІВ	20
Мицак Д.В. ПРІОРИТЕТИ РАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИХ ФОРМ ГОСПОДАРЮВАННЯ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ	22
Redko Y.L. THE HAPPINESS OF ALSATIANS	25
Стебляк Д.М. ПРОБЛЕМИ ВИРІШЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ	27
Фролов О.О. ЩОДО ДЕЯКИХ ПИТАНЬ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ	30

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Гевко А.О. ШЛЯХИ ЗМЕНШЕННЯ ДЕФІЦИТУ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ.....	32
Михайловська Я.С., Корчева О.О. ЕНЕРГЕТИЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ: ОСОБЛИВОСТІ І ВПЛИВ ЄС	35

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Гайова Н.О. ЕФЕКТИВНІСТЬ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	38
Гурська Л.М., Опарик І.С. ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	41
Корнієцький О.В. РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНИХ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ.....	43
Кулик К.О. РОЛЬ СОЦІАЛЬНОГО МОНІТОРИНГУ ПРИ ФІНАНСОВОМУ ОЗДОРОВЛЕННІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	46

Люткевич Г.Р. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	48
Марковська І.О., Козій М.І. МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ.....	50
Мізгерова А.В. ЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА.....	52
Наторіна А.О., Морозов А.Є. ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ПІДТРИМКИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	54
Орел В.М. ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНТЕГРАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ СВИНАРСТВА....	57
Семчук Ж.В. РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛАДОВА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....	59
Степура В.А., Смирнова Т.А. НЕМАТЕРІАЛЬНА МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ	61
Фурман І.А. СПЕЦИФІКА КОНКУРЕНЦІЙ НА РИНКУ РЕКЛАМНИХ АГЕНТСТВ	63
РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА	
Борцова М.О. ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ	66
Супруненко Л.А. ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ЗДІЙСНЕННЯ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В УКРАЇНІ	68
ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ	
Очердько Л.О. МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ І СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ІДЕЙ	71
Перило І.І. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОХІДНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В УКРАЇНІ	73
Рибицька В.В., Зеленська М.О. ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА РОЗВИТОК ПОЛІГРАФІЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА....	76
ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	
Шашков С.В. ОПТИМІЗАЦІЯ РОЗМІЩЕННЯ МАЛИХ ГІДРОЕЛЕКТРОСТАНЦІЙ.....	78
ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА	
Романів І.Ф. ІСТОРИКО-ЕКОНОМІЧНИЙ ДИСКУРС СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ	80

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Бабарика І.Я.

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РУХУ
ГРОШОВИХ КОШТІВ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА 83

Кощинець М.І.

ОБЛІК В УМОВАХ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ
ТЕХНОЛОГІЙ У ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ 85

Кугай І.В.

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ
ДОХОДІВ І ВИДАТКІВ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ УКРАЇНИ 88

Молибога Ю.В.

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ
З НЕМАТЕРІАЛЬНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВ 91

Сластнікова Я.Ю.

МОНІТОРИНГ СПОСОБІВ ДЕТИНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ 93

Стрілець Н.В., Радєва О.Г.

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ОСНОВНИХ
ЗАСОБІВ, ЯК ВАЖЛИВОГО ОБ'ЄКТА БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ 95

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Алексін Г.О.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ПРІОРИТЕТІВ ФІНАНСОВОЇ
СТРАТЕГІЇ ТА СТАДІЙ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПІДПРИЄМСТВА 99

Бочаров А.Г.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ В УКРАЇНІ 101

Брич О.Н.

СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ ДИСТАНЦИОННОГО
БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАННЯ: ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГ 104

Коваль І.Ф.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ БІЗНЕСУ 107

Ковальчук А.О.

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОГО
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ 110

Ложешник А.С.

ПЕРВИННЕ ПУБЛІЧНЕ РОЗМІЩЕННЯ
АКЦІЙ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ 113

Морозенко І.В.

СУТНІСТЬ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ 115

Царенков О.О.

ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ ТА ПОВНОВАЖЕННЯ ЦЕНТРАЛЬНОГО
ДЕПОЗИТАРІЯ ЦІННИХ ПАПЕРІВ ТА ДЕПОЗИТАРНИХ УСТАНОВ 118

Шуляк О.В.

КАЗНАЧЕЙСЬКА СИСТЕМА ОБСЛУГОВУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО
БЮДЖЕТУ ЗА ДОХОДАМИ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОКРАЩЕННЯ 121

ФІНАНСИ ТА ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА

Бандура І.В.

ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ 124

Крупа Т.І.
ФІНАНСОВА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ В УКРАЇНІ:
ПЕРЕВАГИ ТА ЗАГРОЗИ ВПРОВАДЖЕННЯ 126

Пилип'юк О.М.
ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОГО ПОДАТКОВОГО ПЛАНУВАННЯ
НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ 128

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Морозова О.А.
ЗАСТОСУВАННЯ МЕТА-ЕВРИСТИКИ GOLDEN BALL
ДО РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАДАЧІ ШТЕЙНЕРА НА ГРАФАХ 132

Шумаков С.Ю.
УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ПЛАНУВАННЯ
ТА БЮДЖЕТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СЕЗОННОГО ПОПИТУ 135

МАРКЕТИНГ

Власюк Ю.Ю.
СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНСЬКОГО
РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В СЕКТОРІ B2B 139

Кулачковська О.Б.
БРЕНДИНГ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ – ПОЄДНАННЯ
КРЕАТИВНОГО МИСЛЕННЯ З ПРАКТИЧНИМ МАРКЕТИНГОМ 142

Рудий Р.Р.
ВІРУСНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ
НАПРЯМ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ 143

СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Горбаченко П.В.
МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ
ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙ 147

Євтухов С.А.
ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО
ПРОЕКТУ ЗА УМОВ НЕЧІТКИХ ВИХІДНИХ ДАНИХ 149

Лаптева В.О.
РОЗВИТОК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ 151

Неделіна Л.Р.
ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ:
ВІД ТРАДИЦІЙНОГО ДО СУЧАСНОГО 153

Петрук Т.Ю.
СТВОРЕННЯ СПРИЯТЛИВОГО КЛІМАТУ
ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ 156

ЛОГІСТИКА ТА ТРАНСПОРТ

Алієв Ф.М.
МЕТОДИ ОЦІНКИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 159

Прозоров Р.Г.
АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ
МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА В ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ 161

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Гушак О.С.

студент,

Науковий керівник: Правдивцев П.А.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економічної теорії та розвитку

і розміщення продуктивних сил,

Донецький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Актуальність дослідження даної теми зумовлена тим, що в сучасних умовах розвитку економіки особливої уваги набувають проблеми ефективної зайнятості населення України, створення сучасного ринку робочої сили і запобігання масового безробіття. У економічній системі будь-якої країни роль ринку праці досить значна, оскільки він виконує функцію постачальника головного фактору виробництва, а саме робочої сили, для інших ринків, тим самим забезпечуючи функціонування економіки в цілому.

До аналізу окремих сторін ринку праці зверталися А. Сміт, Д. Рікардо, У. Петті, Р. Мальтус, К. Маркс; вагомий внесок в розробку цього питання вніс Дж. Кейнс. Серед інших зарубіжних економістів, які зробили певний внесок у розвиток теорії ринку праці слід відзначити П. Самуельсона, М. Фрідмена, Г. Кларка, Дж. Сакса, А. Філіпса, А. Оукена.

З позицій економічної теорії ринок праці представляє собою сукупність економічних відносин з купівлі-продажу такого товару, як робоча сила. Він функціонує на основі механізму розподілу трудових ресурсів за галузями економіки з урахуванням професійної підготовки та кваліфікації працівників. Основними елементами такого механізму є попит на працю, пропозиція праці та ціна праці (заробітна плата). Нормальним станом для будь-якого ринку, зокрема й ринку праці, є спрямованість на досягнення його рівноваги, тобто збалансованості попиту та пропозиції [1, с. 183].

Останнє десятиріччя ринок праці України знаходився під значним впливом як внутрішніх соціально-економічних факторів, так й зовнішніх. Це привело до певної динаміки ключових показників ринку праці. Так, до 2008 року в Україні простежувалася позитивна динаміка цих показників, а саме кількість зайнятих у віці 15–70 років досягла майже 21,0 млн. осіб, або на 0,6 % більше ніж в попередньому році, водночас кількість безробітних – 1,4 млн. осіб, або на 0,4 % менше ніж в попередньому році [2].

У наступному 2009 році економіка України опинилась під впливом наслідків світової економічної кризи. На ці обставини, у свою чергу, відреагував й український ринок праці. Так, у 2009 році кількість зайнятих у віці 15–70 років зменшилась на 0,8 млн. осіб і досягла 20,2 млн. осіб, кількість безробітних зросла більш ніж на 0,5 млн. осіб і становила майже 2,0 млн. осіб. Подальші роки продемонстрували поступове скорочення показників безробіття і зростання зайнятості. Вже в 2013 році чисельність зайнятого населення у віці 15–70 років збільшилась більш ніж на 0,2 млн. осіб у порівнянні з 2009 роком та становила 20,4 млн. осіб [2].

Однак у 2014 році у зв'язку з загостренням соціально-політичної ситуації в Україні відбувся різкий спад показників ринку праці. Так, кількість зайнятих зменшилась до 18 млн.

осіб., або на 13,8 % менше ніж у порівнянні з 2008 роком, а кількість безробітного населення зросла майже до 1,9 млн. чол., або на 30 % більше ніж у порівнянні з 2008 роком [2].

На кінець березня 2015 року кількість зареєстрованих безробітних в Україні складає 506,8 тис. осіб, а потреба роботодавців у працівниках на заміщення вільних робочих місць (вакантних посад) – 56,2 тис. осіб. Таким чином, навантаження зареєстрованих безробітних на 1 вільне робоче місце (вакантну посаду) складає 9 осіб. Для порівняння: на кінець 2014 року цей показник складав 15 осіб, на кінець 2013 та 2012 років – 10 осіб, на кінець 2009 року – 8 осіб, на кінець 2008 року – 10 осіб [2].

Вищенаведений аналіз показників демонструє, що головними проблемами сучасного ринку праці України є його нестабільність, відносна незбалансованість та неможливість досягнення природного рівня безробіття на рівні 4–5 % від загальної кількості робочої сили [3, с. 200].

Тому пріоритетними напрямками реформування ринку праці України, націленими на збільшення попиту на робочу силу, були й залишаються: запобігання зростанню безробіття через створення робочих місць за рахунок різних джерел фінансування, підвищення якості та конкурентоспроможності робочої сили, сприяння ефективним і доцільним переміщенням працездатного населення, впровадження механізмів звільнення і перерозподілу зайнятих, вдосконалення системи оплати праці, розширення можливостей отримання населенням офіційних основних і додаткових доходів, соціальна підтримка окремих груп, реструктуризації економіки і піднесення вітчизняного виробництва.

Список використаних джерел:

1. Лібанова Е.М. Ринок праці : навч. посібник / Е.М. Лібанова. – Київ : Вид-во «Центр навчальної літератури», 2003.– 224 с.
2. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Основні показники ринку праці (річні дані). – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Білецька Л.В. Економічна теорія : Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка : навч. Посібник / Л.В. Білецька, О.В. Білецький; В.І. Савич. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 688 с.

Данилович С.О.

студентка,

Научний керівитель: Правдивцев П.А.

кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії

и развития и размещения производительных сил,

Донецкий национальный университет

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В современных условиях теневая экономика является неотъемлемой частью экономической системы. Ее масштабы достигают значительных размеров и проникают во все сферы жизни общества. Поэтому исследование такого явления, как теневая экономика, приобретает особую актуальность.

Первые серьезные научные исследования проблем тенизации экономики были начаты в 1970-е годы. Весомый вклад в исследование данной проблемы внесли такие известные западные ученые-экономисты, как Г. Абадински, Я. Арвай, Д. Блейдс, П. Гутман, Б. Даллаго, П. Мауро, Э. де Сото, У. Тиссен, Э. Фейге, Ф. Шнайдер и другие.

Исследованием теоретических и практических вопросов тенизации и детенизации экономики занимались также украинские экономисты, среди которых: В. Базилевич, А. Барановский, В. Бородюк, А. Базилук, З. Варналий, А. Гальчинский, В. Геець, Я. Жалило, В. Засанский, Т. Ковальчук, И. Мазур, В. Мандибур, Т. Тишук, Е. Самойленко, А. Чухно и другие.

Изучение теоретико-методологических основ функционирования теневой экономики демонстрирует существование множество различных точек зрения, раскрывающих ее сущность, среди которых особо хотелось бы отметить подход, предложенный украинским ученым-экономистом Е. Самойленко. По его мнению, теневая экономика по содержанию представляет собой неконтролируемую государством деятельность экономических субъектов с целью получения экономических, социальных и политических преференций, а как экономическая категория представляет собой отношения между экономическими субъектами по поводу реализации их экономических интересов в процессе оппортунистической деятельности относительно формальных институтов [1, с. 7].

Теневая экономика представляет собой сложное и неоднородное образование, включающее в себя различные элементы, среди которых:

- неформальная экономика – экономика домашних хозяйств, частных хозяйствующих субъектов, деятельность которых направлена на удовлетворение собственных потребностей;
- скрытая экономика – это легальная экономика, для которой характерно ведение хозяйственной деятельности, которая не учитывается официально, например, с целью ухода от налогообложения;
- подпольная (криминальная) экономика – это нелегальная экономика, носящая антисоциальный, преступный и деструктивный характер [2, с. 77].

Вместе с тем, влияние теневого сектора на социально-экономические процессы в обществе является неоднозначным, поскольку с одной стороны оно несет отрицательный эффект, а с другой стороны – положительный.

Однозначно рост доли теневой экономики приводит к негативным последствиям, среди которых:

- деструкция конкурентной среды и рыночного механизма в экономике;
- подрыв налоговой системы страны и снижение объемов налоговых поступлений в бюджет;
- негативное влияние на денежно-кредитную системы страны;
- замедление темпов экономического роста и развития отдельных отраслей экономики;
- снижение инвестиционной активности;
- падение жизненного уровня и т.д.

Однако помимо дестабилизирующего влияния функционирование теневого сектора выполняет также стабилизирующие или регулятивные функции. Еще в середине 1980-х гг. швейцарский экономист Дитер Кассел выделил три позитивные функции, которые выполняет теневая экономика в рыночном хозяйстве (рис. 1).

Функция "экономической смазки"	сглаживание перепадов в экономической конъюнктуре при помощи перераспределения ресурсов между легальной и теневой экономикой (когда легальная экономика переживает кризис, производственные ресурсы не исчезают, а перераспределяются в теневую, возвращаясь в легальную после кризиса)
Функция «социального амортизатора»	смягчение нежелательных социальных противоречий (в частности, неформальная занятость облегчает материальное положение малоимущих)
Функция «встроенного стабилизатора»	теневая экономика подпитывает своими ресурсами легальную (неофициальные доходы используются для закупки товаров и услуг в легальном секторе, «отмытые» преступные капиталы облагаются налогом и т.д.)

Рис. 1. Позитивные функции теневой экономики [3, с. 49]

Сопоставление негативных и позитивных последствий процесса тенизации экономики позволяет сделать вывод о том, что это явление носит в большей степени отрицательный характер.

Масштабы тенизации экономики проанализируем на примере данных по странам Европы (рис. 2). Анализ данных показал, что более высокий уровень этого показателя характерен тем странам, которые недавно стали членами Евросоюза – Болгария (31,2 % от ВВП), Румыния (28,4 %), Хорватия (28,4 %), Литва (28,0 %), Эстония (27,6 %), Латвия (25,5 %) и т.д. В то время как в странах-основателях Евросоюза этот показатель заметно ниже – Люксембург (8 %), Нидерланды (9,1 %), Франция (9,9 %), Германия (13,0 %), Бельгия (16,4 %). Вместе с тем, наблюдается еще одна тенденция – степень тенизации экономики в Европе увеличивается с севера на юг. В среднем, в странах Южной Европы доля теневой экономики в ВВП выше, чем в странах Центральной и Западной Европе.

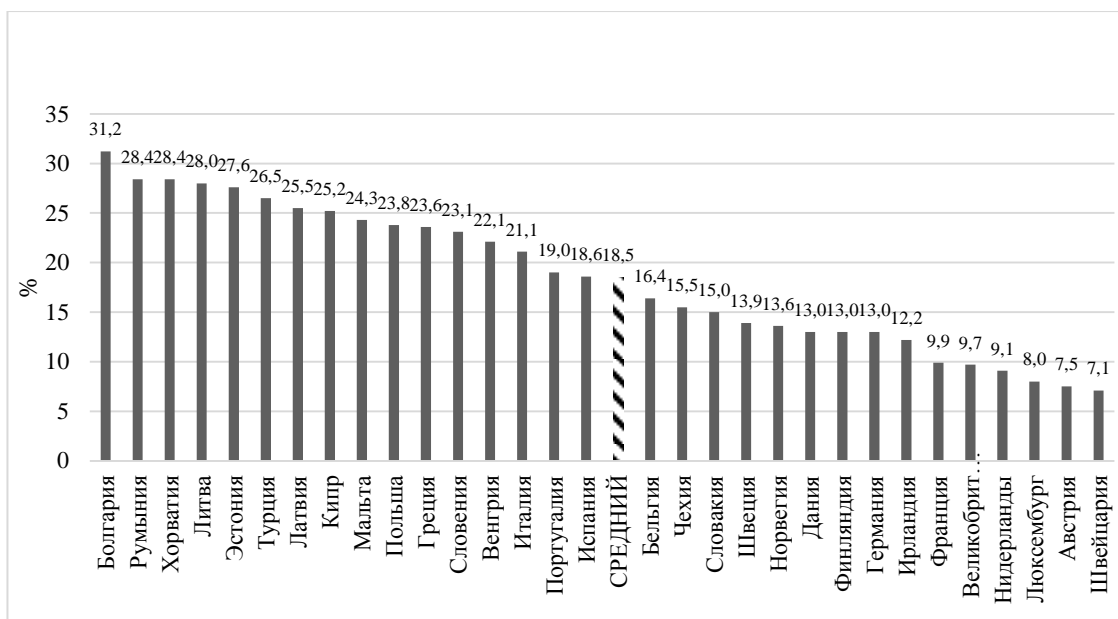


Рис. 2. Объемы теневой экономики европейских государств, в % от ВВП в 2013 г. [4, р. 4]

В целом, средний показатель тенизации экономики среди европейских государств в 2013 г. составил 18,5 % от ВВП. Для сравнения: в 2013 году доля теневой экономики в ВВП Украины составляла 35 %, что почти вдвое превышает среднеевропейский показатель [5].

Подводя итог, отметим, что в современных условиях теневая экономика представляет собой сложное и неоднозначное явление, хотя и носит в большей степени деструктивный характер. Процессу тенизации экономики подвержены все страны, включая ведущие развитые. Однако уровень этого явления среди стран заметно отличается. Однако очевидным остается тот факт, что реальное сокращение теневого сектора может произойти лишь при условии уменьшения затратности и роста эффективности легальной экономики, создания паритетных условий для функционирования различных форм бизнеса.

Список использованных источников:

1. Тiньова економiка : структура та вплив на економiчну динамiку : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.01 / Є.Г. Самойленко ; ДВНЗ «Нац. гiрн. ун-т». – Днiпропетровськ, 2013. – 20 с.
2. Мазур І.І. Дегiнізація економiки як прiоритет економiчної безпеки України / І.І. Мазур // Стратегiчні прiоритети. – 2008. – № 3 (8). – С. 76–83.
3. Ткаченко А.В. Тiньова економiка та її вплив на економiчну систему / А.В. Ткаченко. – Бiзнес-Інформ. – 2012. – № 10. – С. 47–51.
4. Schneider, F. The Shadow Economy in Europe, 2013 / by Friedrich Schneider. – ATKearney-Visa Europe, 2013. – 24 p.
5. Тiньова економiка в Україні : причини та шляхи подолання / Ангела Бочi, Василь Поворозник / проект «Прихованi тригери економiчного зростання в країнах Вишеградської четвiрки та в Україні», МЦПД за пiдтримки Вишеградського фонду [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://icps.com.ua/assets/uploads/files/t_novaeko_nom_kaukra_ni.pdf.

Проданова І.І.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри теорії економіки та управління;*

Штифурак Х.М.

*студент, бакалавр з економіки підприємства,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

КОНСАЛТИНГОВИЙ КЛАСТЕР: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Важливою рушійною силою соціально-економічного розвитку вітчизняної економіки є розвиток елементів консалтингової інфраструктури, які надають широкий спектр послуг щодо оптимальної роботи суб'єктів господарювання, раціонального використання трудових, фінансових, матеріальних, інвестиційних, інноваційних тощо ресурсів. Паралельно з цим підтримка кластерних ініціатив є дієвим інструментом стимулювання економічного розвитку депресивних регіонів та їх реструктуризації, а також прискорення інноваційного зростання як у високотехнологічних, так і традиційних секторах економічної діяльності.

Питанням кластерної моделі економіки присвячені роботи як західних (А. Маршал, М. Портер), так і вітчизняних (С. Соколенко, Н. Костенко, Е. Ткаченко, Б. Шелегеда та ін.) науковців і практиків. Дослідження щодо теоретико-практичних аспектів розвитку ринку

консалтингових послуг в Україні проводять багато науковців, зокрема Боброва І. І., Верба В. А., Решетняк Т. І., Чайка І. П. тощо.

Прогресивні виклики сьогодення потребують становлення та розвитку кластерів в рамках консалтингової консолідації його учасників. Тому вважаємо необхідним аналіз підходів і поглядів вітчизняних та зарубіжних учених до визначення сутності консалтингу і кластеру, що дозволить з'ясувати дефініцію поняття «консалтинговий кластер».

Вивчення теоретичних основ консалтингу дозволяє виділити узагальнюючі підходи щодо розкриття змісту цього поняття [1, с. 242]:

1) питання та проблеми консалтингу стосуються його економіки й організації (сутності, моделі, історії, типології видів, характеристики ринку, маркетингової політики, правового та кадрового забезпечення, стратегії тощо), а також загальних питань технології;

2) розкриття суті консалтингу базується першочергово на визначенні специфіки змісту діяльності експертів з надання консалтингових послуг (консультантів);

3) консалтинг виступає як сфера підприємництва в галузі створення інформаційного (інтелектуального) продукту;

4) результатом консалтингу виступають рекомендації (практичні поради) щодо удосконалення діяльності суб'єктів господарювання, що є рушійною силою прогресу;

5) консалтинг містить елемент інновацій, передбачає новаторський підхід до вирішення проблем.

Консалтинг – це комплекс знань, пов'язаних з науковим пошуком, проведенням досліджень, постановкою експериментів з метою розширення наявних та отримання нових знань, перевірки наукових гіпотез, встановлення закономірностей, наукових узагальнень, наукового обґрунтування проектів для успішного розвитку організації [2].

Якщо вивчати другу категорію, то в цілому розрізняють три широких означення кластера, кожне з яких підкреслює основну рису його функціонування [3]:

- регіонально обмежена форма економічної активності всередині споріднених секторів, зазвичай прив'язаних до того чи іншого наукового закладу;

- вертикальні виробничі ланцюги, вузько визначені сектори, в яких суміжні етапи виробничого процесу утворюють ядро кластера (наприклад, ланцюг «постачальник – виробник – збутовик – клієнт»);

- галузі промисловості, визначені на високому рівні агрегації (наприклад «овочевий кластер») або сукупності секторів ще на більш високому рівні агрегації (наприклад, «агропромисловий кластер»).

З точки зору закону, кластер – це галузеве, територіальне та добровільне об'єднання підприємницьких структур, які тісно співпрацюють із науковими (освітніми) установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентноздатності власної продукції і сприяння економічному розвитку регіону [4].

Також має місце думка, що кластер – це група географічно сусідніх взаємопов'язаних компаній і пов'язаних з ними організацій, які діють у певній сфері та характеризуються спільністю діяльності та взаємодоповнюють одна одну [5].

Досліджуючи праці М. Портера та М. Енрайта, можна виділити певні позитивні результати для учасників кластера: нарощення обсягів виробництва по зниженню собівартості продукції; зменшення питомих витрат підприємства у довгостроковій перспективі; формування додаткових конкурентних переваг.

Також важливим в кластерній моделі розвитку є те, що кластери дозволяють більш гнучко реагувати на зміну умов ведення бізнесу та їхній розвиток неможливий без дотримання концепції 5-і (ініціатива, інновації, інформація, інтеграція, інтерес) [6].

Отже, враховуючи все вище сказане, спробуємо сформулювати власну авторську позицію щодо суті консалтингового кластеру – *це об'єднані за відповідними ознаками*

(територіальними, галузевими) групи взаємопов'язаних суб'єктів господарювання з метою надання консультаційних послуг, підвищення їх конкурентоспроможності та консолідації зусиль у вирішенні проблемних питань організаційно-економічного та виробничо-технологічного характеру при дотриманні концепції 5-і (ініціатива, інновації, інформація, інтеграція, інтерес) та отриманні ефектів масштабу, поширення й синергії.

Формування та розвиток консалтингових кластерів допомагатиме планомірному співробітництву між його учасниками в сфері надання консультацій з різних питань, поліпшенню якості управління; сприятиме росту ділової активності підприємницьких структур, підвищенню ефективності їх діяльності, покращенню інвестиційного клімату; відкриватиме нові можливості для підвищення конкурентоздатності та розвитку місцевого бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Проданова І.І. Становлення та формування ринку консалтингових послуг у регіоні / Проданова І.І., Бережницька У.Б. // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.6. – С. 241–249.
2. Консалтинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Консалтинг>.
3. Гринчак О.В. Роль економічних кластерів у підвищенні конкурентоспроможності підприємств АПК / О.В. Гринчак, О.Х. Давлетханова, Г.О. Коваленко.
4. Проект Закону України “Про Загальнодержавну програму розвитку малого і середнього підприємництва на 2014–2024 роки” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dkrp.gov.ua/info/2232>.
5. Портер М. Конкуренція / М. Портер // – М. : Вільямс, 2003. – 214 с.
6. Мартиняк І.О. Роль інфраструктури підтримки малого підприємництва в системі кластерних утворень / І.О. Мартиняк // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pdaa.edu.ua/np/pdf2/4.pdf>.

Самойлович Д.О.

аспірант,

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

СУПЕРЕЧНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

За 23 роки постсоціалістичних трансформацій, в Україні відбувалися процеси деіндустріалізації, значно збільшувався імпорт товарів та послуг, тому, сьогодні, як ніколи актуальне питання інноваційного розвитку. З міжнародного досвіду економічно розвинутих країн, ми маємо змогу оцінити моделі інноваційного розвитку і власне нашу спроможність розвиватися цим шляхом. Ті країни, які обрали інноваційну модель економічного розвитку, вже перші ефекти покращення добробуту, на сам перед, власного населення. Нажаль, сьогодні, Україна немає об'єктивних передумов для реалізації інноваційного потенціалу.

Чимало економічних сфер та галузей були і залишаються відсталими, що говорить про неможливість інноваційного стрибку в економічному розвитку. Тому, актуальність цієї роботи полягає у висвітленні проблем та суперечностей, які виникають в середині держави, з приводу можливості або неможливості реалізації державної інноваційної політики.

Відсутність фундаментальних розробок та прикладних досліджень реалізації інноваційного потенціалу значною мірою ускладнює розробку практичних

рекомендацій з його оцінки, формування і ефективного використання урядом держави всього управлінського апарату, для успішної реалізації державної інноваційної політики. За відсутності чіткого визначення категорії «інноваційний потенціал», стає неможливим дослідження всієї економічної системи в межах інноваційного розвитку. В цьому і полягає завдання цього дослідження, у висвітленні фактів реальної дійсності про стан інноваційних процесів в державі та спроможності реалізації інноваційної моделі економічного розвитку.

Кожна економічна система або економіка будь-якої країни є нестабільною, тобто такою, що перебуває в постійному русі. Вона може розвиватися як в сторону прогресу, тобто якісного покращення продуктивних сил та основного типу виробництва, так і в сторону регресу – повернення до застарілих умов ведення господарства та до більш примітивного розвитку продуктивних сил. Вдала інноваційна політика або реалізація інноваційного потенціалу буде означати, що економічна система зробила крок на зустріч якісним змінам, та в подальшому може бути трансформована (під впливом різноманітних чинників) в якісно нову економічну формацію.

Фактично, впровадження інновацій та реалізація інноваційного потенціалу означає, що економіка виходить на новий якісний рівень розвитку. Проте, важливо розуміти, що будь які інновації мають бути економічно обумовлені та не бути тягарем для суспільства. Тому, метою цієї роботи є дослідження суперечностей в процесі формування і реалізації державою, її інноваційного потенціалу

Завданнями дослідження полягають в аналізі категорії «інноваційний потенціал», її змісту, форми і умов реалізації. Крім того, важливо звернути увагу на основні обмеження інноваційної моделі економічного розвитку. Останнє завдання даної курсової роботи полягає у висвітленні методів, інструментів та фундаментальних обмежень в процесі реалізації державної інноваційної політики.

Об'єктом дослідження є динаміка розвитку національної економіки.

Предметом дослідження є суперечність в структурі стимулів економічного розвитку держави як соціального інституту та держави як організаційної форми реалізації суспільних інтересів.

Реалізація державної інноваційної політики спирається на обрані суспільством моделі власного економічного розвитку. Говорячи про інноваційну модель маємо на увазі сукупність істотно покращуючи при цьому умови життєдіяльності та добру населення.

Під інноваціями розуміють "використання наявних факторів у новий спосіб". Інновації – це нові продукти, нові технології, нова організація промислового виробництва, відкриття нових ринків тощо. Джерелом розвитку служать внутрішні процеси, нові комбінації виробничих факторів на основі інновацій.

Форми, яких набувають інновації залежать від обраних критеріїв їх оцінювання. Інновації поділяють за масштабами поширення, за сферою застосування, за ступенем прогресивності, цільовим призначенням, тощо. За такої класифікації стає можливим групування та визначення тої чи іншої інновації. Наприклад: за масштабами інновації можуть бути: світовими, національними, галузевими тощо. За сферою застосування інновації бувають: у виробництво, в управління, у ринок і т.д.

Умовами реалізації інноваційного потенціалу є досить широкий спектр параметрів економічної системи, однак найголовнішим критерієм тут виступає конкуренція. Однак основна конкуренція відбувається не на ринках, а за ринки.

Категорія, що відображає найбільш повне використання сил та стимулів до нововведень є «інноваційним потенціалом». Поняття «інноваційний потенціал» можна трактувати як здатність системи до трансформації фактичного стану речей у нову «форму» з метою задоволення існуючих або виникаючих потреб (суб'єкта – новатора, споживача, ринку тощо. Умови, за яких він може бути реалізований є , взаємозв'язки

між державним, місцевим, регіональним інноваційним потенціалами. Крім цього, до умов реалізації інноваційного потенціалу відносять сприятливе нормативно правове поле, в якому функціонують суб'єкти економічної системи. Це перш за все створення конкурентного середовища для вже існуючих та можливих нових контрагентів галузевого ринку, тощо.

Інноваційна модель економічного розвитку характеризується перенесенням акценту на використання принципово нових прогресивних технологій, переходом до випуску високотехнологічної продукції, прогресивними організаційними і управлінськими рішеннями в інноваційній діяльності, що стосується як мікро-, так і макроекономічних процесів розвитку.

Будь-яка модель економічного розвитку, крім того що має свої переваги і недоліки, має свої унікальні умови реалізації, так звані обмеження, які можливі в процесі реалізації моделі економічного розвитку. Серед таких обмежень виділяють: бюджетні, інституціональні, політичні, соціальні, гендерні, інформаційні, інфраструктурні, обмеження викликані існуванням конкуренції, тощо.

Інновації відіграють провідну роль в трансформаційних процесах суспільства. Вкладаючи кошти в інновації, суспільство закладає основи довгострокової стратегії формування внутрішнього ринку товарів споживчого та виробничого призначення.

Підвищення відкритості економіки запроваджує суттєві обмеження ефективності економічної політики держави, в тому числі – і в інноваційній сфері. Перед урядами, які здійснюють економічні трансформації, стоїть триєдине завдання щодо здійснення структурної перебудови всього комплексу економічних відносин відповідно до потреб ринкової економіки, потреб відкритої економіки, потреб запровадження інноваційного типу розвитку та побудови основ постіндустріального суспільства.

Для реалізації державної інноваційної політики потрібно мати управлінський апарат всіх необхідних методів та заходів для досягнення поставленої мети. До таких методів можна віднести: організаційні, інституціональні, бюджетні методи, тощо. До інструментів реалізації державної інноваційної політики відносять: інструменти регулювання попиту, інструменти регулювання пропозиції, інструменти сприятливого конкурентного середовища і т.д.

Крім можливості використання методів та інструментів державної інноваційної політики, варто брати до уваги фундаментальні обмеження державних програм інноваційної політики. До таких обмежень слід віднести: екстернальні наслідки розподільчих програм, неспроможність державного патерналізму в області захисту національного виробника, в рамках імпортозаміщувальної моделі, а також неспроможність вирішення і прийняття політичних рішень.

Усунення негативних наслідків державного втручання в приватний вибір є предметом дослідження сучасної інституціональної теорії та нового кейнсіанства. Такі вчені як Дж. Стігліц, Дж. Б'юкенен, К. Дж. Эрроу, Р. Масгрейв, формують теоретичну уяву щодо теоретичної оптимізації, програмування і проектування державної інноваційної політики, що в результаті дасть основу для прикладних розробок.

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Аль Омар Малік Салехович
студент,
Фінансово-правовий коледж

СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ З СВІТОВИМ БАНКОМ

Група Світового банку – кредитна установа, головна мета якої полягає у наданні допомоги країнам для їх інтеграції у світову економіку та сприянню тривалому економічному зростанню і зниженню рівня бідності у країнах, що розвиваються. До структури Світового банку входять:

Міжнародний банк реконструкції та розвитку (МБРР).

Головною установою Світового банку є Міжнародний банк реконструкції та розвитку, що був створений у 1944 році. Це одна з найбільших і найвпливовіших у світі міжнародних фінансово-кредитних установ.

Міжнародна фінансова корпорація (МФК).

Міжнародна фінансова корпорація поряд з МБРР входить до групи Світового банку. Ця міжнародна організація була створена 1956 року з ініціативи США.

Корпорація має на меті сприяти економічному розвитку шляхом підтримки зростання продуктивності приватного підприємництва у країнах-членах корпорації, передусім у найменш розвинених регіонах, що доповнює діяльність МБРР.

Міжнародна асоціація розвитку (МАР).

Міжнародна асоціація розвитку була створена як філія МБРР у 1960 році. Метою асоціації є підтримка економічного розвитку, збільшення продуктивності і життєвих стандартів життя у менш розвинутих країнах світу, що є членами асоціації, в особливості запровадження фінансування для задоволення важливих потреб їх розвитку на сприятливіших умовах для балансу платежів, ніж надаються звичайними кредитами і таким чином продовження завдання розвитку МБРР та підтримки його діяльності.

Багатостороннє агентство з гарантій інвестицій (БАГІ).

Країни-члени Світового банку створили у 1988 році Багатостороннє агентство з гарантій інвестицій, що страхує капіталовкладення від політичного ризику, на випадок експропріації, війни, зриву контрактів, інших форс-мажорних обставин [3].

У вересні 1992 р. Україна стала членом МБРР та інших організацій групи Світового банку. Співпраця України зі Світовим банком здійснюється відповідно до Стратегії партнерства МБРР і МФК з Україною на 2012–2016 фінансові роки, яку схвалено Радою директорів Світового банку 16 лютого 2012 року. Серед міжнародних кредитно-фінансових організацій Світовий банк є другим, після МВФ, кредитором України. Портфель проектів України зі Світовим банком спрямовано на підтримку ключових напрямів економічних реформ, а саме: структурну перебудову базових галузей економіки, реформування фінансового та банківського секторів, охорону навколишнього природного середовища. Крім цього, кошти Світового банку спрямовуються на фінансування інвестиційних проектів в електроенергетиці, житловому та комунальному господарстві, соціальному секторі [1].

У 2014 р. портфель СБ в Україні поповнився новими інвестиційними проектами в сфері розвитку транспортної, муніципальної та енергетичної інфраструктури завдяки укладенню низки угод про позику між Україною та Міжнародним банком реконструкції

та розвитку на загальну суму більше 3 млрд. дол. США. Відновлено системні позики СБ на політику розвитку, які є одночасно інструментом підтримки стратегічних реформ Уряду та фінансової підтримки загального фонду державного бюджету [4].

Представництво України в Раді керуючих Світового банку забезпечується відповідно до Указу Президента України від 19.12.2005 № 1809/2005, згідно з яким керуючим від України – членом Ради керуючих Світового банку є Перший-віцепрем'єр-міністр України, а заступником керуючого від України – членом Ради керуючих Світового банку є Міністр економічного розвитку і торгівлі України.

Рада керуючих делегувала велику частину своїх повноважень Раді виконавчих директорів (складається з 25 виконавчих директорів, 5 з яких представляють 5 країн-найбільших акціонерів, а 20 – решту країн, які розподілилися на групи).

Україна входить до групи країн на чолі з Голландією. У Раді директорів Україна представлена Старшим радником виконавчого директора Світового банку, посаду якого з 6 серпня 2012 р. займає Роман Жуковський.

З 1 лютого 2012 р. Директором Світового банку по Україні, Білорусі та Молдові призначено пана ЧімяоФана (QimiaoFan). Під його керівництвом здійснюється операційна діяльність Банку в Україні. Керівником представництва МФК в Україні є Олена Волошина [5].

22 жовтня 2014 р. визнано за доцільне залучення позик від МБРР для реалізації інвестиційного проекту «Другий проект з передачі електроенергії» (розпорядження Кабінету Міністрів України від 22.10.14 р. № 1060-р).

10 листопада 2014 р. утворено делегацію України для участі у переговорах з МБРР та затверджено Директиви щодо укладення Угоди про позику та Угоди про позику Фонду чистих технологій (Другий проект з передачі електроенергії). (розпорядження Президента України від 10.11.14 № 1233/2014-рп).

12 листопада 2014 р. схвалено остаточний звіт за результатами реалізації спільних із МБРР інвестиційних проектів «Розвиток системи державної статистики для моніторингу соціально-економічних перетворень» і «Додаткове фінансування Проекту «Розвиток системи державної статистики для моніторингу соціально-економічних перетворень» (розпорядження Кабінету Міністрів України від 12.11.14 р. № 1091-р).

21 листопада 2014 р. набрали чинності Угоди про позику і Угоди про позику Фонду чистих технологій (Проект «Підвищення енергоефективності в секторі централізованого тепlopостачання України» та Проект розвитку міської інфраструктури – 2).

21 січня 2015 р. визнано за доцільне залучення позики від МБРР для реалізації проекту «Поліпшення медичних послуг для населення» (розпорядження Кабінету Міністрів України від 21.01.15 р. № 81-р).

9 лютого 2015 р. утворено делегацію України для участі у переговорах з МБРР та затверджено Директиви щодо укладення Угоди про позику (Проект «Поліпшення медичних послуг для населення»). Підписати Угоду уповноважено Міністра охорони здоров'я КвіташвіліО. (розпорядження Президента України від 09.02.15 № 129/2015-рп). 19 березня 2015 р. підписано зазначену Угоду про позику.

10 лютого 2015 р. Міністром енергетики та вугільної промисловості Демчишиним В. В. підписано Угоду про позику та Угоду про позику Фонду чистих технологій (Другий проект з передачі електроенергії). (розпорядження Президента України від 07.02.15 № 125/2015-рп).

17 квітня 2015 р. визнано за доцільне підготовку спільного з МБРР системного проекту «Друга позика на політику розвитку» та залучення позики від МБРР в рамках зазначеного системного проекту в розмірі 500 млн. дол. США (розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.04.15 р. № 372-р).

З 16 по 21 квітня 2015 р. офіційна делегація України на чолі з Головою Національного банку України, до складу якої також входять Міністр фінансів України, Міністр економічного розвитку і торгівлі України, Надзвичайний і Повноважний Посол України в США та представники Національного банку України та Мінфіну, брала участь у весняних зборах керуючих Міжнародного валютного фонду і Світового банку у м. Вашингтон (США).

20 квітня 2015 р. утворено делегацію України для участі у переговорах з МБРР та затверджено Директиви щодо укладення Угоди про позику (Друга позика на політику розвитку). Підписати Угоду уповноважено Міністра економічного розвитку і торгівлі Абромавичуса А. (розпорядження Президента України від 20.04.15 № 431/2015-рп) [2].

На сьогодні портфель проектів Міжнародного банку реконструкції та розвитку складається з 15 інвестиційних та 2 системних проектів на загальну суму близько 3,3 млрд. дол. США, з яких 12 інвестиційних проектів на суму 1,72 млрд. дол. США перебувають на стадії реалізації, а 3 інвестиційні проекти на суму 0,76 млрд. дол. США та 2 системні проекти на суму 0,85 млрд. дол. США перебувають на стадії підготовки.

Список використаних джерел:

1. Співробітництво України з міжнародними фінансовими інституціями [Електронний ресурс] // Сайт Міністерства закордонних справ України : [сайт]. – Режим доступу : <http://mfa.gov.ua>.
2. Співробітництво з міжнародними фінансовими організаціями [Електронний ресурс] // Міністерство фінансів України : [сайт] – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua/>.
3. Бідник Н.Б. Співпраця України з міжнародними фінансовими організаціями як чинник економічного розвитку держави / Н.Б. Бідник // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – № 19.3. – С. 153–157.
4. Кабанов В.Г. Діяльність міжнародних фінансових організацій на вітчизняному ринку фінансового капіталу / В.Г. Кабанов // Фінанси України. – 2009. – № 9. – С. 98–107.
5. Савостьяненко М.В. Інвестиційні проекти міжнародних фінансових організацій в Україні / Савостьяненко М.В. // Наукові праці НДФІ. – 2008. – С. 128–137.

Білас В.В.

студентка,

Ужгородський національний університет

ОФШОРНІ ЗОНИ В СИСТЕМІ СВІТОВИХ ФІНАНСОВИХ ЦЕНТРІВ

Сучасний офшорний бізнес дуже складний, в його схемах використовуються як класичні офшори, так і респектабельні країни з високою транспарентністю бізнесу, які дають певні привілеї для нерезидентів. Сьогодні налічується 40–45 класичних офшорів, з урахуванням тісно пов'язаних з ними держав їх загальне число зростає до 100. А це майже половина держав світу.

Більшість офшорів це острівні держави або невеликі країни, що дає змогу досить ефективно використовувати механізм лібералізації податкового режиму для підвищення інвестиційної привабливості країни та безпосереднього притоку прямих іноземних інвестицій [1, с. 39].

Фактично всі великі американські та європейські банки мають дочірні структури в офшорних зонах. В одному тільки Делавері формально зареєстровано 43 % всіх компаній, акції яких котируються на Нью-Йоркській фондовій біржі.

Сьогодні, за даними ОЕСР світова система банківського офшору приховує 11,5 трлн. дол. США [2].

Але найбільш цікавим є те, що загальна територія офшорів складає лише 0,223 % суші, але в них розміщено 17 % всіх банківських вкладів і формально зареєстровано 29 % активів заможних людей планети.

Таблиця

Країни-лідери за обсягом ВВП на одного жителя, 2013 р. [3, с. 327]

Місце	Країна	ВВП на одного жителя, тис. дол.
1	Ліхтенштейн	118,0
2	Катар	103,5
3	Люксембург	81,1
4	Бермудські острови	69,9
5	Кувейт	57,4
6	Острів Джерсі	57,0
7	Норвегія	55,2
8	Бруней	53,1
9	Сінгапур	52,0
10	США	47,0
11	Ірландія	46,2
12	Острів Гернсі	44,6
13	Кайманові острови	43,8
14	Гонконг	43,8
15	Андора	42,5
16	Сан Маріно	41,9
17	Швейцарія	40,9
18	Нідерланди	40,3
19	ОАЕ	40,0
20	Ісландія	39,9

Як результат, жителі офшорних територій за обсягом ВВП на особу конкурують з жителями потужних держав-експортерів нафти – Катару, Кувейту чи Норвегії.

Офшорне підприємництво є ефективним засобом підвищення прибутковості міжнародних господарських операцій, оскільки дозволяє економити значні суми на сплаті податків. Саме це, а також майже повна відсутність у податкових гаванях державного контролю за діяльністю підприємств із офшорним статусом, обумовили їх поширення у бізнесовій практиці підприємців усіх країн світу. Міжнародна фінансова статистика засвідчила той факт, що сьогодні на офшорний сектор у світовій економіці припадає 20 % усіх обсягів банківських операцій, до 7 % світової торгівлі товарами й послугами, тоді як безподаткові території населяє близько 0,4 % людства, господарство офшорних зон дає лише 0,7 % світового ВВП [4, с. 257].

Створено індустрію офшорних фінансових установ, яка щорічно обслуговує до трьох чвертей фінансових потоків світу. Деякі з цих фінансових центрів конкурують за обсягами закумульованих активів з Лондоном, Нью-Йорком і Токіо.

Отже, на сучасному рівні розвитку економіки, офшорний бізнес став регулятором цін експортно – імпорتنих контрактів, передачі устаткування в лізинг, стабілізації платежів.

Окремі юрисдикції, включаючи офшорні, ведуть конкурентну боротьбу, насамперед, у сфері лібералізації оподаткування і умов розвитку бізнесу [5, с. 19].

Про значення офшорного бізнесу досі тривають суперечки в сучасній економіці. Та незважаючи на це, в світі збільшується число компаній, які користуються безподатковими режимами. Найбільший приріст спостерігається в тих офшорних юрисдикціях, які швидше пристосувалися до нових умов, стали прозорішими і готові брати участь в обміні інформацією з державними органами зацікавлених країн. Не залишається сумнівів, що офшорний бізнес в майбутньому збереже серйозний вплив на розвиток світової економіки.

Список використаних джерел:

1. Аксьонов Д. Можливості сучасного офшорного бізнесу / Д. Аксьонов // Фінансовий ринок України. – 2009. – № 11. – С. 38–41.
2. Офшорні зони світу [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.conceptconsult.ru/offshore/compare/>.
3. Костюнина Г.М., Буглай В.Б., Платонова И.Н., Баронов В.И. Офшорный бизнес во внешнеэкономической деятельности. – НИЦ Инфра-М. – М., 2014. – 352 с.
4. Хейфец Б.А. Оффшорные юрисдикции в глобальной и национальной экономике / Б.А. Хейфец. – М. : Экономика, 2010. – 335 с.
5. Косе Д.Д. Місце правового режиму оподаткування офшорної території у сфері регулювання економічних відносин / Д.Д. Косе // Часопис Київського університету права. – 2008. – № 1. – С. 18–23.

Коваль Н.М.

студент,

Львівський університет бізнесу та права

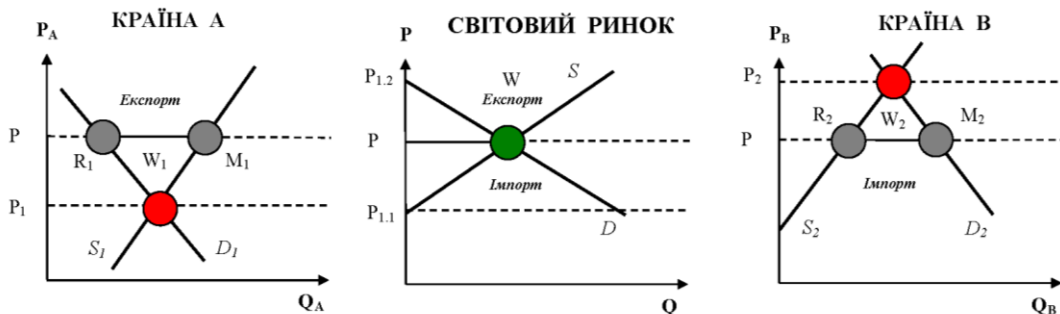
КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОГО РУХУ ТОВАРІВ

Визначальною зовнішньою ознакою існування світового ринку (СР) виступає переміщення товарів та послуг між державами (країнами).

Міжнародна торгівля (МТ) – сфера міжнародних товарно-грошових відносин, що є сукупністю зовнішньої торгівлі (ЗТ) усіх держав світу на основі міжнародного поділу праці (МПП). Обсяг МТ характеризується динамікою показників експорту, імпорту товарів і послуг, їх відношенням до ВВП (визначає відкритість економіки). Експорт та імпорт – 1) ключові поняття, які характеризують міжнародний рух товарів; 2) використовуються для всебічного аналізу МТ та для практичних потреб. Торговельне сальдо та торговий оборот – мають більш вужче значення як аналітичне, так і практичне (рис.1) [1, с. 610, 618; 2, с. 38; 3, с. 10; 4, с. 201; 5; 6, с. 12]. Графічне зображення балансу попиту і пропозиції на СР подано на рис. 1.

Отже, підтримуючи думку проф. Козика В. В. та ін. [5], СР – сфера сталих товарно-грошових відносин між державами, які базуються на МПП та ін. факторів виробництва. СР проявляється через МТ, яка: 1) є сукупністю ЗТ усіх держав світу;

2) складається із 2-ох потоків товарів (зустрічних) – експорту та імпорту, характеризується торговим сальдо та оборотом (як їх похідні). Найпростіша модель СР (див. рис. 1): 1) відображає ключові функціональні взаємозв'язки між: внутрішнім попитом і пропозицією та попитом і пропозицією товарів на СР; 2) визначає кількісні обсяги експорту та імпорту, рівноважну ціну, за якою здійснюється МТ.



Умовні позначення:

P_A, P_B, P – ціна товару X в країнах А, В та світова ціна відповідно; Q_A, Q_B, Q – обсяг виробництва товару X в країнах А, В та в світі відповідно; D_1, D_2, D – попит товару X у країнах А, В та в світі відповідно; S_1, S_2, S – пропозиція товару X у країнах А, В та в світі відповідно; W_1, W_2, W – ринкова рівновага попиту та пропозиції на товар в країнах А, В та в світі відповідно; $R_1 M_1 = R_2 M_2 = P W$ = експорт = імпорт; $P_1 < P_2$; $P_{1,2} = P_1$ – мінімальна ціна, після досягнення якої експорт¹ з країни А припиниться; $P_2 = P_{1,2}$ – максимальна ціна, після досягнення якої імпорт² з країни В припиниться; P – ціна рівноваги товару X на світовому ринку.

¹ Експорт – 1) продаж товарів іноземним суб'єктам господарської діяльності та вивезення товарів через митний кордон держави, включаючи реекспорт товарів, крім передавання майна суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності іноземному суб'єктові господарювання за кордоном як натуральної частки участі у формуванні статутного капіталу для спільної господарської діяльності; 2) продаж та вивезення товару за кордон;

² Імпорт – ввезення із-за кордону товарів, послуг, технологій, капіталу, ІЦП для їх реалізації чи застосування на внутрішньому ринку. В основі імпорту лежить міжнародний поділ праці, природні умови (ресурси), рівень розвитку продуктивних сил тощо. Обсяг імпорту залежить від величини виторгу, кон'юнктури, валютних резервів країни тощо. Імпорт є необхідною умовою розвитку; 2) купівля та ввезення товару з-за кордону.

Торгове сальдо – різниця вартісних обсягів експорту та імпорту. Торговий оборот – сума вартісних обсягів експорту та імпорту.

Рис. 1. Баланс попиту та пропозиції на світовому ринку (торгова рівновага)

Джерело: [3, с. 10 – 11; 4, с. 56, 70; 6, с. 12 – 14; 7, с. 174, 226]

Список використаних джерел:

1. Бобров В.Я. Основи ринкової економіки і підприємництва : [підручн.] / В.Я. Бобров. – К. : Вища шк., 2003. – 719 с.
2. Носаченко І.М. Зовнішньоекономічні аспекти ринкової економіки : [навч. посібн.] / І.М. Носаченко. – Львів : Світ, 2000. – 112 с.
3. Міжнародна економіка : [конспект лекцій для студ. Інституту економіки і менеджменту напряму 6.0501 «Економіка і підприємство»] / [Босак А.О., Григор'єв О.Ю., Скибінський О.С., Чернобай Л.І.]. – Львів : Вид. Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2009. – 156 с.
4. Зовнішньоекономічний словник-довідник / За ред. А.С. Філіпенка. – ВЦ «Академія», 2009. – 248 с. (Серія «Nota bene»).
5. Козик В.В. Міжнародні економічні відносини : [навч. посіб.] / В.В. Козик, Л.А. Панкова, Н.Б. Даниленко. – [3-ге вид., перероб. і доп.]. – К. : Знання-Прес, 2002. – 406 с. [Електронний ресурс] : http://buklib.net/component/option,com_jbook/task,view/Itemid,36/catid,208/id,9773/.
6. Міжнародна економіка та міжнародні економічні відносини : [практикум] / [Козик В.В., Панкова Л.А., Григор'єв О.Ю., Босак А.О.]. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – К. : Вікар, 2006. – 589 с.
7. Загородній А.Г. Фінансово-економічний словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк. – Львів : Вид. Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2005. – 714 с.

Мицак Д.В.

студент,

Науковий керівник: Ковальська К.В.

кандидат економічних наук, доцент,

Фінансово-правовий коледж

ПРІОРИТЕТИ РАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИХ ФОРМ ГОСПОДАРЮВАННЯ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Підвищення конкурентоспроможності національної економіки визнано основним пріоритетом інноваційно-інвестиційного розвитку на довгострокову перспективу. Для виконання зазначених завдань представники великого, середнього та малого бізнесу взмозі створити базову основу для розвитку провідних галузей виробництва, інфраструктури, комунальної сфери, розширення ємності внутрішнього ринку, покращання соціальних стандартів та підвищення рівня благополуччя громадян.

Результати нашого дослідження показали, що стан національної економіки та можливість впровадження інноваційно-інвестиційної моделі безпосередньо залежать від організаційно-правових форм господарювання, які обирають бізнесові структури під час започаткування бізнесу і використовують у подальшому здійсненні підприємницької діяльності. За висновками експертів, функціонування різних організаційно-правових форм господарювання на пряму впливає на всі відтворювальні процеси.

Оцінюючи ефективність організаційно-правового структурування бізнесу, слід виходити з передбачених законодавством норм регулювання їх створення, порядку діяльності, виконання зобов'язань, правил взаємодії між учасниками. Із теорії відомо, що організація – це спільнота людей (об'єктів), що цілеспрямовано діє для досягнення певних цілей. Логічно, що в такій діяльності широко застосовуються принципи координації та регулювання.

Усі організації класифікуються за такими ознаками:

- цільовий напрям діяльності (виробництво різних видів продукції, виконання робіт, надання послуг);
- форма власності (суспільна, приватна, державна, муніципальна);
- виробничий профіль (спеціалізовані, наукові, виробничі, науково-виробничі);
- кількість стадій виробництва (одно стадійні, багато стадійні);
- місце розташування підприємства (на одній території, на одній або різних географічних територіях).

Слід підкреслити, що цільовий напрям діяльності та виробничий профіль визначають сутність господарської діяльності, яка, у свою чергу, уособлює цілеспрямовану діяльність суб'єктів економіки в сфері суспільного відтворення і спрямована на виготовлення, реалізацію продукції, виконання робіт, надання послуг вартісного характеру, що мають ціновий вимір.

Організації відрізняються між собою не тільки цілями, а й організаційно-правовими формами господарювання, що залежить від:

- характеру відносин між засновниками (учасниками);
- режиму майнової відповідальності по зобов'язаннях підприємства (організації);
- порядку утворення, реорганізації, ліквідації;
- механізмів управління виробничими і соціальними процесами;
- порядку розподілу та перерозподілу прибутків між засновниками та учасниками;
- джерелами фінансування основної діяльності.

Організаційно-правові форми господарювання класифікуються за такими видами:

- господарські товариства (акціонерні, з обмеженою відповідальністю, додатковою відповідальністю, повне товариство, командитне товариство);
- державні та комунальні підприємства (на праві господарського відання, на праві оперативного управління);
- некомерційні (споживчі кооперативи, фонди, громадські та релігійні організації, установи, асоціації, різні союзи);
- виробничі кооперативи.

На даний час найбільш поширеною формою економічної організації бізнесу є товариства з обмеженою відповідальністю (далі ТОВ). В Україні із загальної кількості суб'єктів економіки ТОВ нараховується близько 50 %, приватних підприємств – 26 %, акціонерних товариств – близько 5 %, окремих структурних підрозділів – 5 %, комунальних підприємств – 3 % [6]. Частка акціонерних товариств, корпорацій, консорціумів, концернів становить менше 10 %. Таким чином, крупні підприємства та об'єднання представлені в невеликій кількості, у той час як за висновками фахівців Національного інституту стратегічних досліджень, саме крупні форми структурування бізнесу спроможні забезпечити індустріальний розвиток, основну зайнятість, підвищення рівня конкурентоспроможності економіки, вкладення капіталу, впровадження інновацій [7]. Тому проблематика розміру підприємств є дуже важливою, але на неї практично не звертається увага на державному рівні, оскільки вживаються заходи, ухвалюються закони та розробляються програми переважно в частині підтримки малого та середнього бізнесу [4; 5].

Про необхідність активізації розвитку виробництва на великих підприємствах наполягають спеціалісти Вищої школи економіки. Вони дослідили діяльність нових великих компаній, моделі корпоративного управління [1; 2; 3], що тісно пов'язано із розмірами підприємств та організаційно-правовими формами.

За результатами вивчення пропозицій науковців, можна зробити висновок, що важливим напрямом державної економічної політики повинно стати стимулювання розвитку індустріальних галузей і виробництв на великих підприємствах, які мають реальні перспективи інноваційного та соціального розвитку, залучення інвестицій, вкладення капіталу, підвищення соціальних стандартів тощо.

Як вже зазначалося, сьогодні в бізнес середовищі найбільшу частку займають ТОВ, але така організаційна структура має значні обмеження в частині механізмів формування капіталу, організації виробництва, правил розподілу прибутків, капіталізації, прав емісії цінних паперів тощо.

На нашу думку, саме структурування бізнесу у формі ТОВ вплинуло на те, що в нашій державі при слабкому індустріально-матеріальному базисі лише 0,6 % великих, 4,5 % середніх, 95 % малих підприємств. Значна кількість ТОВ, які представлені переважно малими підприємствами, не дає можливості розвивати індустріальні галузі, впроваджувати передові технології, а також фондовий ринок, оскільки ТОВ не мають права емісії цінних паперів.

Слід звернути увагу, що коли обговорюються питання щодо розвитку підприємництва, проблеми розглядаються в площині оптимізації законодавчої та нормативної бази зі створення сприятливих умов для малого та середнього бізнесу; удосконалення спрощеної системи оподаткування; створення мережі бізнес-центрів; введення більш жорсткої відповідальності органів виконавчої влади, державних службовців за виконання відповідних законів з розвитку підприємницької діяльності та інше.

З огляду на те, що в Україні необхідно розвивати індустріальні галузі та забезпечити можливість впровадження інновацій, необхідно розробити програму в напрямі раціоналізації організаційно-правових форм господарювання в національній економіці. Тому, на нашу думку, вже створені підприємства доцільно реорганізувати у більш крупні форми. А це можливо зробити, застосовуючи принципи раціоналізації.

Раціоналізація – це організація будь-якої діяльності доцільнішими способами, ніж існуючі, поліпшення, вдосконалення чогось. Раціоналізація включає поліпшення техніки і технології, а також організації праці, виробництва і управління.

У програмі з раціоналізації організаційно-правових форм господарювання пропонується передбачити: введення постійного моніторингу вкладу різних організаційно-правових структур у економічний розвиток країни; розроблення заходів з підтримки розвитку великих підприємств та їх об'єднань; оптимізацію антимонопольної політики для об'єктивної оцінки процесів злиття та поглинання; формування сучасної інвестиційної інфраструктури (регіональних агенцій розвитку); розвиток державно-приватного партнерства; розроблення програми розвитку промислових кластерів на основі диверсифікації міжсекторальних зв'язків. В цьому аспекті слід навести досвід Великобританії, де урядом було створено «Корпорацію з реорганізації промисловості» [7] як незалежну організацію, основним завданням якої було підвищення ефективності функціонування промисловості через стимулювання раціоналізації організаційних структур, зокрема злиття малих фірм у великі.

Таким чином, розмір підприємств (великі, середні) має дуже велике значення для інноваційного та індустріального розвитку. З огляду на це в Україні необхідно кардинально збільшити кількість великих і середніх підприємств, які реально мають ширші, ніж у малих підприємств, фінансові можливості для розвитку економіки, її провідних галузей та підвищення конкурентоспроможності продукції національного товаровиробника на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Авдашева, С.Б. Крупные новые компании («Бизнес – группы») в Российской переходной экономике : состояние проблемы в экономической литературе : Препринт WP1 / 2005 / 09 [Текст] / С.Б. Авдашева, В.В. Голикова, Т.Г. Долгопятова : Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М. : Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2005. – 52 с.
2. Гончар, К.Р. Инновационное поведение сверхкрупных компаний : ленивые монополии или агенты модернизации? : Препринт WP1 / 2009 / 02 [Текст] / К.Р. Гончар : Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М. : Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2009. – 48 с.
3. Долгопятова, Т.Г. Развитие российской модели корпоративного управления в 2000-е годы : эмпирический анализ изменений на микроуровне : Препринт WP1 / 2010 / 06 [Текст] / Т.Г. Долгопятова ; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М. : Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. – 48 с.
4. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» від 22 березня 2012 року № 4618. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://Rada.gov.ua>.
5. Про затвердження плану заходів з виконання у 2013 році Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні / Розпорядження Кабінету Міністрів України від 13 лютого 2013 року № 64-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://Rada.gov.ua>.
6. Статистичний щорічник України за 2012 рік / Державна служба статистики України. – К. : ТОВ «Август Трейд». – 2013. – 552 с.
7. Щодо пріоритетів раціоналізації організаційно-правових форм господарської діяльності у промисловості / Національний інститут стратегічних досліджень / Аналітична записка. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://niss.gov.ua>.

Redko Y.L.
Student,
University of Strasbourg

THE HAPPINESS OF ALSATIANS

Alsace is a French region that deserves to be called a headquarter of several European institutions, an important cultural and historical region, and a significant contributor to the French economy. This region ranks 7th among French regions for its GDP [1].

Because nowadays GDP is the main economic indicator, the research on the question of the measuring of well-being attracted growing attention to the public welfare issue.

For the estimation of the well-being, the indicators proposed by OECD can be used. The indicators are divided into nine groups. For the European Union, France and Alsace, these indicators are displayed in a chart 1.

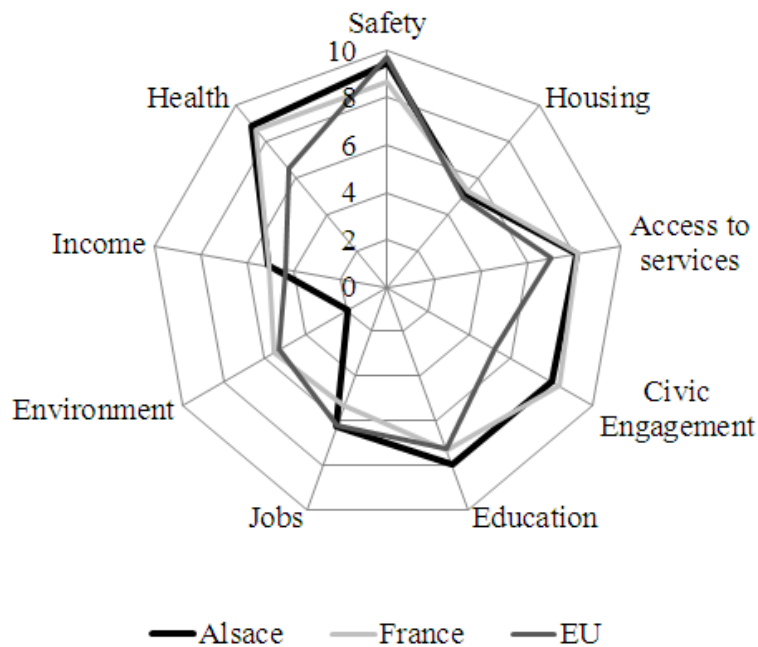


Chart 1. Well-being in detail

Resource: Author's calculations are based on trade data from OECD [2, 3]

In general, a lot of factors of well-being are satisfying, and what is more, a lot of indicators in Alsace are better than those for France or the EU.

Analyzing the chart deeper, the following data can be highlighted: «Education» has 8 points out of 10 (it includes the level of education, students' skills, years of education); «Jobs» have 6.3 points out of 10 and by this criteria Alsace is the 2nd region in France (employment rate is 66.6% and unemployment rate is 8.7 %); «Health» has 8.9 points out of 10, which allows this criteria to be in the top 17 % of the best health regions comparing to all OECD regions.

Particular attention should be given to the «Environment» indicator (air pollution: 18.6 ug/m³, water quality) which is lower than the average in France and in the EU, moreover it is in the lower 12 % comparing to all OECD regions, that is why this indicator should be deeply analyzed.

Alsace is a strong industrial region, despite losing 42,600 manufacturing jobs in 2000, its industry still generates 17.5 % of the regional added value [4]. In consequence of the rapid industrial development, the environmental pollution and declining welfare have appeared. This situation was lying behind the development of an important mission for the Region: to

choose a strategy for the effective development, which corresponds to the new challenges of the changing world.

This means to ensure the creation of innovations, to develop the plan for sustainable development, to develop the green economy, to reduce pollution, etc. More precisely, five priority areas were identified: energy efficiency and renewable energy, biodiversity and green infrastructure, quality of ground water and air quality, environmental education, waste management and promotion of eco-businesses.

The Region use a lot of instruments to achieve the above-mentioned goals, but among them special attention is given to the financing and favoring green innovations that will be harmless to the environment, ecology and life of citizens.

For instance, the restrictions on energy consumption can reduce it in Alsace by 20 % to 2020, can divide by 4 GHG emissions between 2030 and 2050 and can increase the production of renewable energy to 20 % by 2020 [5]. In the 2014, the financing for the improvement of these environmental performance in the Initial Budget (le Budget primitif) of the Alsace Regional Council was € 48 million (5 % of the Budget) [6], the amount which was basically aimed to finance sustainable development and to support the environmental strategy.

The successful realization of this Regional Development Strategy will result in the creation of the companies of green economy and sustainable development, and to the creation the innovation to make the well-being of citizens perfect.

This estimation of the well-being using the OECD method is an excellent indicator of not only the region but also the country as a whole. Unfortunately, the OECD does not provide the evaluation of the well-being of Ukraine and its regions. Because of the fact that this method helps to identify the weaknesses, which should be improved, and a strong, competitive indicators which can be raised to the level which will help to catch up with the best-developed countries of OECD, it is necessary to use these practices for Ukraine. So that the assessment of well-being could improve the Ukrainians' people lives and the regions at the same level at which it is done in Alsace.

References:

1. Data from National Institute of Statistics and Economic Studies – 2014. – Access to the site : <http://www.insee.fr/>.
2. Data from Organisation for Economic Co-operation and Development – 2014. – Access to the site : <http://www.oecd.org/statistics/measuring-well-being-and-progress.htm>.
3. Data from Organisation for Economic Co-operation and Development – 2014. – <http://www.oecdregionalwellbeing.org/region.html#FR42>.
4. Profil environnemental de l'Alsace – 2012. – Access to the site : <http://www.per.alsace.developpement-durable.gouv.fr/>.
5. Schéma régional Climat Air Énergie Alsace // Projet de Région Alsace – Janvier 2012. – p. 319.
6. Le budget primitif // Conseil Régional d'alsace – 2014. – p. 22.

Стеблак Д.М.

студентка,

Ужгородський національний університет

ПРОБЛЕМИ ВИРІШЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Енергетична безпека – стан електроенергетики, який гарантує технічно та економічно безпечно задоволення поточних і перспективних потреб споживачів в енергії та охорону навколишнього природного середовища.

Світова економіка, можливо сама того не очікуючи, спричинила надзвичайно велику залежність країн світу від енергоресурсів [1].

Перше півріччя 2014 року характеризується вкрай нестабільним та напруженим становищем світових енергетичних ринків, де все більш актуальними стають проблеми забезпечення енергетичної безпеки й стабільності. Події на Близькому Сході та в Україні призвели до загострення цих проблем. Тенденції розгортання подій вказують про стрімке зростання впливу політичного фактору на світову енергетичну політику. Так, «газовий конфлікт» між Україною та Росією викликав занепокоєність щодо забезпечення енергетичної безпеки всієї Європи й став яскравим прикладом впливу політичних обставин на відносини в сфері енергетики.

Аналіз міжнародної енергетичної політики дозволяє зробити висновки, що в останні місяці дії основних світових гравців в цій сфері залежали від наступних факторів:

- збереження тенденції зниження цін на світовому нафтовому ринку, що обумовлювалось перевищенням пропозиції нафти над попитом;
- зростання енергетичної самодостатності США (у т. ч. унаслідок «сланцевої революції»), що може привести до змін стратегічних напрямів зовнішньої політики офіційного Вашингтона;
- поступова «енергетична переорієнтація» Китаю з вугілля на природний газ, а також його готовність здійснювати масштабні інвестиції в свої атомні електростанції. Це стає одним із ключових геополітичних факторів, що впливатиме на розвиток енергетики в наступні роки;

Різні галузі енергетики мають свої особливості розвитку на даному етапі розвитку :

1. Газова галузь

Очікується, що до кінця 2014 р. початку 2015 року ситуація на газових ринках формуватиметься під впливом наступних факторів:

- великий «обвал» світових цін на нафту до рівня \$ 70–80 за барель, станом на кінець січня початку лютого 2015 року ціни на нафту на світовому ринку знизилися до 42 доларів [3].
- прискорення з боку США процесу видачі ліцензій на експорт скрапленого природного газу (СПГ);
- продовження країнами ЄС заходів, спрямованих на зменшення своєї залежності від постачальників енергоресурсів шляхом спорудження міжсистемних трубопровідних з'єднань;
- Загострення діалогу ЄС – Росії, щодо України;
- Зменшення ціни на газ за рахунок політики країн через ситуацію в Україні.

Залежність ЄС від російського газу загалом складає 25 %, хоча для окремих країн цей показник може сягати і 80 %. Передусім це країни Балтії – Литва і Латвія, Центральної Європи – Угорщина, Чехія, Словаччина, але вони починають шукати альтернативу.

2. Нафтовий ринок

Стрімке падіння 2014 сколихнуло нафтові ринки, адже ціни впали надзвичайно низько.

В червні, після того, як ціна нафти марки Brent сягнула максимального цього року рівня – близько 115 доларів за баррель, розпочався процес падіння нафтових котирувань. Станом на 26 листопада вартість січневих ф'ючерсів на нафту марки Brent становила вже 78,4 долара за барель. Падіння цін зумовлене вповільненням розвитку світової економіки і труднощами з її відновленням в Європі та Японії. Крім того, зріс обсяг доступної нафти на ринку – зокрема, на це вплинув і розвиток добування сланцевої нафти в США. Однак це досить дорогий процес, і зі зниженням ціни Штати можуть згорнути видобуток.

Водночас експерти прогнозують, що Саудівська Аравія, ймовірно, збирається розв'язати «війну цін» зі своїми конкурентами. Ця країна не скорочуватиме виробництво і боротиметься за ринок шляхом зниження ціни. Деякі аналітики підозрюють Саудівську Аравію у навмисній політиці зниження цін на нафту з метою зупинити розвиток проєктів з видобутку в США. Інша теорія, навпаки, передбачає спільні дії США і Саудівської Аравії з метою завдати шкоди інтересам Росії та Ірану [2].

На початку 2015 року ціна на нафту досягла одного з свого мінімуму (табл. 1.).

Таблиця 1

Ціна на нафту різних виробників станом на початок 2015 року [3].

Нафта/дата	9 лютого 2015 року	10 лютого 2015 року	11 лютого 2015 року
Brent	57,87	57,56	56,54
WTI	51,96	52,13	50,20
Кошик ОПЕК	53,58	53,14	53,15

З таблиці 1. можна зробити висновок, що ціна на нафту на початку 2015 року знижується до одного з свого історичного мінімуму.

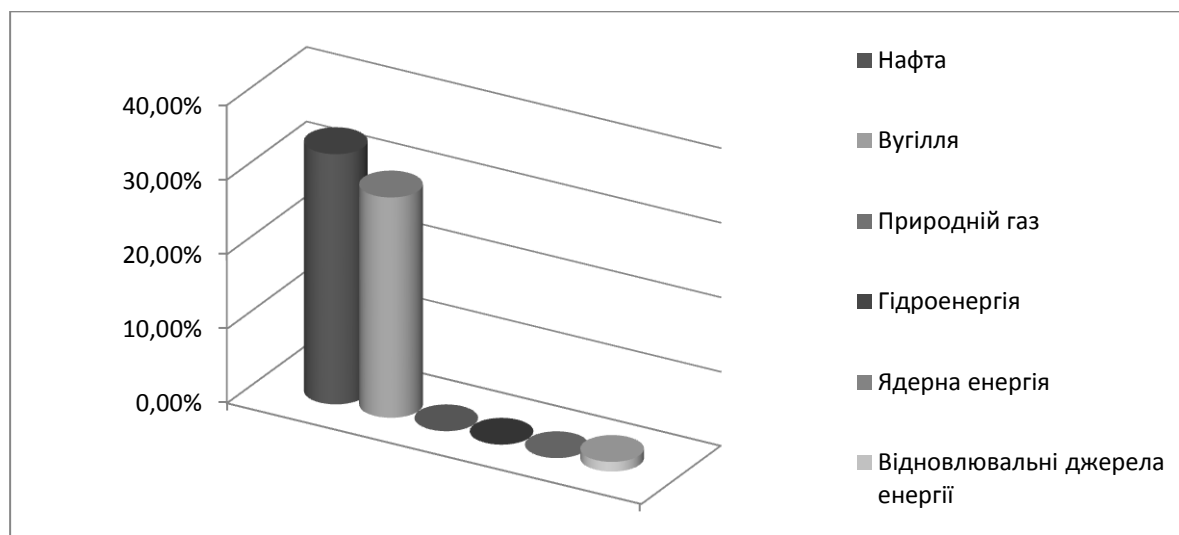
Наприкінці 20 століття, а особливо на початку 21 століття сланцевий газ почав відігравати вагомую роль в енергетичному балансі США.

За даними Адміністрації Енергетичної Інформації США, в 2007–2012 роках обсяги видобування сланцевого газу в США зросли більше, ніж в сім разів, і сягнули майже 267 млрд метрів кубічних або 39 % від загального видобутку природного газу в країні [4].

Також важливе місце посідає альтернативні джерела енергії в енергетиці. Рекордний рівень інвестиції у відновлювану енергетику був досягнутий у 2011 році і становив 317,5 мільярдів доларів [5].

В кінці минулого – на початку поточного десятиліття прискорились зміни енергетичної картини світу, що свідчить про проходження певної зони біфуркації. Провідні зарубіжні центри енергетичних досліджень моделюють перспективу енергетики на 2035 та 2050 роки, відштовхуючись від тенденцій

першого десятиріччя XXI століття. За даними компанії BP, світове споживання енергії з усіх джерел становило 13,2 млрд. тонн нафтового еквіваленту. Енергетичний мікс світової економіки виглядає наступним чином: 33,6 % – нафта, 29,6 % – вугілля, 23,8 % – природний газ, 6,5 % – гідроенергія, 5,2 % – ядерна енергія, 1,3 % – відновлювальні джерела енергії (ВДЕ) разом узяті (мал. 2.) [6].



Мал. 2. Використання енергетики в світовій економіці

В річних звітах 2014 року від ОЕСР «World Energy Outlook 2014» (OECD's International Energy Agency) та Бритіш Петроліум «BP Energy Outlook 2014» представлені не лише дані про ситуацію, яка мала місце в 2014 році, але перспектива розвитку та аналіз основних трендів розвитку світової енергетики до 2035 року [7], [8].

Отже, на початку XXI століття, а особливо в кінці 2014 та на початку 2015 року світова спільнота зрозуміла, як вона залежить від енергетики, та яким важливим значенням вона володіє, адже в деяких випадках вона може бути використана як елемент «дипломатії», то ж всі країни повинні знати, що енергетична безпека країни є одним з найважливіших елементів могутності.

Список використаних джерел:

1. О. Чередніченко. ЕНЕРГЕТИЧНА БЕЗПЕКА // Схід (журнал), 2004. – № 3 (61). – С. 5–9.
2. Нафтові війни 1973–2014 : як ціну нафти використовували в міжнародній політиці. Електронний ресурс : <http://tyzhden.ua/News/124493>.
3. На світовому ринку подешевшала нафта. Росія змушена знижувати ціни на газ. Електронний ресурс : <http://tsn.ua/groshi/na-svitovomu-rinku-podeshevshala-nafta-rosiya-zmushena-znizhuvati-cini-na-gaz-408581.html>.
4. Видобування сланцевого газу в США. Електронний ресурс : <http://shalegas.in.ua/shale-gas-production-in-usa/>.
5. Відновлювані джерела енергії стають дешевшими за викопне паливо. Електронний ресурс : <http://ecoclubua.com/2015/01/renewables-are-getting->.
6. Енергетична безпека України 2020 : виклики, можливості, сценарії. Глобальна енергетична картина світу : проекція – 2035. Електронний ресурс : http://esco-ecosys.na rod.ru/2012_1/art151.pdf.
7. British Petroleum. «Energy Outlook 2014», Energy Outlook 2035. Електронний ресурс : <http://www.bp.com/en/global/corporate/about-bp/energy->.
8. OECD. World Energy Outlook 2014. Електронний ресурс : http://www.oecd-ilibrary.org/energy/world-energy-outlook-2014_weo-2014-en.

Фролов О.О.

студент,

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

ЩОДО ДЕЯКИХ ПИТАНЬ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Міжнародна економічна інтеграція – це вищий рівень розвитку міжнародних економічних відносин, коли інтернаціоналізація господарського життя проявляється у переплетінні національних господарств двох або кількох країн та проведенні ними узгодженої міждержавної торговельно-економічної політики.

Динамічний розвиток процесів міжнародної економічної інтеграції зумовлений:

- економічним розвитком країн, їх груп та регіонів світу в умовах нерівномірного розподілу ресурсів;
- закономірностями науково-технічного прогресу;
- тенденціями демографічного розвитку;
- наявністю і необхідністю вирішення глобальних проблем (енергетичної, продовольчої, економічної, охорони навколишнього середовища, використання світового океану та космосу, економічного зростання та народонаселення, економічної безпеки, роззброєння);
- різким скороченням відстаней за рахунок розвитку транспортно-комунікаційних мереж,
- ринковою «уніфікацією» економічного розвитку.

Як теоретично обґрунтовані і практично апробовані виділяють такі 6 основних форми міжнародної економічної Інтеграції: зона преференційної торгівлі; зона (асоціація) вільної торгівлі; митний союз; спільний ринок, економічний та політичний союзи.

Зона преференційної торгівлі являє собою зону з пільговим торговельним режимом, коли дві або кілька країн зменшують взаємні тарифи по імпорту товарів, зберігаючи рівень тарифів у торгівлі з іншими країнами, Найбільш показовим історичним прикладом такої форми інтеграції є преференційна система Британського співтовариства (1932 р.), що об'єднувала 48 держав,

У зонах вільної торгівлі діє особливий пільговий торговельний режим для країн-учасниць за рахунок усунення внутрішніх тарифів при їх збереженні в торгівлі з іншими країнами. Типовими прикладами є Європейська асоціація вільної торгівлі (1960 р.), зона вільної торгівлі США – Канада (1988 р.).

Митний союз – це угода двох або кількох держав, що передбачає усунення внутрішніх тарифів та встановлення спільного зовнішнього тарифу. Такі угоди діяли у Бенілюксі (з 1948 р.) та Європейському союзу (з 1968 р.).

У межах спільного ринку забезпечується вільний рух не тільки товарів, а й послуг, капіталів і громадян (робочої сили). Такі умови економічних взаємовідносин у, цілому характерні нині для Європейського союзу.

В економічному союзі вільний рух факторів у результаті виробництва доповнюється гармонізацією внутрішньої та зовнішньої економічної політики. У країнах-учасниках функціонує, як правило, єдина грошова одиниця. Прикладом таких союзів є Бенілюкс (з 1960 р.) США, до 1991 р. – колишній СРСР.

На основі економічних створюються політичні союзи, в яких поряд з економічною забезпечується і політична інтеграція.

Економічна природа інтеграційних угруповань та взаємовідносин між країнами, що їх утворюють, зумовлюють логіку і спадкоємність у становленні та розвитку форм міжнародної економічної інтеграції.

Для створення економічного інтеграційного угруповання двох або кількох країн необхідні певні політико-правові, економічні, соціально-культурні та інфраструктурні умови.

Ефективність міжнародної економічної інтеграції досягається за рахунок:

- усунення дискримінації та бар'єрів між країнами – учасницями інтеграційних угруповань у русі товарів, послуг, капіталу, робочої сили і підприємництва;
- стандартизації та уніфікації у виробничо-комерційній сфері;
- динамічного ефекту внаслідок розширення ринку і економії на масштабах виробництва,
- забезпечення достатнього рівня конкуренції.

Для зрілих інтеграційних угруповань (спільний ринок, економічний та політичний союзи) характерними є такі риси:

- синхронізація процесів відтворення у межах груп країн;
- створення господарського комплексу з тісними взаємозв'язками національних економік і пріоритетом власного поділу праці;
- особливі механізми регулювання переважно через наднаціональні органи;
- узгоджена політика як у взаємних економічних відносинах, так і у відносинах з іншими країнами та їх групами.

У цілому послідовний розвиток форм міжнародної економічної інтеграції забезпечує більш повне і раціональне використання економічного потенціалу країн та підвищення темпів їх розвитку. Водночас вирішуються важливі питання соціальної політики як внаслідок об'єктивно зумовленого зниження цін на основні товари і послуги та створення нових робочих місць, так і через концентрацію зусиль країн-учасниць на пріоритетних програмах соціально-економічного розвитку.

Слід також зазначити, що в зрілих інтеграційних угрупованнях виробляються і реалізуються потужні та дійові механізми й інструменти забезпечення групової економічної безпеки.

Тим часом, незважаючи на очевидні економічні переваги, процеси міжнародної економічної інтеграції перебігають у складному переплетінні політичних і соціально-економічних проблем. Основними чинниками, що зумовлюють виникнення та існування таких проблем, є:

- націоналізм; традиційні конфлікти між окремими країнами та групами країн; ідеологічні розходження,
- політико-правові, економічні й соціально-культурні відмінності країн-учасниць; збільшення витрат при реалізації регулюючих функцій на наднаціональному рівні; суперечності розширення складу інтеграційних угруповань та ін.

Сучасним процесам міжнародної економічної інтеграції притаманні певні особливості, а саме:

- динамізм процесів міжнародної економічної інтеграції в цілому;
- нерівномірність розвитку і реалізації форм міжнародної економічної інтеграції;
- розвиток поряд з інтеграційними дезінтеграційних процесів;
- переважний розвиток регіональних міжнародних економічних угруповань (економічний регіоналізм);
- формування реальних умов світової економічної інтеграції.

Великий досвід і потенціал регіональної міжнародної економічної інтеграції має Європа, що зумовлено як політичними і соціально-економічними особливостями розвитку європейських країн у період після другої світової війни, так і сучасними тенденціями розвитку світової економіки, коли остаточно формуються три світових економічних центри (Європа, Північна Америка з домінуючою роллю США та Азія з пріоритетом Японії).

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Гевко А.О.

студентка,

Вінницький інститут економіки

Тернопільського національного економічного університету

ШЛЯХИ ЗМЕНШЕННЯ ДЕФІЦИТУ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

Сьогодні в умовах спаду виробництва, відсутності його кредитної підтримки, посилення фінансової нестабільності, кризи неплатежів, невиконання доходів бюджетів всіх рівнів процес зростання дефіциту бюджету є однією з найбільш дискусійних проблем і вимагає подальшого дослідження.

Дослідженням бюджетного дефіциту, причинам його виникнення та способам збалансування займаються багато відомих вітчизняних та російських економістів, серед яких: Гордєєва Л., Редіна Н., Самсонова К., Колеснікова Р., Білоусової Н., Федосова С., Опаріна В., Дем'янишина В., Кудряшова В., Омельянович Л., Сафонової Л. та інші. Деякі з авторів розцінюють бюджетний дефіцит як негативне явище, оскільки його фінансування на основі грошової емісії веде до інфляції, за допомогою не емісійних засобів – до зростання державного боргу. Інші ж звертають увагу на позитивний вплив його фінансування, тому що воно розширяє сукупний попит, який в свою чергу впливає на зростання виробництва і зайнятості. Але все ж таки негативних наслідків бюджетний дефіцит має більше, ніж позитивних.

Проблеми формування бюджетного дефіциту та визначення його розміру і пошук джерел погашення є одними з ключових при розробці стратегії розвитку держави на декілька наступних періодів. Зростання бюджетного дефіциту, в свою чергу, у більшості випадків впливає на підвищення боргової залежності країни, що виступає фактором стримування розвитку економіки та знижує інвестиційну привабливість [4, с. 115].

Все це свідчить про нагальність вирішення проблеми збалансування державного бюджету на сучасному етапі розвитку економіки України, посилює значимість і важливість формування та функціонування фінансового механізму управління дефіцитом бюджету держави.

За даними Міністерства фінансів України [5] профіцит в Україні спостерігався лише у 2000 (1 млрд. грн.) й у 2002 (1,6 млрд. грн.) роках. Сьогодні ж спостерігається зовсім інша ситуація.

Проаналізуємо динаміку Державного бюджету України за 2010–2014 роки, використавши дані Міністерства фінансів України щодо виконання Державного бюджету України за 2010-2014 роки:

Таблиця 1

Динаміка дефіциту державного бюджету України за 2010–2014 рр.

Показник, млн. грн.	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік
Фактичний дефіцит Державного бюджету України	64265,5	23557,5	53445,2	64706,7	60077,7
Запланований дефіцит Державного бюджету України	54095	38812,4	42975,7	69980,8	68564,2
Сума перевищення між фактичним та запланованим дефіцитом державного бюджету	10170,5	-15254,9	10469,5	-5273,2	-8486,5

Джерело: [5]

Аналізуючи дані таблиці 1 можна сказати, що протягом аналізованих років в Україні наявний дефіцит державного бюджету. У 2011 році він зменшився порівняно з 2010 роком на 40708,0 млн. грн. (або на 63,34 %), у 2012 році зріс на 29887,7 млн. грн. (або на 126,87 %) порівняно з попереднім, в 2013 році також відбулося зростання на 11261,8 млн. грн. (або на 21,07%). Проте, сума бюджетного дефіциту у 2014 році дещо менша, ніж за результатами 2013 року (на 4629,0 млн. грн.).

Сума перевищення між фактичним та запланованим дефіцитом Державного бюджету України у 2010 та у 2012 році становила 10170,5 млн. грн. та 10469,5 млн. грн. відповідно, що є негативною ознакою для економіки країни. Оскільки відбувалось або недовиконання доходів до бюджету, або перевиконання витрат. У 2011 та 2013 роках спостерігалася позитивна тенденція, оскільки запланований дефіцит державного бюджету був більший, ніж фактичний (на 15255 млн. грн. і 5273,2 млн. грн. відповідно). Крім того, за результатами виконання державного бюджету України 2014 року фактичний дефіцит бюджету становить 87,6 % планового показника.

Наявність у країні дефіциту державного бюджету спричиняє посилення інфляційних процесів, кризу у сфері державних фінансів, грошової системи, збільшення залежності від позичальників і, як наслідок, погіршення соціально-економічного стану в суспільстві. Отже, розглянемо шляхи зменшення дефіциту Державного бюджету України.

На практиці застосовуються два методи подолання бюджетного дефіциту: емісійний і беземісійний.

Емісійний метод покриття бюджетного дефіциту пов'язаний з використанням грошово-кредитної емісії. Такий метод вважається недостатньо ефективним, оскільки може негативно вплинути на економічну ситуацію в країні.

Більш обґрунтованим вважається вирішення проблеми бюджетного дефіциту неемісійним методом за рахунок внутрішніх джерел, шляхом збільшення податків чи інших доходів або скорочення видатків [2, с. 63].

Внутрішніми джерелами покриття бюджетного дефіциту можуть бути кредити Національного банку України, доходи від операцій з цінними паперами тощо. Зовнішніми джерелами можуть слугувати кредити міжнародних фінансових установ та іноземних держав, а також безоплатна і безповоротна фінансова допомога під цільові програми. Водночас використання зовнішніх та внутрішніх кредитних джерел покриття бюджетного дефіциту зумовлює виникнення внутрішнього та зовнішнього боргу держави, що включає додаткові витрати на його обслуговування. Тому економічна політика держави має бути

спрямована на зменшення бюджетного дефіциту за рахунок збільшення доходів шляхом створення сприятливих умов для розвитку підприємницької діяльності та скорочення витрат бюджету і, в першу чергу, за рахунок обмеження витрат на утримання апарату управління, видатків на оборону тощо [3, с. 93].

Таким чином, у програму конкретних заходів щодо скорочення бюджетного дефіциту варто включити і послідовно проводити в життя такі заходи, що, з одного боку, стимулювали б приплив коштів у бюджетний фонд країни, а з іншого боку – сприяли скороченню державних витрат. До них відносяться:

- зміна напрямків інвестування бюджетних засобів у галузі народного господарства з метою значного підвищення фінансової віддачі від кожної гривні;
- детінізація економіки, зокрема заробітної плати;
- нарощування виробництва;
- відмова від адміністративного тиску на платників податків у процесі виконання бюджету, удосконалення чинного податкового механізму;
- скорочення системи податкових пільг, особливо малоефективних;
- удосконалення системи податкового контролю, підвищення його ефективності
- зберігання фінансування лише найважливіших соціальних програм; мораторій на прийняття нових соціальних програм, що потребують значного бюджетного фінансування;
- заборона Центральному банку країни надавати кредити урядовим структурам будь-якого рівня без належного оформлення заборгованості державними цінними паперами [1, с. 97].

Отже, в сучасних умовах уряд повинен постійно контролювати розмір бюджетного дефіциту, інакше він здійснюватиме дестабілізуючий вплив на соціально-економічний розвиток країни. З метою максимально ефективного управління дефіцитом державного бюджету необхідно застосовувати систему економічних заходів.

Список використаних джерел:

1. Кравченко М.В. Проблеми управління показниками дефіциту державного бюджету України в умовах нестабільних темпів розвитку економіки / М.В. Кравченко // Інвестиції : практика та досвід. – 2013. – № 15. – С. 95–98.
2. Оченаш І.Л. Бюджетний дефіцит в Україні та способи його подолання / І.Л. Оченаш // Формування ринкових відносин в Україні : науковий економічний журнал. – 2012. – № 9. – С. 62-66.
3. Редіна Н.І., Гордєєва Л.П. Дефіцит бюджету й основні шляхи його подолання в Україні // Фінанси України. – 2009. – № 5. – С. 93.
4. Самсонова К.В. Проблеми фінансування бюджетного дефіциту в Україні // К.В. Самсонова // Кіровоградський національний технічний університет. – УДК 336.14.025.3. – 2011. – С. 115–117.
5. <http://www.minfin.gov.ua> [Електронний ресурс]. – Офіційний сайт Міністерства фінансів України.

Михайловська Я.С.

студентка;

Корчева О.О.

студентка,

Науковий керівник: Левчук О.В.

доцент,

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

ЕНЕРГЕТИЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ: ОСОБЛИВОСТІ І ВПЛИВ ЄС

Україна впродовж останніх 5–6 років стрімкими темпами набувала вторинності у європейських енергетичних справах, як завдяки політиці дискредитації її з боку східного сусіда, так і в першу чергу, завдяки короткозорості, корумпованості та недолугості урядів, що змінювали один одного в калейдоскопічному режимі, змагаючись за контроль над фінансовими потоками в інтересах тих чи інших кланово-олігархічних угруповань. Тому для керівництва держави, яка виявилась на узбіччі європейських процесів, буде важливим керуватись принципом малих кроків, спрямованих на досягнення скромних успіхів, що могли б засвідчити дієздатність держави та сприяти відновленню довіри партнерів. Вирішити власними силами завдання реформування енергетичного сектору, забезпечення енергетичної безпеки України в період до 2020 року зможе лише в кооперації з ЄС.

Не дивлячись на зростання азійських ринків споживання енергоносіїв, ЄС в поточному десятилітті інерційно зберігатиме привабливість для постачання енергоносіїв. Його поступове становлення як єдиної системи, що діє за ринковими механізмами, дозволяє забезпечити Україні конкурентні позиції як транзитної країни за умови створення відповідних європейським умов діяльності для енергетичних компаній. Вигідне географічне становище у поєднанні з прогнозованою тарифно-регулятивною політикою здатне гарантувати Україні стабільні, хоча й не такі високі, як у 90-х роках, обсяги транзиту енергоносіїв на лінії Схід – Захід [1].

Енергетична політика залишається ахіллесовою п'ятою України упродовж всього періоду з часу проголошення незалежності. Жодна із стратегічних цілей – зниження енергомісткості ВВП, інтенсифікація розробки власних покладів енергоресурсів, диверсифікація джерел та шляхів постачання енергоносіїв, формування стратегічного нафтового резерву, створення ядерно-паливного циклу – не досягнуті. Навіть окреме досягнення – створення технічних можливостей для імпорту нафти з альтернативних джерел (МНТ «Південний» та нафтопровід Одеса – Броди) на початку 2000-х не привело відразу до вирішення проблеми диверсифікації постачань нафти.

Владні команди в Україні за весь період з 1991 року віддавали перевагу моделі бізнес-експлуатації існуючої енергетичної залежності країни перед моделлю забезпечення енергетичної безпеки. Глобальна тенденція здорожчання енергоносіїв та їх використання в якості інструменту політичних та економічних впливів робить неефективним подальше збереження моделі бізнес-експлуатації енергозалежності та диктує необхідність відмови від неї. Водночас, спостерігаються явища, які підтверджують подальші наміри номенклатурно-олігархічних угруповань використовувати таку модель і надалі. Це загрожує сценарієм не тільки поглинання енергетичних активів України, але й лавиноподібною економічною експансією з боку РФ та дезорганізацією німецьких основ енергетичної безпеки.

Становище України як сполучної ланки між Росією та ЄС, Каспієм та Центральною Європою містить перспективу збереження транзитної ролі та функціональності її систем транспортування вуглеводнів. Однак, на тлі загального

зміщення світової торгівлі енергоресурсами в бік Китаю та Індії з одного боку, та появи обрисів (хоча й неміцних, внаслідок глобальних фінансових потрясінь) трансатлантичного енергетичного партнерства (на базі постачання СПГ зі США, а в подальшому і нафти з бразильського шельфу та канадських нафтоносних пісків), роль України для ЄС та Росії не буде такою визначальною, як це було в період 1991–2008 років, до I хвили світової кризи, яка послужила стимулятором перегляду багатьох економічних, фінансових та енергетичних реалій [2].

Вплив ЄС на енергетичну безпеку України

«ЄС та Україна мають спільні інтереси в енергетичній галузі, і як ЄС, так і Україна можуть мати користь від інтеграції своїх енергоринків, тим самим підвищуючи, рівень енергетичної безпеки Європейського континенту», – це записано в преамбулі Меморандуму Україна – ЄС щодо порозуміння у співробітництві в енергетичній сфері від 1 грудня 2005 року. Проте, в цілому стратегія ЄС вже не орієнтована на потенціал України як найважливішої енергокомунікаційної ланки на Сході, хоча її не можна вважати спрямованою проти України, як це має місце з російськими планами. В системі координат «свій – чужий», Україна через неререформований енергетичний сектор так і не змогла отримати ідентифікатор «свій» для ЄС.

ЄС є значним гравцем на європейському і світовому енергетичному ринку, однак залишається достатньо вразливим до дії різних чинників, одночасно володіючи достатньо обмеженими можливостями для контрдій, зокрема, через задекларовані принципи Енергетичної Хартії. Результатом цього є постійний процес нівелювання активної ролі ЄС як повноправного гравця в енергетичних відносинах на загальноєвропейському рівні і перетворення його на пасивного координатора з питань захисту навколишнього середовища, енергоефективності і наукових досліджень в галузі енергетики.

Поширення європейських енергетичних стандартів на українське законодавство здатне суттєво підвищити опірність України до спроб політизувати міждержавні відносини в сфері енергетики, а долучення до загальноєвропейського ринку – зменшити непрозорість внутрішнього, в першу чергу газового ринку.

Енергетична стратегія ЄС на 2010–2020 роки характеризуються зосередженістю на вирішенні внутрішніх проблем організаційного характеру, наявність низки вимог до учасників енергоринку, однак без суворих зобов'язань, і обмеженої спроможності протистояти активній експансіоністській енергетичній політиці третіх країн. Ключовими в ній визначено 5 пріоритетів, що так чи інакше впливають і на Україну:

1) *Енергозбереження* як головна передумова для скорочення споживання енергоресурсів і, відповідно, пасивного посилення енергетичної безпеки. Оскільки в Україні енергозбереження стоїть в переліку пріоритетів не на першому місці, цей пріоритет ЄС буде мати швидше негативний вплив після впровадження ЄС сертифікатів енергоефективності. Їх включення до дозвільної процедури для генеруючих потужностей може зробити невідворотний удар по спроможності експортувати українську електроенергію, якщо Україна в поточному десятилітті не здійснить якісне реформування своїх генеруючих потужностей.

2) *Інтегрований енергетичний ринок*, який до 2015 року повинен був охоплювати всі країни-члени ЄС і до якого можуть приєднатися країни, що вступили в Енергетичне Співтовариство, призведе до зростання ролі ринків у порівнянні з двосторонніми угодами. Проте затягування Україною виконання взятих на себе зобов'язань, зокрема, з реформування газового ринку і ринку електроенергії, робить малоімовірним використання цього сегменту співробітництва.

4) *Лідерство в енергетичних технологіях та інноваціях* покликане сприяти подальшому нарощуванню енергетичної самостійності ЄС через покращення ефективності використання енергоносіїв. Цей пріоритет буде незначним чином впливати на енергетичну безпеку України в поточному десятилітті, наприклад, лише

через імпорт відповідних технологій. Широкомасштабна реконструкція усієї енергетичної інфраструктури з використанням передових технологій навряд чи можлива з огляду на низьку інвестиційну спроможність, неефективні механізми кредитної політики, недостатнє стимулювання енергозбереження зі сторони держави.

5) *Забезпечення інтересів споживачів* через проведення реформ у ціноутворенні, підключення споживачів до мереж та прозоре нарахування вартості послуг. Даний пріоритет відповідає принципам Третього енергетичного пакету і має забезпечити створення максимально комфортного енергетичного ринку для споживачів в ЄС. В контексті впливу на Україну це означає, що ЄС наполягатиме на продовженні процесу коригування цін на енергоносії до рівня економічнообґрунтованих для всіх категорій споживачів, а також подоланні непрозорості бізнесу українських енергетичних компаній, відкриття енергетичного ринку для європейських корпорацій [3].

На відміну від російської енергетичної стратегії, енергетична стратегія ЄС пропонує рівні і прозорі умови для всіх учасників за умови дотримання встановлених правил. Таким чином, постачання енергетичних продуктів з України до ЄС та транзитні маршрути через Україну можуть бути збережені лише за умови функціонування енергетичного сектору за принципами енергетичного законодавства ЄС. Відповідно, зволікання зі встановленням європейських правил гри чи їх неадекватне впровадження через декілька років здатне призвести до автосегрегації від європейського енергетичного ринку із серйозними негативними довгостроковими наслідками.

В останні роки Україна, Європа і весь світ зіткнулися з першою кризою епохи глобалізму. Вона розгортається на тлі загострення традиційних проблем людства, пов'язаних з браком енергетичних, продовольчих, водних ресурсів. Тому лише спільні зусилля, в тому числі в енергетичній сфері, допоможуть подолати кризові явища. Оптимальна геополітична та гео економічна конфігурація для України – платформа європейської інтеграції, що може дати ефект синергії.

Список використаних джерел:

1. Шлемко В.Т. Економічна безпека України: сутність і напрямки забезпечення: монографія / В.Т. Шлемко, І.Ф. Білько. – К. : НІСД. – 1997. – 144 с.
2. Користін О.Є. Економічна безпека : навч. підручник / О.Є.Користін. – К. : Алерта; КНТ; Центр учб. літ. – 2010. – 368 с.
3. Енергетична безпека України 2020: виклики, можливості, сценарії. – К. : УСПП. – 2011. – 25 с.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Гайова Н.О.

студентка,

Київський університет ринкових відносин

ЕФЕКТИВНІСТЬ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Одним з основних факторів успіху будь-якого бізнесу є організація ефективного управління його оборотними активами. Інноваційний розвиток економіки України зумовлює необхідність всебічного дослідження проблем фінансування суб'єктів господарювання, зокрема, процесу ефективного використання оборотних активів як основи фінансового забезпечення господарської діяльності підприємств. За таких умов важливим стає застосування сучасних механізмів, принципів, ефективних методів, інструментів в управлінні підприємствами для фінансування необхідного обсягу витрат та забезпечення бажаного рівня доходів.

Необхідність дослідження процесу ефективного використання активів підприємств обумовлена, насамперед, основними принципами, пов'язаними з проблемами забезпечення ефективної діяльності та досягнення динамічної рівноваги із зовнішнім середовищем, пошуком шляхів виживання підприємств за умов розвитку ринку та інтеграційних процесів, нових факторів їх успіху в конкурентному середовищі.

Саме тому розгляд і вирішення проблем ефективності процесів формування оборотних активів, їх оптимальної структури та використання є необхідними умовами успішної діяльності підприємств та отримання оптимальних кінцевих результатів їх діяльності.

Дослідженню механізму формування та підвищення ефективності оборотних коштів присвятили свої наукові праці такі вчені як: М. Я. Дем'яненко, О. Г. Білейченко, Т. А. Городня, Я. В. Гур'єва, Н. Б. Ермасова, О. С. Іванілов, Т. Б. Кушнір, В. А. Фурса, Є. Г. Рясних та ін.

Метою дослідження є обґрунтування особливостей забезпечення ефективності оборотних коштів підприємства.

Методологія. У роботі використано такі методи дослідження: теоретичного узагальнення і порівняння; синтез; абстрагування; конкретизація; спостереження.

У зв'язку з кризовими явищами, що відбуваються в Україні на цей час (невміння використовувати інтелектуальний капітал в українському суспільстві; неефективний механізм відшкодування ПДВ; низький рівень валових міжнародних резервів України; відсутність динамічної податкової політики держави, яка би своєчасно реагувала на зміни в економіці; високоризикова кредитна політика; недостатній нагляд за банківською системою та ін.), першорядного значення для вітчизняних підприємств набувають питання ефективного управління оборотними активами, адже від якості управління ними залежить безперервність процесу виробництва та реалізації продукції, ліквідність підприємства та його платоспроможність.

В економічній літературі існують різні підходи до визначення сутності оборотних коштів (табл. 1).

В процесі дослідження було виявлено, що деякі науковці поняття «оборотні кошти» ототожнюють з поняттями «оборотні активи» та «оборотній капітал». Це розмаїття термінів певною мірою позначається і на трактуванні цього поняття

окремими авторами. У зв'язку з цим виникає необхідність визначитися із сутністю даних понять та встановити їх зв'язок з поняттям «оборотні активи».

Таблиця 1

Підходи до визначення сутності оборотних кошти

Підхід	Автори – прихильники	Сутність підходу
I. Авансована вартість у оборотні виробничі фонди і фонди обігу.	О. С. Іванілов [6], Я. В. Гур'єва [4], О. Г. Білейченко [2]	Розглядає оборотні кошти як об'єктивно необхідну економічну категорію, що є авансованою в грошовій формі сукупною вартістю для створення обігових виробничих фондів і фондів обігу, що постійно переходить у процесі планомірного кругообігу з однієї функціональної форми в іншу з метою забезпечення безперервного розширеного відновлення виробництва.
II. Сукупність оборотних фондів та фондів обігу	В. С. Сухарський [8]	Розглядає оборотні кошти як сукупність оборотних фондів та фондів обігу, які використовуються для фінансування поточної господарської діяльності і виражені в грошовій формі.
III. Інвестовані засоби у поточні операції	Н. Б. Ермасова [5], В. Н. Смагін [7]	Розглядає оборотні кошти як засоби інвестовані підприємством в поточні операції в час кожного операційного циклу.
IV. Грошові кошти для створення запасів сировини, матеріалів, матеріальних цінностей	Є. Г. Рясних [9]	Розглядає оборотні кошти як грошові кошти, що знаходяться в розпорядженні об'єднання для створення запасів сировини, матеріалів та інших матеріальних цінностей.

На нашу думку, під «оборотними коштами» слід розуміти сукупну вартість, виражену у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, що обертається у процесі господарської діяльності підприємства у вигляді оборотного капіталу з метою забезпечення економічної вигоди.

Варто розглянути основні етапи розроблення системи підвищення ефективності оборотними коштами підприємства (табл. 2)

Основні етапи розроблення системи підвищення ефективності оборотними коштами підприємства [3, с. 110]

Ознаки	Етапи
1. Аналіз оборотних активів підприємства у попередньому періоді	I етап – динаміка, темп росту і приросту, порівняння обсягів; II етап – динаміка структури основних видів оборотних активів; III етап – тривалість і структура основних видів оборотних активів; IV етап – рентабельність та інтегральний показник ранжування V етап – склад основних джерел фінансування.
2. Визначення принципів підходів щодо формування оборотних активів	– консервативний підхід; – помірний підхід; – агресивний підхід.
3. Оптимізація постійної та змінної частин оборотних активів	I етап – графік середньої сезонної хвилі; II етап – коефіцієнти мінімального і максимального рівнів; III етап – сума постійної частини оборотних активів; IV етап – максимальна та середня сума змінної частини.
4. Забезпечення необхідної ліквідності оборотних активів	визначення частини оборотних активів у формі коштів, високо- і середньоліквідних активів.
5. Забезпечення підвищення рентабельності оборотних активів	забезпечення своєчасного використання тимчасово вільного залишку грошових активів.
6. Забезпечення мінімізації втрат оборотних активів у процесі їх використання	мінімізація ризику втрат, особливо в інфляційних умовах.

Отже, основні етапи системи підвищення ефективності оборотними коштами підприємства дозволяють визначити загальний рівень ефективності управління оборотними коштами на підприємстві та виявити основні напрями його підвищення в майбутньому періоді.

Слід відзначити, що в процесі управління оборотними активами необхідно пам'ятати про те, що кожна із складових частин оборотних активів має свої особливості: обґрунтування запасів повинне проводитися на основі розрахунку оптимальної партії постачання і середньодобового залишку з врахуванням ефективною системи контролю за їх рухом; управління дебіторською заборгованістю має на увазі не лише аналіз динаміки її розміру, питомої ваги, складу і структури за попередній період, але і формування кредитної політики по відношенню до покупців продукції, систему кредитних умов, а також систематичний контроль дебіторів; управління грошовими коштами передбачає не лише контроль рівня абсолютної ліквідності, але і оптимізацію середнього залишку всіх грошових коштів на основі розрахунків операційного, страхового, компенсаційного і інвестиційного резервів. При цьому контроль за рухом грошових потоків повинен здійснюватися відповідно до бюджету надходжень і витрат грошових коштів та усунення касових розривів [6, с. 166].

Отже, результати проведеного дослідження дають можливість обґрунтувати та розробити програму заходів щодо підвищення ефективності управління оборотними активами на вітчизняних підприємствах і забезпечити контроль за її практичним здійсненням за наступними напрямками: поліпшення організації матеріально-технічного постачання з метою безперебійного і ритмічного забезпечення виробництва матеріальними ресурсами; скорочення тривалості операційного циклу за рахунок інтенсифікації виробництва, а також підвищення контролю за рухом найбільш важливих категорій запасів і розподілом в чіткій відповідності із структурою їх

витрачання; прискорення процесу відвантаження продукції і оформлення розрахункових документів, застосування перспективних форм рефінансування дебіторської заборгованості, ефективних форм регулювання середнього залишку грошових активів, створення чітких систем контролю за рухом дебіторської заборгованості і грошових коштів, розвиток механізмів безготівкових розрахунків.

Список використаних джерел:

1. Бечко В.П. Формування та ефективність використання оборотних засобів сільськогосподарських підприємств / За ред. Академіка УААН М.Я. Дем'яненка. – Умань : СПД Сочінський, 2008. – 136 с.
2. Білейченко О.Г. Структура обігових коштів в умовах ринкової економіки / О.Г. Білейченко // Фінанси України. – 2003. – № 5. – С. 70–72.
3. Городня Т.А. Діагностика управління обіговим капіталом підприємства / Т.А. Городня // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – С. 109–113. – Вип. 20.2.
4. Гур'єва Я.В. Обігові кошти та резерви підвищення ефективності їх використання (на базі промислових підприємств м. Харкова) : автореф. дис. канд. екон. Наук : 08.04.01 / Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна. – Харків, 2000. – 18 с.
5. Ермасова Н.Б. Финансовый менеджмент : Конспект лекцій / Н.Б. Ермасова. – М : Юрайт-Издат, 2007. – 192 с.
6. Іванілов О.С., Кушнір Т.Б., Фурса В.А., Жилиякова С.Г. – Економіка підприємства : Підручник / [О.С. Іванілов, Т.Б. Кушнір, В.А. Фурса, С.Г. Жилиякова]. – Харківський державний технічний університет будівництва та архітектури. – Харків, 2007. – 704 с.
7. Сухарський В.С. Економічний словник : довідник / В.С. Сухарський. – Тернопіль : Навчальна книга. – Богдан, 2002. – 328 с.
8. Фарінович І.В. Економічна сутність оборотних коштів та джерела їх формування [Електронний ресурс] / І.В. Фарінович. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Management/2011_704/18.pdf.

Гурська Л.М.

студент;

Опарик І.С.

студент,

Науковий керівник: Суханова А.В.

старший викладач кафедри фінансів,

Національний університет державної податкової служби України

ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Розглядаючи особливості управління підприємствами, перед усім, потрібно визначити зміст цієї категорії. На думку, Л. Дяченка управління підприємством – це економічна категорія, яка представляє особливу форму економічних відносин, що впливають на процеси, об'єкт чи систему, аби зберегти її стійкість, або перевести в інший стан відповідно до поставлених цілей [1, с. 85]. На нашу думку, управління підприємством в сучасних умовах це ефективна система, що здатна забезпечити швидко адаптацію підприємства до змін його бізнес-середовища за умов максимально можливого врахування запитів і задоволення потреб потенційних споживачів. В такій системі отримання прибутку, слід, розглядати не як основну мету діяльності підприємства, а виключно як результат ефективного функціонування.

Управління існує з того часу, коли з'явилися перші організації, тобто фактично з часу появи самого світу. Одну з перших теорій управління розробив Конфуцій. Він розробив концепції благородної людини не за походженням, а за вихованням.

Управління як функція реалізується через виконання ряду управлінських дій (функцій управління) – планування, організація, розпорядження, координування, контроль, мотивація, керівництво, комунікації, дослідження, оцінки, прийняття рішень, підбір кваліфікованих фахівців, представництво, ведення переговорів, укладення угод на освітні послуги.

На сьогоднішній день найчастіше виділяють чотири основних підходи до управління: ситуаційний, функціональний, системний та процесний.

Ситуаційний підхід орієнтує менеджерів на використання можливостей прямого прикладання науки до конкретних ситуацій та умов. Центральним моментом ситуаційного підходу є ситуація, тобто конкретний набір обставин, які впливають на підприємство в конкретний період часу. Через те, що в центрі уваги опиняється ситуація, ситуаційний підхід підкреслює значущість «ситуаційного мислення». Ситуаційне управління передбачає прийняття рішень не відповідно до встановлених планів роботи, а в міру виявлення потенційних проблем. Цей підхід потребує значного рівня децентралізації управління, а отже забезпечує необхідну адаптивність і гнучкість організаційної структури, швидку реакцію на умови, що постійно змінюються.

Функціональний підхід довгий час вважався єдиним для організації операційної та управлінської діяльності як для виробничих підприємств, так і для підприємств сфери послуг. Функція – це сукупність процесів у знятому вигляді. Роль функціонального підходу, що розглядається як безперервна серія взаємопов'язаних управлінських функцій, які становлять основу організації процесу управління, полягає в тому, що забезпечуючи високу продуктивність праці, він стимулював здобуття професійної спеціалізації, спрощував процеси управління, зменшував споживання матеріальних ресурсів, покращував координацію робіт, надавав повноту влади функціонерам керівникам підрозділів. Особливість функціонального підходу полягає в його комплексності. Дійсно, розглядаючи систему з боку функцій і відволікаючись від її внутрішнього змісту, який, як правило, виключно різнорідний щодо складу і природи процесів, що відбуваються, ми нібито в цілому охоплюємо цю різноманітність в її підсумковому вияві – поведженні системи.

Системний підхід в теорії менеджменту визначає організацію як сукупність взаємопов'язаних елементів, які орієнтовані на досягнення єдиної кінцевої цілі в умовах зовнішнього середовища, що змінюється, і до яких відносять спільні цінності, стратегічну орієнтацію, структуру, стиль управління, склад співробітників, сукупність теоретичних знань та практичного досвіду. Сутність системного підходу до управління полягає в наступному: формулювання цілей та встановлення їхньої ієрархії до початку будь-якої діяльності, пов'язаної з управлінням; отримання максимального ефекту, тобто досягнення поставлених цілей шляхом порівняльного аналізу альтернативних шляхів та методів досягнення цілей та здійснення вибору; кількісна оцінка цілей та засоби їх досягнення, заснована на всебічній оцінці всіх можливих і планованих результатів діяльності [2]. Проте теорія систем сама собою не доводить, які ж саме елементи організації як системи особливо важливі. Вона тільки говорить, що підприємство складається з численних взаємозалежних підсистем і є відкритою системою, яка взаємодіє із зовнішнім середовищем. Ця теорія конкретно не визначає основні змінні, що впливають на функцію управління. Не визначає вона і того, що в довіллі впливає на управління і як середовище впливає на результат діяльності підприємства. Очевидно, що керівники мають знати, які змінні підприємства як системи необхідні для того, щоб застосовувати теорію систем до процесу управління. Це визначення змінних і їх

впливу на ефективність діяльності підприємства є основним внеском ситуаційного підходу, що логічно продовжує теорію систем.

Отже, з метою вдосконалення та створення й ефективного функціонування сучасної системи управління підприємством чи організацією слід детально вивчати переваги та недоліки різних підходів до управління підприємством. Ми дійшли висновку, що управління на основі процесного підходу має беззаперечні переваги, бо управління є процесом вироблення та реалізації суб'єктом управління управлінських рішень в рамках цілеспрямованої дії на об'єкт управління, для організації і координації його діяльності при функціонуванні підприємства.

Потрібно також застосовувати сучасні засоби і методи керування в межах обраної концепції управління, зосередитись на цілях розвитку і порядку удосконалення комплексної системи управління підприємством і його складовими частинами для забезпечення прийняття ефективних рішень, а також організаційних, кадрових і технічних рішень; удосконалювати організаційну структуру підприємства; покращення інформаційної системи управління підприємством, для можливості швидкого доведення рішень до виконання; використовувати світовий досвід, а також шукати шляхи співпраці всередині країни з іноземними партнерами для забезпечення необхідного рівня якості розвитку системи управління на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В., Управління персоналом : підручник / О.В. Сардак, Л.В. Балабанова. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.
2. Бурмака М.М., Управління розвитком підприємства (на прикладі підприємств будівельної галузі) : [монографія]. / М.М. Бурмака, Т.М. Бурмака – Харків : ХНАДУ, 2011. 204 с.
3. Дідур К.М. Системний підхід до управління підприємством та персоналом підприємства [Електронний ресурс] / К.М. Дідур // Ефективна економіка. – 2012. – № 4. – Режим доступу до журналу : Mir://№№ГОесопоту.паука.сот.иа.
4. Дяченко Л.А. Суть та особливості управління підприємствами туристичної сфери [Текст] / Л.А. Дяченко // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2011. – № 1. – С. 84–90.

Корнієцький О.В.

кандидат економічних наук, декан,

Миколаївський факультет морського та річкового транспорту

Київської державної академії водного транспорту

імені гетьмана Петра Конашевича-Сагайдачного

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНИХ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ

Розвиток міжнародного ринку виробництва продукції йде шляхом спеціалізації й одночасної інтеграції, коли сировину виробляють в одних країнах, а виготовляють готову продукцію в інших. Це стимулює вдосконалювання національних транспортних систем, формування міжнаціонального ринку транспортних послуг. На перше місце виходять вимоги щодо прискореного руху товарів, схоронності вантажів, реалізації технологій перевезень «від дверей до дверей» і «точно в строк» [1].

Причиною відокремлення логістики стало природне виділення нового об'єкта, предмета, цілей і функцій управління, раніше не розглянутих всіма іншими розділами

менеджменту. Самою діяльністю управління займається операційний менеджмент, а унікальним об'єктом управління логістики стали матеріальні й нематеріальні потоки, яким раніше не приділялося уваги. Незважаючи на множину визначень поняття «логістика», дослідники сходяться в думці, що її предметом стало забезпечення продукції в необхідному місці, у потрібних кількостях, за найкоротший строк з мінімальними витратами, метою – мінімізація сукупних витрат, а функцією – підвищення ефективності бізнесу.

У цей час як і раніше найбільшим попитом серед компаній-споживачів логістичних послуг користуються складування й транспортування вантажів. Однак вже є тенденції до збільшення попиту на різні консалтингові послуги. У цьому зв'язку ринок логістичних компаній умовно можна поділити на сектори. Якщо раніше логістичні оператори в основному спеціалізувалися на транспортних й супутніх їм послугах (складування, розмитнення, консолідація вантажів), то зараз багато компаній уже починають освоювати й інші сектори логістики. Причому, діяльність логістичних компаній досить вузько-спрямована, найчастіше вони спеціалізуються на якомусь одному секторі логістики [2].

У цьому зв'язку проблеми формування й системного регулювання руху товарів у просторі й у часі на регіональному рівні, шляхом створення логістичних систем, є актуальними й здобувають велику значимість як у науково-теоретичному, так і в практичному відношенні.

Відповідно до факторів, що здійснюють вплив на довжину й кількість ланок (учасників) у логістичних ланцюгах, логістичні ланцюги класифікуються на три групи-рівні по рівнях управління - функціональний рівень, мікрорівень, макрорівень, а саме:

- функціональний логістичний ланцюг;
- мікрологістичний ланцюг;
- макрологістичний ланцюг [3].

На основі теоретичного аналізу різних трактувань [4] можна відзначити, що рух товарів – це планомірна організація переміщення товарів з пунктів виробництва в пункти споживання.

У сфері переміщення й перетворення товарів країни обумовлюються наступні тенденції:

- збільшення обсягу вантажних потоків в усіх напрямках транспортних коридорів, при неповному використанні їх потенціалу з урахуванням світових інтеграційних тенденцій у сфері транспорту й логістики;
- вітчизняний бізнес працює без урахування світового досвіду в цій сфері, внаслідок чого відбувається постійне збільшення в собівартості продукції транспортних складових і зниження їх конкурентоспроможності;
- не на достатньому рівні приділяється увага створенню логістичної системи руху товарів за участю транспортного комплексу країни [5].

Організаційні методи державної підтримки процесів руху товарів повинні охоплювати вирішення завдань і координаційні функції, виконувати органами виконавчої влади, структурування цих функцій, реалізацію їх на державно-програмній основі.

На нашу думку, до завдань державних структур на регіональному рівні варто віднести:

- розробку й реалізацію науково-технічної політики розвитку процесів руху товарів і товаропровідної мережі;
- координацію процесів руху товарів і діяльності суб'єктів товарних ринків по організації й здійсненню руху товарів.

Зацікавленим виконавчим органам України на рівні країни, регіонів разом з бізнесом варто займатися розробкою проекту програми по створенню логістичної системи товароруку (ЛСТ). Можливо, це буде мережа регіональних вантажних

терміналів, діяльність яких буде координуватися логістичним центром у складі регіональних транспортно-логістичних систем.

У регіоні завершеною формою логістичної організації руху товарів повинна виступати регіональна логістична система товароруху (РЛСТ).

Самі по собі регіональні логістичні системи руху товарів будуть неоднорідні в силу багатьох соціально-економічних, географічних і інших розходжень, що існують між регіонами України.

Структурна модель логістичної системи руху товарів України (рис. 1) повинна формуватися на основі синтезу локальних, функціональних, територіально-адміністративних і галузевих підсистем ЛСТ.

Основна мета ЛСТ – забезпечити раціональне використання й оптимізацію товарних і пов'язаних з ними інформаційних і фінансових потоків з найменшими витратами. Дана модель включає чотири основні підсистеми, до складу яких, у свою чергу, входять ряд відносно незалежних ЛСТ.

Основними очікуваними результатами від програми створення ЛСТ є підвищення якості логістичного обслуговування споживачів і перехід на світові стандарти, зниження собівартості продукції, що транспортується, і підвищення її конкурентоспроможності, формування ефективної системи моніторингу, контролю й регулювання матеріальних потоків, вирішення соціально-економічних завдань та ін.

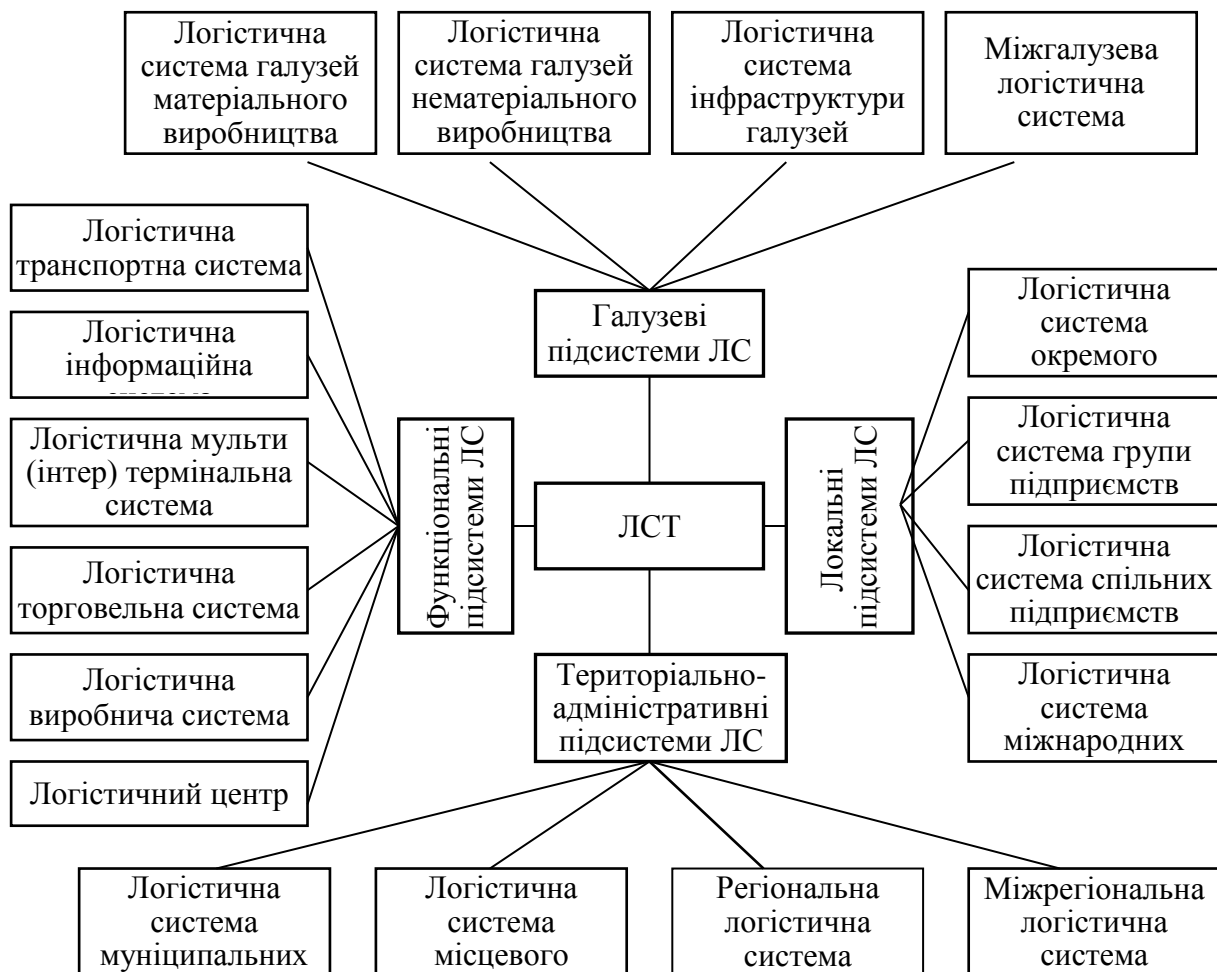


Рис. 1. Структурна модель логістичної системи руху товарів України

Формування й розвиток регіональних логістичних систем для України має першорядне значення, тому що дозволяє прискорити оборотність руху товарів і послуг, поліпшити якість обслуговування споживачів, підвищити працездатність системи життєзабезпечення населення й господарюючих суб'єктів, скоротити рівень

логістичних витрат функціонування інфраструктурного комплексу регіонів, насамперед у сфері руху товарів.

Існуючі програми економічного розвитку в регіонах України не повною мірою враховують залежність територіальних особливостей від руху товарів і можливості використання логістичних рішень в управлінні товарними потоками. Відсутність ефективної логістичної інфраструктури збільшує галузеві, територіальні й соціальні диспропорції в регіоні. Застосування логістичного підходу при розробці регіональних програм економічного розвитку дозволить досягти пропорційного економічного й соціального розвитку районів з різним рівнем промислового потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Вохновский Н.В. Управление запасами в транспортно-логистической цепи / Вохновский Н.В. – М – 2008. – 237 с.
2. Линдерс М.Р. Управление поставками и запасами : Логистика / Линдерс М.Р., Фирон Х.Е. – СПб : ООО «Издавательство Полигон», 1999. – 768 с.
3. Моргенштерн О. Заметки к формированию изучения логистики / Моргенштерн О. – М. : ЮНИТИ, 1998. – 460 с.
4. Джонсон С. Дж. Современная логистика, 7-е издание / Джонсон С. Дж., Вуд В.Д., Вордлоу Д.Л., Мерфи П.Л. / Перевод с английского. – М. : Вильмас, 2007. – 620 с.
5. Николайчук В.Е. Логистика / Николайчук В.Е. – СПб. : Питер, 2003. – 160 с.

Кулик К.О.

*аспірант кафедри фінансів та кредиту,
Уманський національний університет садівництва*

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОГО МОНІТОРИНГУ ПРИ ФІНАНСОВОМУ ОЗДОРОВЛЕННІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах господарювання, коли значна кількість сільськогосподарських підприємств знаходиться в стані фінансової кризи, питання фінансового оздоровлення підприємств є вельми актуальними. Невід'ємною частиною фінансового оздоровлення підприємств є соціальний моніторинг.

Соціальний моніторинг – це дослідження, яке повторюється періодично, з певної кількості питань, що привертають до себе увагу суб'єктів управління, соціальних груп та громадських кіл з точки зору можливих наслідків процесів, які відбуваються у ній. Це спеціальний системний нагляд за станом об'єкта [1, с. 321].

Метою соціального моніторингу є відстеження об'єктивно-контрольованих показників та зворотний зв'язок із сільськими жителями, насамперед, підтримка працівників, що звільняються із сільськогосподарських підприємств.

Система соціального моніторингу дозволяє практично в режимі реального часу здійснювати незалежні оцінки тенденцій розвитку його соціального стану та отримувати інформацію про найважливіші фактори, що визначають регіональну соціальну політику.

Керівництво регіону може не тільки відслідковувати найважливіші тенденції розвитку соціально-економічних процесів, але й оперативно оцінювати вплив основних факторів, які визначають можливі зміни в цих процесах. Тим самим система моніторингу розвитку регіону формує необхідну основу для раннього виявлення

виникаючих в розвитку регіону диспропорцій, що дозволяє підвищити ефективність реалізованої стратегії розвитку [2, с. 40].

Система соціального моніторингу виконує одночасно декілька функцій. У зв'язку з цим, виглядає доцільним розглянути перелік соціальних об'єктивно-контрольованих показників:

- 1) Величина прожиткового мінімуму (*S0*).
- 2) Середньорічна чисельність працівників підприємства, осіб (*S1*).
- 3) Середньомісячні виплати на одного середньорічного працівника сільськогосподарського підприємства, грн. (*S2*).
- 4) Відношення середньомісячних виплат до прожиткового мінімуму (*S3*).
- 5) Середньомісячний приріст (скорочення) заборгованості по оплаті праці на кінець року, грн. (*S4*).
- 6) Вартість продукції, проданої і виданої як натуроплата працівникам у рік, грн. (*S5*).
- 7) Відношення виданого натурою до нарахованих виплат % (*S6*).
- 8) Середня виплачена орендна плата за земельну частку; середня виплата за оренду і викуп майна в рік, грн. (*S7*).
- 9) Співвідношення середніх нарахованих виплат за місяць і прожиткового мінімуму (*S8*).
- 10) Відсоток працівників досліджуваної сукупності, середньомісячні нараховані виплати яким менше прожиткового мінімуму (*S9*).
- 11) Відсоток працівників, середньомісячні нараховані виплати яким менше половини прожиткового мінімуму (*S10*).
- 12) Відсоток працівників, середньомісячні нараховані виплати яким у 2 рази і більш перевищують прожитковий мінімум (*S11*).
- 13) Число працівників, що розширили свої особисті селянські господарства за рахунок земельних часток протягом визначеного року (*S12*).
- 14) Відсоток працевлаштованих від числа звільнених (*S13*).
- 15) Відсоток зареєстрованих у службі зайнятості від числа звільнених (*S14*) [3, с. 306].

Дана функціональна властивість системи моніторингу, забезпечується шляхом постійного відстеження показників соціально-економічного розвитку регіону на основі систематичного збирання, обробки, зберігання достовірної, об'єктивної та актуальної інформації. Тобто, шляхом накопичення фактів, що характеризують стан регіональної системи – оцінок, системного та систематичного аналізу інформації; розрахунку відхилень від заданих показників розвитку регіону та аналізу причин їх виникнення; прогнозування майбутнього стану об'єкта.

Необхідно зазначити, що проведення сільськогосподарськими підприємствами моніторингу своєї соціально-економічної діяльності сприятиме вирішенню таких локальних проблем:

- удосконалення системи управління підприємством, підвищення обґрунтованості прийняття управлінських рішень — вивчення соціальних процесів, що впливають на ефективність управління (розмежування виконавців у прийнятті рішень, визначення меж відповідальності та ін.);
- підвищення рівня стабільності трудового колективу, формування єдиної трудової моралі на основі вивчення чинників і масштабів конфліктів, формальних і неформальних взаємозв'язків, проблем лідерства, з'ясування й усунення причин надлишкової плинності кадрів;
- розвиток системи адаптації нових працівників на підприємстві, а також працівників до інновацій;

- підвищення трудової активності працівників на основі аналізу процесів формування трудової мотивації, чинників, що її визначають, оцінки дієвості існуючих рекомендацій з розробки нових систем стимулювання;

- вивчення змісту, умов праці і розробка заходів для їх удосконалення, гуманізації трудової діяльності. Виявлення чинників, що сприяють підвищенню задоволеності працею, розробка рекомендацій із планування трудової кар'єри.

- підвищення якості життя працівників, у тому числі за рахунок кращого задоволення їх потреб, розвитку соціально-побутової сфери. Розробка соціальних програм, програм соціальної підтримки працівників, планів соціального розвитку сільськогосподарського підприємства [4, с. 79].

Отже, проведення соціального моніторингу діяльності сільськогосподарських підприємств дасть змогу усувати будь-які зміни, що перешкоджають діяльності підприємства та сприятиме прийняттю оптимальних рішень на різних рівнях управління.

Список використаних джерел:

1. Оболенський О.Ю. Розробка системи показників для моніторингу діяльності державних органів / О.Ю. Оболенський, В.М. Сороко // Університетські наукові записки – 2005. – № 3 (15). – С. 321–329.

2. Пурський О.І. Соціально-економічний моніторинг як фактор стабільного і збалансованого розвитку регіону / О.І. Пурський, О.І. Мороз, О.І. Моїсеєнко // БІЗНЕСІНФОРМ – 2012. – № 6. – С. 39–41.

3. Реструктуризація та фінансове оздоровлення сільськогосподарських підприємств : Посібник / Програма підвищення рівня життя сільського населення в Україні. – К., 2005. – 480 с.

4. Ксьонжик І.В. Теоретичні основи моніторингу соціально-економічної діяльності суб'єктів аграрного господарювання / І.В. Ксьонжик // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Сер. : Економічні науки. – 2013. – № 4. – С. 76–81.

Люткевич Г.Р.

студентка,

Запорізький національний університет

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Для розвитку і досягнення успіху багатьом підприємствам як малим так і великим необхідно розвивати стратегічне мислення. Так як без стратегії неможливий вихід на ринок товарів та послуг, захват нових сегментів ринку як в Україні так і закордоном. Розширення і в наслідок цього збільшення прибутку від якого залежить як підприємство так і економіка країни в цілому. У науковій літературі не рідко згадується класифікація стратегій інтернаціоналізації, яку порадив Дж. Леонтіадіс. Ці стратегії розбігаються цілями, розміром потрібних інвестицій, організаційних витрат і використовуваними інструментами – дампінг, скіммінг, експлорація та пенетрація.

Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності, складається з етапів:

Перший етап – виконання аналізу зовнішнього оточення, прогнозування майбутнього розвитку підприємства, виявлення можливостей і загроз, сильних і слабких сторін, оцінювання конкурентоспроможності і прогнозування її зміни;

Другий етап – визначення місії, мети і цілей зовнішньоекономічної діяльності підприємства на новоствореному підприємстві (на першому) паралельно з виконанням аналізу зовнішнього оточення;

Третій етап – здійснення стратегічного аналізу, який полягає в порівнянні мети і цілей ЗЕД з результатами аналізу середовища зовнішньоекономічної діяльності, виявленні і усуненні розривів між ними і, головне, у виробленні альтернативних стратегій – варіантів стратегічного розвитку;

Четвертий етап – моделювання варіативних сценаріїв розвитку подій (оптимістичний, песимістичний та найбільш вірогідний) і дослідження впливу кожного на сформульовані альтернативні стратегії зовнішньоекономічної діяльності. Визначається конкурентоспроможність підприємства у разі реалізації тієї чи іншої стратегії зовнішньоекономічної діяльності за певним сценарієм;

П'ятий етап – здійснення вибору найбільш припустимої стратегії зовнішньоекономічної діяльності з альтернативних;

Шостий етап – підготовка кінцевого варіант стратегічного плану зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

Сьомий етап – розробка тактичних середньострокових планів зовнішньоекономічної діяльності на базі стратегічного плану;

Восьмий етап – розробка оперативних планів та проектів. На цьому процес стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності завершується [2, с. 390]. Процес реалізації стратегічного плану (процес стратегічного управління) передбачає не лише організацію реалізації стратегії зовнішньоекономічної діяльності (9-й етап) але і її практичну оцінку, контроль за виконанням (10-й етап) і зворотний зв'язок, якщо виявляються помилки, недоробки у формуванні стратегічного плану на будь-якому із етапів. Інколи такий зворотний зв'язок передбачає часткові зміни місії і цілей зовнішньоекономічної діяльності, якщо вони виявилися до певної міри нереальними. Зворотний зв'язок можливий на будь-якому з етапів формування стратегії. Все це свідчить про те, що і формування, і реалізація стратегії являє собою єдиний процес, який є безперервним, оскільки середовище зовнішньоекономічної діяльності, а, значить, і умови діяльності підприємства безперервно змінюються, стратегічний план систематично редагується [2, с. 390].

Стратегія може бути направлена на:

- освоєння нових ринків;
- поліпшення внутрішнього клімату підприємства;
- зменшення витрат і ін.;

Стратегія зовнішньоекономічної діяльності підприємства характеризується комплексом ознак. Косенко С. В. виділяє п'ять основних характерних рис стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства:

- спрямованість на зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства;
- комплексність – обов'язковий взаємозв'язок з іншими видами стратегій підприємства, а саме конкурентною та функціональною;
- взаємозв'язок між ієрархічністю та гетерархічністю стратегій;
- необхідність врахування пріоритетності зовнішньоекономічної діяльності серед інших видів економічної діяльності підприємства;
- необхідність врахування обмеженого розмаїття можливих ситуацій і факторів, які безпосередньо впливають на стратегію зовнішньоекономічної діяльності підприємства, на її формування та реалізацію [1].

Отже, формування стратегії ЗЕД підприємства пов'язане з зовнішнім та внутрішнім кліматом підприємства. Прогнозування – це невід'ємна частина процесу формування стратегії. Необхідний комплексний підхід до вирішення проблем та стратегічних ідей впровадження.

Правильно відіграна «шахова партія» власниками підприємства з конкурентами, імпортерами сировини та експортерами послуг – це перевага, яка підвищить репутацію та виведе на ще вищу ступінь підприємство з меншими фінансовими втратами. Стратегія – це ціла зв'язка ключів. Один з них може стати порятунком, а інший крахом для підприємства.

Список використаних джерел:

1. Косенко С.В. Теоретичні положення зовнішньоекономічної діяльності підприємства : визначення та класифікація / С.В. Косенко // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. – 2011. – № 3. [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Eupmbg/2011_3/Kosenko.pdf.
2. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства : підручник / М.Г. Саєнко. – Тернопіль : Економічна думка, 2006. – С. 390.

Марковська І.О.

асистент кафедри маркетингу;

Козій М.І.

студент,

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

Існує безліч конкретних загроз, з якими підприємство стикається у своїй діяльності. Вони не нові за своїм змістом, змінюватись може лише форма прояву. Економічна практика вже запропонувала конкретні методи і механізми вирішення таких проблем. Управління економічною безпекою вимагає зведення цих методів в єдину систему, засновану на загальних принципах і критеріях оцінки економічного стану господарюючого суб'єкта. Ці принципи і критерії дозволили б виявляти і усунути виникнення загрози і виробляти стратегічні рішення, забезпечуючі стійкість підприємства [1, с. 37]. Концептуальні питання механізму забезпечення економічної безпеки підприємства відображені в працях: Ю. А. Лактіонова, Ю. М. Осіпов, Г. С. Вечканов, А. П. Судоплатова та інших. Однак, в даний час відсутня однозначність розуміння сутності та наслідків здійснення механізму для промислових підприємств.

У світлі виявлених проблем метою дослідження стало визначення механізму забезпечення економічної безпеки підприємств.

Механізм забезпечення економічної безпеки підприємства знаходить своє втілення в єдності нормативних актів, правових норм, мотивів і стимулів, заходів та методів, сил і засобів, за допомогою яких забезпечується підтримання безпеки на підприємстві та вирішуються поставлені завдання.

Відповідно до системного підходу формування механізму забезпечення економічної безпеки підприємства вбачається в необхідності врахування всіх умов його діяльності, а сам механізм повинен виокремити елементи та схему їх взаємодії. Структура механізму забезпечення економічної безпеки підприємства складається з декількох рівнів, одночасно, які повинні забезпечити розширення капіталу підприємства за рахунок прибутків, які одержуються в результаті взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем.

Механізм забезпечення економічної безпеки повинен гарантувати взаємодію підприємства з суб'єктами навколишнього оточення. Як наслідок є спроможність

підприємств здійснювати свій потенціал та використовувати мінімальні витрати на придбання матеріалів у потрібній кількості та у належній якості, які забезпечують функціонування цього механізму.

Прибуток як один з елементів механізму забезпечення економічної безпеки підприємства покликаний організувати пріоритетні напрямки взаємодії між усіма суб'єктами підприємницької діяльності. Вибір саме необхідних інтересів дозволяє, насамперед, обмежити витрати ресурсів потрібних для забезпечення механізму економічної безпеки підприємства і сконцентрувати увагу на дійсно важливих для підприємства партнерах.

Найважливішими елементами, які потрібно враховувати в структурі механізму забезпечення економічної безпеки підприємства є мінімізація затрат підприємства, пристосування до нововведень і розширення сфери споживачів послуг інфраструктури ринку. Напевно, саме ці умови в своїй єдності покликані формувати прибуток підприємства, забезпечивши тим самим його економічну безпеку.

Механізм забезпечення включає в себе науково-методичне, інформаційне, організаційно-правове, матеріально-технічне, кадрове та фінансове забезпечення. Найбільш істотним елементом механізму є адміністративно-економічні інструменти, які власне і приводять механізм забезпечення економічної безпеки підприємства в дію [2, с. 110].

До адміністративних інструментів можна віднести законодавче регулювання, ліцензування, квотування, нормування, лімітування. До економічних інструментів слід віднести держзамовлення, дотації, цільове фінансування, пільги, податкові ставки, відстрочки платежів та ін.

Економічна безпека підприємства неможлива без розширеного відтворення усіх боків основного капіталу. Цей процес повинен знайти своє відображення в неухильному підвищенні технічної, енергетичної та інформаційної озброєності виробництва, оснащеності всіх галузей господарського комплексу передовою технікою і, в кінцевому підсумку, служити стійкою основою інтенсивного типу розширеного відтворення.

Слід особливо підкреслити, що розширене відтворення основного капіталу має тривалий, довготривалий вплив на всі сторони функціонування ринкового підприємства, так як є фундаментом його перспективного розвитку. Основною умовою розширеного відтворення основного капіталу є великі капітальні вкладення, здійснювані на ряду з процесом поліпшення використання діючого обладнання.

Механізм підвищення економічної безпеки підприємства передбачає досягнення ефективних параметрів функціонування, збереження виробничого і кадрового потенціалу, створення підприємства ринкового типу, що поєднують підприємницьку діяльність з державним регулюванням, формуванням передумов та належних умов для їх функціонування.

Дія механізму забезпечення економічної безпеки підприємства покликана не просто забезпечити економічну безпеку, а безпеку певного рівня, який залежить від особливостей діяльності підприємства і взаємодіючих з ним суб'єктів зовнішнього середовища. У зв'язку з цим в якості одного з елементів механізму є оцінка рівня економічної безпеки, якої повинен передувати вибір критеріїв економічної безпеки та її рівня.

Система економічної безпеки підприємства та механізм її забезпечення передбачають вирішення завдань економічної безпеки не тільки спеціально створеним підрозділом, а при активній участі всіх відділів і служб підприємства в межах покладених на керівників структурних підрозділів обов'язків з проблем безпеки.

Необхідно пам'ятати, що головна роль у забезпеченні економічної безпеки підприємства належить його персоналу, кадровому потенціалу – це основний ресурс підприємства. Тільки він може приносити прибуток, але водночас персонал є джерелом

всіх внутрішніх загроз економічній безпеці, і, в кінцевому рахунку, запорука успіху будь-яких управлінських інновацій – це лояльність і вмотивованість співробітників.

У концепції механізму забезпечення економічної безпеки підприємства головною вимогою є наявність індикативного аналізу, як методу економічних досліджень, суть якого – виявити тенденції і зміни показників економічної безпеки, їх інтегрованості у забезпеченні економічної стабільності суб'єкта і його інтересів [2, с. 144].

Індикаторами економічної безпеки є нормативні характеристики і показники, які:

1) у кількісній формі відображають загрози економічній безпеці;
2) мають високу чутливість і мінливість і, відповідно, великий сигнальної здатність попереджати суспільство, держава і суб'єктів ринку про можливі небезпеки у зв'язку зі зміною макроекономічної ситуації, прийнятих урядом заходи у сфері економічної політики і т.д.

3) виконують функції індикаторів не окремо один від одного, а лише в сукупності, тобто взаємодіють в досить сильному ступені.

Список використаних джерел:

1. Економічна безпека підприємств, організацій та установ : Навч. посіб. / В.Л. Ортинський, І.С. Керницький, З.Б. Живко та ін. – К. : Правова єдність, 2009. – 544 с.
2. Кашик М.І. Економічна безпека підприємницької діяльності. Економіко-правовий аспект : Навч. посібник. – К. : Атіка, 2005. – 432 с.

Мізгерова А.В.

аспірант,

Уманський національний університет садівництва

ЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА

Молочне скотарство – одна із стратегічних сільськогосподарських галузей України, яка, за складної економічної ситуації в державі, все ж має високий експортний потенціал. В першу чергу такий успіх у виробництві молока відбувається завдяки впровадженню новітніх технологій.

Одним із провідних підприємств, що використовує інновації у молочному скотарстві є СТОВ «Агрофірма «Маяк», що на Черкащині, яке вже понад 30 років працює ефективно, на рівні кращих господарств держави. Всі його підрозділи забезпечені найсучаснішою технікою, новітніми технологіями та обслуговується кваліфікованими працівниками. У СТОВ «Агрофірма «Маяк» обладнано інноваційний доїльний зал з приємною музикою для доїння високопродуктивних корів. Контроль за технологічним процесом здійснюється завдяки комп'ютерній програмі досвідченим фахівцем. Результатом такого виробництва молока є продукція, що відповідає найвищим світовим стандартам [2].

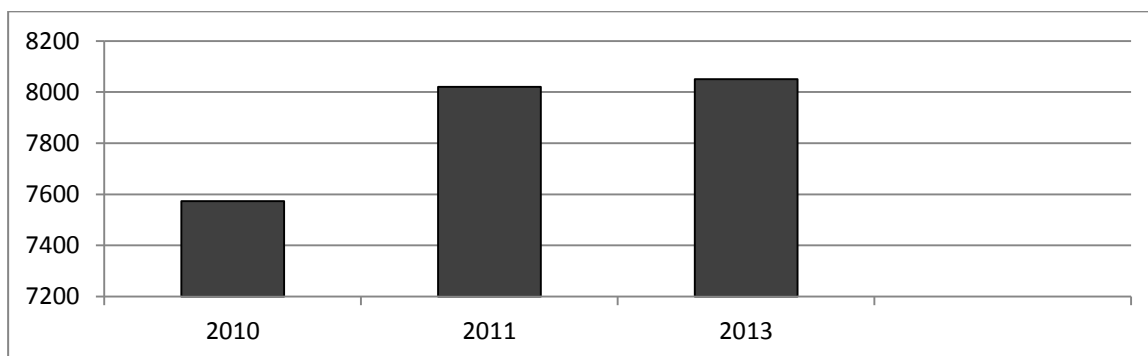


Рис. 1. Продуктивність корів у СТОВ «Агрофірма «Маяк» за роками, кг
Розроблено автором за джерелом [1]

Надої від однієї корови за останні 4 роки у товаристві зросли від 7,5 до 8 тисяч літрів молока. Для окремих же рекордисток і 10–15 тисяч – сьогодні звична норма. Вражає не тільки сучасний доїльний зал, у якому всього два оператори обслуговують тисячу корів, а вся система роботи на фермах, де широко запроваджено здобутки науки, сучасні технології, запозичені у США, Канаді, Ізраїлі, Нідерландах, Німеччині та інших провідних країнах.

Незважаючи на використання досвіду провідних економічно-розвинутих країн у виробництві молока, в умовах світової вільної конкуренції вітчизняним підприємствам молочного скотарства розвиватися досить непросто. Адже на ринку молока є господарства передових держав, які мають більший досвід у цій галузі і значний капітал у своєму розпорядженні. А оскільки ціна є одним із найефективніших важелів у конкурентному середовищі, доцільно шукати способи здешевлення продукції.

Як відомо, прибутковість та ефективність виробництва безпосередньо пов'язані з собівартістю продукції, що виробляється. Собівартість залежить від багатьох факторів, а при виробництві молока, в першу чергу, від витрат на оплату праці, прямих матеріальних та загальновиробничих витрат.

Таблиця 1

Витрати на виробництво молока СТОВ «Агрофірма «Маяк», тис грн.

Роки	Виробнича собівартість всього	Прямі матеріальні витрати				Прямі витрати на оплату праці	Інші прямі та загальновиробничі витрати		
		Корми	Нафтопродукти	Оплата послуг стороннім організаціям	Решта матеріальних витрат		Амортизація необоротних активів	Відрахування на соціальні заходи	Решта інших прямих та загально виробничих витрат
2010	17007	6760	1369	531	2201	3420	645	1245	836
2011	17591	7397	1392	803	2381	2455	728	913	1522
2013	22581	15729	2146	180	346	1645	765	612	1158
2013р. до 2010 р., %	133	233	157	34	16	48	119	49	139

Розроблено автором за джерелом [1]

Разом зі збільшенням фермером чисельності поголів'я молочного стада логічним є зростання витрат на корми. А це, в свою чергу, має прямий вплив на собівартість

продукції. Також має місце поліпшення кормової бази. Адаже за 3 роки відбувається збільшення надоїв від однієї корови на 5 ц.

Таким чином, впровадження інноваційних технологій призводить до скорочення робочих місць та, в свою чергу, до зменшення прямих витрат на оплату праці. Це негативно впливає на зайнятість населення, але, в той же час, знижує собівартість молока. Збільшення прямих матеріальних витрат, а саме витрат на корми і нафтопродукти, та зростання продуктивності і чисельності корів теж призводять до поступової зміни собівартості продукції. Таким чином, виробнича собівартість надоєного молока зросла на 33 % у 2013 році в порівнянні з 2010 роком. Загалом по Черкаській області повна собівартість виробленого молока за останні 4 роки зросла більш ніж у 1,5 рази. Отже, на сільськогосподарських підприємствах досліджуваного регіону зниження собівартості не відбувається. Також дещо зменшується рівень рентабельності, як в цілому на підприємствах молочного скотарства області, так і у СТОВ «Агрофірма «Маяк». У господарстві показник зменшився на 1 % у 2013 році порівняно з 2010 роком. А у 2011 році товариство було збитковим, внаслідок неефективного використання основних засобів.

Хоча і в Агрофірмі відсутня тенденція скорочення собівартості молока, все ж, прибуток зростає. Це пояснюється підвищенням цін внаслідок високої якості молока. Також підвищення доходів відбувається завдяки збільшенню продуктивності корів. Тут активно впроваджується племінна робота. Адаже завдяки поліпшенню умов утримання молочних корів, покращенню кормової бази та введенню в експлуатацію новітнього доїльного обладнання з кожним роком збільшується валовий надій і, як наслідок, зростає прибуток.

Список використаних джерел:

1. Звітність сільськогосподарських підприємств (ф. 50) Черкаської області за 2010, 2011, 2013 роки.
2. Кирей В. Смакує органічне / Владислав Кирей // Урядовий кур'єр. – 13 грудня 2014 р. – № 233. – С. 7.
3. Радько В.І. Тенденції розвитку виробництва молока в Україні / В.І. Радько. Економіка АПК – 2010. – № 11 – С. 24–29.
4. Червінська Л.П. Інноваційні аспекти та перспективи розвитку молочного скотарства / Л.П. Червінська, Ю.П. Козак // Пробл. науки. – 2009. – № 1. – С. 20-26. – Бібліогр. : 6 назв. – укр.

Наторіна А.О.

аспірант кафедри економіки підприємства;

Морозов А.Є.

студент,

*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ПІДТРИМКИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В наш час дуже поширеною є маркетингова концепція управління – це така концепція управління, заснована на принципі задоволення потреб замовника у своєчасній і точній інформації, необхідній для прийняття маркетингових рішень.

Маркетингова діяльність підприємства пов'язана з обробленням різноманітних і доволі значних обсягів інформації. Це зумовлює необхідність системного підходу до організації її здобування, оброблення, аналізу під час вироблення управлінських рішень. Відповідно до цього маркетингову систему потрібно будувати з врахуванням комплексного узгодження усіх компонентів маркетингових досліджень, і вона повинна виконувати такі функції, як планування маркетингу, контроль маркетингу, ціноутворення, оброблення результатів маркетингових досліджень, управління реалізацією і збутом продукції. Для успішного функціонування маркетингу як системи задоволення потреб замовника необхідна інформаційна система, що відповідає потребам менеджерів з маркетингу щодо інформації про маркетингове середовище.

Теоретичному дослідженню проблеми приділяє увагу Ф. Котлер, відомий американський вчений у галузі економіки, менеджменту та маркетингу [1]. Існує ряд статей в тематичних маркетингових журналах [2], [3]. Розробники програмного забезпечення надають документацію та інформацію на своїх сайтах [4].

Метою роботи є дослідження інформаційних систем підтримки маркетингових стратегічних рішень на підприємстві, їхні сфери використання та функціонал.

Потреба в маркетинговій інформації постійно зростає, і часто відчувається брак достовірних, актуальних та вичерпаних даних. Щоб розв'язати цю проблему, на підприємстві має бути система збирання необхідної маркетингової інформації, або маркетингова інформаційна система (МІС) [2]. Початковою ланкою інформаційної системи є менеджер з маркетингу. Від нього виходять вимоги до інформації, необхідної йому для роботи. Відповідно до потреб менеджерів з маркетингу і створюється інформаційна система компанії.

Маркетингові інформаційні системи створюються з урахуванням конкретних потреб підприємств, і тому в кожного підприємства – своя система. Будь-яке підприємство має низку специфічних особливостей як внутрішнього характеру (продукція, ціна, дистриб'юторська мережа, зв'язки), так і зовнішнього, стратегічного характеру (ринок, конкуренція, замовники і т. п.), що впливають на процеси прийняття рішень. Мінімальна вимога до маркетингової інформаційної системи – задоволення інформаційних потреб кожного елемента маркетингу. Таким чином, для підтримки маркетингових стратегічних рішень на підприємстві використовуються маркетингові інформаційні системи [3, с. 25].

За Ф. Котлером, маркетингова інформаційна система складається із систем внутрішньої інформації, маркетингової розвідки, маркетингових досліджень і аналітичної маркетингової системи [1, с. 257–264].

Система внутрішньої звітності підприємства дає змогу провадити моніторинг показників, які відображають фінансовий стан підприємства, рівень витрат, обсяги матеріальних запасів та інші показники внутрішньої звітності підприємства. Важлива роль надається використанню комп'ютерної мережі, а також сучасних засобів телекомунікаційного зв'язку.

Система збирання поточної зовнішньої маркетингової інформації – це комплекс засобів і процедур, які застосовуються для отримання достовірної та щоденної інформації щодо маркетингового середовища. Маркетингові відомості збираються за допомогою продавців та інших польових працівників, а також акумулюються з преси, літератури, конкурентів тощо.

У рамках *аналітичної маркетингової системи* розробляються моделі та здійснюється технічний аналіз маркетингової інформації і процесу прийняття рішень, після чого з'являється можливість пояснити, передбачити результати і поліпшити маркетинг.

Ця система дає можливість менеджеру з маркетингу самостійно в діалоговому режимі використовувати інформацію, необхідну для прийняття рішень. Аналітична маркетингова система повинна допомогти скласти і реалізувати маркетинговий план,

оскільки робота менеджера з маркетингу вимагає безупинного збирання та опрацювання інформації.

На ринку існує ряд систем прийняття рішень – програмних комплексів з дуже широким функціоналом, до деяких з яких входить і маркетингова інформаційна система. Прикладами таких програмних комплексів є: СППР Симплан, СППР Pilot Software DSS, СППР Combi-PC, СППР DSS-UTES, СППР ISDS, СППР Decisiyn Grid, СППР Visual IFPS/Plus (Interactive Financial Planning System), СППР Marketing Expert та інші. В цілому, загальна функціональність таких програмних комплексів схожа, розрізняються додатковий функціонал та способи організації функціоналу, технічні вимоги. Дуже важливою рисою є можливість тонко налаштовувати системи під власні вимоги, що дозволяє задовольнити всі потреби в підтримці маркетингових стратегічних та інших рішень.

Розглянемо детальніше можливості таких систем на прикладі СППР Marketing Expert [4]. Ця СППР створена компанією «Pro-Invest Consulting». Вона забезпечує підтримку прийняття рішень на всіх етапах розробки стратегічного і тактичного планів маркетингу і контролю за їх реалізацією. Система призначена для вирішення двох основних завдань:

1) проведення аудиту маркетингу: оцінки реального стану компанії на ринку, порівняння з конкурентами, виявлення сильних і слабких сторін збутової структури, цінової політики;

2) планування маркетингу: вироблення оптимальної стратегії і тактики компанії на ринку з використанням відомих аналітичних методик (GAP-аналізу, сегментного аналізу, SWOT-аналізу, Портфоліо-аналізу та іншого).

У процесі виконання цих завдань користувач отримує можливість: визначити рентабельність продукції по окремих товарах і товарних групах, а також прибутковість і прибутковість окремих сегментів ринку; розраховувати загальний обсяг ринку по товарах і темпи його зростання; розраховувати ціни на товари, виходячи з рівня рентабельності підприємства; оптимально розподіляти продукцію по каналах збуту.

Графічною основою програми є «карта ринку», яку конструює користувач за допомогою спеціального інструменту – препроцесора. Карта ринку схематично відображає компанії, її підрозділи, території, на яких вона діє, товари, групи споживачів, конкурентів, тощо. Всі об'єкти певним чином пов'язуються і докладно описуються (відповідно інформація може бути введена за активацію об'єкта). Отже, фахівець з маркетингу дозволяє «опрацювати» кожен суттєвий елемент у життєдіяльності компанії, утримуючи перед очима загальну картину.

Крім кількісних методик маркетинголог містить засоби аналізу (експертні листи і засоби їх редагування). Програма дозволяє перегляд результатів у табличному або графічному вигляді, безпосередньо їх роздрукувати або експорт для подальшого редагування в Microsoft Word.

Ця СППР виходить в двох версіях: «Спеціаліст з маркетингу» та «Експерт з маркетингу Professional». Друга версія має більш розширений функціонал.

Більшість з програмних комплексів розрахована на платформу MS Windows, але в останній час існує тенденція їх розширення на інші платформи. Також набирає популярності користування програмного забезпечення як послугою – з регулярною абонплатою, а програма у такому випадку, зазвичай, працює на віддалених серверах компанії-постачальника, клієнт працює з нею або через веб-інтерфейс, або через спеціальний клієнт. Такий підхід допомагає користувачам економити на апаратному забезпеченні та власній технічній підтримці.

Отже, для підтримки маркетингових стратегічних рішень на підприємстві існує ряд інформаційних систем – програмних комплексів з відповідним функціоналом. Ці програмні комплекси можуть бути налаштовані під потреби підприємства; та

постачаються і підтримуються різними засобами, зручними для певних потреб підприємства.

Список використаних джерел:

1. Котлер Ф. Маркетинг : Гостеприимство, туризм / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз // Юнити : Пер. с англ. : Учебник. Front Cover, Юнити. 2011 – 764 с.
2. Марданова Е.К. Маркетингова інформаційна система як основа прийняття бізнес-рішень / Е.К. Марданова // Маркетинг і маркетингові дослідження: науковий журнал, 2012. – № 3. – С. 147.
3. Попов Є.О. Планування маркетингових досліджень на підприємстві / Є.О. Попов // Маркетинг, 2008. – № 1. – С. 23–28.
4. Розробник ПО Professional Investment Consultants [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pic-europe.com/>– Назва з домашньої сторінки Інтернета.

Орел В.М.

*кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та менеджменту,
Миколаївська філія
ПВНЗ «Європейський університет»*

ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНТЕГРАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ СВИНАРСТВА

Найважливішою складовою частиною економічної стратегії сільських товаровиробників є не тільки збільшення виробництва продукції і поліпшення її якості, а й всебічне підвищення ефективності. Ефективність виробництва - це складне поняття, яке відображає наскільки при різних факторах буде виконане завдання підприємства, тобто його діяльності [1]. Свинарству, як найбільш скоростиглій та технологічній галузі, відводиться особливе місце у формуванні ресурсів м'яса. Це одна з найбільш продуктивних і скоростиглих галузей тваринництва, призначена для отримання дешевого і високоякісного м'яса. Можливості для розвитку свинарства величезні. У загальносвітовому виробництві м'яса частка свинини становить майже 40 %. В Данії, Німеччині, Голландії перевищує 55 %, в структурі українського м'ясного балансу свинина займає близько 30 %. За рівнем її споживання в розрахунку на душу населення Україна істотно відстає від провідних країн світу.

Вплив на ефективність виробництва факторів, що представляють технологічні, організаційні, економічні та екологічні аспекти господарської діяльності різноманітно і багатогранно, але в умовах конкурентного середовища особливу важливість набувають ті з них, які забезпечують зниження витрат виробництва. У розвитку свинарства найбільш значущим представляються такі напрями підвищення ефективності, як інтенсифікація, поглиблення спеціалізації і концентрації.

Економічне значення спеціалізації сільського господарства полягає в тому, що вона дозволяє більш ефективно використовувати природні та економічні умови; сприяє концентрації матеріальних і фінансових ресурсів, підвищенню кваліфікації кадрів.

Спеціалізація в свинарстві має свої особливості, пов'язані зі специфікою галузі. Спеціалізовані свинарські організації є багатогалузевими, або провідне значення має головна галузь – свинарство.

Для свинарських господарств важливо не тільки визначити рівень спеціалізації, а й забезпечувати концентрацію виробництва. Справа в тому, що спеціалізація і інтенсифікація сільськогосподарського виробництва в сучасних умовах не можуть дати потрібного ефекту без одночасної його концентрації. Серед спеціалізованих

свинарських організацій найбільш високі показники ефективності виробництва продукції спостерігаються у великих свинарських комплексах.

Концентрація виробництва при раціональній спеціалізації, правильному поєднанні галузей забезпечує отримання максимальної кількості продукції, призводить до зростання продуктивності праці, зниження собівартості продукції, підвищення рентабельності виробництва [2, с. 13].

Це обумовлено зростанням виробництва продукції і доведенням до виконавців технічно обґрунтованих норм обслуговування тварин. Витрати праці на центнер приросту живої маси цих господарств надали позитивний вплив на середньо-українські показники.

Фактори інтенсифікації, спеціалізації і концентрації взаємно пов'язані і взаємно обумовлюють один одного: спеціалізація дозволяє вести виробництво більш концентровано, а концентрація сприяє зростанню інтенсифікації.

Одним з напрямків підвищення стійкого зростання виробництва продукції сільського господарства є стимулювання інтеграційних процесів. При таких умовах з'являється ефект об'єднуючих процесів в економіці, який стає спонукальним. Він може бути досягнутий при ряді умов: розширення масштабів виробництва та обов'язковому об'єднанні розрізаних стадій технологічного процесу. Тобто досягається єдинство управління підприємством.

Основна перевага інтеграції виробництва, переробки та реалізації продукції покращення управління, посилення позицій на ринку збуту, можливість впровадження сучасних технологій, своєчасне гарантоване забезпечення сировиною, зменшення ризику виробництва, поліпшення використання виробничого потенціалу. В умовах жорсткої ринкової конкуренції великі інтегровані об'єднання здатні забезпечити переваги за ціною і затратами при збереженні високої якості та різноманітності, що випускається.

Сукупність факторів, що обумовлюють вибір інтеграційних форм і глибину проникнення в різні сегменти АПК, обширна. Існує безліч способів міжгалузевої взаємодії і моделей агропромислової інтеграції, це ставить задачу вибору оптимального способу співпраці аграрних та переробних підприємств. Сьогодні ми можемо вирішити це тільки емпірично. А саме узгодження практичної діяльності з різними моделями діяльності [3, с. 66].

Ефективність функціонування корпоративних об'єднань істотно пов'язана з удосконаленням організаційної структури управління. Агрохолдинг являє собою підприємство з повним технологічним циклом від відтворення до забою, переробки м'яса та реалізації готової продукції. Замкнений технологічний цикл дозволяє продавати без посередників значну кількість продукції, отримувати додаткові доходи, забезпечувати рентабельність виробництва.

Розширення виробництва дозволяє, поряд зі свинарством, розвивати кормовиробництво і в меншій мірі залежати від ринкової кон'юнктури на зерно, знизити собівартість приросту свиней і мати стає рентабельне виробництво.

Для сільськогосподарських товаровиробників приєднання до агрохолдингів та інших об'єднань сприяє ефективному використанню виробничого потенціалу. Відновлюються порожні тваринницькі приміщення для утримання великої рогатої худоби і свиней. Об'єднання сільськогосподарських організацій дозволяє отримати додаткові результати за рахунок раціонального використання наявного ресурсного потенціалу за допомогою удосконалення розміщення та спеціалізації виробництва, економного витрачання наявних коштів.

Аналіз діяльності інтегрованих об'єднань свідчить, що інтеграція обумовлює надходження інвестицій на технічну і технологічну модернізацію аграрного

виробництва, сприяє зростанню конкурентоспроможності сільськогосподарських організацій.

Для забезпечення власного розвитку підприємствам, що виробляють свинину, необхідні спільні узгоджені дії сільських товаровиробників та їх партнерів по агропромислому комплексу. Найбільш реальним шляхом досягнення цієї мети є створення різних об'єднань, які забезпечують організацію замкнутого циклу виробництва, переробки продукції і подальшої, без участі посередників, її реалізації. Великі формування з корпоративною формою управління здатні комплексно вирішувати актуальні завдання розвитку агропромислового комплексу.

Однією з основних задач управління свинарством є розробка і реалізація фінансових стратегій. Ці стратегії можуть бути реалізовані завдяки державному втручанню. Це втручання має втілюватися через фінансові важелі – бюджетна підтримка. Ціллю такої підтримки є забезпечення продовольчої безпеки.

Ефективність свинарства і прибутковість діяльності сільськогосподарських організацій істотно залежать не тільки від технології виробництва, зовнішніх факторів (цін на матеріальні ресурси, диспаритету цін, інфляції та ін.), але і, перш за все, від внутрішніх чинників: вмлої організації виробництва, праці та її оплати працівників сільського господарства, а також організації ефективної системи управління процесами виробництва і продажу продукції.

Список використаних джерел:

1. Дієсперов В.С. Ефективність виробництва у сільськогосподарському підприємстві : монографія / В.С. Дієсперов. – К. : ННЦ ІАЕ, 2008. – 340 с.
2. Калінчик М.В. Ефективність виробництва та розвиток ринку свинини / М.В. Калінчик, М.М. Ільчук, Т.М. Одинцова. – К. : Нічлава, 2005. – 13 с.
3. Кісіль М.І. Критерії і показники економічної ефективності малого та середнього бізнесу на селі / М.І. Кісіль // Економіка АПК. – 2001. – № 8. – С. 66.

Семчук Ж.В.

*кандидат економічних наук,
доцент, доцент кафедри фінансів та кредиту,
декан факультету економіки та підприємництва,
Львівський університет бізнесу та права*

РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛАДОВА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В сучасних ринкових відносинах більшість підприємств функціонують на принципах маркетингу. Ефективне здійснення маркетингової діяльності відкриває перед підприємствами значні можливості та перспективи щодо підвищення його конкурентоспроможності, що забезпечує бажаний рівень прибутку за відносно низького рівня витрат.

В таких умовах об'єктивно необхідним є дослідження основних чинників, які впливають на розвиток маркетингової діяльності підприємств.

Так, у джерелі [1, с. 179] зазначено, що маркетингова діяльність – це система дій, основною ціллю яких є управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства за рахунок дослідження та аналізу ринку функціонування підприємства та задоволення потреб споживачів в максимальних обсягах.

Вітчизняний науковець Аронова В. В. [2] виділяє такі чинники, що перешкоджають розвитку маркетингової діяльності підприємства:

1) внутрішні:

- нестача коштів у підприємств на розвиток маркетингової діяльності;
- низька частка підприємств із створеною маркетинговою системою, що інформаційно забезпечена та комп'ютеризована;
- часте нерозуміння керівника підприємств важливості створення маркетингової служби;
- часта невідповідність та нечіткість функцій маркетингової служби з посадовими обов'язками працівників;
- некомпетентність працівників у діяльності маркетингової служби;
- недосконалість процесу мотивування та стимулювання працівників маркетингової служби;

2) зовнішні:

- недосконала законодавча база стосовно процесів регулювання діяльності підприємства;
- неточна та обмежена інформація про ринок;
- нестабільність виробничо-господарської діяльності контрагентів;
- інтернаціоналізація підприємницької діяльності.

Натомість автором наукової праці [3] виділено такі чинники, що сприяють розвитку маркетингової діяльності підприємства (рис. 1).

В результаті аналізу літературних джерел [1–3], встановлено, що одним із ключових факторів підвищення конкурентоспроможності підприємства є розвиток його маркетингової діяльності. Виявлено, що на розвиток маркетингової діяльності підприємства впливають чинники макросередовища (економічне, демографічне, політичне, науково-технічне, культурне та природне) та мікросередовища (постачальники, посередники, споживачі, конкуренти, громадські організації).

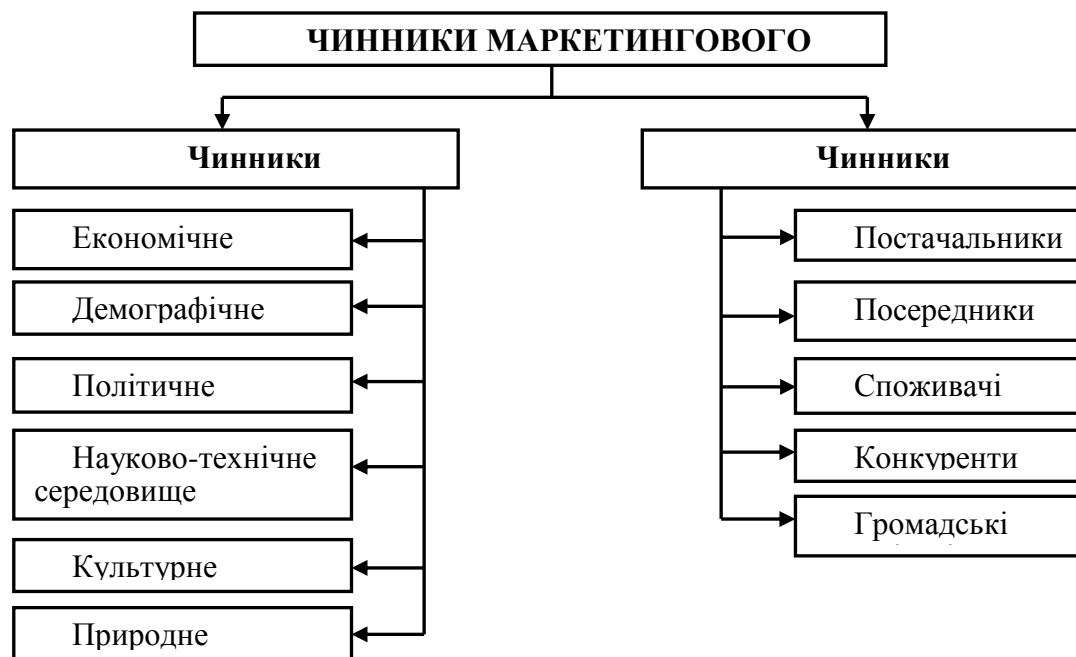


Рис. 1. Основні чинники, що сприяють розвитку маркетингової діяльності підприємства

Джерело: побудовано на основі [7, с. 167]

Список використаних джерел:

1. Лукан О.М. Економічна сутність маркетингової діяльності підприємства / О.М. Лукан // Економічний простір. – 2014. – № 84. – С. 172–180 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecpros_2014_84_19.pdf.
2. Аронова В.В. Чинники розвитку маркетингової діяльності на підприємствах / В.В. Аронова // Маркетинг : теорія і практика : зб. наук. пр. Східноукр. нац. ун-ту ім. В. Даля. – Луганськ. – 2008. – № 14. – С. 26–32.
3. Бондаренко В.М. Сутність, структура та дослідження маркетингового середовища діяльності підприємств АПК / В.М. Бондаренко, Л.М. Бондаренко // Збірник наукових праць ВНАУ. – 2011. – Том. 3 ; № 2 (53). – С. 166–172.

Степура В.А.

студентка;

Смирнова Т.А.

*старший преподаватель кафедры менеджмента и туристического бизнеса,
Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара*

**НЕМАТЕРИАЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА
В СОВРЕМЕННЫХ КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ**

В кризисных условиях, сложившихся в Украине на нынешнем этапе ее развития, для большинства предприятий и организаций огромную роль играет формирование новых механизмов хозяйствования, ориентированных на сохранение стабильных параметров экономических процессов в быстро меняющихся условиях внешней и внутренней среды. В связи с этим возрастает значение вклада каждого члена трудового коллектива в конечные результаты деятельности предприятия. Поэтому руководители каждого субъекта хозяйствования, независимо от формы собственности, должны непрерывно работать над поиском, разработкой и внедрением эффективных способов управления персоналом, обеспечивающих активизацию человеческого фактора. Совершенствование системы мотивации персонала является одной из главных задач менеджеров всех уровней. Украинская практика мотивации работников чаще всего ограничивается следующими методами мотивации: повышение заработной платы, бонусы и премии, медицинское страхование, обучение за счет компании.

В большей степени на отечественных предприятиях, разрабатывая систему мотивации персонала, учитывается только ее материальная, а точнее – денежная составляющая. Поскольку оплата труда работников относится к расходам на производство товаров и услуг, а снижение себестоимости, производимой продукции, является одним из факторов повышения конкурентоспособности организации на рынке и способом «выживания» в кризисных ситуациях, то руководители при построении системы мотивации должны уделять значительное внимание нематериальным методам стимулирования труда наемных работников. Умение мотивировать людей является одной из главных компетенций руководителя-лидера. Система премирования и социальных пакет, корпоративные программы нематериального стимулирования являются важными составляющими системы мотивации персонала, но не гарантируют стабильно высокого уровня мотивации сотрудников. Характер работы, стиль руководства, взаимоотношения в коллективе, возможности профессионального и карьерного роста, признание, это те факторы в системе мотивации персонала, которые влияют на уровень мотивации сотрудников иногда существенно больше, чем уровень вознаграждения.

Мотивация труда – это стремление работника удовлетворить свои потребности; это совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к трудовой деятельности и придают этой деятельности направленность, которая ориентирована на достижение определенных целей. То есть, можно сказать, что мотивация является непосредственным фактором побуждения работников к труду [1].

Нематериальные формы мотивации позволяют получить результат без прямого повышения заработной платы или премий работнику. Это не значит, что такие методы являются бесплатными для предприятия, но менее дорогостоящими, чем программа компенсаций. Одним из методов нематериальной мотивации, который может дать сотни процентов прироста, и который совсем не используется, является идеология компании. Именно в кризисные периоды идеология приобретает большую значимость, связывает сотрудников в единое целое, гармонично взаимодействующее для достижения общей цели. Идеологическая работа позволяет создать сплоченную команду, на основе близких ценностей, позволяет мотивировать работников, не затрачивая материальных средств и ресурсов. Недаром почти все мировые корпорации уделяют этому столько внимания. Один из самых ярких примеров – японские компании. Каждая построена на основе какой-то своей идеи, отвечающей интересам собственников.

Интересным способом совершенствования мотивации труда в кризисных условиях является мотивация свободным временем или модульная система компенсации свободным временем. Особенность мотивации свободным временем заключается в том, что различия в нагрузке работников, которые обусловлены работой в разное время суток и дни недели, компенсируются предоставлением свободного времени, а не денежными надбавками. Эта форма немонетарной мотивации пока не получила распространения в практике украинских предприятий, но опыт использования ее зарубежными фирмами свидетельствует о необходимости внедрения данной системы.

Эффективным способом мотивации работников является фиксация достижений. Его можно воплотить с помощью «доски почета» с определением лучшего работника месяца (года) того или иного отдела. Такой шаг не будет стоить компании ничего, но усилит профессиональную конкуренцию, активизирует желание «выделиться из толпы», создаст атмосферу вызова. Не следует забывать о проведении конкурсов профессионального мастерства, и награждении победителей наградами и грамотами. Печать бланков будет стоить организации копейки, зато такая награда отлично поддержит корпоративный дух. Конечно, работникам приятно будет получить и несколько более ощутимые вознаграждения: именные канцтовары, билеты в кино, абонемент на посещение фитнес-центра.

Большое значение для мотивации сотрудника имеет престиж и стабильность самого предприятия. Каждый хочет гордиться своей работой, потому что это повышает собственную значимость как профессионала, именно поэтому работники так любят международные компании с громкими брендами. Не последнюю роль играет и название должности, которая сама по себе может быть очень эффективной мотивацией.

Популярной в Украине формой нематериальной мотивации является проведение различных корпоративных мероприятий. Они укрепляют командный дух, стимулируют к продуктивной работе и повышают лояльность персонала в целом. Совместное празднование значимых дат дает возможность отвлечься от обыденных проблем, что так необходимо в период непростой ситуации в стране. Корпоративный праздник – это не способ развлечься, это инструмент дополнительной мотивации, элемент формирования имиджа компании.

Ученые отмечают, что каждый человек индивидуален, и у каждого человека есть индивидуальные потребности, которые она желает удовлетворить, работая на предприятии. Таким образом, при построении системы мотивации руководителю

следует помнить, что нельзя мотивировать всех работников одинаково. Система нематериальной мотивации должна быть разная не только для работников разных уровней, но и учитывать социальный статус, возраст, пол работника, а также его психологические особенности [2].

Комплексное использования методов нематериального стимулирования персонала позволит менеджерам предприятий избежать многих проблемных ситуаций в трудовых отношениях в кризисный период. Некоторые организации пренебрегают нематериальными способами мотивации, и это негативно влияет на эффективность их деятельности в целом. Деньги и карьерные перспективы способны привлечь нового сотрудника – это важный мотиватор, но не единственный. Нематериальное стимулирование способствует повышению самооценки работника, мотивирует его к овладению новыми навыками, способствует развитию способностей. И, кроме того, создание механизма нематериальной мотивации персонала положительно повлияет на эффективность труда, позволит снизить дополнительные расходы, связанные с финансовой компенсацией, что в свою очередь скажется на результатах деятельности предприятия.

Список использованных источников:

1. Попрозман О.І. Мотивація персоналу на підприємствах / О.І. Попрозман // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 9 (88). – С. 139–142.
2. Юкіш В.В. Застосування матеріальних і нематеріальних методів мотивації лідерства на різних рівнях управління / В.В. Юкіш // Інноваційна економіка. – 2009. – № 8. – С. 62-66.

Фурман І.А.

студентка,

*Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»*

СПЕЦИФІКА КОНКУРЕНЦІЙ НА РИНКУ РЕКЛАМНИХ АГЕНТСТВ

На сьогодні в Україні панує висока конкуренція між рекламними агентствами та спостерігається зниження темпів розвитку рекламних продуктів. Агентства функціонують в умовах економічної кризи та політичної нестабільності, але все ж таки показують позитивну тенденцію змін. В той же час, сильна торгова марка має більше конкурентних переваг на ринку, дає змогу посилити взаємовідносини між покупцями чи клієнтами. Тому поступово процеси створення брендів та позиціонування агентств, що пов'язано з формуванням, забезпеченням ефективних конкурентних процесів, стають все більш актуальними.

Рекламні агентства являються насамперед колектив творчих людей, які створюють рекламні повідомлення, просувають її за допомогою ЗМІ та інших носіїв, а їх головне завдання – привертання уваги потенційних покупців чи клієнтів до продуктів або компаній, що рекламуються.

Загалом, відповідно до статті 1 Закону «Про рекламу» реклама – це спеціальна інформація про осіб чи продукцію, яка розповсюджується в будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою прямого або опосередкованого одержання прибутку [4]. Правове регулювання рекламної діяльності спрямоване на запобігання і припинення недобросовісної реклами, що здатна нанести шкоду як майновим, так і немайновим правам громадян і юридичних осіб, суспільним інтересам. Реклама є інструментом

маркетингової комунікаційної політики, тобто єдиного комплексу, який об'єднує учасників і методи комунікацій [1, с. 5].

Специфіка рекламного агентства заключається в тому, що воно спеціалізується на виконанні рекламних функцій, а саме: розробка планів та проведення рекламних заходів, проведення досліджень та підготовка і розповсюдження рекламних звернень.

Під ринком рекламних послуг доцільно розуміти соціально-економічний комплекс, що функціонує відповідно до ринкових законів, національною специфікою, територіальною масштабністю і складається із сукупності фірм, компаній, агентств, груп, виробляють та реалізують різноманітні послуги в області управлінського консультування, маркетингу, соціальної психології та інших областях виробничо-господарської діяльності безпосереднім чином пов'язаних з рекламним процесом [5, с. 6].

Нині ринок рекламних послуг насичений і має характеризується гострою конкуренцією. Успіх рекламного агентства залежить від маркетингової стратегії та позиціонування на ринку, а саме: позиціонування як відповідального соціально-орієнтованого підприємства, позитивне позиціонування, тобто створення дружньої, мудрої, толерантної репутації, яка наповнена й іншими емоційно-позитивними рисами. Головною перевагою є креативне вирішення рекламних задач рекламодавця, а головним ресурсом є співробітники, їх досвід та професіоналізм. Таким чином агентства намагаються зосереджувати у себе висококваліфікований персонал. Рекламний образ, відоме ім'я впливають лише на вибір агентства на певні рекламні послуги, але головним залишається вибір правильного позиціонування на ринку. Показником професійного рівня креативного агентства є дохід від креативного обслуговування: сума всіх гонорарів і комісій, отриманих за розроблення стратегій комунікацій, творчих ідей, клієнтського обслуговування, створення макетів поліграфії [3, с. 5].

Для розуміння позицій різних рекламних агентств на ринку України наведено результати їх участі у креативних фестивалях протягом 2014 р. (таблиця 1).

Таблиця 1

Показники креативності рекламних агентств України за 2014 р.

№	Агенство	Разом, бали
1	Banda agency	48
2	Talan Group	15
3	ISD Group	10
4	TWIGA Idea	4,2
5	Liquid 7 Group	4
6	THINKMcCANN	2,8
7-13	GRAPE Ukraine	2
7-13	Kinograf	2
7-13	Leo Burnett Ukraine	2
7-13	Michurin creative agency	2
7-13	SPN Communications Ukraine	2
7-13	BBDO Ukraine	2
7-13	VGNC Creative Digital Agency	2

У той же час у рекламній галузі протягом останніх років відбулося багато змін: все більше з'являються нових рекламних агентств та професіоналів з сфері реклами ті зв'язків з громадськістю. Українські агентства намагаються збільшити кількість підприємств-клієнтів шляхом застосування різних методів для привернення уваги та просування продукту, завдяки чому у майбутньому можуть відкритися нові можливості, таких як співробітництво з зарубіжними фірмами, укладання різних варіантів договорів, знижки і т.д.

Отже, рекламі кампанії з часом вдосконалюються та набирають оберти в своєму розвитку. Цей розвиток має особливі властивості, залежать вони від більшості факторів, які можуть впливати на нього. Українські агентства намагаються збільшити кількість підприємств шляхом застосування різних методів для привернення уваги та просування продукту. Специфіка рекламного агентства спеціалізується на виконанні рекламних функцій. Так, вітчизняний рекламний бізнес не є досконалим, проте, якщо підрахувати їхні переваги, то рекламні агентства можуть просуватися далі й виходити на світовий рівень реклами.

Список використаних джерел:

1. Воргуль Т.В. Сучасні тенденції та особливості розвитку рекламного ринку України / Т.В. Воргуль. // 2014.
2. Всеукраїнська рекламна коаліція. Рейтинги [Електронний ресурс] / Всеукраїнська рекламна коаліція – Режим доступу до ресурсу : www.adcoalition.org.ua.
3. Гурч Л.М. Конкурентна стратегія рекламного агенства «Провід» та розроблення пропозицій щодо її вдосконалення / Л.М. Гурч, О. В. Супрунець. – 2009. – С. 37.
4. Про рекламу : Закон України від 3.07.96 № 271 / 96-ВР (Із змінами та доповненнями, внесеними згідно з Законом № 1407-IV (1407-15) від 03.02.2004).
5. Соловійова І.А. Теоретичні особливості функціонування рекламного ринку в сучасних умовах [Текст] / В.А. Соловійова // Молодий вчений. – 2011. – № 11. Т. 1. – С. 158–160.
6. Швець А.І. Проблеми та перспективи розвитку рекламної діяльності в Україні / А.І. Швець. // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – С. 190–194.

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Борцова М.О.

студентка,

Фінансово-правовий коледж

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Нормальне функціонування ринку передбачає наявність розвиненої системи засобів, що забезпечують здійснення обміну між його суб'єктами. Вона включає різні способи та організації, за допомогою яких відбувається рух товарів, послуг, грошей, цінних паперів та робочої сили. Ця система отримала назву інфраструктури ринку.

Інфраструктура ринку включає банки, біржі, фінансові установи – інвестиційні фонди та компанії, страхові компанії, інноваційні фонди, різного роду торгово-посередницькі підприємства, організації та установи.

У сучасних умовах важливу роль у функціонуванні ринку відіграють такі елементи інфраструктури, як ярмарки, виставки, логістичні, земельні та інші аукціони, інформаційно-комерційні організації.

Головне призначення інфраструктури ринку – забезпечити цивілізований характер діяльності ринкових суб'єктів. Воно реалізується через функції, які виконує інфраструктура.

Одним із найважливіших елементів ринкової інфраструктури є біржа. Це заклад, в якому укладаються угоди про купівлю – продаж цінних паперів, валюти або масових товарів, що реалізуються за стандартами або зразками.

Існують два види ринкової інфраструктури: спеціалізована і загальна. Спеціалізована – обслуговує окремі ринки. Основними елементами спеціалізованої інфраструктури, тобто структури, яка сприяє організаційному оформленню ринкових відносин є біржі, системи оптової й роздрібної торгівлі, ярмарки, аукціони, торговельні доми та ін. Загальна інфраструктура обслуговує ринкову економіку в цілому. З певною мірою умовності сюди можна віднести: грошову, фінансову, кредитну й податкову системи.

Підприємства інфраструктури відіграють важливу роль в економіці розвинутих країн. Вони забезпечують взаємозв'язок між основними суб'єктами економічних відносин – виробниками та споживачами, надають їм необхідні послуги, які сприяють підвищенню ефективності виробництва, прискорюють просування товарів до безпосереднього споживача.

Найважливішим атрибутом ринкової системи господарювання є ринок. Його часто визначають як сферу обміну, у якій здійснюються угоди купівлі і продажу товарів і послуг. Також можна виділити ще одне розуміння ринку – як форми організації і функціонування економічних зв'язків господарюючих суб'єктів, що ґрунтуються на принципах вільної купівлі-продажу, і як суспільної форми функціонування економіки, за якої забезпечується взаємодія виробництва і споживання, прямий і зворотній вплив на виробництва і споживання.

Об'єктивними умовами існування і функціонування ринку є товарне виробництво – основа ринкової економіки, суспільний поділ праці, економічна відокремленість виробників, базою якої є економічна конкуренція між відокремленими, самобутніми суб'єктами господарювання, існування відповідної структури та інфраструктури, стійкої

фінансової і грошової систем, наявність правової бази, що сприяє створенню і постійному відновленню відповідного ринкового середовища і психологічного клімату.

Щодо структури ринку, то її розглядають з різних точок зору, що пов'язано зі складною системою господарських відносин. Залежно від економічного призначення розрізняють ринок ресурсів (засобів виробництва), ринок продуктів (предметів споживання), ринок праці (робочої сили) та ринок капіталів (грошовий).

Структура ринку з точки зору територіального підходу являє собою: внутрішній ринок місцевий, регіональний, національний, зовнішній ринок – транснаціональний та світовий.

З урахуванням конкретних видів товарів і послуг виділяють ринок спеціалізованих товарів (промислових, продовольчих, комп'ютерів, бавовни, цукру та ін.) та ринок спеціалізованих послуг (страхування, консультативні послуги тощо).

Свої функції ринок виконує через розгалужену інфраструктуру: товарні, фондові та валютні біржі, торгово – збутові фірми, банки тощо. Між ступенем розвитку ринку та його інфраструктурою існує пряма залежність – чим більше розвинута інфраструктура, тим розвинутіший ринок.

Україні, в сучасних умовах, як і іншим постсоціалістичним країнам, що переходять до ринкової економіки, необхідне ринкове регулювання, в тому числі щодо ціноутворення.

Конкуренція, а також вільне ціноутворення – необхідні інститути ринку, не можуть функціонувати через відсутність бірж, інформаційно-комерційних, оптових та постачальницьких організацій, пунктів прокату, культури введення ринкової економіки. Відсутність введення культури ринкової економіки пов'язане з нестачею досвіду роботи і кадрів.

Так створення ринкової інфраструктури відбувається дуже повільно, з великим відхиленням. Товарних бірж, наприклад, у нас засновано більше, ніж у США або в будь-якій іншій країні. Проте процес формування ринкової інфраструктури відбувається, його треба прискорювати. Набувають досвіду і кадри, що працюють в інститутах ринку.

Для того щоб суб'єкти національного ринку не тільки мали ринкову інфраструктуру, право власності на засоби виробництва і продукцію, а й могли реалізувати це право, крім економічних потрібні ще й правові передумови. Ось чому в країні йде процес відпрацювання і прийняття юридичних законів, які сприяють формуванню ринкового середовища. Проте він йде повільно, часто в прийнятті закони вносяться суттєві зміни, відсутня узгодженість законодавчих актів. Все це гальмує ринкові перетворення. Юридичні закони мають відображати реалії економічного життя, бути націленими на відтворення конкурентного середовища. Слід відпрацювати механізм реалізації цих законів.

Відтворюючи ринкові інститути, не можна забувати, що ринок будують люди, від їхньої свідомості, бажання, розуміння залежить дуже багато. Якщо суспільна свідомість не буде настроєна на ринкову хвилю, то ринок будуватись не буде. Цей процес може затягтись, а то й піти у якомусь іншому напрямі. Слід врахувати, що психологічний стан наших людей нині досить складний і суперечливий. Вони не тільки мало знають про ринок, а й вважають, що держава кинула їх напризволяще. У такій обстановці вибір моделі й шляху побудови ринку має надзвичайно важливе значення.

Список використаних джерел:

1. Федоренко В.Г. Основи економічної теорії : [підручник ; за науковою ред. проф. В.Г. Федоренка] / В.Г. Федоренко, О.М. Діденко, М.П. Денисенко, М.М. Руженський – К. : Алтера, 2005. – 511 с.

2. Предборського В.А. Основи економічної теорії / В.А. Предборського – Київ. «Кондор» – 2002. – 621 с.
3. Башнянин Г.І. Політична економія : підручник для студентів вузів / Г.І. Башнянин, П.Ю. Лазур, В.С. Медведєв – Київ : Ельга, 2000. – 526 с.
4. Ривак О.С. Основи економічної теорії : навчальний посібник / О.С. Ривак, С.Д. Дзюбик / Київ : Знання, 2008. – 213 с.
5. Мочерний С.В. Політична економія : підручник / С.В. Мочерний, Я.С. Мочерна / Київ : Знання, 2007. – 684 с.
6. Чухна А.А. Основи економічної теорії : [підручник ; за редакцією академіка НАН А.А. Чухна] / А.А. Чухна – Київ. «Вища школа» – 2001 – 615 с.

Супруненко Л.А.

аспірант,

Науково-дослідний економічний інститут

Міністерства економічного розвитку і торгівлі України

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ЗДІЙСНЕННЯ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В УКРАЇНІ

Сьогодні концепція розвитку прикордонних регіонів Європи, що розглядається крізь призму транскордонного співробітництва, полягає в тому, щоб негативні риси периферійності перетворити на переваги.

У цьому контексті місце транскордонного співробітництва в регіональному / територіальному розвитку визначається його здатністю до мобілізації та ефективного використання існуючого потенціалу прикордонних регіонів і територій, а також до оптимального поєднання можливостей та ресурсів прикордонних регіонів і територій двох або більше країн, що межують, з метою розв'язання спільних проблем та вирішення завдань просторового розвитку в межах транскордонних регіонів.

В Україні серед основних чинників, що стримують розвиток транскордонного співробітництва, можна назвати такі:

недооцінка з боку центральної влади транскордонного співробітництва як інструменту територіального / регіонального розвитку і покращення якості життя людей, які мешкають у прикордонних регіонах України;

обмеженість стратегічного бачення завдань та перспектив розвитку транскордонного співробітництва як з боку уряду, так і з боку місцевих органів влади України, а також «відсутність навичок спільного планування розвитку прикордонних територій»;

мізерний рівень фінансової підтримки спільних транскордонних проектів як з боку уряду, так і з боку місцевих органів влади (за винятком облаштування прикордонної інфраструктури);

слабкість інституційної бази регіонального розвитку, яка у прикордонних регіонах має відігравати роль одного з рушіїв транскордонного співробітництва;

відсутність у місцевих органів влади усвідомлення того, що завдання розвитку транскордонного співробітництва потребують від них функцій координації, а не жорсткого адміністрування. Як наслідок, до впровадження проектів транскордонного співробітництва залучається надто мало підприємців та неурядових організацій.

Географічне розташування регіонів та об'єктивні умови їхнього соціально-економічного розвитку вказують на наявність диспропорцій розвитку прикордонних регіонів. Постійна зміна територіальних пропорцій посилює нерівномірність

економічного розвитку, яка виступає об'єктивним підґрунтям для виникнення різного роду диспропорцій на регіональному рівні. Найбільш змістовним поясненням причин нерівномірності є надзвичайно складна структура господарства прикордонних регіонів з притаманними їй численними внутрішніми взаємозв'язками та процесами, що часто розвиваються у різних напрямках.

При цьому, нерівномірність розвитку призводить до порушення нормального перебігу економічних процесів в окремих регіонах, причому характер цих порушень унеможливує самовідновлення до попереднього рівня та потребує втручання ззовні.

Дослідження здійснених в рамках транскордонного співробітництва заходів за 2014 рік свідчить про слабкий характер координації програмної діяльності учасників транскордонного співробітництва з боку місцевих органів державної влади, відсутність стратегії розвитку транскордонних зв'язків окремих регіонів, або неузгодженості їх практичної роботи із програмними документами у галузі регіонального розвитку; неналежний рівень підготовки проектів транскордонного співробітництва, що розробляються в регіонах для їх подальшого включення до Державної програми розвитку транскордонного співробітництва на 2011–2015 роки.

Суб'єктами транскордонного співробітництва використовуються в незначному об'ємі можливості залучення фінансових ресурсів міжнародної технічної допомоги, яка надається Україні в рамках Європейських програм прикордонного співробітництва Європейського інструменту сусідства і партнерства, що спричиняє зменшення фінансової допомоги, що виділяються Європейським Союзом для України.

Відзначається відсутність компетентності суб'єктів транскордонного співробітництва України при підготовці проектної документації та поданні конкурсних заявок для отримання міжнародної технічної допомоги в рамках Європейських програм прикордонного співробітництва Європейського інструменту сусідства і партнерства, у зв'язку з чим виникає необхідність фінансування заходів транскордонного співробітництва виключно за рахунок коштів бюджетів різних рівнів.

Не належним чином налагоджені комунікаційні зв'язки між різними суб'єктами транскордонного співробітництва та відсутня ефективна взаємодія між місцевими органами державної влади і представниками підприємницького та громадського середовищ не дозволяє своєчасно та ефективно визначати найбільш важливі проблеми регіону та вирішувати їх за рахунок розвитку транскордонних зв'язків, наприклад, розвивати транскордонні бізнес-проекти, кластери, інфраструктуру прикордонних територій, тощо.

Основними напрямками реалізації державної політики по розв'язанню актуальних проблем розвитку транскордонного співробітництва регіонів можуть бути наступні:

1) розширення інтеграційних процесів з метою підвищення конкурентоспроможності регіонів, забезпечення їх сталого розвитку на сучасній технологічній основі та високого рівня продуктивності праці і зайнятості населення;

2) удосконалення механізму взаємодії з питань розвитку транскордонного співробітництва на державному та місцевому рівні, розвиток міжмуніципального співробітництва та побратимських зв'язків малих та середніх міст прикордонних регіонів України та інших країн;

3) розбудова виробничої та соціальної інфраструктури регіонів через модернізацію і розвиток наявної транскордонної транспортної мережі для збільшення її пропускної спроможності;

4) розвиток прикордонної інфраструктури з метою оптимізації режиму перетинання державного кордону особами, переміщення транспортних засобів і вантажів (товарів) та зменшення часу для проведення прикордонних процедур;

5) створення спільної системи управління у сфері охорони навколишнього природного середовища, раціонального використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки;

б) розроблення містобудівної документації прикордонних регіонів, а також забезпечення розвитку взаємодії між територіальними громадами шляхом активізації обміну інформацією, здійснення заходів щодо підвищення кваліфікації кадрів суб'єктів транскордонного співробітництва.

Першочерговими кроками на шляху реалізації державної політики у сфері розвитку транскордонного співробітництва мають бути:

- удосконалення системи моніторингу участі регіонів України транскордонному та міжрегіональному співробітництві шляхом створення єдиної бази даних транскордонних проектів, які реалізуються в Україні різними учасниками транскордонного співробітництва з використанням різних джерел фінансування та міжнародної технічної допомоги;

- комплексний аналіз результатів функціонування єврорегіонів, створених за участю суб'єктів транскордонного співробітництва з метою розроблення пропозицій щодо подальшого розвитку транскордонного співробітництва та пошуку додаткових механізмів фінансування проектів такого співробітництва;

- підвищення кваліфікації працівників місцевих органів державної влади які займаються підготовкою проектів транскордонного співробітництва шляхом залучення коштів міжнародної технічної допомоги з метою сприяння, проектних заявок для фінансування через Програми прикордонного співробітництва Європейського інструменту сусідства і партнерства.

Значна роль в реалізації зазначених заходів належить органам місцевого самоврядування. Зростання ролі регіонів у розвитку транскордонного співробітництва, створення умов для активного входження регіонів до міжнародно-регіональних формувань сприятимуть реалізації пріоритетних напрямів державної регіональної політики та розвитку транскордонної співпраці, вирішенню питань оптимізації управління територіями, створенню нових форм спільної діяльності, поглибленню зв'язків із сусідніми країнами, що відповідатиме загальноєвропейській практиці міжрегіонального та транскордонного співробітництва.

Список використаних джерел:

1. Мікула Н. Міжтериторіальне та транскордонне співробітництво (Монографія) / Мікула Н. – Львів : ІРД НАН України, 2004. – 395 с.

2. Про затвердження Державної програми розвитку транскордонного співробітництва на 2011–2015 роки [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України № 1088 від 01.12.2010 р. – Режим доступу : <http://www.zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.

3. Регіональний розвиток. Міжрегіональна та транскордонна співпраця : навч. посіб. / Я.Й. Малик ; за заг. ред. М. Бойцуна, Я. Мудрого, О. Рудіка. – Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2009.

4. Регіональна політика : методичний посібник / (Чмир О.С. та ін.) / за ред. В.Ф. Беседіна. – К. : Науковий світ. – 2000.

5. Студенніков І. Транскордонне співробітництво як дзеркало регіональної політики в Україні / І. Студенніков // Економічний часопис – XXI [Текст]. – 2005. – № 1–2.

6. Сучасна регіональна політика і транскордонне співробітництво / В.І. Піла, О.С. Чмир, О.А. Гарасюк, Т.В. Терещенко. – Хмельницький : Вид-во ХУУП, 2006. – 412 с.

ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Очерedyкo Л.О.

студентка,

Національний фармацевтичний університет

МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ І СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ІДЕЙ

Середньовірогідний проміжок часу між моментом появи інноваційної ідеї (реєстрація патенту на винахід, публікація прогнозованої ідеї проекту і т.д.) і моментом максимального використання цієї ідеї визначається за допомогою спеціальних методів. Інноваційний менеджер повинен уміти ретельно відстежувати вітчизняні і світові

тенденції розвитку науки і техніки, особливо в межах діяльності своєї фірми. Для цього необхідно знати відповідну методику і грамотно її застосовувати під час аналізу документально-інформаційних потоків. Для аналізу великих масивів науково-технічної документації застосовуються в основному такі методи.

1. Метод структурно-морфологічного аналізу, який полягає у фіксації появи принципово нових технічних ідей, розробок, проектів щодо визначення предметної області в інноваційній діяльності фірми. Результати застосування цього методу дозволяють формувати інноваційну стратегію на підгалузовому рівні [3, с. 118].

2. Метод визначення характеристик публікаційної активності – базується на аналізі інформаційного потоку. Потік публікацій по різних напрямках науки і техніки підкоряється циклічному розвитку і може розглядатися як організована система. Відстежуючи публікації, можна визначити, на якому етапі життєвого циклу розвитку перебуває предметна область у тій чи іншій країні. Метод дозволяє пропонувати конкретні рекомендації для формування науково-технічної політики на галузовому рівні.

3. Метод виявлення груп патентів із сімействами патентів-аналогів заснований на тому, що фірми патентують за рубежом тільки такі інноваційні ідеї, які мають практичну значимість. Виявляючи напрямок швидкого збільшення кількості патентів-аналогів, можна встановити спрямованість інноваційної діяльності провідних світових фірм у розвитку виробничого потенціалу.

4. Метод термінологічного і лексичного аналізу базується на припущенні про заміну термінологічного апарату при використанні дослідниками теорій, ідей, знань з інших областей техніки і науки. Розвиток інтегральних знань зв'язано з великими структурними зрушеннями, які спочатку важко відстежити відомими методами. Термінологічний аналіз дозволяє виявити зародження перспективних інновацій на ранніх етапах і спрогнозувати спрямованість очікуваних структурних змін у тій чи іншій області. Лексичний аналіз текстів аналогічний термінологічному – розходження полягає лише в тому, що розглядаються і беруться до уваги не конкретні слова-терміни, а словосполучення – лексичні одиниці [2, с. 63].

5. Метод показників, який заснований на аналізі показників технічних систем. Кожна технічна система описується певним набором показників. З розвитком науково-технічного прогресу вони удосконалюються, що і відбивається в технічній документації. Вивчаючи динамічні характеристики показників технічних систем, можна скласти досить повне уявлення про тенденції проведення наукових пошуків і спрямованість інноваційних процесів у світовій і вітчизняній практиці.

Загальна послідовність підготовки вихідної інформації для прийняття управлінських рішень у питаннях формування науково-технічної політики фірми охоплює декілька блоків [1, с. 101].

Перший блок. Розробляється морфологічна класифікація предметної області діяльності фірми. Таку класифікацію можна показати за допомогою формалізованої таблиці, у якій ТЦ виробництва розбито на ряд дрібних ланок: склад операції, фізичний принцип дії, набір використовуваних основних матеріалів, інструментів і т.д. Для кожної з визначених ланок формується перелік альтернатив: спосіб здійснення операції, інструменти, матеріали, принципи дії. У спрощеному вигляді морфологічна класифікація складає собою таблицю з будь-якими можливими сполученнями варіантів.

Другий блок. Розробляється рубрикатор предметної області в термінах Міжнародної патентної класифікації (МПК) винаходів. Ця класифікація була розроблена за домовленістю між європейськими країнами про зближення національних систем класифікації винаходів. Перший варіант – Міжнародна класифікація винаходів (МКВ) – був затверджений у 1954 р. і з 1955 р. став застосовуватися в Бельгії, з 1956 р. – у Франції, з 1957 р. – в Італії. Пізніше МКВ впровадили Австрія, Бразилія, Великобританія, Греція, Данія, Нідерланди, Норвегія, США, Фінляндія, ФРН, Японія та деякі інші країни. У СРСР МКВ була введена тільки з 1970 р. Офіційно МКВ перейменована в МПК рішенням Страсбурзької конвенції 1990 р. Укрупнена система МПК складається з 8 розділів, 118 класів, 617 підкласів, 6 тис. груп і більш 45 тис. підгруп. Розділи, які класифікують області економічної діяльності, позначаються великими буквами латинського алфавіту:

- А – задоволення життєвих потреб людини;
- В – технологічні процеси;
- С – хімія і металургія;
- Д – текстиль, папір;
- Е – будівництво, гірнична справа;
- Ф – механіка, освітлення, опалення, двигуни і насоси, підривні роботи;
- Г – фізика;
- Н – електрика.

Список використаних джерел:

1. Економіка та організація інноваційної діяльності : навч. посіб. / С.І. Шерстобітов, В.В. Блага, В.О. Могилко, В.В. Благой, О.І. Стогул. – Харків : ХНАДУ, 2013. – 320 с. Гриф надано Міністерством освіти й науки, молоді та спорту України ; 1 / 11-5318 від 13.03.2013.
2. Могилко В.А. Міжнародні інвестиційні операції с цінними паперами. / Могилко В.О., Покатаєва К.П., Полуляхова А.С. // Вчені записки Харківського інституту управління. Науковий журнал. Випуск 38. – Х., 2015. С. 144–149.
3. Могилко В.А. Інноваційний процес, як об'єкт інноваційного менеджменту. / Могилко В.А., Чухно І.А., Хмаренко О.О. // Вчені записки Харківського інституту управління. Науковий журнал. Випуск 38. – Х., 2015. С. 47–51.

Перило І.І.

студентка,

Ужгородський національний університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОХІДНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В УКРАЇНІ

Ринок похідних цінних паперів в Україні має суттєві відмінності від аналогічних ринків у країнах з розвинутою фінансовою системою. Ці відмінності стосуються і кількісної, і якісної сторін. З кількісної сторони обсяг ринку похідних цінних паперів в Україні значно менше, ніж за кордоном. В Україні торгівля деривативами заснована ще в 1995 році, проте й досі перебуває на початковому етапі розвитку: обсяги торгівлі деривативами незначні, а спектр цих інструментів – вкрай обмежений [1].

Однією з основних причин цього є відсутність чіткого і системного законодавчого поля в цій сфері: відсутність базового закону має наслідком лише фрагментарне регулювання питань здійснення операцій з деривативами в окремих нормативно-правових актах. Тобто під одними й тими ж назвами фактично фігурують різні, часто абсолютно не схожі один на одного фінансові інструменти [1]. Згідно з визначенням Національного Банку України, похідні фінансові інструменти – фінансові контракти або фінансові інструменти, що походять із (базуються на) інших фінансових інструментів(ах), які називають базовими інструментами. Основою такого фінансового інструменту (контракту) можуть бути активи (наприклад, товари, акції, житлові застави, нерухоме майно, облігації, позики), індекси (на відсоткові ставки, валютні курси, фондові індекси, індекси споживчих цін) або інші умови. Кредитні деривативи походять від позик, облігацій чи інших форм кредитування [4].

Найважливішою характеристикою деривативу є, так званий, базисний актив, тобто матеріальний або віртуальний об'єкт, з приводу якого укладається строковий контракт. В світовій практиці використовуються різні базисні активи, від біржових товарів до економічних або погодних умов (наприклад, у США найбільше поширення отримали процентні деривативи, їх частка в загальній вартості похідних паперів на початок 2009 р. становила 72,4 %). Всього ж можна нарахувати не менше восьми різних видів базисних активів похідних цінних паперів [3].

Першою суттєвою особливістю українських деривативів є відміна від зарубіжних деривативів за базисним активом. В Україні існують численні обмеження кількості базисних активів. Наше законодавство дозволяє лише три види базових активів: цінні папери, товари або кошти, відповідно виділяється три вигляду деривативів: фондові, товарні та валютні. Однак слід зазначити, що в нормативних актах згадуються й інші активи, такі, наприклад, як «характеристики» названих базисних активів, які також можуть бути базисними активами, але тільки за певних умов. Курсові індекси (показники) можуть бути базовим активом опціонів або ф'ючерсів тільки в разі надання цим індексам (показникам) офіційного статусу у відповідність з нормативними актами Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку і тільки на умовах регулярної публікації таких курсових індексів (показників) у періодичних виданнях України протягом року.

Другою важливою особливістю деривативів, дозволених до випуску в Україні, є обмеження щодо емітентів. Це стосується всіх видів деривативів. Так, емітентами опціонів можуть бути тільки юридичні особи – торговці цінними паперами, які є членами фондових бірж чи торгово-інформаційних систем (ТІС), повинні відповідати обов'язковим нормативам достатності власних коштів та іншим показникам. Існують також обмеження на випуск варантів, вони можуть бути емітовані лише публічними акціонерними товариствами. Емітентом ф'ючерсів можуть бути тільки створена фондовою (товарною)

біржею або ТІС клиринго-розрахункова палата або розрахунково-кліринговий банк, з якими біржа (ТІС) уклали відповідний договір.

Третьою особливістю деривативів в Україні є наявність обмежень щодо місця торгівлі цими цінними паперами. Відомо, що в зарубіжних країнах деривативи можуть бути як виключно позабіржовим товаром (наприклад, форвардні контракти), або торгуватися, як на біржовому, так і на позабіржовому ринках. Незважаючи на те, що біржова торгівля деривативами забезпечує більші гарантії її учасникам, у вартісному вираженні переважають позабіржові деривативи. В Україні торгівля ф'ючерсами та опціонами може вестися тільки на біржах чи у ТІС, тобто деривативи цих типів є виключно біржовими товарами [1].

Наступна особливість деривативів в Україні полягає в повній відсутності непокритих (незабезпечених) деривативів. У світовій практиці можливе існування як покритих деривативів, тобто таких цінних паперів, на які у сторони, відповідальної за контрактом є в наявності базисний актив, так і непокритих. Українське законодавство з деривативів прямо забороняє непокриті (незабезпечені активом) деривативи. Прямої заборони не існує тільки форвардів та ф'ючерсів. Емітент опціону на купівлю цінних паперів повинен бути власником базисного активу (який за контрактом він повинен буде поставити) у кількості не менше 80 % від загальної кількості, передбаченої умовами випуску [5].

У 2013 році до біржових списків організаторів торгівлі було включено 259 похідних цінних паперів. Це на 12,61 % більше порівняно з 2012 роком, коли було включено 230 похідних (деривативів). Ринок похідних (деривативів) за останні роки демонструє стабільну динаміку обсягу торгів. Так, за підсумком 2013 року обсяг торгів деривативами становив 18,01 млрд грн [2].

Збільшення частки операцій з похідними (деривативами) у 2013 році (рис. 1) можна пояснити істотними змінами у загальній структурі операцій на фондовому ринку, де значно зменшилась частка операцій з пайовими цінними паперами.

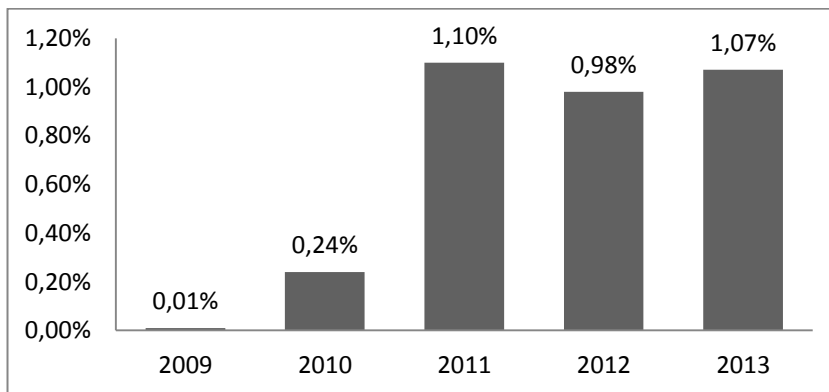


Рис. 1. Частка обсягу торгів ПФІ на ринках цінних паперів у 2009–2013 рр.

Джерело: [2]

Такий результат досягнуто за рахунок обсягів торгів на: ПАТ ФБ «Перспектива» – якій за підсумками зазначеного періоду належало 62,26 % сукупного обсягу торгів на біржового ринку, ПАТ ФБ «ПФТС» – 34,43 % та ПАТ «Українська біржа» – 2,57 % [2].



Рис. 2. Структура ринку цінних паперів в Україні станом на 2013 рік
Джерело: [2]

Аналізуючи структуру ринку похідних цінних паперів в Україні станом на 2013 рік (Рис. 2), можна побачити, що найбільший обсяг торгів за видами фінансових інструментів на організаторах торгівлі протягом зазначеного періоду зафіксовано з державними облігаціями України на суму 6,74 млрд грн (72,4 %), а з похідними фінансовими інструментами – 6,45 %, що не є таким вже великим показником [2].

Таким чином, деривативи в Україні володіють рядом істотних особливостей. Які відрізняють їх від тих, що застосовують на зарубіжних ринках. Обмеження, що на сьогоднішній час застосовують до деривативів в Україні, не дають змогу використовувати всі їх переваги. Тому, важливо є переглянути політику регулювання деривативів в Україні на законодавчому рівні по всіх вище згаданих параметрах, для забезпечення його розвитку на нормального функціонування.

Список використаних джерел:

1. Економічний простір. № 83, 2014. 168. УДК 339.727 : 336.761 (477), Квактун О.О. «ОСОБЛИВОСТІ УЧАСТІ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ДЕРИВАТИВІВ». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.eprostir.dp.ua/>.
2. Звіт НКЦПФР 2013 рік. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://smida.gov.ua/docs/nssmc_2013.pdf.
3. Кантур С.Ф. Классификация производных ценных бумаг / С.Ф. Кантур // Культура народов Причерноморья.– 2009. – № 171. – С. 140–143.
4. Офіційний сайт «Національного Банку України». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=123545.
5. Примостка Л.О. Фінансові деривативи : аналітичні та облікові аспекти [Монографія] / Л.О. Примостка – К. : КНЕУ, 2001. – 263 с.

Рибицька В.В.

студентка;

Зеленська М.О.

*кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки і підприємництва,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»*

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА РОЗВИТОК ПОЛІГРАФІЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Поліграфічні підприємства України зараз працюють у режимі жорсткої конкуренції, економічної кризи та технологічних змін. Питання розвитку даного бізнесу набуває нової актуальності, де під розвитком доцільно розуміти сукупність змін різної економічної природи, інтенсивності, спрямованості, що відбуваються у соціально-економічному середовищі підприємства під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників, а також призводять до переходу та фіксації підприємства у різних організаційно-економічних станах (відносно стійкого характеру) [1, с. 207].

Можна виділити революційний та еволюційний розвиток. Революційний розвиток потребує порушення рівноваги для переходу у новостворений рівноважний стан, він асоціюється із запланованими, цілеспрямованими та навмисними змінами. Основну роль для тлумачення революційних змін з погляду теорії втручань відіграє концепція К. Левіна [1, с. 207]. В ній виокремлено 3 основні етапи змін:

- розмороження – заперечення сподівань, забезпечення психологічної безпеки, поява занепокоєння;
- перехідний період – семантичне перевизначення, когнітивна перебудова, нові критерії оцінок, розширення понять;
- замороження – створення підтримуючих соціальних норм, узгодження зміни з особистістю.

Ініціатор змін у революційному розвитку – це перш за все подолання інерції та пошук нових важелів для досягнення цілі. Для ефективного здійснення революції в організації ініціатор змін повинен мати здатність думати та діяти по-новому, мати стратегічне бачення, запропонувати альтернативну схему, надати нового змісту поштовхам до революції, визначити напрямки роботи, сформувавати координацію та прихильність.

Одним з напрямків досягнення революційного розвитку для поліграфічних підприємств є реалізація інноваційної діяльності, що включає комплекс практичних дій, спрямованих на впровадження результатів науково-технічних розробок для отримання нових або поліпшення існуючих виробів, технологій, методів управління тощо [2, 3]. Інновації – це основний шлях до успішного розвитку, який, водночас, має ризики та складнощі.

Впровадження інновацій на підприємствах є нерівномірним та має великі перерви. В переважній більшості випадків інновації не зазнають успіху через невірне планування, помилки у розрахунках та некомпетентність осіб, які відповідають за впровадження наукових розробок. Але за умови вірної реалізації інноваційних можливостей інноваційний потенціал підприємства все ж залишатиметься на високому рівні.

На успішне впровадження інновацій впливають такі чинники: наявність джерела творчих ідей, орієнтація на ринок, ефективна система відбору та оцінки ідей нових виробів, перевага над товарами конкурентів, відповідність інноваційної стратегії меті організації, маркетингове ноу-хау, доступ організації до ресурсів, глобальна концентрація товару, створення механізмів кредитування видавничої галузі, вдосконалення правового та нормативного забезпечення.

Можна виокремити декілька технологій, які починають відігравати вагоме місце та ведуть до змін в поліграфічній галузі:

1. 3D друк. Даний вид друку здатний змінити сучасне суспільство, а також істотно допомогти в розвитку світової економіки сьогодні. До недоліків даної технології сьогодні можна віднести низьку швидкість друку.

В поліграфічній промисловості 3D-друк застосовують для створення упаковки оригінальної форми. Він дозволяє створити кольорову об'ємну модель з усіма необхідними дизайнерськими елементами (фірмовий знак, етикетка, штрих-код), нанесеними прямо на неї, що дуже зручно.

Іншим застосуванням 3D-друку може стати виробництво прототипів кліше, що застосовуються для конгревного тиснення. Однак подібне кліше не можна буде використовувати для задоволення виробничих потреб, так як композитний матеріал, швидше за все, не витримає тиску, від чого якість друку невеликих елементів буде невисокою. У такому випадку корисно створювати тестові моделі, які допоможуть оцінити рельєф і провести необхідні доопрацювання в кліше.

3D-друк дозволяє поліграфічній галузі досягати найвищої якості друку, дотримуватися екологічних норм, натуральних кольорів, досягти стабільності складу застосовуваних фарбових матеріалів.

2. Гібридні технології друку. Гібридні друкарські системи створюються методом поєднання різних способів друку і методів лакування в одному технологічному процесі. Комбінація різних друкарських технологій систем забезпечує високу ефективність і продуктивність виробництва, дозволяє реалізувати незвичні фантазії замовників, змінити стратегію виробництва.

Наприклад, інтеграція цифрового і офсетного друку дає можливість виконувати персоналізацію видань, що також є вигідним – не потрібно виготовляти декілька форм для друку тиражу. Подібні системи дозволяють персоналізувати як кожний відбиток, так і загальний тираж, наприклад, при друкуванні тексту на різних мовах або адреси груп споживачів; друкуванні акцидентної продукції, упаковки, а також при друкуванні цінних паперів.

3. Доповнена реальність. Традиційні засоби масової інформації страждають від низки внутрішніх обмежень. Інформація передається зазвичай в статичний спосіб, а це означає, що вона не змінюється з плином часу (тобто немає динамічного аспекту).

Ця технологія дає можливість збільшити попит на друковану продукцію, зробити невеликі за обсягом видання більш інформативними за допомогою додаткових матеріалів, котрі будуть відтворені за допомогою смартфона. Також можна отримати об'ємні ілюстрації, що будуть дуже доречними для дитячих видань. Доповнена реальність буде актуальною і для рекламної продукції – можна буде отримати об'ємне зображення товару, переглянути відеоролик чи за допомогою віртуальної примірочної підібрати сукню з каталогу.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що для ефективної діяльності поліграфічного підприємства є важливим впровадження нових технологій та поєднання вже відомих для більш ефективної роботи. Це допоможе зробити українські підприємства конкурентоспроможними на світовому ринку, збільшить попит на друковану продукцію.

Список використаних джерел:

1. Петрович Й.М. Економіка і фінанси підприємств. Підручник для ВНЗ / Й.М. Петрович, Л.М. Прокопишин-Рашкевич – Львів : Магнолія 2006, 2014. – 408 с.
2. Павленко І.А. Економіка та організація інноваційної діяльності / І.А. Павленко, Н.П. Гончарова, Г.О. Швиданенко – К. : КНЕУ, 2002. – 150 с.
3. П.П. Микитюк — Інноваційна діяльність / П.П. Микитюк – Тернопіль : Економічна думка, 2006. – 295 с.

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Шашков С.В.

здобувач,

Сумський державний університет

ОПТИМІЗАЦІЯ РОЗМІЩЕННЯ МАЛИХ ГІДРОЕЛЕКТРОСТАНЦІЙ

На сьогоднішній день важливим та актуальним питанням на шляху енергетичної незалежності держави є збільшення частки альтернативних та відновлюваних джерел енергії в загальному енергетичному балансі [1]. Одним з таких напрямків є розвиток малої гідроенергетики. Потрібно відмітити той факт, що після занепаду даної галузі, котрий відбувався з початку 70-х до кінця 90-х років ХХ століття, коли в Україні залишилось лише 49 функціонуючих малих гідроелектростанцій [2, с. 14]. Разом з тим, з ряду сприятливих причин, на сьогоднішній день відслідковується певна зацікавленість інвесторів у відновленні та будівництві об'єктів малої гідроенергетики, в результаті якої в 2014 році їх кількість становила 98 шт. [3, с. 3]. Враховуючи значний неосвоєний енергетичний потенціал малих річок і високу інвестиційну привабливість проектів відновлення та будівництва об'єктів малої гідроенергетики, можна зробити висновок, що в майбутньому тенденція збільшення кількості малих гідроелектростанцій буде збережена.

Разом з тим, відновлення та будівництво кожного об'єкту малої гідроенергетики є масштабним господарським заходом, тому в обов'язковому порядку, особливо на передпроектній стадії, потребує детального обґрунтування. В першу чергу це стосується місць розташування малих гідроелектростанцій, черговість будівництва та введення їх в експлуатацію. У зв'язку з цим, окрім загальнодержавної стратегії, необхідна розробка та впровадження регіональних програм розвитку малої гідроенергетики, які повинні формуватись на максимально широкому аналізі та оцінці ситуації, що склалась в регіоні і в повній мірі враховуватимуть локальні особливості.

Особливої уваги заслуговують наступні оптимізаційні фактори, врахування яких необхідне при складанні та конкретизації рішень з розміщення об'єктів малої гідроенергетики та черговості їх будівництва, рис. 1.

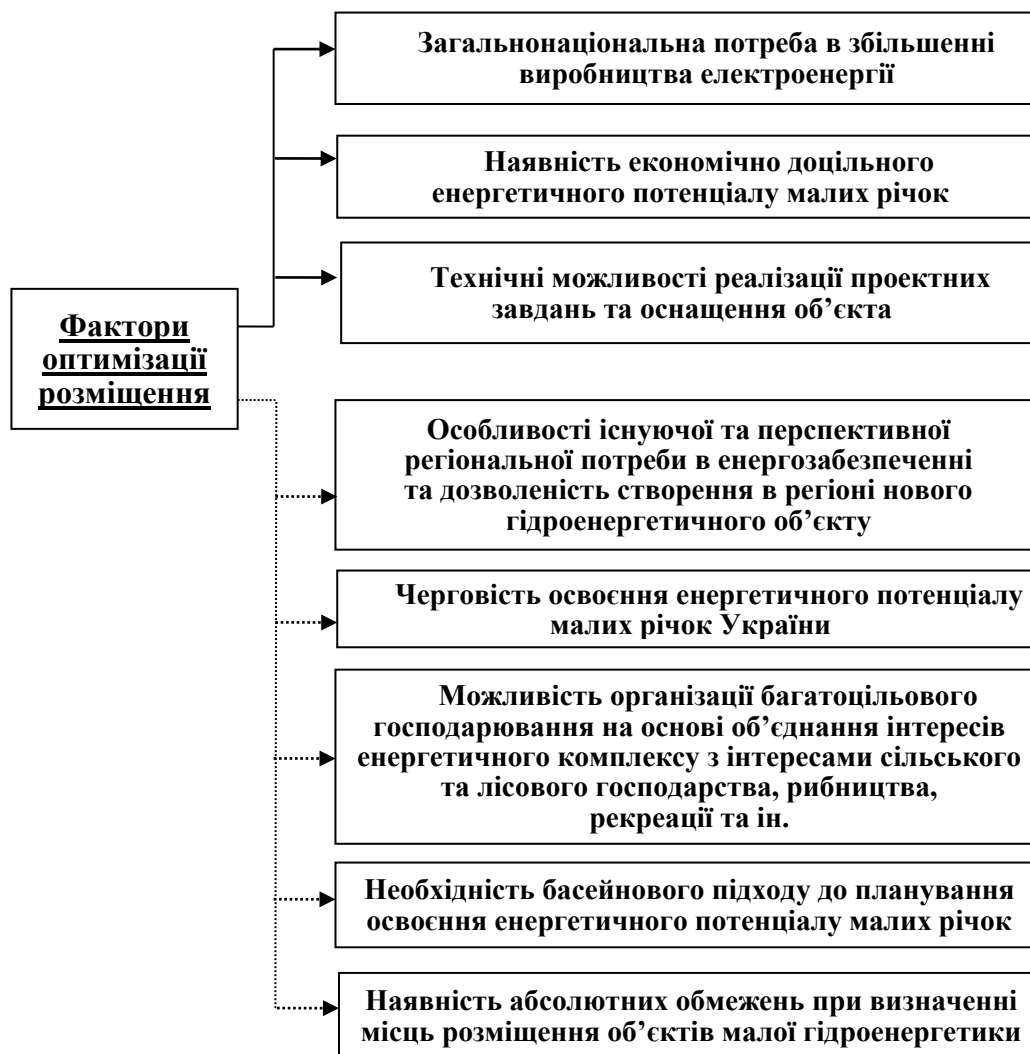


Рис. 1. Фактори оптимізації розміщення об'єктів малої гідроенергетики

При об'єктивному та правильному врахуванні наведених факторів, можливо отримати наступні практичні результати будівництва та відновлення малих гідроелектростанцій:

- максимальне освоєння енергетичного потенціалу малих річок;
- збільшення дохідності та зниження ризиків функціонування;
- зменшення затрат та виплат
- мінімальний вплив на навколишнє природне середовище

Дані фактори не тільки заслуговують особливої уваги, а й потребують якомога найглибшого опрацювання з метою їх подальшого використання при розробці та реалізації як загальнодержавної, так і регіональних програм розвитку малої гідроенергетики.

Список використаних джерел:

1. Національний план дій з відновлюваної енергетики на період до 2020 року, затверджений Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 1 жовтня 2014 р. № 902-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.zakon.rada.gov.ua.
2. Карамушка О.М. Мала гідроенергетика України [Текст] // Энергосбережение. – 2012. – N 10. – С. 14–16.
3. Васько П.Ф. Мала гідроенергетика України. НІСД. – 2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/public/File/2014_table/0620_pres2.pdf.

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Романів І.Ф.

аспірант,

Львівський університет бізнесу та права

ІСТОРИКО-ЕКОНОМІЧНИЙ ДИСКУРС СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

У основі соціального і економічного розвитку лежить низка теорій, що сформувались протягом десятиліть наукових пошуків оптимальних варіантів стратегічного вирішення проблем соціально-економічного характеру.

До основних теорій соціального розвитку, що існують на сьогоднішній день належать класичні теорії розвитку суспільства, зокрема теорії інтелектуальної і соціальної еволюції О. Конта, суспільно-економічних формацій К. Маркса, постіндустріального суспільства Д. Белла; посткласичні теорії П. Сорокіна (теорія соціокультурної динаміки), Г. Маркузе (теорія одновимірного суспільства), М. Кастельса (теорія мережевого суспільства); сучасні теорії (модернізації, суспільства постмодерну, глобалізації та віртуалізації) [1]. Серед відомих теорій економічного розвитку є такі як теорія економічної бази (Томас Манн, Пітер Де Ла Курт, Вернер Сомбарт, Василій Леонтьєв, Гаррі Річардсон), сировинна теорія (Харольд Адамс Інніс), теорія секторів (А. Фішер, К. Кларк, Ж. Фурастьє), теорія полюсів розвитку (Гуннар Мюрдаль, Альберта Хіршман), неокласична теорія зростання (Р. Солоу, Т. Сван, Д. Мід), теорія міжрегіональної торгівлі (теорія Хекшера-Оліна), теорія товарного циклу (Раймонд Вернон), підприємницька теорія (Й. Шумпетер). З 80-х років ХХ століття теорії економічного розвитку збагатились новими віяннями та положеннями синтетичного характеру. Відтак внесок у вдосконалення теорій економічного розвитку здійснили П. Кругман, Дж. Харріс, А. Пред (Теорія нової економічної географії), М. Фуджит, Т. Морі (Моделі модернізації традиційної теорії розміщення виробництва), Е. Венаблес (Моделі нового типу міжнародної торгівлі), Дж. Еллісон, Е. Глейзер, Т. Холмс, Дж. Стівенс (теорії випадкового зростання) [2]. Розглянемо детальніше основні теорії розвитку.

Основним внеском О. Конта вважається розробка моделі соціального розвитку, що включає три стадії – теологічну, метафізичну та позитивістську. Ці стадії послідовно змінюються, а нерівність між соціальними групами пов'язується О. Контом з рівнем розвитку. Основний закон соціальної динаміки за О. Контом полягає у тому, що всім править «дух». Кожен підйом духа викликає резонанс у мистецтві, політиці, промисловості [3]. Основним девізом, який обстоював О. Конт був девіз позитивізму – «Порядок і прогрес» [4, с. 121]. При цьому О. Конт усвідомлював важливі закономірності безпекового характеру, котрі проявились у вітчизняній науці ближче кінця ХХ століття. Учений вважав, що досягнення прогресу можливе лише як розвиток порядку. Найважливішим прогресом є моральний, якому передують матеріальний, фізичний та інтелектуальний [4, с. 122–123]. Піднімав О. Конт і важливі проблеми соціальної сфери, зокрема освітньої реформи, інтелектуальної праці [4, с. 30, 39].

Соціальний розвиток за К. Марксом відбувається на основі неупинної боротьби між антагоністичними суспільними класами. Поняття суспільно-економічної формація, що дало назву теорії розуміється як конкретно-історичний тип суспільства, основною характеристикою якого є головуючий тип виробничих відносин [5]. Соціальний розвиток в умовах боротьби протилежних за мотивами сторін спостерігаємо і у

сучасній українській історії. Отже і положення марксистської теорії доцільно враховувати при формуванні стратегії соціально-економічного розвитку та її реалізації.

Представники теорії постіндустріального суспільства обстоювали соціальний розвиток з огляду на історичну зміну доіндустріальної, індустріальної і постіндустріальної суспільних моделей [1]. Д. Белл обґрунтовував закономірності переходу від індустріального суспільства до постіндустріального на основі теорії соціального розвитку. Він досліджував зміну конфігурації господарства, у контексті якої відбувається перехід від матеріальних благ до послуг, прогнозував нову класову структуру постіндустріального суспільства на основі параметрів знання і технології, досліджував суперечності між економізацією і соціологізацією [7]. Гармонійно доповнюється теорія Д. Белла теорією мережевого суспільства М. Кастельса, у межах якої розроблено основні положення концепції інформаційного суспільства [1].

Уявлення про постіндустріальну модель розвитку суспільства підтверджується основними рисами, притаманними сучасним соціально-економічним системам. Разом з тим, Україна ще не вступила рішуче в нову епоху, що потребує врахування теоретичних засад, розроблених Д. Беллом та М. Кастельсом у стратегічному плануванні соціально-економічного розвитку.

У теорії одновимірного суспільства Г. Маркузе теж знаходимо важливу основу розробки і реалізації стратегії соціально-економічного розвитку. Учений вважав, що технологічне суспільство не може розвиватись далі, оскільки перебуває на останньому етапі винищення природи, а цивілізація має «репресивний характер». Політика, відтак, повинна стати основним рушієм подолання деструктивних тенденцій, перевести суспільство з одновимірного (такого, що поглинуло естетичний і історичний виміри) до багатовимірного і формування не деструктивної цивілізації [8]. На основі принципу зменшення деструктивної ролі прогресу уможливується об'єднання соціально-економічного розвитку та пріоритету безпеки природи і соціуму.

Теорія соціокультурної динаміки П. Сорокіна закладає основи дискурсивного пізнання теорій економічних циклів. П. Сорокін вважав, що суспільний розвиток проходить три етапи: ідеаціональну, ідеалістичну та чуттєву фази, кожна з яких відрізняється певним способом осмислення реальності. Такий розвиток відбувається циклічно [9].

Теорії соціального розвитку утворюють важливий теоретичний пласт, на якому слід базувати дослідження стратегії соціально-економічного розвитку. Доукомплектування таких теоретичних засад доцільно здійснювати з урахуванням теоретичного здобутку учених-економістів, котрі обґрунтовували важливість розвитку соціальної сфери у загальному економічному розвитку.

Список використаних джерел:

1. Теории социального развития : рабочая программа учебной дисциплины [Електронний ресурс] // Санкт-Петербургский государственный университет. – СПб : Санкт-Петербургский государственный университет, 2009. – 20 с. – Режим доступа : <http://smpanel.pu.ru/panel/users/divanov/pr264.pdf>.
2. Морошкина М.В. Теории экономического развития и новые теории регионального роста / Морошкина М.В. // Материалы Первого Молодежного экономического форума «Инновационное развитие» (13–14 ноября 2008 г., Петрозаводск). – Петрозаводск, 2009 г. – С. 36–40.
3. Социология Огюста Конта [Електронний ресурс] // www.grandars.ru. – Режим доступа : <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/ogyust-kont.html>.
4. Конт О. Общий обзор позитивизма : Пер. с фр. / Конт Огюст. – Изд. 3-е. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. – 296 с. (Из наследия мировой философской мысли: история философии).

5. Социология Карла Маркса [Электронный ресурс] // www.grandars.ru. – Режим доступа : <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/sociologiya-marksa.html>.

6. Теория постиндустриального общества [Электронный ресурс] // www.grandars.ru. – Режим доступа : <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/postindustrializm.html>.

7. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Белл Д. ; пер. с английского. – Изд. 2-ое, испр. и доп. – М. : Academia, 2004, 788 стр.

8. Вершинин С.Е. Умиротворенное существование как антидеструктивный проект [Электронный ресурс] / Вершинин С.Е., Борисова Г.А. // Концепция социальной деструкции Франкфуртской школы (историко-философский анализ). – Екатеринбург : Изд-во ГОУ ВПО «Рос.гос.проф.-пед.ун-т», 2009, 126 с. – Режим доступа <http://www.werschinin.ru/?ml=137>.

9. Поколодин В.В. Сорокин Питирим Александрович [Электронный ресурс] // Социнтегрум. – Режим доступа <http://www.socintegrum.ru/Sorokin.html>.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Бабарика І.Я.

студентка,

Науковий керівник: Михайленко О.В.

доцент, кандидат економічних наук,

Національний університет харчових технологій

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РУХУ ГРОШОВИХ КОШТІВ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Грошові кошти є найціннішими активами суб'єкта господарювання незалежно від його виду діяльності. Грошові кошти – найбільш ліквідна частина поточних активів – є складовою оборотного капіталу. До грошових коштів відносяться гроші в касі, на розрахункових, поточних, спеціальних, валютних і депозитних рахунках. Саме грошові кошти та їх еквіваленти, як найважливіша ланка системи кругообігу ресурсів, формують базис для підвищення платоспроможності підприємства. На сучасному етапі коли у більшості підприємств грошових активів не вистачає, здатність підприємства виживати напряму залежить від вміння аналізувати та управляти грошовими потоками. Тому ефективна організація обліково-аналітичного забезпечення руху грошових коштів в управлінні діяльністю підприємства є одним із основних заходів запобігання банкрутства підприємства.

Під час господарської діяльності у підприємства виникають найрізноманітніші господарські зв'язки і розрахунково-платіжні відносини з постачальниками матеріальних цінностей, підрядчиками, покупцями і замовниками своєї продукції, транспортними організаціями, фінансовими установами, працівниками фірми та іншими (як юридичними так і фізичними) особами. Кошти, що їх використовують для розрахунків, виконуючи функцію міри вартості, засобу обігу, засобу платежу, здійснюють безперервний кругообіг (гроші – запаси – виробництво – готова продукція – гроші), повертаються при цьому до своєї первісної форми у вигляді виручки після реалізації продукції, тобто у вигляді грошових коштів.

Згідно з НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» під грошовими коштами розуміють готівку, кошти на рахунках в банках і депозити до запитання. Готівка (готівкові кошти) – це грошові знаки національної валюти України – банкноти та монети [1].

Платежі готівкою підприємств, підприємців і фізичних осіб за реалізовану продукцію (товари, виконані роботи, надані послуги) і за операціями, які безпосередньо не пов'язані з реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг) та іншого майна, називаються готівковими розрахунками.

Для узагальнення інформації про наявність та рух грошових коштів у касі підприємства призначений активний рахунок 30 «Каса», який має такі субрахунки:

301 «Каса в національній валюті»;

302 «Каса в іноземній валюті».

За дебетом рахунка 30 «Каса» відображається надходження грошових коштів до каси підприємства, по кредиту – виплата готівки.

Розрахунки можуть здійснюватися не тільки в готівковій, але й в безготівковій формі. Безготівкові розрахунки – це перерахування грошових коштів з рахунку підприємства-платника на рахунок підприємства-отримувача.

Для обліку наявності та руху грошових коштів, що знаходяться на рахунках у банках, передбачений активний рахунок 31 «Рахунки в банках», який має такі субрахунки:

- 311 «Поточні рахунки в національній валюті»;
- 312 «Поточні рахунки в іноземній валюті»;
- 313 «Інші рахунки в банку в національній валюті»;
- 314 «Інші рахунки в банку в іноземній валюті».

За дебетом рахунка 31 «Рахунки в банках» відображається зарахування грошових коштів на поточний рахунок підприємства, по кредиту – їх використання [2].

Дані про рух грошових коштів протягом звітного періоду в результаті операційної, інвестиційної та фінансової діяльності відображаються в Звіті про рух грошових коштів. Метою складання Звіту про рух грошових коштів у є надання користувачам фінансової звітності повної, правдивої та неупередженої інформації про зміни, що відбулися у грошових коштах підприємства та їхніх еквівалентах за звітний період.

Аналіз руху грошових коштів за видами діяльності здійснюється за даними форми 3 «Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)» або форми 3-н «Звіт про рух грошових коштів (за непрямим методом)».

У цьому звіті міститься інформація про грошові потоки підприємства за звітний період. Рух коштів відображається у звіті за трьома видами діяльності: операційної, інвестиційної та фінансової. Аналіз руху коштів у розрізі окремих видів діяльності підприємства дає можливість оцінити, з яких джерел надійшли ці кошти, які напрямки їх використання, чи вистачає власних оборотних коштів підприємства для інвестиційної діяльності. Аналізуючи рух коштів за видами діяльності, можна додатково відповісти ще й на такі запитання: чи може підприємство розрахуватись за своїми поточними зобов'язаннями чи вистачить одержаного прибутку для обслуговування поточної діяльності підприємства.

Аналіз руху коштів передбачає розрахунок передусім сум надходжень та витрат у розрізі окремих видів діяльності, визначення загального залишку коштів на підприємстві за звітний період, порівняння даних звітного періоду з попереднім, вивчення причин зменшення надходжень і збільшення витрат [3].

Зовнішній аудит виконують аудиторські фірми за договорами із замовниками. Відповідно до цих договорів замовник надсилає аудиторській фірмі замовлення, в якому визначає конкретні питання для вирішення аудитом.

Внутрішній аудит здійснюється спеціальним структурним підрозділом підприємства або його робітниками, безпосередньо підлеглими керівництву підприємства. Внутрішні аудитори окрім основної діяльності – удосконалення системи обліку та внутрішнього контролю на підприємстві – можуть виконувати також спеціальні завдання керівництва підприємства. Внутрішній аудит аналізує ситуацію ризику і застерігає від банкрутства, використовує ноу-хау для збільшення прибутку й ефективності нової технології, вживає заходів, що сприяють фінансовій діяльності підприємства.

Метою аудиту операцій з коштами, іншими активами та стану розрахунків є встановлення достовірності даних щодо наявності та руху грошових коштів, повноти і своєчасності відображення інформації в зведених документах та облікових регістрах, правильності ведення обліку грошових коштів і розрахунків відповідно до прийнятої облікової політики, достовірності відображення залишків у звітності господарюючого суб'єкта [4].

Список використаних джерел:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.

2. Інструкція про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій від 30.11.1999 р. № 291 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

3. Аналіз діяльності підприємств та банківських установ : економічний, фінансово-інвестиційний, стратегічний : Підручник / Л.М. Чернелевський, Н.Г. Слободян, О.В. Михайленко. – К. : «Хай-Тек-Прес», 2009. – 640 с.

4. Чернелевський Л.М., Беренда Н.І. Аудит : Теорія і практика. : Навч. посіб. – К. : «Хай-Тек Прес», 2008. – 560 с.

Кощинець М.І.

аспірант,

Науковий керівник: Пилипів Н.І.

доктор економічних наук, професор,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

ОБЛІК В УМОВАХ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ

Напрямок дослідження є актуальним, так як на даний час в Україні активно відбувається встановлення інформаційних систем для бухгалтерського обліку. Існують різні види інформаційних бухгалтерських програм і різні ідеології щодо створення такого класу програм, але їх поєднує певний перелік функціональних можливостей, які регламентовані чинним законодавством України [1, с. 161].

Основними недослідженими питаннями при дослідженні окресленої проблематики є структуризація та вироблення загального та універсального алгоритму побудови інформаційних систем бухгалтерського обліку. Поняття «Інформаційна система бухгалтерського обліку» потребує чіткого та повного визначення, так як деякі вчені вкладають в це поняття різне визначення: за думкою одних вчених інформаційна система бухгалтерського обліку це система інформаційного забезпечення процесу обліку (первинні документи, реквізити, звіти тощо), а за думкою інших вчених інформаційна система бухгалтерського обліку це система із застосуванням комп'ютерної програми бухгалтерського обліку.

Комп'ютеризація обліку та звітності обумовлює розвиток теорії і практики за для усунення існуючих проблем. На сьогодні, науковці не дійшли єдиного висновку щодо категорійного визначення суті обліку та контролю в умовах комп'ютеризації, їхніх функцій та базових принципів. Також відсутні єдині методологічні й методичні основи обліку [2, с. 412]. Не сформованою наразі залишається загальна концептуальна основа формування комп'ютеризованої інформаційної системи обліку і звітності, а також її аналізу й контролю в системі казначейства. Особливо важливо врахувати при цьому управлінські потреби й запити, оскільки забезпечення оперативності впливу на ті чи інші процеси (зокрема фінансове забезпечення) дає змогу обрати найбільш ефективний варіант дій і досягти раціонального використання державних ресурсів.

Вирішення останньої проблеми потребує врахування витрат на такі основні складові формування комп'ютеризованих систем, як організаційне, програмне й технічне забезпечення. Враховуючи те, що у більшості суб'єктів державного сектору (особливо великих) питання комп'ютеризації формування інформаційних потоків з управління фінансовими та усіма іншими ресурсами практично вирішені, то може лише йтися про удосконалення (розвиток і модернізацію) наявних систем.

У науковій літературі дослідження терміну «інформаційні технології» здійснювалося такими науковцями (табл. 1), як А. А. Гац, О. В. Горбатюк, Г. О. Зінов'єв, А. О. Змійова, І. І. Матієнко-Зубенко, О. В. Клименко, Р. Ю. Козяр, К. П. Масимець, Г. Б. Мунін, Т. А. Писаревська, Х. Й. Роглев, Є. В. Самарцев, А. О. Терещенко та ін. [2, с. 414].

Таблиця 1

Позиціонування інформаційних технологій у науковій літературі

Термін	Визначення	Автор
Автоматизована інформаційна технологія (АІТ)	Системно організована для розв'язання завдань управління сукупність методів і засобів реалізації операцій збору, реєстрації, передачі, нагромадження, пошуку, оброблення і захисту інформації на основі застосування програмного забезпечення, засобів обчислювальної техніки та зв'язку, а також засобів, за допомогою яких інформація пропонується клієнтам [3]	А. О. Терещенко, І. І. Матієнко-Зубенко
Інформаційна технологія (ІТ)	Сукупність методів і процедур, за допомогою яких реалізуються функції збирання, передавання, оброблення, зберігання та доведення до користувачів інформації в організаційно-управлінських системах з використанням обраного комплексу технічних засобів [4]	Т. А. Писаревська
	Комплекс методів і процедур, за допомогою яких реалізуються функції збору, передавання, оброблення, зберігання та доведення до користувача інформації в організаційно-управлінських системах з використанням обраного комплексу технічних засобів [5]	О. В. Клименко
	Системно організована для вирішення завдань управління сукупність методів і засобів реалізації операцій збирання, реєстрації, передачі, накопичення, пошуку, оброблення і захисту інформації на базі застосування розвинутого програмного забезпечення, використання засобів обчислювальної техніки і зв'язку, а також способів, за допомогою яких інформація надається тим, хто її потребує [6]	Г. Б. Мунін, А. О. Змі- йова, Г. О. Зінов'єв, Є. В. Самарцев, А. А. Гац, К. П. Макси-мець, Х. Й. Роглев
	Сукупність сучасних засобів і методів оброблення інформації, що використовуються в повсякденній роботі [7]	О. В. Горбатюк, Р. Ю. Козяр

Дослідження визначень терміна «інформаційні технології» можна продовжувати, оскільки останніми роками вони постійно перебувають у полі зору науковців. Проте, загалом у фаховій науковій літературі та нормативно-правових документах інформаційна технологія розглядається щонайменше з п'яти позицій, а саме як:

- процес (у тому числі технологічний) або сукупність процесів;
- сукупність методів;

- комплекс взаємозалежних наукових, технологічних, інженерних дисциплін;
- сукупність методів, процесів і програмно-технічних засобів;
- сукупність принципово нових засобів і методів оброблення обліково-економічної інформації.

Реформування в галузі бухгалтерського обліку та звітності державного сектору корінним чином змінило саму систему та її вихідні базиси.

Інформаційні та комунікаційні технології мають відповідати потребам управління, а також сприяти створенню інформаційного поля, здатного бути основою для формування управлінських рішень. Відповідно погоджуємося з висновком Ф. Ф. Бутинця, що подальший розвиток теорії бухгалтерського обліку пов'язаний з інтеграцією всіх підсистем і видів обліку в єдину інформаційну систему на основі новітніх комп'ютерно-інформаційних технологій [8, с. 20].

Після проведеного аналізу можна стверджувати, що питання розвитку інформаційних систем бухгалтерського обліку державного сектору в Україні є дуже важливим. В умовах використання комп'ютерних технологій відбувається зміна системи бухгалтерського обліку, облікового процесу, підвищення рівня управління.

Список використаних джерел:

1. Комаров К.С. Стан і тенденції розвитку інформаційних технологій для бухгалтерського обліку. / К.С. Комаров // Менеджмент ХХІ сторіччя: фінансові, економічні та інноваційні аспекти : матеріали ІV Всеукр.наук.-практ. конференції. – Київ : МУФ, 2014. – С. 161–162.
2. Бухгалтерський облік і контроль державного сектору в умовах модернізації управління державними фінансами : у 2 т. / за ре Л.Г. Ловінської. – К. : ДНУ «Акад. фін. управління», 2013. – Т. 1 : Реформування бухгалтерського обліку в державному секторі відповідно до міжнародних стандартів / Л.Г. Ловінська, Н.І. Сушко, С.В. Сірко та ін. – 2013. – 568 с.
3. Терещенко Л.О. Інформаційні системи і технології в обліку : навч. посіб. / Л.О. Терещенко, І.І. Матієнко-Зубенко. – К. : КНЕУ, 2004. – 187 с.
4. Писаревська Т.А. Інформаційні системи обліку та аудиту : навч. посіб. / Т.А. Писаревська. – К. : КНЕУ, 2004. – 369 с.
5. Клименко О.В. Інформаційні системи і технології в обліку / О.В. Клименко. – К. : ЦУЛ, 2008. – 320 с.
6. Мунін Г.Б. Управління сучасним готельним комплексом : навч. посіб. / Г.Б. Мунін, А.О. Змійов, Г.О. Зінов'єв та ін. – К. : Ліра-К, 2005. – 520 с.
7. Горбатюк О.В. Інноваційні форми фінансового та управлінського обліку в мовах автоматизованої системи обробки інформації / О.В. Горбатюк, Р.Ю. Козяр // Наука й економіка. – 2011. – № 1 (21). – С. 71–75.
8. Бутинець Ф. Ще раз про бухгалтерський облік як науку / Ф. Бутинець // Бухгалтерський облік і аудит. – 2005. – № 10. – С. 20–29.

Кугай І.В.

студент,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ДОХОДІВ І ВИДАТКІВ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ УКРАЇНИ

Бухгалтерський облік у бюджетних установах покликаний забезпечити систематичність виконання кошторисів, здійснення розрахунків із контрагентами та використання фінансових ресурсів тощо. Тобто метою обліку є правильне відображення використання бюджетних коштів та об'єктів державної власності. Методику обліку бюджетних установ відображено у працях таких вчених як Джоги Р. Т., Мельник Т. Г., Сушко Н. І., Феценко Є. А., Швець В. Г. та інших. Однак важливість гармонізації обліку державного сектору України та зарубіжних країн породжує необхідність постійного удосконалення методики та забезпечення відповідності положень законодавчих актів.

Бюджетними установами є органи державної влади, органи місцевого самоврядування, а також організації, створені ними, що повністю утримуються за рахунок відповідно державного бюджету чи місцевого бюджету. Бюджетні установи працюють не заради отримання прибутку, а для задоволення соціальних, культурних та інших потреб суспільства. Вони не мають статутного капіталу, а всі їхні активи є державною або комунальною власністю.

Для забезпечення завдань і функцій, які здійснюються органами державної влади протягом бюджетного періоду, бюджетні установи використовують план формування й використання фінансових ресурсів. Виконання поставлених завдань органи державної влади здійснюють за допомогою Закону України «Про Державний бюджет України». Державний бюджет забезпечує фінансування витрат на здійснення державних заходів у галузі економіки, соціальної сфери, оборони, державного управління тощо.

Однією із особливостей бухгалтерського обліку доходів і видатків бюджетних установ є необхідність здійснення обліку бюджетних коштів загального і спеціального фондів. На підставі розпорядження ДКСУ суми відкритих асигнувань зараховуються на рахунки головним розпорядникам, які в свою чергу після отримання виписки про відкриття асигнувань надають Казначейству розподіли відкритих асигнувань за кодами програмної і економічної класифікації видатків та за територіями в розрізі нижчих розпорядників та одержувачів бюджетних коштів.

Для узагальнення інформації про доходи установи, які вона отримує за рахунок загального і спеціального фонду бюджетів, призначені рахунки 7 класу «Доходи» Плану рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ. Відображення надходжень коштів із загального фонду бюджету здійснюють за допомогою нагромадження інформації на рахунку 70 «Доходи загального фонду». По кредиту цього рахунку відображають суми бюджетних коштів, що отримані для здійснення видатків, передбачених в кошторисі по загальному фонду бюджету. По дебету – суми відізованих коштів вищим розпорядником; суми переведених коштів нижчим розпорядникам та суми фактично використаних коштів загального фонду.

При виконанні державного бюджету застосовується казначейське обслуговування бюджетних коштів за допомогою ведення єдиного казначейського рахунку. На цей рахунок зараховуються податки, надходження до бюджету з інших джерел. В той же час ДКСУ з цього рахунку здійснює платежі на користь суб'єктів господарської діяльності, що надали товари розпорядникам бюджетних коштів. В територіальних відділеннях ДКСУ відкриваються реєстраційні рахунки по обліку коштів загального фонду та спеціальні реєстраційні рахунки для обліку коштів спецфонду [37].

В бюджетних установах всі видатки обліковуються у відповідності з бюджетною класифікацією, визначеною в Бюджетному кодексі та Інструкцією щодо застосування економічної класифікації видатків бюджету [27].

Практика ведення обліку та діючі нормативні документи дозволяють класифікувати витрати бюджетних установ за такими ознаками:

1. В залежності від джерел покриття: видатки загального фонду; видатки спеціального фонду. Обидва види видатків плануються в кошторисі, а бухгалтерський облік цих видатків ведеться відокремлено на окремих рахунках.

2. В залежності від етапу руху бюджетних коштів: касові видатки; фактичні видатки. Касовими видатками вважаються всі суми проведені органом Державного казначейства або установою банку з реєстраційного, спеціального реєстраційного та поточного рахунку як готівкою, так і шляхом безготівкової оплати рахунків. Наприклад, оплачено рахунок за матеріальні цінності. Фактичними видатками вважаються всі дійсні витрати по виконанню кошторису, що підтверджені первинними документами. Тобто, господарські операції відображаються за принципом нарахування: видатки показують в тому періоді, коли вони виникають, незалежно від того, коли будуть сплачені кошти.

3. Наступна класифікаційна ознака – економічна класифікація видатків (КЕКВ). Всі видатки бюджетних установ поділяються на поточні та капітальні.

Для обліку фактичних видатків загального фонду бюджетних установ передбачено рахунок 80 «Видатки із загального фонду». По дебету цього рахунку відображаються здійснені витрати за кодами ЕКВ з кредиту різних рахунків. По закінченні року вони списуються з кредиту рахунку 80 на дебет рахунку 431 «Результат виконання кошторису по загальному фонду».

Бюджетні установи в результаті своєї фінансово-господарської діяльності можуть отримувати в своє розпорядження кошти не тільки з бюджету, але і з інших джерел. Ці надходження включаються до спеціального фонду і називаються власними надходженнями бюджетних установ.

Якщо фактичний обсяг власних надходжень за спеціальним фондом кошторису бюджетної установи менший від планових показників, розпорядник бюджетних коштів зобов'язаний до закінчення бюджетного періоду внести зміни до спеціального фонду кошторису щодо зменшення власних надходжень і видатків. Якщо обсяги власних надходжень установ перевищують відповідні витрати, затверджені законом про Державний бюджет України, розпорядник бюджетних коштів передбачає спрямування таких надпланових обсягів у першу чергу на погашення заборгованості з оплати праці, нарахувань на заробітну плату, комунальних послуг. Для відображення інформації про доходи спецфонду використовується рахунок 71 «Доходи спеціального фонду».

З упровадженням НП(С)БОДС 128 «Зобов'язання» з'являється новий об'єкт обліку доходів – доходи майбутніх періодів. Як передбачено у НП(С)БОДС 128, за певних обставин для обліку зобов'язання можуть визнаватися доходи майбутніх періодів. До доходів майбутніх періодів відносяться, зокрема, доходи у вигляді одержаних авансових платежів за здані в оренду основні засоби та інші необоротні активи (авансові орендні платежі).

Нормами НП(С)БОДС 127 «Зменшення корисності активів», 130 «Вплив змін валютних курсів» розширюється склад інших доходів. Згідно з НП(С)БОДС 127 іншим доходом визнаються вигоди від відновлення корисності активу, якщо перестали існувати ознаки зменшення корисності активу. НП(С)БОДС 130 зазначає, що курсові різниці від перерахунку грошових коштів в іноземній валюті та монетарних статей відображають у складі інших доходів.

Субрахунок 741 «Інші доходи установ» призначено для узагальнення інформації про доходи від плати за надані послуги установою, якщо нарахована плата не може

бути в повному обсязі віднесена на певний вид доходу спец. фонду, а також про доходи за фінансовими інвестиціями, які оцінюються за амортизованою собівартістю, та відсотки за фінансовими інвестиціями.

У Плані рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ за новою редакцією визначено додаткові види витрат. Це – виробничі витрати, інші витрати, витрати на амортизацію, витрати майбутніх періодів.

Облік виробничих витрат за незавершеним виробництвом ведеться на рахунку 82 «Виробничі витрати». На субрахунку 831 «Інші витрати установ» ведеться облік витрат, які не відображені на рахунках 80–82, зокрема витрати за фінансовими інвестиціями, які оцінюються за амортизованою собівартістю, втрати за активами й зобов'язаннями від зміни курсу гривні до іноземної валюти, втрати від зменшення корисності активів, суми знецінення активів.

На субрахунку 841 «Витрати на амортизацію необоротних активів» ведеться облік сум нарахованої амортизації основних засобів, інших необоротних матеріальних активів та нематеріальних активів, що використовуються в процесі надання послуг, виготовлення продукції. На субрахунку 851 «Витрати майбутніх періодів» – облік сум здійснених витрат у звітному періоді, які підлягають віднесенню на витрати в майбутніх звітних періодах (сплачені авансом орендні платежі, передплата на газети, журнали).

Потреба гармонізації рахунків класу 8 «Витрати» Плану рахунків з Класифікацією видатків бюджету зумовила відповідні зміни у Порядку застосування Плану рахунків. Водночас із упровадженням НП(С)БОДС з'являється новий об'єкт обліку витрат – витрати майбутніх періодів. Це пов'язано з необхідністю правильного відображення в обліку та фінансовій звітності витрат, які здійснені у звітному періоді, але підлягають віднесенню на витрати в майбутніх звітних періодах. Відповідно до вимог НП(С)БОДС 127, 130, 133 склад інших витрат розширюється та доповнюється новими елементами цих витрат. Відповідно до НП(С)БОДС 127 втрати від зменшення корисності активу визнаються іншими витратами. У складі інших витрат також відображаються курсові різниці від перерахунку грошових коштів в іноземній валюті та монетарних статей (НП(С)БОДС 130). Витрати, набуті в процесі спільної діяльності, передбачені розділом IV НП(С)БОДС 133 теж включаються до складу інших витрат.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України від 07.10.2010 р. № 2592-VI зі змінами і доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ» від 26.06.2013 № 611 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку в державному секторі 127 «Зменшення корисності активів», 128 «Зобов'язання», 130 «Вплив змін валютних курсів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua/>.

Молибога Ю.В.

студент,

Науковий керівник: Сажинець С.Й.

кандидат економічних наук, професор,

професор кафедри обліку та аналізу,

Національний університет «Львівська політехніка»

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ З НЕМАТЕРІАЛЬНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВ

Термін «нематеріальні активи» не так вже й давно з'явився у лексиконі українських науковців та фахівців-практиків у сфері бухгалтерського обліку. Проте, зараз не так вже й часто можна зустріти підприємства, в балансі яких би не була заповнена стаття «Нематеріальні активи». До речі, у складі статей активу балансу підприємства, саме ця стаття стоїть на першому місці. Але, зрозуміло, що не цим визначається важливість нематеріальних активів для діяльності підприємства.

Значення нематеріальних активів для підприємства полягає в тому, що вони, хоч і не мають матеріально-речової форми, але за їх сприяння підприємства здатні отримувати додатковий прибуток або створювати умови для його отримання. Тому, питанням щодо організації та ведення обліку операцій з нематеріальними активами слід приділяти значну увагу.

Організуючи облік нематеріальні активів на підприємствах обліковий персонал наштовхується на цілий ряд невирішених питань методологічного характеру. Насамперед, це стосується визначення поняття «нематеріальні активи».

Для цілей бухгалтерського обліку, відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку (далі ПСБО) 8 «Нематеріальні активи» [1] під нематеріальним активом розуміють «немонетарний актив, який не має матеріальної форми та може бути ідентифікований». Нематеріальні активи входять до складу необоротних активів підприємства і утримуються ним з метою використання протягом більше одного року (або одного операційного циклу, якщо він перевищує один рік) для виробництва, торгівлі, в адміністративних цілях чи надання в оренду іншим особам. До нематеріальних активів належать: права користування майном; права на комерційні позначення; права на об'єкти промислової власності (винаходи, корисні моделі, промислові зразки, товарні знаки тощо) матеріальним вираженням прав на які є документи виняткового права, патенти і свідоцтва про реєстрацію, права на ноу-хау, права, отримані в результаті придбання ліцензій у патентовласників; авторське право та суміжні з ним права (програмні продукти, програми для ЕОМ, бази даних тощо) і інші аналогічні об'єкти.

На відміну від П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» Податковий кодекс України (далі – ПКУ) акцентує увагу на праві власності на нематеріальні активи. Так, у статті 14 «Визначення понять» ПКУ визначено, що нематеріальні активи – «право власності на результати інтелектуальної діяльності, у тому числі промислової власності, а також інші аналогічні права визнані об'єктом права власності (інтелектуальної власності), право користування майном та майновими правами платника податку в установленому законодавством порядку, у тому числі набуті в установленому законодавством порядку права користування природними ресурсами, майном та майновими правами» [2].

Така різноманітність тлумачення сутності нематеріальних активів у нормативно-законодавчих актах створює певні труднощі для їх прикладної облікової класифікації.

Ще однією проблемою, не вирішеною на загальнодержавному рівні є те, що у нормативно-законодавчих документах не встановлено мінімальної величини вартості нематеріальних активів для їх ідентифікації як необоротні та малоцінні. Очевидно, що

нематеріальні активи незначної вартості, наприклад, до 1000 грн., недоцільно обліковувати у складі необоротних активів та тривалий час їх амортизувати. Аналогічно, не визначено й таке поняття, як швидкооборотні нематеріальні активи. До них можуть належати і обліковуватись на балансі підприємства немонетарні активи, можливо й доволі високої вартості, з нормативним терміном використання, що не перевищує одного року.

Існують окремі проблемні моменти в питаннях нарахування амортизації нематеріальних активів. Насамперед це стосується методики нарахування амортизації. Адже, у п 27 ПСБО 8 «Нематеріальні активи» передбачено, що «Розрахунок амортизації при застосуванні відповідних методів нарахування здійснюється згідно з Положенням (стандарту) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби». Тобто, передбачено використання таких методів амортизації: прямолінійний; зменшення залишкової вартості; прискореного зменшення залишкової вартості; кумулятивний; виробничий. Проте, у ПКУ (п. 138.3.1) встановлено, що «Розрахунок амортизації основних засобів або нематеріальних активів здійснюється відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку... При такому розрахунку застосовуються методи нарахування амортизації, передбачені національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, крім «виробничого» методу».

У ПСБО 8 «Нематеріальні активи» не наведено визначення суті амортизації нематеріальних активів, але зазначено, що «нарахування амортизації нематеріальних активів (крім права постійного користування земельною ділянкою) здійснюється протягом строку їх корисного використання, який встановлюється підприємством / установою (у розпорядчому акті) при визнанні цього об'єкта активом (при зарахуванні на баланс)». Також зазначено, що нематеріальні активи з невизначеним строком корисного використання амортизації не підлягають та те, що перелік таких активів має бути встановлено підприємством. Виходячи з даного твердження до нематеріальних активів з визначеним строком корисного використання можна віднести: право на користування надрами та іншими ресурсами природного середовища; право користування будівлею, право на оренду приміщень; право на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, сорти рослин, породи тварин; право на літературні, художні, музичні твори, комп'ютерні програми, програми для ЕОМ тощо), а до активів з невизначеним строком: права на торговельні марки, комерційні (фірмові) найменування, комерційні таємниці, захист від недобросовісної конкуренції тощо.

Враховуючи наведене вище, відповідно до п. 31 ПСБО 8 «Нематеріальні активи», підприємства зобов'язані систематично переглядати терміни корисного використання та методи амортизації нематеріальних активів і здійснювати перевірку «на наявність ознак невизначеності обмеження строку їх корисного використання та за відсутності таких ознак підприємством / установою встановлюється строк корисного використання таких нематеріальних активів».

Важливим чинником, який необхідно враховувати при виборі методу нарахування амортизації є швидкість морального старіння нематеріальних активів. На сьогоднішній день ця категорія активів найбільш вразлива щодо змін через безперервний розвиток суспільства і виникнення більш досконалих аналогів. Моральний знос впливає і на знецінення нематеріальних активів, що необхідно враховувати при виборі методу амортизації, тобто використовувати прискорені методи списання або прямолінійний метод [3].

Важливою складовою організації обліку нематеріальних активів є встановлення порядку документування операцій з нематеріальними активами. З цією метою необхідно, насамперед, використовувати наявні типові форми первинних документів, затверджені центральними органами виконавчої влади. Зокрема, для первинного обліку

операцій з обліку об'єктів права інтелектуальної власності як нематеріальних активів Міністерством фінансів України [4] передбачені такі форми типові документів:

- типова форма НА–1 «Акт введення в господарський оборот об'єкта права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів»;
- типова форма НА–2 «Інвентарна картка обліку об'єкта права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів»;
- типова форма НА–3 «Акт вибуття (ліквідації) об'єкта права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів»;
- типова форма НА–4 «Інвентаризаційний опис об'єктів права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів».

Зважаючи на те, що у складі нематеріальних активів підприємства можуть обліковуватись й такі об'єкти, що не наділені правами інтелектуальної власності (наприклад, вартість прав на використання земельних ділянок, будівель та ін.) та враховуючи, що для обліку потрібні й інші документи та реєстри (наприклад, для оформлення операцій з передачі нематеріальних активів від однієї відповідальної особи іншій, нарахування амортизації, реєстрації облікових карток тощо), слід розробити та затвердити для використання й інші форми, наприклад: відомість нарахування амортизації (зношення) нематеріальних активів; опис облікових (реєстраційних) карток нематеріальних активів; опис реєстраційних номерів нематеріальних активів; опис нематеріальних активів за місцем їх використання; акт внутрішнього переміщення нематеріальних активів тощо.

Отже, нормативно-законодавчу базу з питань облікового забезпечення операцій з нематеріальними активами необхідно удосконалювати.

Список використаних джерел:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» : затверджене наказом Міністерства фінансів України від 18.10.1999 № 242.
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI.
3. Комаринська М.В, Юнчак Г.Г., Дячук В.І. Проблемні аспекти обліку нематеріальних активів VI242 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://intkonf.org/komarinska-m-v-yunchak-g-g-dyachuk-v-i-problemni-aspekti-obliku-nematerialnih-aktiviv/>.
4. Про затвердження типових форм первинного обліку об'єктів права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів : Наказ Міністерства фінансів України від 22.11.2004 р. № 732.

Сластнікова Я.Ю.

студентка,

Національний гірничий університет

МОНІТОРИНГ СПОСОБІВ ДЕТИНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Поняття «тіньовий бізнес» та «приховування доходів» добре відомі для підприємців в Україні. Тіньова економіка – це результат системної кризи економіки. Основними причинами високого рівня тінізації української економіки є неефективний інституціональний базис регулювання підприємництва та незадовільні умови здійснення підприємницької діяльності. Вона проявляється у проведенні готівкових операцій без обліку; приховування доходів, або перебільшення видатків; виплаті нелегальної заробітної плати; підпільному виробництві і шахрайстві [4]. Обсяги

тіньової економіки за різними джерелами фіксуються на рівні 20–50 % ВВП [3]. Їх розрахунок проводиться різними методами, адже визначити реальний відсоток дуже складно. Застосовуються метод «витрати населення – роздрібний товарообіг»; електричний; монетарний і фінансовий методи.

Стратегічною метою України є побудова суспільства європейського рівня і спеціально орієнтованої ринкової економіки, це неможливо без подання однієї з найбільших перешкод розвитку української економіки – зниження рівня тінізації. Для рішення цієї проблеми необхідні економічні реформи; система покарання за неофіційне працевлаштування; податкова реформа, яка б забезпечила ефективне адміністрування податків; стимулювання і розширення безготівкових розрахунків.

Податкові зміни 2015 року – це великий крок на зустріч прозорій економіці. 25 грудня 2014 року Верховною Радою України прийнято Закон України № 63-VIII «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо особливостей уточнення податкових зобов'язань з податку на прибуток підприємств та податку на додану вартість у разі застосування податкового компромісу». Згідно з яким, введено в дію режим звільнення від юридичної відповідальності платників податків та/або їх посадових (службових) осіб за заниження податкових зобов'язань з податку на прибуток підприємств та / або податку на додану вартість за будь-які податкові періоди до 1 квітня 2014 року з урахуванням строків давності, встановлених статтею 102 Податкового кодексу України. Платник податків, який вирішив скористатися процедурою податкового компромісу, під час дії податкового компромісу має право подати відповідні уточнюючі розрахунки податкових зобов'язань з податку на прибуток підприємств та податку на додану вартість, в яких визначає суму завищення витрат, що враховуються при визначенні об'єкта оподаткування податком на прибуток підприємств та суму завищення податкового кредиту з податку на додану вартість [1].

Знижено ставки податку на прибуток підприємств та ставки для єдиноподатківців, що мінімізує податковий тягар для підприємців. Податок на прибуток за загальною ставкою – 18 % [2]. Також інновацією є застосування касових апаратів. Зі швидким розвитком Інформаційних технологій стрімких обсягів досягає «онлайн-бізнес». Відслідкувати переміщення грошових потоків за такими операціями дуже складно. Так з 01.01.2015 року застосування реєстраторів розрахункових операцій є обов'язковим для усіх підприємств електронної комерції – продавців товарів і послуг через Інтернет; платіжні системи, агенти та інші підприємства, які приймають для подальшої передачі готівку грошових коштів; підприємства громадського харчування. Винятком є перша група єдиноподатківців, а також друга і третя, за умови, якщо провадиться діяльність в сфері роздрібною торгівлі на ринках та за допомогою засобів пересувної мережі.

Метою детінізації економіки України є створення умов зниження податкового тиску, створення стабільної і сприятливої основи для провадження законної і прозорої діяльності, захист трудових відносин. Ці реформи дадуть поштовх для економічного розвитку нашої країни з високим рівнем ВВП.

Список використаних джерел:

1. Закон України № 63-VIII «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо особливостей уточнення податкових зобов'язань з податку на прибуток підприємств та податку на додану вартість у разі застосування податкового компромісу» від 25.12.2014.
2. Закон України «Про внесення змін до Податкового Кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи» від 28.12.2014 року.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [<http://www.ukrstat.gov.ua>].
4. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [<http://www.me.gov.ua/lang=uk-UA>].

Стрілець Н.В.*студент;***Радєва О.Г.***старший викладач кафедри обліку та аудиту,
Запорізький національний університет***НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ОСНОВНИХ
ЗАСОБІВ, ЯК ВАЖЛИВОГО ОБ'ЄКТА БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ**

Для здійснення процесу виробництва та іншої господарської діяльності необхідні засоби праці – машини, обладнання, інструменти, прилади, інвентар за допомогою котрих виготовляється продукція, виконуються роботи, надаються послуги. Такі засоби праці називаються основними засобами.

Результати діяльності будь-якого підприємства значною мірою залежать від забезпечення підприємства основними засобами в необхідній кількості та асортименті, їх стану та ефективності використання.

В літературних джерелах існують різні підходи щодо трактування поняття «основні засоби». Для розуміння сутності «основних засобів», проаналізуємо думки провідних вітчизняних і зарубіжних вчених в різних літературних джерелах (табл. 1).

Таблиця 1

Трактування поняття «основні засоби» за різними науковими джерелами

№	Джерело	Визначення
1	Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» [1]	Основні засоби – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік)
2	Податковий кодекс України [2]	Матеріальні активи, у тому числі запаси корисних копалин наданих у користування ділянок надр (крім вартості землі, незавершених капітальних інвестицій, автомобільних доріг загального користування, бібліотечних і архівних фондів, матеріальних активів, вартість яких не перевищує 2500 гривень, невиробничих основних засобів і нематеріальних активів), що призначаються платником податку для використання у господарській діяльності платника податку, вартість яких перевищує 2500 гривень і поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом та очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких з дати введення в експлуатацію становить понад один рік (або операційний цикл, якщо він довший за рік).
3	Міжнародний стандарт фінансової звітності 16 «Основні засоби» [3]	Основні засоби – матеріальні об'єкти, які: а) утримують для використання у виробництві або постачанні товарів чи наданні послуг, для надання в оренду іншим або для адміністративних цілей; б) використовуватимуть, за очікуванням, протягом більше одного звітного періоду.
4		Основні фонди – сукупність матеріальних активів в формі

	Бланк И. А. [4, с. 227]	засобів праці, які багаторазово приймають участь в процесі виробничо-комерційної діяльності і переносять на продукцію свою вартість частинами
5	Бойко В. М., Вашків П. Г. [5, с. 358]	Основні засоби – сукупність засобів праці, які функціонують у сфері матеріального виробництва в незмінній натуральній формі протягом тривалого часу та переносять свою вартість на заново створений продукт частинами в міру їх зношення.
6	Борисов А. Б. [6, с. 487]	Основні засоби – засоби праці виробничого та невиробничого призначення. Характерною особливістю ОЗ, є участь в процесі виробництва тривалий час, в перебігу багатьох циклів, при збереженні основних властивостей і первинної форми, при цьому поступове зношування і їх вартість переносяться на продукцію, що виготовляється.
7	Бутинець Ф. Ф. [7, с. 125]	Основні засоби – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він перевищує один рік).
8	Загородній А. Г., Вознюк Г. Л. [8, с. 312]	Основні засоби – матеріальні активи, які підприємство формує з метою використання їх у процесі виробництва чи постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних та соціально-культурних функцій і очікуваний термін корисного застосування яких перевищує рік.
9	Кузнєцов В., Михайленко О. [9, с. 347]	Основні засоби – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх в процесі виробництва чи поставки товарів, надання послуг, здачі в оренду іншим особам чи для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (чи операційного циклу, якщо він перевищує рік)
10	Сухарський В. С. [10, с. 655]	Основні засоби (основні фонди) – це засоби праці виробничого і невиробничого призначення (будівлі, споруди, машини, передавальні пристрої, інвентар і т.п.), що беруть участь у процесі виробництва в продовж багатьох циклів, зберігаючи при цьому свою натуральну форму, і поступово (в міру зношення) переносять свою вартість на вироблену продукцію
11	Хом'як Р. Л. [11, с. 143]	Основні засоби – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік).

12	Сердюк В. Н. [12, с. 125]	Основні засоби – засоби праці, ціна яких перевищує встановлений підприємством вартісний ценз, і термін експлуатації яких перевищує один рік (чи операційний цикл, якщо він більший за рік) в первісній натуральній формі як засоби праці (машини, обладнання, прибори та інструменти) чи як матеріальні умови праці (будівлі, споруди, інвентар).
----	------------------------------	---

Аналіз нормативних та літературних джерел свідчить про неоднозначність підходів вітчизняних і зарубіжних вчених до трактування терміна «основні засоби».

Але на наш погляд найбільш повне визначення основних засобів дається в Положенні (стандарт) бухгалтерського обліку (далі – П(С)БО) 7 «Основні засоби», де регламентуються методологічні основи формування в бухгалтерському обліку інформації про основні засоби і розкриття її у фінансовій звітності.

Основні засоби можна згрупувати за наступними ознаками:

- 1) за галузевою ознакою (промислові, сільськогосподарські, будівельні, транспортні, зв'язку);
- 2) за функціональним призначенням (виробничі та невиробничі);
- 3) за використанням (діючі та недіючі);
- 4) за ознакою належності (власні та орендовані).

Для цілей бухгалтерського обліку основні засоби класифікуються відповідно до п. 5 П(С)БО 7 «Основні засоби» за такими групами:

1. Основні засоби (земельні ділянки; капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом; будинки, споруди та передавальні пристрої; машини та обладнання; транспортні засоби; інструменти, прилади, інвентар (меблі); тварини; багаторічні насадження; інші основні засоби).

2. Інші необоротні матеріальні активи (бібліотечні фонди; малоцінні необоротні матеріальні активи; тимчасові (не титульні) споруди; природні ресурси; інвентарна тара; предмети прокату; інші необоротні матеріальні активи).

Порядок відображення надходження основних засобів в бухгалтерському обліку та формування їх первісної вартості залежить від того, яким чином і на яких умовах вони придбані.

Придбані (створені) основні засоби зараховуються на баланс підприємства за первісною вартістю. Одиницею обліку основних засобів є об'єкт основних засобів.

Витрати, що здійснюються для підтримання об'єкта в робочому стані (проведення технічного огляду, нагляду, обслуговування, ремонту тощо) та одержання первісно визначеної суми майбутніх економічних вигод від його використання, включаються до складу витрат.

Об'єктом амортизації є вартість, яка амортизується (окрім вартості земельних ділянок, природних ресурсів і капітальних інвестицій).

Амортизація основних засобів (крім інших необоротних матеріальних активів) нараховується із застосуванням таких методів: прямолінійного, зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості, кумулятивного, виробничого.

Метод амортизації обирається підприємством самостійно з урахуванням очікуваного способу отримання економічних вигод від його використання.

Нарахування амортизації починається з місяця, наступного за місяцем, у якому об'єкт основних засобів став придатним для корисного використання. Нарахування амортизації при застосуванні виробничого методу починається з дати, що настає за датою, на яку об'єкт основних засобів став придатним для корисного використання.

Об'єкт основних засобів вилучається з активів (списується з балансу) у разі його вибуття внаслідок безоплатної передачі або невідповідності критеріям визнання активом [1].

Таким чином, основні засоби будь-якого підприємства є його матеріально-технічною базою, яку потрібно весь час поповнювати та підтримувати. Основні засоби підприємства це сукупність матеріально-речових цінностей, що діють у натуральній формі протягом тривалого часу як у сфері матеріального виробництва, так і в невиробничій сфері, і вартість яких поступово зменшується у зв'язку з фізичним та моральним зносом.

Список використаних джерел:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» від 27. 04. 2000 № 92.
2. Податковий кодекс України : від 02.12.2012 р. № 2755-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2013. – № 13–14, № 15–16, № 17. – Ст. 4.
3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби» [Електронний ресурс] – Режим доступу : www.minfin.gov.ua/document/92427/МСБО_16.pdf.
4. Бланк И.А. Словарь-справочник финансового менеджера / И.А. Бланк. – К. : «Ника-Центр», 1998. – 480 с.
5. Бойко В.М. Бізнес: словник-довідник / В.М. Бойко, П.Г. Вашків. – К.: Україна, 1995. – 565 с.
6. Борисов А.Б. Большой экономический словарь / А.Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 1999. – 894 с.
7. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський словник / Ф.Ф. Бутинець. – Житомир ПП «Рута», 2001. – 224 с.
8. Загородній А.Г. Фінансово-економічний словник / А.Г. Загородній., Г.Л. Вознюк. – К. : Знання, 2007. – 1072 с.
9. Кузнецов В. Великий словник бухгалтера / В. Кузнецов, О. Михайленко. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – Х. : Фактор, 2005. – 532 с.
10. Сухарський В.С. Економічний словник-довідник / В.С. Сухарський. – Т. : Богдан, 2002. – 720 с.
11. Бухгалтерський облік в Україні : [навч. посібник] / За ред. Р.Л. Хом'яка, В.І. Лемішевського. – [6-е вид., доп. і перероб.]. – Львів : Національний університет «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід», 2007. – 1200 с.
12. Сердюк В.Н. Бухгалтерский учет : [учебное пособие] / В.Н. Сердюк. – [9-е изд., и доп.]. – Донецк : ДонНУ, 2009. – 595 с.

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Алексін Г.О.

*аспірант I року навчання,
Інститут економіки та прогнозування
Національної академії наук України*

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ПРІОРИТЕТІВ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТА СТАДІЙ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах розгортання соціально-економічної кризи, ускладнення доступу до джерел фінансування та посилення конкуренції з боку глобальних і локальних компаній підвищується необхідність впровадження на підприємстві більш вузько направленої та специфічної фінансової стратегії, в т.ч. з урахуванням стадії життєвого циклу підприємства.

Підприємство як відкрита система знаходиться під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, в т.ч. стадії життєвого циклу, що безпосередньо впливає на пріоритетність стратегічних фінансових цілей, інтенсивність капітальних інвестицій, особливості залучення капіталу, напрями розподілення прибутку, тощо. Пріоритети фінансової стратегії на кожному етапі життєвого циклу є різними.

Проблематику взаємозв'язку життєвого циклу підприємства з фінансовою стратегією підприємства вивчали вітчизняні та зарубіжні вчені, а саме: І. О. Бланк, Р. Бендер, І. В. Івашковська, С. В. Корягіна, Ю. Н. Нестеренко, Д. Рінк, І. Романе, Г. Фокс, Ж. Франшон, Г. В. Широкова та інші.

Сформулюємо основні характеристики стадій життєвого циклу підприємства в зв'язку з пріоритетними напрямами фінансової стратегії підприємства.

На етапі *зародження* відбувається оцінка можливостей отримання доходу від операційної діяльності підприємства, тобто вихід підприємства на ринок, пошук ринкової ніши, організація продажів, напрацювання клієнтської бази. Найбільшими проблемами фінансового управління на даному етапі розвитку підприємства є залучення первинних інвестицій з метою покриття інвестиційних витрат, від'ємні грошові потоки від операційної та інвестиційної діяльності, потреба в значних інвестиціях в оборотний капітал, касові розриви та хронічна збитковість (тобто неможливість покрити всі витрати, в т.ч. капітальні, за рахунок доходу від реалізації), нестійкі грошові потоки, що сильно залежать від ринкових факторів (поведінка постачальників, конкурентів, покупців), іммобілізація грошових коштів в дебіторській заборгованості та запасах, обсяги яких швидко зростають.

Доступ підприємства до джерел позикового капіталу є обмеженим, тому переважно використовуються джерело власного капіталу засновників. Тобто головним завданням фінансової стратегії на даному етапі є максимальне залучення власного капіталу для подолання кризи неплатоспроможності та спазмів ліквідності, фінансування розширення операційної діяльності підприємства. Така фінансова стратегія є консервативного напрямку, що балансує агресивне ринкове зростання, і передбачає залучення власного капіталу для фінансування необоротних активів та частини робочого капіталу підприємства.

На стадії *зростання* відбувається посилення позицій підприємства на ринку, розширення клієнтської бази та обсягів товарообороту, ріст дебіторської та кредиторської заборгованості, зростання кількості контрагентів, посилення дії

операційного важеля, підвищення темпів росту доходу від реалізації. Чистий грошовий потік стає додатним за рахунок значного приросту виручки в порівнянні з операційними та інвестиційними витратами.

Розширення діяльності підприємства на ринку призводить до посилення потреби в додатковому фінансуванні робочого капіталу внаслідок іммобілізації грошових коштів в надмірних обсягах дебіторської заборгованості та запасів.

Акцент операційного аспекту фінансової стратегії зміщується на ефективне управління робочим капіталом і ліквідністю, гарантування достатнього рівня операційного прибутку. З метою нарощення обсягів функціонуючого капіталу підприємство проводить агресивну політику управління робочим капіталом. Стратегічний аспект фінансової стратегії на даному етапі направлений на контроль вартості залученого капіталу.

Для *етапу зрілості* є характерним утримання ринкової частки підприємства та ріст обсягів прибутку від основної діяльності; дивідендні виплати акціонерам збільшуються з метою підтримки інвестиційної привабливості на належному рівні.

Основними завданнями фінансової стратегії стають оцінка та підвищення вартості бізнесу, вибудовування важелів нарощення капіталу, узгодження фінансових інтересів власників, залучення додаткового капіталу з метою підтримки ринкової долі. Ключовим завданням є мобілізація власного капіталу з метою забезпечення інноваційного розвитку підприємства, що є неможливим без збалансованої структури капіталу.

Важливим джерелом конкурентних переваг на даному етапі є операційна ефективність, що забезпечується за рахунок вибудовування ефективної системи управлінського обліку та бюджетування. Жорсткий операційний контроль дозволяє виявляти приховані резерви в формі звільнення грошових коштів, іммобілізованих в запасах і дебіторській заборгованості, та оптимізації структури операційних витрат.

На стадії зрілості є висока вірогідність виникнення агентського конфлікту «власник – кредитор» в силу того, що інтереси власників акціонерного та запозиченого капіталу часто не співпадають.

Дивідендна політика на даному етапі направлена на збільшення виплат. Недостатні обсяги виплат власникам можуть призвести до відтоку капіталу або навіть продажу бізнесу з метою інвестування коштів в більш привабливі активи.

До *стадії занепаду* призводять як зовнішні (агресивні дії конкурентів), так і внутрішні (старіння матеріальних і нематеріальних активів, відсутність інновацій, дезінтеграція людського капіталу) фактори. Ця криза виражається в зниженні обсягів виробництва та реалізації, неконтрольованому рості витрат, скороченні прибутку або збитковості, рості обсягів товарного кредиту та позикового фінансування.

Інструментами оздоровлення стають розробка та імплементація інноваційної та маркетингової стратегії з метою відновлення позицій підприємства на ринку. На даному етапі фінансова стратегія є доповнюючим фактором, що сприяє відновленню фінансової стійкості за рахунок оптимізації операційних витрат і реструктуризації активів, агресивної податкової політики, оптимізації чисельності персоналу, реструктуризації фінансових зобов'язань підприємства.

Основними задачами фінансового управління на даному етапі є підготовка до продажу бізнесу (в рамках даного процесу проводиться нормалізація фінансової звітності, реструктуризація активів, демонстрація перспектив росту підприємства), демонстрація інвестиційної привабливості, підвищення рівня транспарентності бізнесу шляхом підвищення якості корпоративного управління (*corporate governance*).

Особливості фінансової стратегії підприємства залежать від стадії життєвого циклу, на якій воно на даний момент знаходиться. Ключовим є балансування загальної ринкової стратегії та фінансової стратегії, тобто чим агресивніше є ринкове зростання, тим консервативніше має бути фінансова стратегія. Положення на кривій життєвого

циклу безпосередньо визначає стратегічні цілі підприємства та рівень ризику, з яким воно стикається, що прямо впливає на напрямок фінансової стратегії, остаточною метою якої є забезпечення стабільності підприємства та високого рівня конкурентоспроможності в умовах ринкового господарювання.

Список використаних джерел:

1. Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия / И.А. Бланк. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 720 с.
2. Даценко Г.В. Використання ефектів моделі життєвого циклу в розробці стратегії управління фінансовими ресурсами підприємств / Г.В. Даценко // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». – 2010. – Вип. 4 (2). – С. 96–101.
3. Дорофеев М.Л. Особенности применения матрицы финансовых стратегий Франсона и Романа в стратегическом финансовом анализе компании [Текст] / М.Л. Дорофеев // Финансы и кредит. – 2009. – № 23 (359). – С. 51–56.
4. Едророва В.Н. Генезис зарубежных концепций стратегического финансового планирования [Текст] / В.Н. Едророва, А.В. Воробьев // Финансы и кредит. – 2011. – № 18 (450). – С. 2–8.
5. Ивашковская И.В. Становление корпорации в контексте жизненного цикла организации / И.В. Ивашковская, Г.Н. Константинов, С.Р. Филонович // Российский журнал менеджмента. – 2004. – № 4. – С. 19–34.
6. Ивашковская И.В., Янгель Д.О. Жизненный цикл организации и агрегированный показатель роста / И.В. Ивашковская, Д.О. Янгель // Корпоративные финансы. – 2007. – № 4. – С. 97–110.
7. Ивашковская И.В. Жизненный цикл организации : взгляд финансиста / И.В. Ивашковская // Управление компанией. – 2006. – № 11. – С. 60–67.
8. Корягіна С.В. Економічна оцінка та планування життєвого циклу розвитку підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. – Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2004. – 21 с.
9. Корягіна С.В. сучасні класифікації факторів життєвого циклу підприємства // Вісник Тернопільської АНГ : Зб. наук. праць. – Тернопіль:ТАНГ. – 2002. Вип. 5. – С. 206–209.
10. Нестеренко Ю.Н. Жизненный цикл фирмы как фактор реализации ее финансовой политики / Ю.Н. Нестеренко // Экономический журнал. – 2011. – № 3 (23). – С. 23–28.
11. Широкова Г.В. Жизненный цикл организации : концепции и российская практика : монография / Г.В. Широкова. – СПб. : СПбГУ. – 2007. – 480 с.

Бочаров А.Г.

студент,

Фінансово-правовий коледж

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ В УКРАЇНІ

Поява нових платіжних інструментів – об’єктивний процес, викликаний новими незадоволеними потребами і підвищеними вимогами до ефективності та надійності платежів. Традиційні технології банківського обліку операцій, пов’язані з ідентифікацією клієнта, виявляються дорогими для систем масових платежів. Запровадження електронних грошей скоротить витрати при здійсненні таких платежів і в той же час є дуже зручним для міжнародних платежів між економічними суб’єктами.

Саме тому дослідження перспектив поширення та використання електронних грошей в Україні є досить актуальним сьогодні.

Електронні гроші – це одиниці вартості, які є грошовим зобов'язанням емітента, їх зберігають на електронному пристрої та приймають як засіб платежу інші, ніж емітент, особи [5].

Відповідно до законодавства емітентами електронних грошей в Україні можуть бути тільки банки. Вони зобов'язані визначити суму електронних грошей на електронному пристрої, що перебуває в розпорядженні користувача, з урахуванням таких вимог:

сума електронних грошей на електронному пристрої, який не можна поповнювати, не повинна перевищувати 2000 грн.;

сума електронних грошей на електронному пристрої, який можна поповнювати, не повинна перевищувати 8000 грн [5].

На даний час в Україні функціонують дві системи електронних грошей, правила яких узгоджені з Національним банком України: «Максі» (емітентом є ПАТ «Альфа Банк») та «МонеХу» (емітентом виступає ПАТ «Фідобанк»). 124

В Україні електронні гроші випускають, як правило, на основі карток Національної системи масових електронних платежів (НСМЕП) та міжнародної платіжної системи «Visa International», а також на програмній основі в системі «ГлобалМані». Емітентом електронних грошей «ГлобалМані» є публічне акціонерне товариство «Державний ощадний банк України».

Найбільшого поширення в Україні набули системи електронних грошей на програмній основі, які, однак, не мають юридичного узгодження з НБУ. До таких систем належать: Яндекс.Деньги, Інтернет.Гроші, WebMoneyTransfer, UkrMoney, RBK Money.

Найбільш популярною в Україні є система «WebMoneyTransfer», створена в листопаді 1998 року (в Україні функціонує з 2003 р.). Це система Інтернет розрахунків, що використовує «цифрову готівку». Для роботи в системі необхідно встановити безкоштовну програму WM Keereg. Система належить до найбільших у СНД та активно поширюється на нові ринки, включаючи західний. Представником WebMoney в Україні є ТОВ «Українське Гарантійне Агентство». Кількість українських комерційних ресурсів, підключених до системи, становить понад тисячу і постійно збільшується. Переваги електронних способів оплати оцінили оператори мобільного та інших видів зв'язку, провайдери Інтернет послуг, транспортні компанії, а також Інтернет магазини. Зараз поповнити webmoney гаманець можливо завдяки співпраці системи з найбільшими українськими банками. Наприклад, спільна робота WebMoney та Приватбанку дає змогу оплачувати он лайн значну кількість послуг банку.

У 2012 р обсяг використання електронних грошей на ринку України становив 2,5 млрд грн, що у 2 рази перевищує обсяги 2010 р., та в 10 разів більше, ніж у 2008 році. У 2012 р сума розрахунків з допомогою електронних грошей досягла 46 млрд грн, серед яких понад половину операцій здійснили в продуктивних супермаркетах, магазинах одягу та взуття. За прогнозами в 2014 р обсяг електронних грошей на ринку становитиме близько 15 млрд грн. Проте не всі підприємства мають намір переходити на безготівкові розрахунки. Наприклад роздрібним торговцям вигідніше отримувати гроші одразу, щоб прискорити товарообіг. Окрім того, банки стягують комісію за свої послуги, розмір якої становить близько 3 %, але навіть попри ці тенденції частка електронних платежів постійно зростає.

Прогнозування розвитку електронних грошей в Україні є складною справою, оскільки цей засіб платежу сьогодні ще не має правового підґрунтя для свого існування. Якщо емісія електронних грошей на карткових носіях (наперед оплачених карток міжнародних платіжних систем та електронних гаманців НСМЕП) за відсутності в законодавстві належних правових положень регулюється нормами щодо емісії

платіжних карток і здійснюється в Україні лише банками, то системи розрахунків електронними грошима програмного типу («Інтернет.Деньги»/технологія PayCash, WebMoney Transfer тощо) та небанківські емітенти цих грошей працюють в умовах правової невизначеності. Вони на власний ризик упроваджують сучасні схеми розрахунків, на свій 125 розсуд дбають про захист користувачів та управляють фінансовими й нефінансовими ризиками.

Якщо системи електронних грошей програмного типу, середовищем обігу яких є мережа Інтернет, потерпають в Україні від браку правових норм, які б надали їм легального статусу, то електронні гроші на картках – від нерозвиненості інфраструктури. Їх переслідує класична проблема систем роздрібних розрахунків: торговець не впроваджує технічних засобів для приймання карток з електронними грошима тому, що покупці їх не використовують, а покупці не використовують електронні гроші на картках тому, що їм немає де їх застосувати.

До труднощів розвитку систем електронних грошей слід також віднести психологічну невідповідність регулюючих органів, низький ступінь їх компетентності та неготовність органів контролю до запобігання можливим порушенням у цій сфері й боротьби з ними.

Таким чином, вже найближчим часом кількість карток зросте на 40 млн., а кількість оплачених наперед трансакцій досягне 150 млн. Прогнозується, що 58 % усіх купівель відбуватиметься з наперед оплаченими картами під брендами міжнародних платіжних систем Visa International та MasterCard Worldwide [5].

Основний недолік електронних грошей полягає в тому, що емісія електронних грошей гарантується винятково емітентом, держава не дає ніяких гарантій збереження їхньої платоспроможності. Це приводить до того, що електронні гроші не рекомендується використовувати для здійснення великих платежів, а також для нагромадження істотних сум протягом тривалого часу. Тобто електронні гроші в першу чергу платіжний, а не накопичувальний засіб.

Інший недолік у тім, що електронні гроші існують тільки в рамках тієї системи, у рамках якої вони емітовані. Крім того, електронні гроші не є загальноприйнятим платіжним засобом, обов'язковим до прийому. Через це всі платежі, що ви можете зробити за допомогою ваших електронних грошей, зводяться до того набору, що надає вам оператор системи, довільні платежі в рамках системи неможливі. Це дуже обмежує застосування електронних грошей досить спеціальними випадками, утім розвиток систем привів до того, що покривається досить широкий спектр побутових платежів.

Крім того, переказ засобів з однієї системи електронних грошей в іншу може бути досить незручною і дорогою операцією, подібний переказ обходиться істотно дорожче, ніж переказ усередині системи

Для подальшого успішного розвитку електронних грошей в Україні важливим є:

1. Встановлення законодавчої вимоги про обов'язкову попередню оплату електронних грошей у повній сумі традиційними грошима;
2. Введення заборони на кредитування в електронних грошах, що зменшить негативний вплив емісії електронних грошей на інфляційні процеси в країні.

Таким чином, інтересам центрального банку і держави в цілому відповідає створення в Україні правової основи для гарантування того, щоб емітенти електронних грошей були надійними, а системи розрахунків 126 електронними грошима – безпечними та ефективними. Важливо також, щоб законодавство гарантувало рівні умови для провайдерів різних видів електронних грошей

Список використаних джерел:

1. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо функціонування платіжних систем та розвитку безготівкових розрахунків : Закон України від 18.09.2012 №

5284 VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5284_17 (дата звернення: 14.12.2013). – Назва з екрана.

2. Махаєва, О. Електронні гроші : стан європейського ринку та його регулювання / О. Махаєва // Вісник Національного банку України. – 2011. – № 8. – С. 30–34.

3. Міщенко, В. Електронні гроші : поняття, стан українського ринку та перспективи розвитку / В. Міщенко, О. Махаєва // Банківська справа. – 2009. – № 3. – С. 3–19.

4. Офіційний веб сайт системи електронних грошей WebMoneyTransfer [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.trust.webmoney.ru/>.

5. Про електронні гроші в Україні : Положення, Постанова Правління НБУ 24.12.2010 р., № 1336 / 18631 : за станом на 1.12.2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0688_08 (дата звернення : 14.12.2013). – Назва з екрана.

6. Світовий досвід та перспективи розвитку електронних грошей в Україні : Науково аналітичні матеріали / [М. Сенищ, В. Кравець, В. Міщенко та ін.] ; за ред. М. Сенища. – К. : Національний банк України. Центр наукових досліджень, 2008. – 145 с.

Брич О.Н.

студентка,

Научний керівитель: Осипчук Н.В.

мзн. старший преподаватель,

Брестский государственный технический университет

СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ: ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ

Рост информационных технологий существенно повлиял на стиль жизни современного человека. Все больше операций совершается с помощью телефона или Интернета, а возможность удаленного доступа к информации и услугам в режиме реального времени играет важную роль в развитии современного бизнеса. На сегодняшний день банки предлагают достаточно широкий спектр услуг, объединенных общим термином – дистанционное банковское обслуживание (ДБО) [1, с. 46].

ДБО – технологический комплекс, обеспечивающий возможность предоставления банковских услуг на основании распоряжений, передаваемых клиентом удалённым образом, с использованием различных электронных каналов доставки, каждый из которых при этом может дублировать [2].

Современный мир информационных технологий диктует правила игры в банковском деле: уровень предоставления услуг и пути доступа к ним, а это означает, и способность удовлетворить потребности самого требовательного клиента и продвинутого пользователя уже существующих систем управления текущим счетом, к которому выпущена банковская платежная карточка. Примером целесообразности совершенствования систем ДБО является планируемый отказ Швеции от наличных денег, доля которых в экономике страны составляет всего 3 %, например, в США и в Евросоюзе (рисунок 1) [3].



Рис. 1. Доля безналичных и наличных расчётов в экономиках развитых стран

Источник – собственная разработка на основе [3]

Необходимо создание полноценного электронного офиса с возможностью проведения через Интернет всевозможных финансовых операций, что, очевидно, приведет к увеличению количества проводимых операций, и, следовательно, увеличит доход банка.

Для этого предлагается использовать автоматизированную банковскую систему «Агрегация счетов клиента» (далее – АБС «АСК»), которая будет производит агрегацию всех счетов – предоставление клиенту консолидированной информации по всем его счетам, открытым в разных банках, через единый web-сайт Национального банка Республики Беларусь (далее – НБРБ). Клиент, находясь на сайте банка, сможет управлять депозитным, кредитным и текущим счетом, вне зависимости от банка их открытия. Для этого необходимо заключить соглашения с другими банками, заинтересованными в предоставлении такой возможности своим клиентам;

На рисунке 2 представлена схема функционирования будущей АБС «АСК». По центру располагается сама АБС «АСК», которая объединяет программно-технический комплекс (далее – ПТК) Центрального узла Национального банка РБ и ПТК региональных узлов Национального банка РБ, центральный узел взаимодействует с региональными узлами НБРБ. Связующим звеном является телекоммуникационная инфраструктура, также в систему входят: ПТК банков-участников и ПТК автоматизированной системы межбанковских расчётов.

Телекоммуникационная инфраструктура, непосредственно, связывает ПТК Центрального узла НБРБ, ПТК региональных узлов НБРБ, ПТК автоматизированной системы межбанковских расчётов, ПТК банков-участников. ПТК банков-участников, подключается к АБС «АСК» и к ПТК автоматизированной системы межбанковских расчётов, которая, в свою очередь, тоже подключается к АБС «АСК». Последним звеном в данной системе является клиент, который подключается к ПТК автоматизированной системы межбанковских расчётов и к АБС «АСК».

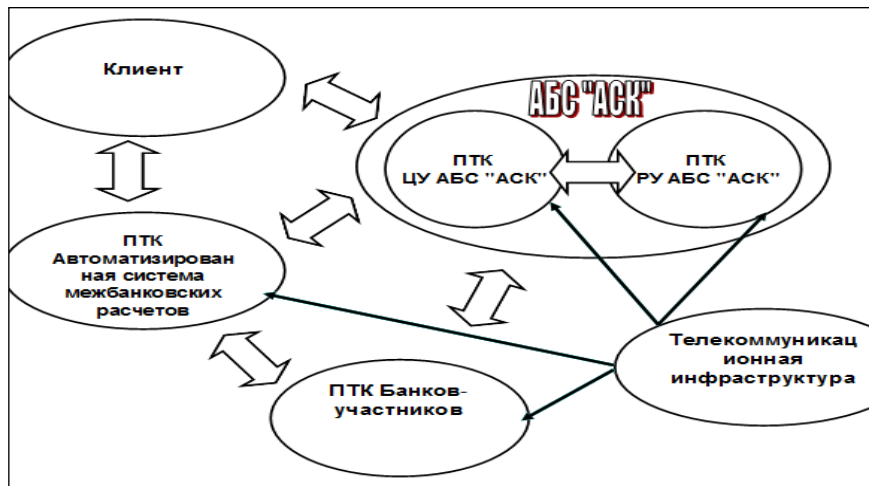


Рис. 2. Схема функционирования АБС «АСК»

Источник – собственная разработка на основе Интернет-банкинга

Основные цели АБС «АСК»:

- 1) Снижение расходов на выпуск наличных денег.
- 2) Увеличение безналичных расчётов.
- 3) Снижение расходов коммерческих банков.
- 4) Обеспечение сохранности денежных средств вкладчиков.

Существует ряд преимуществ и недостатков автоматизированной банковской системы «Агрегация счетов клиента». Преимущества рассмотрим в трех направлениях.

1. Преимущества для НБРБ:

- снижение расходов на выпуск наличных денег;
- развитие финансовой и банковской систем;
- повышение финансовой грамотности населения;
- снижение доли теневой экономики.

2. Преимущества для коммерческих банков:

• стимулирование развития банковских продуктов и повышение качества банковских продуктов;

- стимулирование конкуренции между банками;
- увеличение ресурсной базы банков;
- снижение расходов коммерческих банков.

3. Преимущества для населения:

- увеличение личного времени;
- удобство использования;
- планирование и контроль личных доходов;
- дополнительный доход (увеличение % из-за более оперативного ведения своих счетов).

Вместе с преимуществами можно выделить и недостатки предложенной автором системы.

Недостатком для населения является абонентская плата НБРБ за пользование данной системой. **Недостатком для коммерческого банка** может быть риск уменьшения ресурсной базы ввиду менее оперативного ведения депозитной и кредитной политики по сравнению с конкурентами.

Схема оплаты в АБС «АСК» следующая: предполагается, что НБРБ заказывает разработку АБС «АСК» на *outsourcing* («внешний источник») и оповещает все коммерческие банки РБ, обслуживающие физических лиц, о данной системе. Население будет оплачивать НБРБ абонентскую плату за пользование данной системой. Коммерческие банки будут перечислять НБРБ 0,1 % от суммы перевода за пользование данной системой.

Данные перечисления коммерческими банками в НБРБ позволят возместить НБ потери, связанные с увеличением безналичных расчётов, и потери прибыли НБ РБ от продажи наличных денег коммерческим банкам, которая составляет 1,3–1,5.

Следует отметить, что основными способами уведомления клиентов об АБС «АСК», будут являться мобильные операторы и платёжные карточки.

Американцы подсчитали, что если с клиентом общается операционист в зале, банк тратит на это 1 \$, если общение происходит по телефону, цена снижается до 60 центов, в случае же Интернет-банкинга стоимость снижается до 1 цента.

В заключение необходимо подчеркнуть значимость АБС «АСК», так как использование этой системы позволит сэкономить силы, время и деньги.

Список использованных источников:

1. Дистанционное банковское обслуживание в России и странах Европы и США // А.В. Пашкова, Ю.В. Иванова. Методический журнал «Банковский ритейл». – 2009. – № 2. – С. 46–53.

2. Белов, О. Банк по клику / О. Белов // Коммерсант.ru [Электронный ресурс]. – 2014. – № 46 (4828). Режим доступа : <http://kommersant.ru/doc/1898361/print?stamp=634720433172124232>. – Дата доступа : 16.03.2015.

3. Швеция планирует одной из первых в мире отказаться от наличных денег // Новости Беларуси. Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс] – 2012. – Режим доступа : http://www.belta.by/ru/all_news/world/Shvetsija-planiruet-odnoj-iz-pervyx-v-mire-otkazatsja-ot-nalichnyx-deneg_i_592767.html. – Дата доступа: 22.03.2015.

Коваль І.Ф.

аспірант,

Академія фінансового управління

ПОРІВНЯЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ БІЗНЕСУ

Особливістю порівняльного підходу до оцінки підприємства є орієнтація його на використання ринкових цін на аналогічні підприємства чи їх частки і на фактично досягнуті результати діяльності оцінюваного підприємства. Це забезпечує суттєві переваги порівняльного підходу по відношенню до інших підходів. Вони полягають в наступному.

Оцінка орієнтується на фактичні ціни купівлі-продажу, які склалися на ринку, тобто ціна визначається ринком, а не корегуванням розрахунків, як при використанні доходного і затратного підходів.

Основою оцінки є поточна інформація, яка відображає фактично досягнуті результати. Відповідно, що така інформація є більш достовірною, ніж та яка використовується в доходному підході прогнози.

Суттєвою перевагою є облік у вартості фактичного співвідношення між попитом і пропозицією на аналогічні об'єкти, що підвищує обґрунтованість оцінки, оскільки в ній присутнє відображення поточної ринкової вартості.

Поряд з приведеними перевагами, порівняльний підхід має ряд недоліків.

Перш за все, для використання цього підходу потрібний активно функціонуючий ринок підприємств – тільки в цьому випадку, можливий вибір достатньої кількості аналогів. Крім того, ринок повинен бути прозорим, так як необхідна для оцінки підприємств інформація повинна бути доступною. Доки не буде виконано ці дві умови, оцінка з використанням порівняльного підходу обмежена в застосуванні.

Порівняльний підхід до оцінки підприємства включає наступні методи:

- метод галузевих співвідношень;
- метод ринку капіталів;
- метод угод.

Метод галузевих співвідношень

Метод галузевих коефіцієнтів – припускає використання співвідношень або показників, заснованих на даних про продажі компаній по галузях і відображають їх конкретну специфіку. Галузеві коефіцієнти розраховуються спеціальними дослідними інститутами на основі тривалих статистичних спостережень за ціною продажу підприємств та їх найважливішими виробничо-фінансовими характеристиками.

Метод галузевих співвідношень ґрунтується на існуванні залежностей між вартістю підприємства і певними показниками його діяльності.

Нижче наведені найбільш типові галузеві співвідношення, які склалися на розвинених ринках (табл. 1.1.)

Таблиця 1.1

Види бізнесу	Формула вартості бізнесу
Рекламні агентства	75 % річної виручки
Бухгалтерські фірми	90–150 % річної виручки
Продаж нових автомобілів	50 % річної виручки + товарні запаси і обладнання
Оренда автомобілів	Кількість машин x 1000 доларів
Хлібопекарні	15 % річного обсягу продажів + обладнання + товарні запаси
Кав'ярні	Місячний обсяг продажів * 4 + товарні запаси
Аптеки	75 % річного прибутку + обладнання + товарні запаси
Кінотеатр	Річний прибуток * 4
Піцерія	Місячний обсяг продажів * 4 + товарні запаси
Таксі	80 % річного прибутку
Автомайстерні	Місячна прибуток x 2 + ринкова ціна обладнання
Винні магазини	Місячний обсяг продажів x 5 + товарні запаси + ціна ліцензії
Страхові контори	120–150 % від річних комісійних
Бари і кафе	Обсяг продажів за півроку + вартість ліцензії

Оскільки цей метод оперує співвідношеннями у вартості в цілому по галузях, остільки для оцінки конкретних підприємств він використовується тільки в якості орієнтовного.

У своєму найбільш узагальненому вигляді метод використовується в «золотому правилі оцінки»: вартість підприємства дорівнює чотирикратної величиною річного прибутку до оподаткування.

В даний час в практиці оцінки метод галузевих співвідношень не використовується у зв'язку з відсутністю активних торгів і необхідної інформації. Остання, крім того, повинна відображати досить тривалу ретроспективу угод.

Методи ринку капіталів і угод

Метод ринку капіталу заснований на реальних цінах акцій відкритих підприємств, що склалися на фондовому ринку. Базою для порівняння служить ціна на одиничну акцію акціонерного товариства. Використовується для оцінки неконтрольного пакета акцій.

Метод угод – для порівняння беруться дані по продажах контрольних пакетів акцій компаній або про продажі підприємств цілком, наприклад, при поглинаннях або злиття. Метод застосовується при купівлі контрольного пакета акцій відкритого підприємства, а також для оцінки закритих компаній, які працюють на тому ж сегменті ринку, що і відкриті, і мають аналогічні фінансові показники. Включає аналіз мультиплікаторів

Метод ринку капіталів ґрунтується на цінах, що складаються на акції підприємств, аналогічних оцінюваному на фондовому ринку. Оскільки базою оцінки є вартість однієї акції, остільки в «чистому» вигляді метод використовується для оцінки мінотарних пакетів акцій, тобто тих, які не забезпечують постійну контроль. Хоча існують способи, що дозволяють перейти від оцінки мінотарного пакету до контрольного або вартості всього підприємства.

Метод угод (продажів) передбачає використання цін придбання контрольних пакетів акцій або підприємств у цілому. Він також дає можливість переходу від вартості всього підприємства (контрольного пакета акцій) до вартості мінотарного пакета. Технології застосування зазначених методів збігаються. Відмінність полягає в тому, що при оцінці методом ринку капіталів в якості вихідної інформації виступає ціна однієї акції, а при оцінці методом угод – ціна контрольного пакета (підприємства). Методи припускають вибір об'єктів-аналогів, розрахунок співвідношення між ціною аналогів і яким-небудь фінансовим показником їх діяльності (мультиплікатор), визначення вартості.

Таким чином, оцінка підприємств цими методами здійснюється в наступній послідовності:

- вибір підприємств-аналогів;
- вибір і розрахунок оціночних мультиплікаторів;
- застосування оціночних мультиплікаторів на оцінюваному об'єкті.

Вибір підприємств аналогів здійснюється пошарово. Спочатку виділяється максимально можливе число підприємств, схожих з оцінюваним. Критеріями порівняльності на цьому етапі є найбільш загальні: сфера діяльності, укрупнена номенклатура продукції, розмір активів. Потім здійснюється зменшення кількості підприємств, які потрапили в первісну вибірку. Це викликано тим, що збирання більш повної інформації, необхідної для розрахунку оціночних мультиплікаторів, викликає певні труднощі, пов'язані з небажанням підприємств її надавати, недостовірністю і поганою якістю інформації. На заключному етапі складається остаточний список підприємств-аналогів. Його основою є додаткова достовірна інформація, отримана з застосуванням більш жорстких критеріїв відбору.

Критеріями порівняння виступають наступні:

- сфера діяльності;
- масштаб підприємств;
- фінансовий стан;
- якість менеджменту.

Визначення ринкової вартості власного капіталу підприємства порівняльним методом засновано на використанні цінових мультиплікаторів. Ціновий мультиплікатор – це коефіцієнт, що показує співвідношення між ринковою ціною підприємства або акції і фінансовою базою. Фінансова база оцінного мультиплікатора є, по суті, вимірником, відбиваючим фінансові результати діяльності підприємства, до яких

можна віднести не тільки прибуток, але і грошовий потік, дивідендні виплати, виручку від реалізації і деякі інші.

Для розрахунку мультиплікатора необхідно:

а) визначити ціну акції по всіх компаніях, вибраних як аналог – це дасть нам значення чисельника у формулі;

б) обчислити фінансову базу (прибуток, виручку від реалізації, вартість чистих активів і т.д.) або за певний період часу, або за станом на дату оцінки – це дасть нам величину знаменника.

При виборі підходу перед оцінювачем відкриваються різні перспективи. Хоча ці підходи ґрунтуються на даних, зібраних на одному і тому ж ринку, кожний має справу з різними аспектами ринку. На ідеальному ринку всі три підходи повинні привести до однієї і тієї ж величини вартості. Проте більшість ринків є недосконалими, пропозиція і попит не знаходяться в рівновазі. Потенційні користувачі можуть бути неправильно інформовані, виробники можуть бути неефективні. По цих, а також і із інших причин дані підходи можуть давати різні показники вартості.

Список використаних джерел:

1. Національний стандарт № 3 «Оцінка цілісних майнових комп лексів» від 29 листопада 2006 року № 1655.

2. Оценка бизнеса : Учебное пособие / Под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 320 с.

3. Оценка имущества и имущественных прав в Украине : Монография / Н. Лебедь, А. Мендрул, В. Ларцев, С. Скрынько, Н. Жиленко, В. Паликов. Под ред. Н. Лебедь. – К : ООО «Информационно-издательская фирма «Принт-Экспресс», 2002. – 688 с.

4. Оценка собственности. Часть 1. Оценка недвижимости : Учебное пособие / Под ред. Грабового П.Г., Коростелева С.П. – М. : МГСУ, 2003. – 180 с.

5. Оценочная деятельность в экономике : Учебное пособие. – Москва : ИКЦ «МарТ» ; Ростов н / Д : Издательский центр «МарТ», 2003. – 304 с.

6. Оцінка майна в Україні. Том 1. Нерухоме майно : Монографія / Л.І Вороніна, В. Є. Воротін, В.Г. Лісник, В.М. Поліщук. – К. : Вид-во Европ. ун-ту, 2005. – 217 с.

Ковальчук А.О.

студентка,

Вінницький навчально-науковий інститут

Тернопільського національного економічного університету

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Наявна соціально-економічна ситуація в Україні обумовлює необхідність формування нової європейської країни, з максимальним рівнем розвитку економіки та соціального захисту населення, підвищенням добробуту громадян, забезпеченням функціонування країни у мирі, досягненням у суспільстві злагоди, належним рівнем життя суспільства, стабільності тощо.

Тому соціально-економічний розвиток в країні реалізується через фінансове забезпечення бюджетних установ. Саме ця форма стосунків забезпечує державне регулювання економіки та соціальної сфери. Його роль та значення визначається через фінансові відносини, які складаються у суспільстві. Завдяки фінансовому забезпеченню бюджетних установ здійснюється грошове забезпечення суспільних потреб. Тому

основою ефективного функціонування бюджетної сфери є належне фінансове забезпечення.

Бюджетні установи є надзвичайно важливими у суспільстві, оскільки переважна їх більшість має культурно-соціальне призначення і є матеріальним гарантом втілення головних конституційних прав населення (медичне обслуговування, здобуття освіти, соціальний захист і соціальне забезпечення тощо). Згідно з Бюджетним кодексом України від 08.07.2010 № 2456-VI (зі змінами та доповненнями) [3], бюджетними установами є органи державної влади, органи місцевого самоврядування, а також установи та організації, створені ними у встановленому порядку, що повністю утримуються за рахунок відповідно державного бюджету чи місцевого бюджету.

Вчені протягом тривалого часу досліджують порядок фінансового забезпечення бюджетних установ, але і досі не існує єдиної думки з даного приводу. Вони вважають, що бюджетні заклади мають спільні ознаки, а саме [8]: правосуб'єктність, державна форма власності, єдина форма основного фінансування (з бюджету, до рівня якого відноситься установа чи організація), неприбуткова діяльність, однакові кінцеві економічні та фінансові результати.

Але при цьому бюджетні заклади мають суттєві специфічні риси діяльності, які залежать від напрямів їх діяльності [8]: правовий статус майна – головний розпорядник бюджетних коштів (бюджетний орган), розпорядник бюджетних коштів другого рівня (бюджетна організація), розпорядник бюджетних коштів третього рівня (бюджетна установа); можливості реалізації права власності – користування (будь-який тип бюджетного закладу), розпорядження (бюджетний орган або бюджетна організація), володіння (бюджетний орган).

Отже, бюджетні установи та заклади мають вихідну ознаку, загальні і специфічні ознаки, проте різносторонні напрямки діяльності.

Особливу дискусію в Україні викликає поняття фінансового забезпечення бюджетних закладів. Науковці мають різні підходи до трактування даного економічного терміну. З одного боку, вони дотримуються думки, що фінансове забезпечення виступає методом фінансового механізму бюджетної установи, який має свої елементи, за допомогою яких здійснюється процес розподілу та перерозподілу фінансових ресурсів держави з метою фінансування бюджетної сфери для забезпечення виконання покладених на установу функцій. За допомогою розподільчих процесів формуються джерела фінансових ресурсів, але сьогодні в Україні не має можливості в повному обсязі здійснювати фінансування за рахунок державних коштів, тому впроваджуються такі форми як самофінансування, кредитування, інвестування та інші.

В свою чергу ряд таких вчених як В. Федосов [10, с. 209], С. Юрій [11, с. 393], В. Опарін [6, с. 75], О. Башняк [1, с. 129], та інших розглянули теорії, в яких фінансове забезпечення є одним із методів фінансового механізму, за допомогою яких здійснюються розподільчі та перерозподільні процеси.

Досліджуючи сутність бюджетного фінансування О. Василик [4, с. 320] стверджує, що це надання юридичним особам асигнувань з бюджету на безповоротній та безоплатній основі для виконання установою своїх функцій.

Цю думку поділяє О. Башняк [1, с. 129], він вважає, що це бюджетні кошти, які спрямовуються на виконання загальнодержавних функцій і завдань муніципальних органів на забезпечення діяльності бюджетних установ і організацій.

Окремі аспекти фінансового забезпечення розглянуті в працях таких вчених як Н. Ткачук [9, с. 101], Н. Пігуль [7], А. Берлача [2, с. 104], Л. Воронової [5, с. 126] та інших посприяло розумінню поняття фінансового забезпечення. Вони розкривають сутність бюджетного фінансування, акцентують увагу на грошових відносинах, які виникають у цьому процесі між державою та державними установами, організаціями і підприємствами, розкривають джерела фінансування та їх форми. Отже, традиційно

основним джерелом фінансового забезпечення бюджетних установ виступають кошти державного та місцевих бюджетів, тоді як кошти, що бюджетні установи отримують з інших джерел є лише допоміжним фінансовим ресурсом. Тому зазвичай основна форма фінансового забезпечення бюджетних установ – це бюджетне фінансування.

Так, А. Берлач [2, с. 104] вважає, що фінансування здійснюється за рахунок бюджетів різних рівнів у двох формах: фінансування бюджетних закладів, якими виступають установа, орган, або організація, що створені у визначеному порядку органами влади і абсолютно утримуються коштом бюджету відповідного рівня; фінансування муніципальних та державних бюджетних установ, яким характерна економічна й фінансова самостійність.

Цю думку підтримує Л. Воронова [5, с. 327]. Вона вважає, що фінансування здійснюється на безповоротній основі з бюджету на виконання загальнодержавних завдань та функцій місцевих органів влади та ефективного забезпечення діяльності бюджетних установ і організацій.

Дотримуючись загальних підходів, дещо інше визначення до бюджетного фінансування дає Н. Пігуль [7]. Вона вважає, що це специфічна сфера фінансування, тому що кошти на покриття витрат відпускаються згідно підпорядкованості установи з одного боку, а з другого – фінансування здійснюється на основі встановлених нормативів, які мають економічне підґрунтя та наукове обґрунтування.

Поділяючи думку вітчизняних вчених, доцільно зазначити, що фінансове забезпечення бюджетних установ являє собою специфічну сферу грошових і фінансових відносин, які виникають між державою і установами, організаціями, підприємствами, які мають державну форму власності, в основі яких лежить задоволення суспільних потреб та виконання державною покладених на неї функцій.

Таким чином, економічним сутність фінансового забезпечення бюджетних установ полягає у здійсненні розподілу та перерозподілу фінансових ресурсів між різними суб'єктами бюджетних відносин (установами, організаціями, підприємствами державної форми власності) з метою досягнення цілей, які поставлені перед установами.

Список використаних джерел:

1. Башняк О.С. Фінансове право : Навч. посіб. – Тернопіль : ПП Шпак В.Б., – 2007. – 248 с.
2. Берлач А.І. Фінансове право України : Навч. посіб. для дистанційного навчання. – К. : Університет «Україна», 2006. – 288 с.
3. Бюджетний кодекс України № 2456-VI від 8 липня 2010 року(зі змінами і доповненнями). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
4. Василик О.Д., Павлюк К.В. Державні фінанси України : Підручник. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.
5. Воронова Л.К. Фінансове право України : Навч. посібник / (Л.К. Воронова, М.П. Кучерявенко, Н.Ю. Пришва та ін.) – К. : Правова єдність, 2009. – 395 с.
6. Опарін В.М. Фінанси (Загальна теорія) : Навч. посіб. – 5-те вид., без змін / В.М. Опарін. – К. : КНЕУ, 2008. – 240 с.
7. Пігуль Н.Г., Люта О.В. Особливості реалізації фінансового механізму бюджетних установ [Електронний ресурс] : Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи НБУ». – Режим доступу : <http://archive.nbuv.gov.ua>.
8. Полозюк К.О., Лукашова І.О. Організація управлінського обліку в бюджетних установах [Електронний ресурс] : Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. – Режим доступу : http://rusnauka.com/14_NTRP_2010/Economics/66896.doc.html – Назва з екрана.
9. Ткачук Н.М. Фінансування бюджетних установ : теоретична сутність, форми і методи / Н.М. Ткачук, В.О. Кравчук // Наука і економіка. – 2010. – № 2 (18). – С. 99–105.

10. Федосов В. Бюджетний менеджмент : Підручник / В. Федосов, В. Опарін, Л. Сафонова та ін. ; За заг. ред. В. Федосова. – К. : КНЕУ, 2008. – 864 с.

11. Юрій С.І. Бюджетна система. Вишкіл студії : Навч. посіб. / Юрій С.І., Кириленко О.П. – Тернопіль : Економічна думка, 2010. – 424 с.

Ложешник А.С.

студент,

Фінансово-правовий коледж

ПЕРВИННЕ ПУБЛІЧНЕ РОЗМІЩЕННЯ АКЦІЙ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Акціонерний капітал учені визначають як сукупність індивідуальних капіталів, об'єднаних у результаті випуску цінних паперів, які зростають завдяки капіталізації частини прибутку та додаткової емісії акцій, або він є основним капіталом акціонерного товариства. Тобто акціонерний капітал – сума капіталізації або сумарний дохід, який можуть принести своїм власникам акції, що перебувають в обігу на фондовому ринку [6].

Акціонерний капітал має обов'язкове організаційне вираження в акціонерному товаристві. Величина акціонерного капіталу визначається статутом акціонерного товариства. Капітал якого спочатку формується на основі первинного публічного розміщення акцій. Тому акція є фінансовою основою акціонерного товариства В. М. Суторміна трактує акцію як титул власності, її дублікат або як вираження об'єктивних фінансових відносин з приводу формування акціонерного капіталу, або – капітал, що дає дохід її власнику чи юридичний документ, стандартний договір про внесення певного паю в капітал акціонерного товариства, що дає право брати участь в управлінні (залежно від класу акції) і розподілі прибутку тощо. Чинне українське законодавство визначає акцію як іменний цінний папір, який посвідчує майнові права його власника (акціонера), що стосуються акціонерного товариства, включаючи право на отримання частини прибутку акціонерного товариства у вигляді дивідендів та право на отримання частини майна акціонерного товариства у разі його ліквідації, право на управління акціонерним товариством, а також немайнові права, передбачені Цивільним кодексом України та законом, що регулює питання створення, діяльності та припинення акціонерних товариств, і законодавством про інститути спільного інвестування. Акція є неподільною, на основі акції формується акціонерний капітал, оскільки емітентом акцій є тільки акціонерне товариство [2, ст. 6].

Торгівля цінними паперами, зокрема акціями, здійснюється за допомогою сукупності дій і механізмів, що втілюються у понятті фондовий ринок. Головним завданням, яке повинен виконувати фондовий ринок, є забезпечення умов для залучення інвестицій на підприємства, доступ цих підприємств до більш дешевого, порівняно з іншими джерелами, капіталу. Залучення інвестицій у цінні папери відбувається шляхом придбання цінних паперів в процесі їх емісії. Акції є ефективним джерелом отримання додаткових фінансових ресурсів для фінансування поточної господарської діяльності, довгострокових проектів підприємств і держави. Фондовий ринок в Україні розпочав своє становлення у 1991 р. з прийняттям Закону України «Про цінні папери і фондову біржу» (пізніше – модернізовано у Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок»). Тоді Україна на законодавчому рівні отримала інструменти та професійних учасників ринку цінних паперів, які брали активну участь у створенні вітчизняного фінансового сектору економіки.

Первинне публічне розміщення акцій (IPO – Initial Public Offering) – це первинна публічна пропозиція, або первинне публічне розміщення цінних паперів, найчастіше – розміщення акцій компанії на фондовому ринку серед необмеженого кола інвесторів. Успішне IPO включає в себе реєстрацію акцій компанії на фондовій біржі для публічних торгів, так званий лістинг. IPO – це інвестиційний інструмент, який доступний для підприємств як на національному, так і на міжнародних ринках капіталу. Водночас він потребує ретельної підготовки, детального вивчення реалій процесу IPO, після чого можна приймати належне стратегічне рішення підприємством. Цей процес має розпочатися з аналізу поточної готовності підприємства до IPO, потенціалу інвестиційної привабливості та певної послідовності дій, необхідних для максимальної ринкової капіталізації та мінімізації витрат IPO. Нажаль більшість вітчизняних підприємств на національному фондовому ринку не повною мірою розуміють переваги IPO, адже надають перевагу більш традиційним джерелам – залученню боргового капіталу через розміщення на фондових ринках облігацій та розміщенні випусків корпоративних цінних паперів на неорганізованому сегменті ринку. Крім того, на емісійну політику підприємств негативно впливає залежність від зовнішніх чинників, а також макроекономічних тенденцій та політичних чинників в Україні. Зміст первинного публічного розміщення акцій (IPO) за офіційним визначенням Нью-Йоркської фондової біржі (NYSE) IPO (Initial Public Offering) – це випуск нових акцій, що здійснюється приватними підприємствами з метою залучення коштів у зовнішніх інвесторів [5]. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» первинне публічне розміщення цінних паперів трактує як їх відчуження на підставі опублікування в засобах масової інформації оголошення або будь-яким іншим способом повідомлення про продаж цінних паперів, зверненого до заздалегідь невизначеної кількості осіб [2, ст. 28]. Американські вчені Дж. Ріттер та І. Велч стверджують, що первинне публічне розміщення цінних паперів – це спосіб залучення інвестиційного капіталу для підприємства та створення відкритого ринку, де власники та інші акціонери зможуть конвертувати частину своєї власності в готівку в майбутньому. Система первинного публічного розміщення акцій складається із взаємопов'язаних підсистем та елементів (підприємство - емітент, андеррайтер, фондова біржа, центральний депозитарій, інвестор і державний регулятор – НКЦПФР та організації). Теоретичним підґрунтям функціонування даної системи є сучасна фінансова теорія, що аналізує як причини проведення первинного публічного розміщення акцій підприємствами, так і розвиток цін на акції підприємств після його проведення.

Отже, IPO – це перший продаж акцій акціонерних товариств на біржовому ринку, коли їх купує широке коло інвесторів. Воно має ряд переваг при залученні додаткових фінансових ресурсів з метою модернізації та розвитку підприємства. Узагальнення переваг IPO, порівняно з іншими альтернативними джерелами залучення капіталу для здійснення інвестицій, свідчить, що воно передбачає:

- велике разове надходження капіталу та незалежність від майбутньої економічної кон'юнктури;
- більш оперативне надходження ресурсів; відсутність бюрократичних зволікань; відсутність боргових зобов'язань;
- незалежність від конкретного кредитно-фінансового інституту; відсутність майбутніх боргових виплат (крім виплати дивідендів на акції в майбутньому);
- відсутність зобов'язань з обслуговування позики; необмежений термін залучення капіталу;
- залучення значних фінансових ресурсів на довготерміновій основі;
- об'єктивне оцінювання вартості підприємства;
- забезпечення підвищеної ліквідності акцій підприємства;
- підвищення кредитного рейтингу та престижу підприємства;

- зростання вартості підприємства, адже акції, якими торгують на фондовій біржі, мають зазвичай вищу ціну порівняно з тими, що не торгуються публічно. Інвестори готові заплатити більшу ціну через ліквідність акцій, наявність більше інформації, зрілість підприємств, акції яких торгуються на біржі.

Таким чином, IPO є надійним засобом для залучення інвестиційних коштів і потужною рушійною силою для стрімкого розвитку компанії, посилення її конкурентних позицій та виходу на новий ступінь розвитку. Крім того, що IPO є ефективним засобом залучення необхідних для підприємства інвестицій, які спрямовуються на розширення діяльності та реалізацію запланованих проектів і програм, участь акцій компаній у біржових торгах дозволяє сформувати ринкову вартість акцій, визначити рівень ринкової капіталізації і створити для них необхідний рівень ліквідності.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про акціонерні товариства» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України : Офіційний веб-портал. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/514-17>.
2. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України : Офіційний веб-портал. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3480-15>.
3. Корпоративне управління : монографія / І.В. Спасибо-Фатєєва, О. Кібенко, В. Борисова ; за ред. І.В. Спасибо-Фатєєвої. – Х. : Право, 2007. – 500 с.
4. Ernst D., Haecker D. Applied International Corporate Finance. – Muenchen : Franz Vahlen, 2007. – 401 p.
5. Мацера С.М. Економічний зміст та значення акціонерного капіталу в сучасних умовах [Електронний ресурс] // ScientificWorld (Sworld) : Е-Журнал. – 01.10.2011. – Режим доступу до тексту : <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/economy-311/economic-theory-and-history-311>.

Морозенко І.В.

студент,

Київський університет ринкових відносин

СУТНІСТЬ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Перехід України до ринкової економіки тісно пов'язаний з необхідністю вдосконалення економічного поняття фінансових ресурсів, обґрунтування його функціональних засад. Визначення «фінансові ресурси» – одна з найбільш уживаних економічних категорій у понятійному апараті економічної науки. Фінансові ресурси є складним, багаторівневим, історично змінним утворенням, яке має різні форми прояву. Саме тому не існує одностайної точки зору щодо змісту та економічної інтерпретації фінансових ресурсів. На сьогодні дискусії між українськими та зарубіжними вченими щодо визначення «фінансові ресурси» потребують детальнішого розгляду, походження, сприйняття, й формування наукової думки про фінансові ресурси, які орієнтовані на задоволення інтересів суспільства в цілому та підприємства зокрема.

Метою статті полягає у розкритті сутності фінансових ресурсів та їх особливостей на основі аналізу та узагальнення праць відомих українських та російських вчених-економістів з метою щоденного прийняття управлінських рішень стосовно формування і використання цих ресурсів.

У роботі використано такі методи дослідження: теоретичного узагальнення і порівняння; синтез; інформаційне моделювання; абстрагування; конкретизація; спостереження.

Дослідженню даної проблеми присвячено багато праць та публікацій як українських так і зарубіжних вчених, у яких розглянуто сучасні наукові погляди на проблеми організації управління фінансовими ресурсами підприємств. Глибокий аналіз поняття «фінансові ресурси» здійснили, О. М. Бірман, А. С. Філімоненков, М. Г. Сичов, Т. В. Гуйда, В. К. Сенгачов, М. Я. Коробов та К. В. Павлюк. Проте залишається ще багато невирішених питань особливо в галузі розробки теоретичних та практичних основ організації управління фінансовими ресурсами підприємств в умовах ринкової економіки України.

В економічній науковій та практичній літературі досі немає єдиної думки щодо визначення фінансових ресурсів, їх змісту та ролі у відтворювальному процесі. Багато визначень, що подаються в словниках та науковій літературі не відповідають сутності даного поняття або розкривають її не повністю.

На сьогоднішній день «фінансові ресурси» – одна з найбільш уживаних економічних категорій у понятійному апараті практичного менеджменту й економічної науки.

На основі проведеного теоретичного узагальнення та аналізу праць відомих учених економістів у таблиці 1 наведені існуючі тлумачення сутності фінансових ресурсів підприємства.

Проведене дослідження думок вітчизняних і російських вчених свідчить про те, що деякі фахівці використовують тільки термін «фінансові ресурси підприємств», а інші поряд з цим використовують і термін «капітал», відокремлюючи «капітал» від «фінансових ресурсів»: В.Г. Белоліпецький [8, с. 64], І. О. Бланк [9, с. 126, с. 356], І. В. Зятковський [10, с. 89] і В. М. Опарін [11, с. 10].

Думка щодо існування фінансових ресурсів тільки у грошовій формі є найбільш розповсюдженою як серед українських, так і серед російських вчених.

Вивчення точок зору фахівців щодо визначення економічної природи «фінансових ресурсів» дозволяє виділити такі основні ознаки фінансових ресурсів підприємств:

- джерело формування;
- мета формування;
- напрямок і мета використання (цільове призначення).

Враховуючи вищенаведені ознаки, фінансові ресурси підприємств можна визначити як кошти, залучені у фінансово-господарський оборот підприємства з різних джерел з метою отримання економічних вигод та призначені для забезпечення поточної та інвестиційної діяльності.

Наведений аналіз запропонованих у спеціальній літературі визначень поняття «фінансові ресурси» дає змогу встановити, що окремі автори вирізняють їх функціональні особливості:

- забезпечення розширеного відтворення та фінансування загальнодержавних витрат;
- забезпечення безперервності розширеного відтворення та задоволення інших суспільних потреб;
- виконання фінансових зобов'язань, здійснення витрат із розширеного відтворення та економічного стимулювання працівників;
- виконання статутних цілей підприємства;
- формування доданої вартості;
- джерело відшкодування вибуття та капітального ремонту основних фондів, забезпечення розширеного відтворення та задоволення суспільних потреб.

Таблиця 1

Сучасні підходи щодо визначення сутності фінансових ресурсів підприємства

Автор	Визначення фінансових ресурсів
Бірман О. М. [1, с. 182]	Характеризує фінансові ресурси як виражену у грошах частину національного доходу, сконцентровану безпосередньо в державі чи на підприємствах для використання на розширене відтворення й на загальнодержавні потреби.
Філімоненков А. С. [7]	Власний, позичений і залучений грошовий капітал, який використовується підприємством для формування своїх активів та здійснення виробничо-фінансової діяльності з метою отримання відповідного доходу, прибутку.
Сичов М. Г. [2, с. 13]	Підкреслює, що фінансові ресурси як грошові надходження і грошові фонди створюються підприємствами, об'єднаннями, організаціями, державою в порядку розподілу й перерозподілу суспільного продукту й національного доходу
Гуйда Т. В. [4, с. 13]	Визначає фінансові ресурси як сукупність доходів, відрахувань і надходжень, що перебувають у розпорядженні підприємств, організацій і держави та спрямовуються на задоволення суспільних потреб із метою розширення виробництва і зростання матеріального добробуту народу
Сенчагов. В. К. [3, с. 49]	Під фінансовими ресурсами розуміє сукупність грошових нагромаджень, амортизаційних відрахувань та інших грошових коштів, які формуються у процесі створення, розподілу й перерозподілу сукупного суспільного продукту
Коробов.М.Я. [5, с. 267]	Визначає фінансові ресурси як централізовані й децентралізовані грошові фонди цільового призначення, які формуються у процесі розподілу й перерозподілу національного багатства, сукупного суспільного продукту й національного доходу та призначаються для використання відповідно до завдань соціально-економічного розвитку суспільства.
Павлюк К. В. [6, с. 176]	Визначає фінансові ресурси як грошові нагромадження й доходи, які створюються у процесі розподілу й перерозподілу валового внутрішнього продукту та зосереджуються у відповідних фондах для забезпечення безперервності розширеного відтворення й задоволення суспільних потреб

Кожна з перелічених вище особливостей є важливою, однак, на мій погляд найвагомішою функцією, через яку реалізуються всі інші, є забезпечення неперервності руху грошових потоків підприємства.

Дослідивши сутність фінансових ресурсів дозволило зробити висновки, що фінансові ресурси – це власний, позиковий і залучений грошовий капітал, що використовується підприємствами для формування своїх активів і здійснення виробничо-фінансової діяльності з метою одержання відповідних доходів і прибутку.

Список використаних джерел:

1. Бірман А.М. Очерки теории советских финансов : в 3-х вып. Вып. 1 / А.М. Бірман. – М., 1968. – 182 с.
2. Сичов М.Г. Финансы СССР / М.Г. Сичов. – М. : Наука, 1985. – С. 286.

3. Финансовые ресурсы народного хозяйства. (Проблемы формирования и использования) / [В.К. Сенчагов и др.] ; под ред. В.К. Сенчагова. – М. : Финансы и статистика, 1982. – 49 с.
4. Гуйда Т.В. Формування і використання фінансових ресурсів / Т.В. Гуйда. – М., 2009.
5. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств : навч. посіб. / М.Я. Коробов. – К. : «Знання», КОО, 2000. – 267 с.
6. Фінансові ресурси держави / К.В. Павлюк. – Москва : НІОС, 1998. – 176 с.
7. Филимоненков А.С. Финансы предприятий / Учеб. пособие. – К. : Ника-Центр, Эльга, 2002. – 280 с.
8. Белолипецкий, В.Г. Финансы фирмы : Курс лекций / ред. И.П. Мерзлякова. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 298 с.
9. Бланк, И.А. Словарь-справочник финансового менеджера / И.А. Бланк. – К. : «Ника-Центр», 1998. – 480 с
10. Зятковський, І.В. Теоретичні засади фінансів підприємства / І.В. Зятковський // Фінанси України. – 2000. – № 4. – С. 25.
11. Опарін, В.М. Фінанси (Загальна теорія) : Навчальний посібник – 2-ге вид., доп. і перероб. / В.М. Опарін. – К. : КНЕУ, 2001. – 240 с.
12. Закалюжна Л.Ю. Економічне значення сутності фінансових ресурсів підприємства в ринковій економіці.

Царенков О.О.

студент,

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ ТА ПОВНОВАЖЕННЯ ЦЕНТРАЛЬНОГО ДЕПОЗИТАРІЯ ЦІННИХ ПАПЕРІВ ТА ДЕПОЗИТАРНИХ УСТАНОВ

Національний депозитарій України створений відповідно до Закону України «Про Національну депозитарну систему та особливості електронного обігу цінних паперів в Україні» для забезпечення функціонування єдиної системи депозитарного обліку [6].

Договір про заснування Національного депозитарію України підписано ДКЦПФР та НБУ 18 грудня 1998 року. Державна реєстрація відбулася 17 травня 1999 року [6].

До 12 жовтня 2013 року Національний депозитарій України здійснював професійну діяльність на фондовому ринку на підставі виданих Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку ліцензії на здійснення депозитарної діяльності депозитарію цінних паперів строком на десять років та ліцензії на здійснення розрахунково-клірингової діяльності строком на десять років [6].

12 жовтня 2013 року набрав чинності Закон України «Про депозитарну систему України» [1].

Відповідно до частини 2 статті 9 Закону України «Про депозитарну систему України» Центральний депозитарій – юридична особа, що функціонує у формі публічного акціонерного товариства відповідно до Закону України «Про акціонерні товариства» з урахуванням особливостей, установлених цим Законом. Акціонерне товариство набуває статусу Центрального депозитарію з дня реєстрації Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку в установленому порядку Правил Центрального депозитарію [1].

Центральний депозитарій забезпечує формування та функціонування системи депозитарного обліку цінних паперів.

Центральний депозитарій веде депозитарний облік всіх емісійних цінних паперів, крім тих, облік яких веде Національний банк України.

В Україні може існувати лише один Центральний депозитарій.

Центральний депозитарій може здійснювати окремі банківські операції на підставі ліцензії на здійснення окремих банківських операцій, отриманої у порядку, визначеному Національним банком України [2].

Депозитарна діяльність Центрального депозитарію може поєднуватися з кліринговою діяльністю.

Центральний депозитарій для здійснення депозитарної діяльності виконує такі функції:

1) депозитарний облік цінних паперів - облік цінних паперів та обмежень прав на рахунках у цінних паперах клієнтів;

2) обслуговування обігу цінних паперів на рахунках у цінних паперах клієнтів;

3) обслуговування корпоративних операцій емітента на рахунках у цінних паперах клієнтів;

4) зберігання цінних паперів, віднесених до компетенції Центрального депозитарію, на рахунках у цінних паперах його клієнтів та облік прав за цими цінними паперами;

5) здійснення нумерації (кодифікації) цінних паперів відповідно до міжнародних норм;

6) ведення реєстру кодів цінних паперів [2].

Для забезпечення функції щодо зберігання цінних паперів Центральний депозитарій здійснює, зокрема, такі депозитарні операції:

- приймання, зберігання та інвентаризацію глобальних сертифікатів та тимчасових глобальних сертифікатів цінних паперів, віднесених до його компетенції;

- ведення обліку зобов'язань емітента за цінними паперами власних випусків стосовно кожного випуску цінних паперів на підставі депонованого глобального сертифіката та/або тимчасового глобального сертифіката;

- приймання, зберігання та інвентаризацію сертифікатів цінних паперів на пред'явника;

- перевірку сертифікатів цінних паперів на пред'явника на справжність (автентичність) і на наявність всіх установлених законодавством реквізитів;

- інші операції, що можуть бути віднесені законодавством до функції зберігання цінних паперів [2].

Для виконання функцій щодо депозитарного обліку цінних паперів, обслуговування обігу цінних паперів та корпоративних операцій емітента на рахунках у цінних паперах Центральний депозитарій та депозитарні установи здійснюють такі депозитарні операції:

- адміністративні операції – депозитарні операції з відкриття рахунків у цінних паперах, внесення змін до анкети рахунку, закриття рахунків у цінних паперах, зміни, не пов'язані зі зміною залишків цінних паперів, прав на цінні папери на рахунках у цінних паперах.

- облікові операції – депозитарні операції з ведення рахунків у цінних паперах та відображення операцій з цінними паперами, наслідком яких є зміна кількості цінних паперів, прав на цінні папери на рахунках у цінних паперах, встановлення або зняття обмежень щодо їх обігу.

- інформаційні операції – депозитарні операції, наслідком яких є видача виписок і довідок з рахунку в цінних паперах та іншої інформації щодо операцій депонентів або клієнтів за рахунками у цінних паперах відповідно до умов договорів, укладених клієнтами/депонентами з Центральним депозитарієм / депозитарними установами [2].

Центральний депозитарій з метою забезпечення формування та функціонування системи депозитарного обліку здійснює такі повноваження контролю:

1) встановлює форму, зміст, строки та порядок надання депозитарними установами та іншими клієнтами інформації про свою діяльність Центральному депозитарію;

2) вимагає дотримання депозитарними установами співвідношення між їх депозитарними активами та правами на цінні папери, зарахованими на рахунки у цінних паперах депонентів (депозитарного балансу);

3) вимагає дотримання депозитарними установами співвідношення даних депозитарного балансу депозитарної установи з даними рахунку депозитарної установи у Центральному депозитарії.

4) зупиняє проведення операцій депозитарною установою з цінними паперами певного випуску цінних паперів, щодо якого виявлено порушення депозитарною установою депозитарного балансу;

5) дає депозитарній установі розпорядження про усунення порушення депозитарного балансу;

6) періодично здійснює контроль відповідності ІТС клієнтів щодо провадження депозитарної діяльності та/або взаємодії з Центральним депозитарієм з метою встановлення їх відповідності вимогам Правил Центрального депозитарію цінних паперів, Регламенту та Положення про СОІ [4].

Депозитарна установа – юридична особа, що утворюється та функціонує у формі акціонерного товариства або товариства з обмеженою відповідальністю і яка в установленому порядку отримала ліцензію на провадження депозитарної діяльності депозитарної установи, Розрахунковий центр або клірингова установа – при провадженні ними депозитарної діяльності депозитарної установи [2].

Депозитарна діяльність депозитарної установи є виключним видом діяльності.

Депозитарна установа на підставі договору про надання реєстру власників іменних цінних паперів має право надавати послуги емітенту цінних паперів.

Депозитарна установа має право надавати емітенту додаткові послуги при проведенні загальних зборів (чергових або позачергових) акціонерного товариства, зокрема, виконувати функції реєстраційної комісії або лічильної комісії, здійснювати для емітента підготовку та надання йому довідково-аналітичних матеріалів, що характеризують ринок цінних паперів, консультування з питань обліку та/або обігу цінних паперів, а також послуги щодо управління його рахунком у Центральному депозитарії чи інші послуги, не заборонені законодавством, щодо цінних паперів, випущених емітентом [3].

Депозитарна установа має право надавати депоненту додаткові послуги, зокрема з реалізації прав за цінними паперами.

Депозитарні установи для здійснення ними депозитарної діяльності виконують такі функції:

1) депозитарний облік цінних паперів - облік цінних паперів, прав на цінні папери та їх обмежень на рахунках у цінних паперах депонентів;

2) обслуговування обігу цінних паперів на рахунках у цінних паперах депонентів;

3) обслуговування корпоративних операцій емітента на рахунках у цінних паперах депонентів [3].

Депозитарній установі заборонено розпоряджатися цінними паперами депонента або вчиняти будь-які інші дії з цінними паперами, крім дій, що вчиняються за дорученням депонента у випадках, передбачених договором про відкриття рахунка в цінних паперах.

Центральний депозитарій вправі застосовувати до депозитарних установ наступні оперативно-господарські санкції:

- невиконання розпоряджень депозитарної установи;
- зупинення виконання операцій за рахунком у цінних паперах депозитарної установи з наступним його відновленням у порядку встановленому Центральним депозитарієм [3].

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про депозитарну систему» від 06.07.2012 року № 5178-VI (з доповненнями та змінами).
2. Положення «Про провадження депозитарної діяльності» затверджене Рішенням Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку 23.04.2013 № 735.
3. Правила Центрального депозитарію цінних паперів Затверджені рішенням наглядової ради Публічного акціонерного товариства «Національний депозитарій України» від 04.09.13 № 4 (із змінами та доповненнями).
4. Зміни до Правил Центрального депозитарію цінних паперів затверджені рішенням Наглядової ради Публічного акціонерного товариства «Національний депозитарій України» від 12.03.14 № 1.
5. Статут Публічного акціонерного товариства «Національний депозитарій України» (нова редакція) затверджений рішенням Загальних зборів акціонерів Публічного акціонерного товариства «Національний депозитарій України» (протокол № 1 від 24.04.2013).
6. Офіційний сайт Національного депозитарію України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.csd.ua>.

Шуляк О.В.

студентка,

Вінницький інститут економіки

Тернопільського національного економічного університету

КАЗНАЧЕЙСЬКА СИСТЕМА ОБСЛУГОВУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ ЗА ДОХОДАМИ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОКРАЩЕННЯ

В сучасних умовах органи Державної казначейської служби України постають одним із найактивніших учасників у процесі управління державними і регіональними фінансовими ресурсами завдяки використанню законодавчо прийнятих механізмів та процедур виконання державного і місцевих бюджетів відповідно до вимог бюджетного законодавства [1. с. 17].

Питання казначейського обслуговування виконання бюджетів висвітлювали у своїх працях С. Юрій, В. Стоян, Н. Сушко, О. Чечуліна, С. Булгакова, Л. Єрмоленко, Є. Галушка, Й. Хижник, О. Даневич, О. Охрімівський, Д. Ротар, К. Павлюк, М. Мельник, Л. Гуцаленко, Р. Макуцький, О. Кіреєв, М. Мац та ін.

Країна може виконувати свої функції та завдання, передбачені Конституцією за умов, якщо вона має у своєму розпорядженні достатньо бюджетних коштів. Практичну дієвість бюджетної системи забезпечує касове виконання державного бюджету за доходами та видатками.

Незважаючи на значні переваги функціонування системи казначейства, які пов'язані з дієвим фінансовим контролем, прозорістю виконання бюджетів, поліпшенням фінансової дисципліни, аналіз сучасного стану функціонування системи казначейства показав, що існує безліч питань, які потребують оперативного вирішення для поліпшення діяльності казначейської системи. Зокрема, залишається невирішеним ряд проблем щодо обмеженості фінансових ресурсів і відсутності ефективних механізмів управління ними у процесі касового виконання державного бюджету, які

призводять до необхідності здійснення запозичень для покриття касових розривів, що виникають у процесі виконання бюджету; втрат від невикористання тимчасово вільних державних фінансових ресурсів [2].

Проте нині однією з проблем, які потребують вирішення, є наявність залишків на рахунках розпорядників коштів бюджету, які не використовуються бюджетними установами та організаціями, що фінансуються з бюджету.

За останні роки показники надходжень до державного бюджету помітно зросли (табл. 1).

Таблиця 1

Доходи Державного бюджету за 2010–2014 рр.

Показники	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік
Доходи Державного бюджету (млрд. грн.):					
- загального фонду	207,4	265,8	289,6	291,5	354
- спеціального фонду	32,9	48,7	56,4	47,6	52,9
Всього	240,3	314,6	346,0	339,1	406,9

Джерело: розроблено автором за даними [3]

Загальна сума доходів Державного бюджету України за 2010 рік становила 240 398,0 млн. грн, що на 30 697,7 млн. грн, або на 14,6 % більше, ніж за відповідний період 2009 року. У 2011 році Державний бюджет України отримав 314572,5 млн. грн., що на 73957,2 млн. грн., або на 30,7 відсотка більше за відповідний показник 2010 року. У січні-грудні 2012 року до Державного бюджету України надійшло на 31408,6 млн. грн., або на 10 відсотків більше коштів, ніж у 2011 році. У 2013 році відбулося зменшення доходів на 2 % від показника попереднього року, при цьому у 2014 році цей показник підвищився на 19,9 % [4].

Акумуляція грошових фондів у державному бюджеті відбувається завдяки податковим та неподатковим надходженням. Чим більша сума надходжень концентрується, тим складніше стає управління бюджетними коштами (рис. 1)

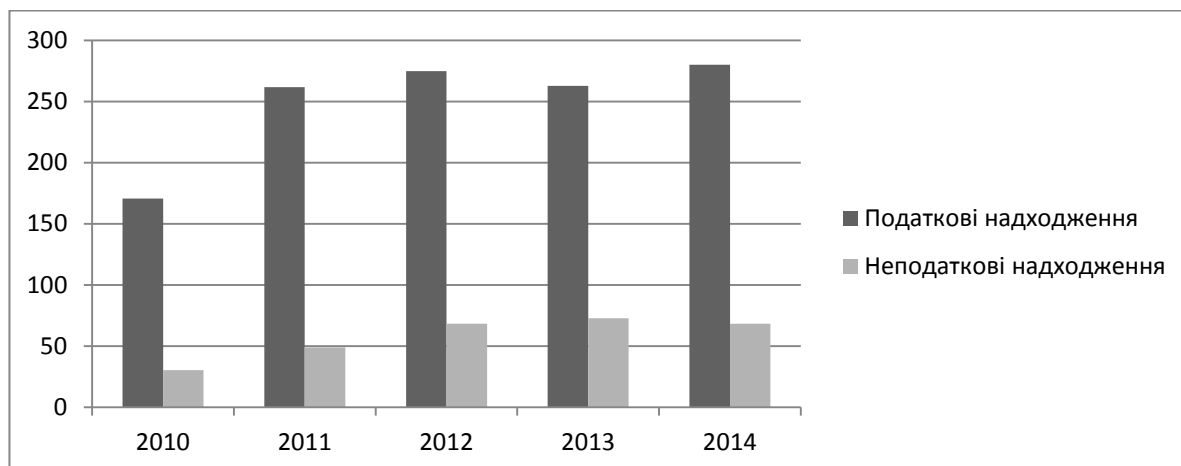


Рис. 1. Динаміка податкових та неподаткових надходжень до Державного бюджету за 2010–2014 рр. (млрд. грн.)

Джерело: розроблено автором за даними [3]

Визначений порядок призвів до збільшення сум, які обертаються на рахунках казначейства, швидкості їх обігу та ускладнив контроль за їх проходженням.

Водночас, із збільшенням надходжень збільшується і видаткова частина бюджету, що призводить до ускладнення роботи казначейства, вимагає застосування нових методів та підходів до управління грошовими коштами та, відповідно, вдосконалення механізму системи казначейства.

Крім того, доки видатки не здійснюватимуть бюджетні установи на підставі прийнятих ними в межах бюджетних асигнувань зобов'язань, доти навіть найефективніші програми не будуть повністю реалізовані. Усі ресурси держави повинні працювати максимально ефективно саме на державу, з дотриманням принципу наявності мінімально необхідної суми залишків коштів саме на рахунках Державного казначейства.

Проведення на фінансових ринках операцій з розміщення тимчасово вільних бюджетних коштів на депозитних рахунках у Національному банку України та установах комерційних банків забезпечить додаткове джерело доходів, що дозволить зменшити навантаження на видаткову частину державного бюджету.

Отже, на сьогоднішній день Державна казначейська служба України розвивається стрімким шляхом, що породжує нові вимоги, зміни та функції. Для покращення її роботи необхідно здійснити ряд операцій, головними та пріоритетними з яких є: вдосконалення нормативно-правової бази, посилення контролю з боку держави за своєчасним і повним надходження фінансових ресурсів до відповідних бюджетів та їх ефективним використанням, створення умов для доцільного управління залишками бюджетних коштів, а також запозичення досвіду з-за кордону.

Список використаних джерел:

1. Сенченко Т. Щодо проблем спрощення казначейського обслуговування бюджетів // Казна. – 2009. – № 9. – С. 17–19.
2. Душина О. Казначейське обслуговування Державного бюджету України : реалії та шляхи вдосконалення // Управління розвитком. – 2012. – № 17. – С. 67–68.
3. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua>.
4. Офіційний сайт державної казначейської служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.treasury.gov.ua>.

ФІНАНСИ ТА ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА

Бандура І.В.

студентка,

Науковий керівник: Вергелюк Ю.Ю.

старший викладач кафедри фінансових ринків,

Національний університет державної податкової служби України

ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ

Дослідженню оподаткування страхових компаній присвячено праці багатьох науковців, зокрема А. С. Барсученко, О. В. Гнатуш, Р. Е. Островерха та багато інших.

Метою дослідження є аналіз оподаткування страхових компаній, виявлення основних проблем та впровадження шляхів реформування.

Страховий ринок як частина фінансової сфери є об'єктом державного регулювання і контролю. Одним з напрямків державного регулювання страхових компаній є податкове. Податкове регулювання страхового ринку – це цілеспрямовані дії держави, з одного боку, для підтримки і стимулювання розвитку страхового ринку, а з іншого – на стримування і пом'якшення небажаних негативних наслідків діяльності, що здійснюється суб'єктами страхового ринку [2].

За період існування страхового ринку в Україні особливості його оподаткування постійно змінювалися.

Починаючи з 1997 р. для страхових компаній запровадили особливий податковий режим, що характеризується одночасним застосуванням двох податків: альтернативного для оподаткування страхових премій за ставкою 3 % та звичайного – для оподаткування прибутку від іншої, крім страхової діяльності. Альтернативний податок було запроваджено з метою забезпечення прозорості прибуткового оподаткування страхових компаній та зростання на цій основі його фіскальної ефективності, оскільки внаслідок специфіки страхового операційного циклу порядок визначення прибутку від страхових операцій вважається технічно складним та неоднозначним, тобто податкові новації переслідували, переважно, фіскальні цілі. Але, порівняння динаміки податків, сплачених страховиками, і динаміки страхових премій доводить, що їх не було досягнуто. Статистичні показники свідчать, що темпи зростання податків суттєво відставали від темпів зростання страхових премій [3].

Така система оподаткування передбачала за страховою діяльністю в якості об'єкта оподаткування не прибуток, а оподатковуваний дохід страховика у вигляді отриманих (нарахованих) у звітному періоді страхових премій. Ставка податку становила 3 % від об'єкта оподаткування за договорами загального (non-life) страхування та 0 % за договорами довгострокового страхування життя (life). Фінансова діяльність страховиків, не пов'язана зі страховими операціями, оподатковувалася в загальному порядку.

Головні недоліки такої системи оподаткування полягають в тому, що, по-перше, в одному податку неприродно поєднуються елементи зовсім різних за своєю економічною суттю податків: прямого податку на прибуток (Corporation Tax) і непрямиго податку зі страхових премій (Insurance Premium Tax); по-друге, така специфіка оподаткування страхової діяльності стала одним із чинників поширення на вітчизняному страховому ринку операцій, пов'язаних із «оптимізацією» за допомогою страхових компаній оподаткування прибутку господарюючих суб'єктів [1].

Для унеможливлення використання страховиками схем ухилення від оподаткування розглядалася перспектива переведення страховиків на загальну систему оподаткування у 2015 році, результатом реалізації якої стало подвійне оподаткування страховиків.

Згідно з прийнятими змінами до Податкового кодексу з 1 січня в Україні введена змішана система оподаткування страхових компаній, а саме 3 % податок на дохід у вигляді страхових платежів і податок на прибуток на загальних підставах [4].

Для того щоб порівняти дві системи оподаткування – яка діяла у 2014 році і нову, прийняту на 2015 рік, – були проведені розрахунки податку на прибуток на підставі показників 2013 року трьох страхових компаній – членів МТСБУ і ЛСОУ. В результаті стало очевидним, що за новою системою податок на прибуток ПрАТ «СТ «Іллічівське» збільшиться на 23 %, в СК «Уніка» – на 29 %, в СК «Глобус» – на 16,7 %. У разі якщо до валових витрат не належатимуть всі витрати, які обслуговують страхування, база оподаткування збільшиться приблизно втричі [5].

Незаперечною перевагою старої системи була її прозорість: 3 % з премій, які надійшли. І для перевіряючих органів – розрахунок простий.

Недоліком було те, що навіть якщо бізнес був збитковим, СК все одно платила б податки, і це ставило її в нерівні умови з іншими фінансовими посередниками.

Щодо прийнятої системи оподаткування, то за рік вона здатна практично знищити страховий бізнес України. Це пов'язано з тим, що:

1) навантаження на фонд оплати праці (ФОП) не знизиться (оскільки в кризовій ситуації у страховиків не буде можливості виконати умови для застосування понижуючого коефіцієнта), а податкове навантаження на страховика збільшиться сукупно до 30 %;

2) відсутній прописаний перелік витрат, який враховується при визначенні фінансового результату страховика до оподаткування, тому незрозуміло, які витрати необхідно віднімати при розрахунку бази оподаткування з інших доходів. Також не прописано, які страхові резерви можливо враховувати при визначенні фінансового результату до оподаткування, що, в свою чергу, також може значно вплинути на збільшення бази оподаткування і, як наслідок, збільшення податку на прибуток.

Одним із небагатьох плюсів нової системи можна назвати те, що встановлена нульова ставка оподаткування страхових премій з добровільного медичного страхування (ДМС). В той же час ДМС оподатковується за ставкою 0 % тільки у випадку, якщо виплата йде на користь закладів охорони здоров'я. Якщо ж у договорі прописана норма відшкодування витрат застрахованій особі у вигляді компенсації (наприклад, якщо медустанова не має договірних відносин із СК, то застраховані особи сплачують самі, а страхова компанія за чеками компенсує), то в цьому випадку до даного договору застосовується ставка оподаткування 3 % [6].

Зрозуміло, що уряд шляхом таких нововведень сподівався зібрати більше податків, але в підсумку ефект може виявитися прямо протилежним. Наслідком буде погіршення фінансового стану страховиків, оскільки компанії будуть змушені платити податок незалежно від фінансового результату діяльності, необхідність щорічного внесення акціонерами коштів для виконання вимог щодо платоспроможності, погіршення якості страхових послуг, а також відтік іноземного капіталу з України [4].

Якщо уряд справді хоче провести реформування оподаткування страхових компаній, то для того, щоб зберегти страховий ринок України від занепаду потрібно перевести страховиків на загальну систему оподаткування. Тобто, стягнення податку безпосередньо з корпоративного прибутку страхової компанії. Така система дозволить не тільки встановити єдиний підхід до оподаткування прибутку страховиків та інших суб'єктів господарювання, але й забезпечити ліквідацію фінансових схем із залученням страховиків. Це буде сприяти очищенню вітчизняного ринку від «псевдострахування»,

розвитку в Україні ринку класичного страхування і відповідатиме міжнародній практиці [1].

Отже, страховий ринок є перспективним сектором фінансового ринку України, розвиток якого потребує стимулювання з боку держави. Проте, реформи, які запроваджуються в країні лише призводять до його занепаду. Тому, замість того, щоб сліпо копіювати зарубіжний досвід, необхідно пристосовуватися до особливостей фінансового ринку України, та страхового зокрема, і впроваджувати свої реформи.

Список використаних джерел:

1. Барсученко А.С. Податок на прибуток страховиків : основні тенденції та шляхи вдосконалення / А.С. Барсученко // журнал «Управління ризиком», № 5. – 2014 р. – 70–72 с.
2. Гнатуш О.В. Системний підхід щодо оподаткування діяльності вітчизняних страховиків податком на прибуток [Текст] / О.В. Гнатуш// Економіка України. – 2006. – № 7. – С. 82–87.
3. Островерха Р.Е. Прибуткове оподаткування страхових компаній : досвід та напрямки удосконалення / Р.Е. Островерха // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. – 2009. – 80–84 с.
4. <http://www.insurance.lviv.ua>.
5. <http://www.mtsbu.ua/ua/presscenter/news/112995/>.
6. <http://forbes.ua/ua/opinions/1387361-podatkovy-viklyki-dlya-strahovikiv>.

Крупа Т.І.

студент,

Науковий керівний: Делас В.А.

кандидат економічних наук, асистент,

Фінансово-правовий коледж

ФІНАНСОВА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ В УКРАЇНІ: ПЕРЕВАГИ ТА ЗАГРОЗИ ВПРОВАДЖЕННЯ

Децентралізація – це передача значних повноважень та бюджетів від державних органів органам місцевого самоврядування. Так, аби якомога більше повноважень мали ті органи, що ближче до людей, де такі повноваження можна реалізовувати найбільш успішно [1].

Проблема децентралізації влади в українській теорії конституційного права та практиці державотворення завжди посідала вагоме місце, починаючи з моменту проголошення незалежності України

Фінансова децентралізація – це процес розподілу функцій, фінансових ресурсів і відповідальності за їх виконання між центральним і локальним рівнями управління, причому таким чином, аби якомога більше повноважень мали ті органи, які є найближчими до людей, де завдань і функцій, що мають публічний характер, не обмежуючись лише рівнем територіальних одиниць, а отже й органами місцевого самоврядування.

Фінансова децентралізація відображає фінансові повноваження органів регіонального рівня і є однією з фундаментальних умов незалежності та життєздатності органів місцевої влади: децентралізація процесів ухвалення рішень збільшує можливості участі місцевої влади в розвитку підконтрольної їй території [2].

Переваги та недоліки децентралізації

До переваг децентралізації відносять:

-можливість керівників зосередити увагу на розв'язанні стратегічних питань;

- на відповідних рівнях управління рішення приймаються оперативно;
- рішення приймаються керівниками, що глибоко ознайомлені з проблемою;
- керівники нижчого рівня набувають досвіду, що дає їм можливість посісти вищі посади.

Недоліки децентралізації:

- ускладнюється процес координування діяльністю;
- з'являється внутрішня конкуренція;
- збільшуються витрати на утримання обслуговуючого персоналу [4].

До складу будь-якого суб'єкта господарювання входять структурні підрозділи, які визначають його організаційну структуру і виконують різні функції: майстерні, цехи, відділи, служби, секції, ательє, відділення тощо. Їх очолюють керівники (начальники, завідувачі тощо), які несуть повну відповідальність за результати діяльності своїх підрозділів і контролюють їх. В умовах сучасної політичної, економічної та соціальної кризи можливе поглиблення негативних тенденцій посилення регіональних ідентичностей серед населення, сепаратистських тенденцій в окремих регіонах за умов надання їм можливості вирішувати свою долю у складі держави. Послаблення централізації влади в результаті децентралізації може спричинити зростання свавілля місцевих чиновників та зростання незадоволення населення владою, включаючи центральну, яка не в змозі і нездатна буде захистити інтереси та права регіональних громад. Децентралізація може посилити відцентрові тенденції через вкрай низький рівень відповідальності держави перед адміністративно-територіальними суб'єктами. Зарубіжний досвід підтверджує, що навіть в успішних в політичному, економічному, соціальному плані країнах (Франція, Великобританія, Італія, Польща) в процесі здійснення децентралізації влади вони мали великі проблеми. В умовах глибокої політичної, економічної та соціальної кризи цей чинник слід завчасно враховувати, щоб упередити можливі негативні наслідки децентралізації. В цьому плані слід забезпечити послідовність у здійсненні цього процесу, зокрема, органи влади зобов'язані забезпечити спроможність участі народу в управлінні суспільно-політичними та суспільно-економічними процесами в державі: держава має посприяти зміцненню інститутів місцевого самоврядування, ефективності їх діяльності з метою забезпечення здійснення ними самоврядних функцій на рівні району та регіону, забезпечити ефективність системи служби в органах місцевого самоврядування, підвищення рівня оплати службовців місцевого самоврядування, їх освітнього та компетентного рівня, здійснення ефективної політики, спрямованої на подолання диспропорцій в економічній та інших сферах розвитку територій, збільшення обсягу бюджетного фінансування та вдосконалення механізму трансфертів фінансових ресурсів держави на рівень територіальних громад, ліквідації диспропорцій у розвитку економічної та правової основ у здійсненні децентралізації та ін. Іншого шляху у нас немає [3].

Отже, реформа фінансової децентралізації потрібна для того, аби Україна стала ефективною державою, щоб українські громадяни могли обирати собі ефективну та авторитетну місцеву владу, так як децентралізація – це запорука ефективного територіального розвитку, шлях до демократизації, дійсного народовладдя.

Список використаних джерел:

1. Децентралізація влади / [електронний ресурс] / <http://decentralization.gov.ua/>.
2. Бориславська О.М., Заверуха І.Б., Захарченко Е.М., Курінний О.В., Школик А.М. [та ін.] Децентралізація публічної влади : досвід європейських країн та перспективи України [електронний ресурс] / Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні – DESPRO. – К. : ТОВ «Софія».

3. Скрипнюк О.В. Децентралізація влади як фактор забезпечення стабільності конституційного ладу : питання теорії і практики / [електронний ресурс] / <http://www.ccu.gov.ua/doccatalog/document;jsessionid=E3D0F7338B17ADA5C5564ACFAF68F3BB?id=251115>.

4. Робінс Ст. П., ДеЧенцо Д.А. Основи менеджменту. Пер. з англ. – К. : Основи, 2002. – 672 с.

Пилип'юк О.М.

студентка,

Запорізький національний університет

ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОГО ПОДАТКОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день податкове планування здійснюється у всіх країнах з розвинутою ринковою економікою, що сприяє розвитку податкової системи. В умовах ринкової економіки податки повинні використовуватися не тільки як джерело наповнення бюджету, а й як важливий інструмент фінансового регулювання економіки.

Більшість розвинутих країн використовують оподаткування не тільки для вирішення фіскальних цілей, але й для виконання невідкладних завдань соціальної політики, перерозподілу доходів між різними верствами населення та підтримки платоспроможного попиту.

Податкове планування повинно здійснюватись з метою зростання економіки, підвищення рівня життя населення та їх добробуту. Для цього в Україні податкове планування на підприємстві повинно використовуватись у якості головного інструменту економічного впливу. За цих обставин при вдосконаленні податкової системи стає можливою активізація податкового планування у різних його проявах із застосуванням сучасних методів податкового управління [1, с. 45].

Саме категорія «податкове планування» являє собою організацію діяльності платника податків таким чином, щоб мінімізувати його податкові зобов'язання на тривалий період без порушення норм законодавства. Тобто кожний платник податків має можливість використовувати всі дозволені законодавством засоби та прийоми з метою зменшення своїх податкових зобов'язань.

Проблеми планування та оптимізації податкових платежів розглядалася такими авторами, як О. В. Білоіван, Ю. Б. Іванов, Т. О. Меліхова, М. Підлужний, А. М. Поддєрьогін, А. Г. Поршнєв, С. А. Супруненко та іншими.

Корпоративне податкове планування передбачає оцінку та прийняття управлінських рішень виходячи з цілей діяльності підприємства та врахування можливих податкових наслідків для нього. Діяльність суб'єктів господарювання спрямована на максимізацію своїх доходів та прибутку. Виходячи із цих міркувань, головним завданням податкового планування є вибір такого варіанта сплати податків, який дозволить оптимізувати всю систему оподаткування підприємницьких структур. Вона передбачає не лише зниження податкового тягара по окремих податках та по підприємству в цілому, а й оптимальний розподіл податкових платежів у часі.

Цілі податкового планування зображено на рис. 1.

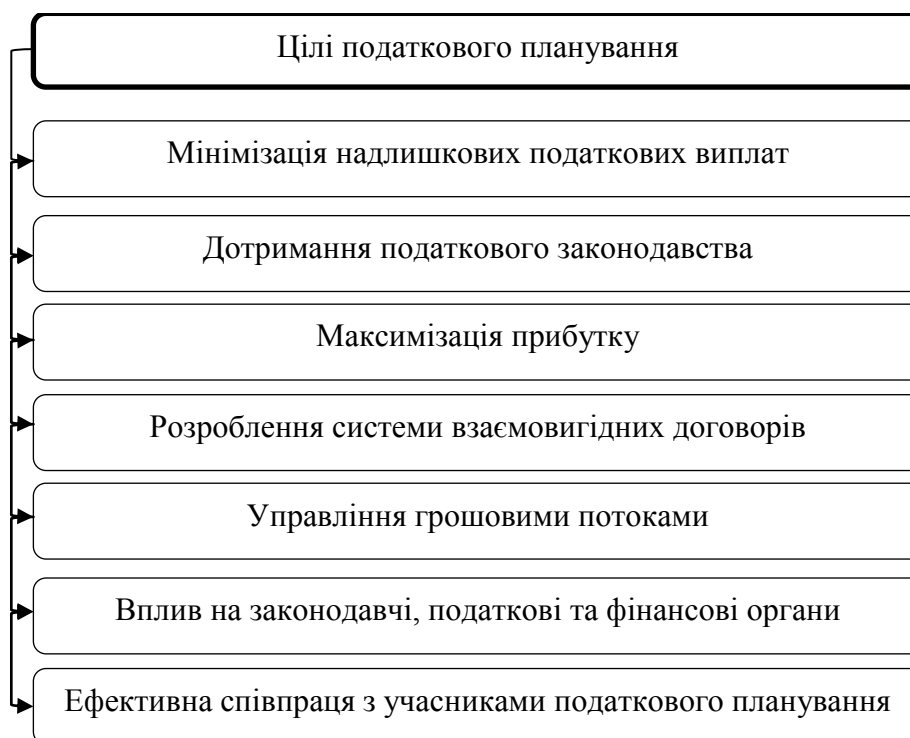


Рис. 1. Цілі податкового планування

Джерело: [2, с. 143]

Податкове планування буде ефективним при використанні основних інструментів (табл. 1).

Таблиця 1

Інструменти податкового планування*

Інструмент	Приклад
Податкові пільги, передбачені податковим законодавством	Звільняється від оподаткування прибуток підприємств та організацій, які засновані громадськими організаціями інвалідів і є їх повною власністю
Оптимальна з позицій податкових наслідків форма договірних відносин	Реалізація продукції самостійно або через комісонера; виробництво готової продукції з власної сировини або з давальницької сировини
Ціни угод	Збільшення купівельних або зниження продажних цін по операціях з контрагентами
Спеціальні податкові режими	Спрощена система оподаткування
Елементи бухгалтерського обліку з метою оподаткування, облікова політика з метою оподаткування	Оцінка матеріально – виробничих запасів і розрахунок їх фактичної собівартості при списанні у виробництво, порядок переоцінки основних засобів, наявність або відсутність резервів майбутніх витрат і платежів

* розроблено автором

Належним чином організована система податкового планування на підприємстві передбачає чітке виділення всіх її елементів, а саме:

➤ стратегія оптимального управління суб'єктом господарювання та план її реалізації. Розробка стратегії починається із визначення стратегічних цілей суб'єкта

господарювання у сфері оподаткування з урахуванням загальних цілей бізнесу. Такий підхід забезпечить зменшення податкових втрат в довгостроковій перспективі;

➤ схеми податкового планування, які логічно впливають із загального бізнесу та забезпечують законне зниження податкового тягаря;

➤ облікова політика; особливу увагу, на нашу думку, слід приділити обліковій політиці. Існує необхідність створення такого документу як Податкова політика підприємства, в якій будуть більш детально описані особливості саме податкового обліку підприємства;

➤ податковий календар, який необхідний для контролю за правильністю нарахування та своєчасністю сплати податкових платежів, а також подання звітності у встановлені терміни [3, с. 532].

Для своєчасного виконання податкових зобов'язань рекомендується провести наступне:

- Відповідно до податкового календаря напередодні платежу встановити ліміти незнижуваних залишків на поточному рахунку.

- Оцінити динаміку приросту залишку грошових коштів.

- При виникненні загрози невиконання зобов'язання припинити всі платежі.

- Платежі за іншими напрямками видатків здійснювати тільки в межах перевищення грошових коштів над незнижуваним залишком.

- За 2 дні до платежу підготувати платіжні доручення на оплату податків. При рознесенні банківських документів доцільно формувати дані про сплачені податки.

- Сформувати залишки відхилень від планових значень відповідних показників.

Використання податкового календаря організаціями дає можливість обчислювати податки і своєчасно їх сплачувати відповідно до нормативними актами. Крім того, сплачувати податкові платежі слід без невиправданого випередження встановлених термінів, оскільки це може призвести до неефективного використання своїх фінансових ресурсів [4, с. 32].

Заздалегідь складений податковий календар дозволить спланувати майбутні податкові платежі, а також планувати.

Правильно складена і узгоджена облікова політика в організаціях дає можливість оптимізувати податкові платежі.

Вітчизняні суб'єкти господарювання майже не практикують розроблення податкових стратегій. В більшості вони маневрують в сучасних змінних умовах господарювання, підлаштовуючись під ситуацію без наперед визначеного напрямку розвитку. Головною причиною цього є мінливість зовнішнього економічного середовища, в якому їм доводиться працювати.

Підбиваючи підсумки вище сказаного, доцільно зробити висновок, що податкове планування є одним з базових інструментів, що активізує показники ефективності функціонування підприємства. Оскільки фінансовий стан сучасних підприємств не є однорідним, кожне з них має розробляти індивідуальну систему податкового планування, що базується на власній методології. З нашої точки зору, легальна, системна та оптимальна організація податкового планування надасть підприємству збільшити прибуток, оптимізувати податкові зобов'язання, синхронізувати грошові потоки та не отримувати штрафних санкцій.

Ефективність податкового планування залежить в значній частині від прийняття рішень керівництва підприємства.

Список використаних джерел:

1. Лейба Д.І., Сорохан. М.М. Сутність та особливості податкового регулювання в Україні / Д.І. Лейба, М.М. Сорохан // – Вид-во «Буковинський державний економічний університет», м. Чернівці – 2013 – С. 43–48.

2. Ткачик Л.П. Податковий облік в системі корпоративного податкового менеджменту / Л.П. Ткачик // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Л. Українки. Економічні науки. – Луцьк : ВНУ ім. Л. Українки, 2010. – № 20. – С. 141–145.

3. Ткачик Л.П. Принципи і методи податкового планування / Л. Ткачик // Вісник Львівського університету. Серія економічна. – Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2010. – Випуск 43. – С. 530–535.

4. Підлужний М. Довгостроковий контракт як засіб оптимізації податків / М. Підлужний // Податкове планування. – 2010.– № 4. – С. 31–33.

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Морозова О.А.

студентка,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут»

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТА-ЕВРИСТИКИ GOLDEN BALL ДО РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАДАЧІ ШТЕЙНЕРА НА ГРАФАХ

Важливими оптимізаційними задачами на графах є задачі побудови мінімальних остових дерев. Ці задачі мають широкий спектр застосування – для побудови транспортних мереж, розв'язання економічних задач. В останні роки видно вплив потреб нових областей теорії ігор, програмування, теорії передачі повідомлень, електричних ланцюгів а також проблем психології та біології.

До цієї категорії належить і задача Штейнера. Задача, поставлена Якобом Штейнером полягає у необхідності з'єднати N точок площини ламаними лініями таким чином, щоб кожна точка була з'єднана з кожною і сумарна довжина проведених ліній була мінімальна.

Задача має практичне застосування при побудові комп'ютерних мереж та конструюванні інтегральних електросхем. Більш коротка мережа потребує менше часу зарядки-розрядки та тим самим збільшує швидкодню схеми.

Існує багато інтерпритацій цієї задачі. Зупинимось на такій постановці: знайти у зваженому графі дерево найменшої ваги, що охоплює обрану підмножину вершин. В залежності від вимог мінімізації ваги дерева інші вершини можуть як стягуватися деревом, так і ні. Задача Штейнера за умови стягування додаткових вершин належить до класу NP. Для вирішення цих задач частіше за все використовуються евристичні методи, псевдополіноміальні алгоритми, метод локальних покращень, гілок та мереж та метод випадкового пошуку. Найбільш популярні програмні реалізації використовують алгоритм Крускала та генетичні алгоритми з попередньо відібраною популяцією.

Одним з нових методів вирішення задач комбінаторних оптимізації є алгоритм Golden Ball. Це евристичний алгоритм, тобто цей алгоритм допомагає знайти рішення наближене до найкращого.

«Golden Ball» (далі GB) розроблена у 2014 Особою, Діазом та Онісевою в Іспанії. GB заснована на множинних популяціях та базується на поняттях футболу. Можливі розв'язки задачі у цій мета-евристиці представлені гравцями у футбольних командах (популяціях). Під час роботи алгоритму команди тренуються, обмінюються гравцями і тренерами (методами тренувань), проводять матчі, заробляючи очки в чемпіонаті, за допомогою чого з кожним сезоном рішення задачі (гравці) стають все кращими, поки не буде знайдено оптимальний розв'язок.

GB починає свою роботу зі створення початкової популяції і розділення рішень (що називаються гравцями) на субпопуляції (так звані команди) системи. Після того, як ця початкова фаза була завершена, починається перший сезон. Сезон ділиться на тижні, в які команди тренуються і стикаються одна з одною, приймаючи участь у чемпіонаті. Коли закінчується сезон, починається фаза трансферів, в якій гравці і тренери можуть

змінити команду. Цей процес повторюється до тих пір, поки критерій припинення не буде виконано.

Фаза ініціалізації включає в себе створення гравців (рішень) і команд, а також оцінку потужності кожної команди. Першим кроком є створення набору рішень, що називається P , який складе вихідну популяцію. Усі рішення створюються випадково і називаються гравцями. Після генерації P гравці випадковим чином розподіляються між різними командами. Якість кожного гравця rij представлена дійсним числом qij . Це число визначається функцією вартості $f(rij)$, яка залежить від задачі. Чим краще гравці, тим сильніше команда. Таким чином, якщо одна команда сильна, вона може виграти більше ігор і знаходитися на кращій позиції в рейтингу чемпіонату.

За фазою ініціалізації слідує фаза змагання. У цій центральній фазі алгоритму команди тренуються самостійно та нарощують свої сили маленькими кроками. Тим часом команди зустрічаються одна з одною, створюючи змагання чемпіонату, що допомагає вирішити питання трансферу гравців між різними командами. Цей процес поділяється на так звані сезони. Сезон також має стільки матчів, скільки треба для завершення простого чемпіонату, в якому всі команди зустрічаються одна з одною двічі. З цієї причини кожний сезон поділяється на дві частини рівної тривалості. У цих частинах всі команди мають зустріти одна одну один раз. В кінці сезону відбуваються трансфери гравців між командами. Нарешті, сезон містить стільки фаз тренування, скільки й турів.

Тренувальна фаза – це фаза, в якій всі гравці кожної команди проходять через тренування, що змушує їх покращити свої результати. Для оволодіння цією ситуацією за запропонованою методикою кожна команда має специфічний метод тренувань, а саме функцію визначення наступників, яка працює на певній структурі близьких рішень із простору рішень. Метод тренувань присвоюється випадковим чином при процесі ініціалізації. Для кожного тренування ця функція застосовується певну кількість разів (поки не досягається її критерій завершення). Тренування закінчується, коли після певної кількості застосувань функції визначення наступників не відбувається поліпшення тренуваного гравця ϵ також інший тип тренувань – який було названо спеціалізованим тренуванням. Може статися, що гравець rij , хоча і брав участь у загальному тренуванні, не зміг жодним чином підвищити показник якості. З точки зору оптимізації це відбувається, коли показник якості гравця знаходиться в локальному оптимумі. Щоб змусити подолати цю перешкоду, в даній мета-евристиці створено концепцію спеціалізованого тренування. Завдяки цим тренуванням rij може врятуватися з локального оптимуму та рухатися в просторі рішень до іншої області або точки, яка може бути перспективнішою. Матчі, як і в реальному світі, відбуваються між двома командами. Кожен матч складається з можливостей гравців у командах. Кожна можливість реалізується через гол в турнірі між гравцями для кожної команди. Гравець із вищим показником якості забиває гол на користь своєї команди. Команда, яка забиває більше голів, стає переможцем матчу. Період трансферів – це процес обміну гравців між командами. Таким чином всі команди намагаються зміцнити себе, придбавши нових гравців. Необхідно мати на увазі, що чим краще позиція команди в рейтингу, тим кращих нових гравців вона дістає. Тобто краща команда отримує кращого гравця гіршої (останньої) команди. З іншого боку, команда, наступна за найкращою, отримує наступного за кращим гравця передостанньої команди. Крім того, якщо кількість команд є непарним числом, команда в центрі списку не обмінює жодних гравців. В кожному періоді трансферів всі команди з нижньої половини рейтингу змінюють свій метод тренувань, залучаючи іншого тренера в надії, що він підвищить продуктивність команди в пошуку кращих результатів. Зміна методу тренувань відбувається випадковим чином серед всіх можливих методів, які існують у системі, що дозволяє

повторення між різними командами. Така випадкова зміна околиці, що впливає на всіх гравців команди, підвищує дослідну потужність методики.

Після закінчення чергового сезону перевіряється критерій закінчення алгоритму, який полягає в незбільшенні в порівнянні з попереднім сезоном таких величин: 1) суми «сил» всіх команд; 2) суми показника якості капітанів команд (найкращих гравців); 3) найліпшого розв'язку в системі.

Описаний алгоритм до поставленої задачі було застосовано наступним чином. Гравцям (розв'язкам) відповідають набори відрізків між містами. Мінімізуємо функцію сумарних відстаней між вершинами. Початковий розв'язок формується наступним чином – випадково обираємо точку серед тих, що потрібно зєднати. Проводимо з неї відрізки у всі інші вершини (з групи вершин що необхідно з'єднати). Отриманий список ребер буде являти собою гравця. Випадковим чином розподіляємо гравців на команди.

Фаза тренування проводиться наступним чином. Розв'язок (гравець) має набір відрізків. Беремо з нього випадковим чином один і при необхідності (коли не всі точки пов'язані між собою) додаємо відрізки до тих пір, доки рішення не буде допустимим (доки система відрізків не стане зв'язною). Додаємо відрізки для точок, що не пов'язані ні з якими іншими, або пов'язані між собою, але не з іншими точками групи. З'єднаємо їх з точками додаткової групи, а точку додаткової групи з випадковою обов'язковою для з'єднання.

Оцінка трудомісткості алгоритму $GB-O(n)$, тобто час його виконання є прийнятним. Це підтвердили і експерименти з програмною реалізацією: для задач розмірності до 10 точок включно розв'язання триває не більше ніж декілька секунд. При експериментуванні ми використали наступні параметри: кількість команд $m = 6$, кількість гравців у команді $k = 14$.

Згенерувавши випадкові вхідні дані для задач невеликої розмірності і провівши 50 прогонів програми, отримали оптимальний розв'язок у 85 % випадків (перевірили програмною реалізацією повного перебору). А для решти прогонів ми отримали одне й те саме значення середнього запізнення, що відрізняється від оптимуму приблизно на 2 %. Таким чином, застосування мета-евристики «Golden Ball» – гідний підхід до розв'язання задачі Штейнера на графах.

Список використаних джерел:

1. Осаба Е. Golden Ball : нова мета-евристика розв'язання задач комбінаторної оптимізації, заснована на поняттях футболу [Текст] / Е. Осаба, Ф. Діаз, Е. Онієва // Springer Science + Business Media. – New York, Springer, 2014. – 19 с.

2. А.О. Іванов, А.А. Тужилин Задача Штейнера на площині чи пласкі мінімальні мережі // Матем. сб. – 1991. – Т. 182. – № 12. – С. 1813–1844.

Шумаков С.Ю.

студент,

Красноармійський індустріальний інститут
Державного вищого навчального закладу
«Донецький національний технічний університет»

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ПЛАНУВАННЯ ТА БЮДЖЕТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СЕЗОННОГО ПОПИТУ

В умовах ринкової економіки реклама виступає основним засобом збуту, інформування і залучення споживачів. Тому від її ефективності і насиченості залежать всі основні показники діяльності підприємства, зокрема, об'єми продажів продукції. Проте, існує проблема кількісного прогнозу віддачі від реклами незалежно від галузі виробництва товару. Не дивлячись на актуальність, в науковій періодиці ця тема досліджена недостатньо глибоко. Все це зумовило мету даного дослідження – аналіз залежності об'ємів реалізації від інтенсивності реклами продукції із застосуванням методів економіко-математичного моделювання.

У даній роботі модель реклами представлена у вигляді адаптації до вже наявного прогнозу продажів, це обумовлено тим, що будь-яка рекламна кампанія завжди планується згідно деяких очікувань щодо ситуації на ринку. Як правило, ключовим фактором є сезонність попиту, бо саме в періоди ажіотажу на ринку віддача від реклами максимальна. Отже, прив'язка до прогнозу дає змогу встановити оптимальний час початку, період проведення рекламної кампанії, а також потрібний її рівень інтенсивності для кожного моменту t , бо інакше в певні часи її буде чи невиправдано багато, чи навпаки – недостатньо.

Кінцевим результатом роботи є функція сукупного доходу підприємства під час проведення рекламної кампанії:

$$FA(t) = F(t) + P(t) \quad (1)$$

де:

$F(t)$ – прогноз реалізації продукції на базі попередніх періодів з урахуванням сезонних компонент;

$P(t)$ – прогноз реалізації продукції з урахуванням моделі реклами.

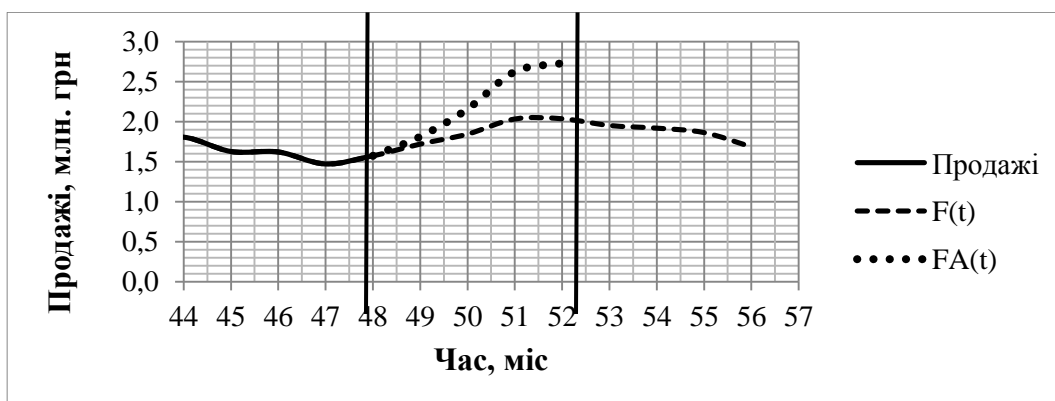


Рис. 1. Прогноз реалізації продукції

Як показано на графіку, прогнозний ріст попиту припадає на період з 48 по 52 місяць, тому функцію $FA(t)$ треба будувати саме в цей період. Таким чином, всі розрахунки моделі зроблені для інтервалу $[0; 4]$.

Функція $P(t)$ являє собою твір числа покупців $N(t)$ на ринкову вартість p даного товару. Для отримання масиву $N(t)$ припустимо, що зміна його елементів у часі описується як $\frac{dN}{dt}$, і пропорційна величині $[k_1(t) + k_2(t)N(t)] \cdot (N_0 - N(t))$, де N_0 – захоплюваний сегмент ринку, $k_1(t) > 0$ – інтенсивність рекламної кампанії, $k_2(t) > 0$ – ефект «сарафанового радіо». Виходячи з цього, отримуємо рівняння:

$$\frac{dN}{dt} = [k_1(t) + k_2(t)N(t)] \cdot (N_0 - N(t)) \quad (2)$$

Явища, які представлені параметрами k_1 і k_2 в реальних умовах мінливі, тому не можуть бути виражені константами. Загалом їх поведінка прямо залежить від тенденції попиту, тож їх можна описати функціями приналежності застосовуючи нечітку логіку. Задля цього побудуємо допоміжну функцію приросту продажів майбутніх періодів $\Delta F(t)$ взявши 48 місяць за базовий (рис. 2).

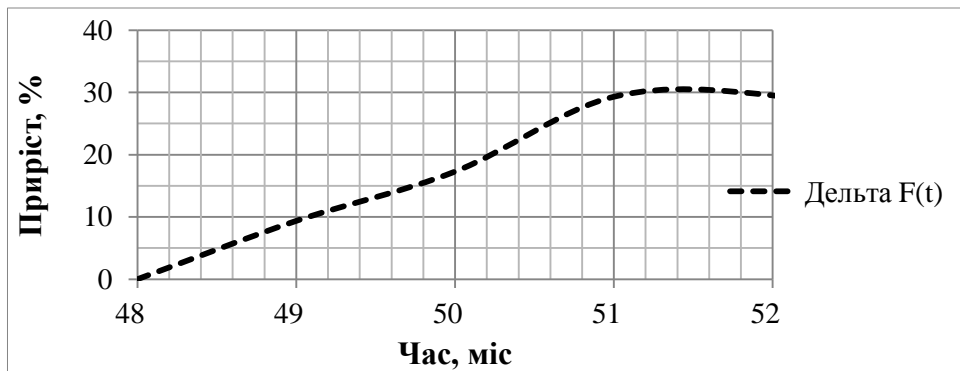


Рис. 2. Приріст майбутніх продажів $\Delta F(t)$

Функція інтенсивності для k_1 побудована таким чином, щоб її динаміка була схожа на $\Delta F(t)$, але з деяким випереджаючим лагом. Віддача від рекламного повідомлення, як правило, здійснюється із затримкою, тому випереджаючий лаг є необхідним елементом цієї функції. Параметр k_1 представлено **функцією приналежності у вигляді творів сигмоїдних функцій** з підбором відповідних параметрів α_1 , α_2 , c_1 і c_2 (рис. 3):

$$\mu(k) = \frac{1}{1 + e^{-\alpha_1(k-c_1)}} \cdot \frac{1}{1 + e^{-\alpha_2(k-c_2)}} \quad (3)$$

Задля наочності ситуації щодо застосування випереджаючого лагу, на рис. 3 перенесена $\Delta F(t)$ з урахуванням масштабу.

$$\mu(k_1) \quad \alpha_1 = 0.6 \quad \alpha_2 = 3.9 \quad c_1 = -0.21 \quad c_2 = 3.5$$

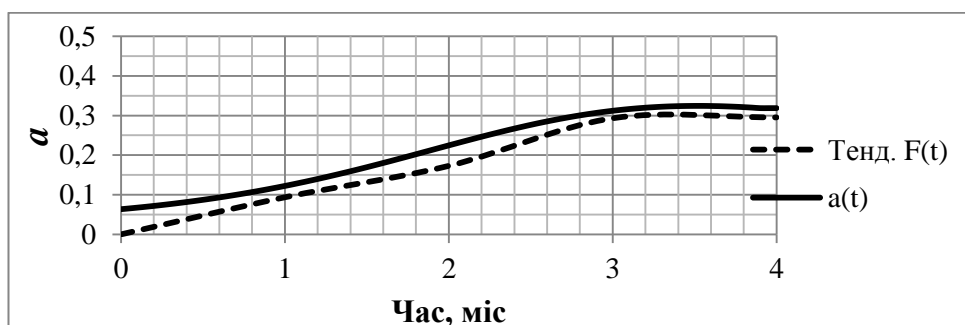


Рис. 3. Інтенсивність реклами

Функція інтенсивності для k_2 характеризує ефект «сарафанового радіо», тож вона повинна максимально точно відобразити модель поведінки середньостатистичного споживача. У початкових періодах відбувається ознайомлення покупця з товаром, і він відповідно, не готовий ще нікому його порекомендувати, але з часом (якщо товар конкурентоздатний) вірогідність цієї події зростає. Функція $\mu(k_2)$ побудована тим же способом:

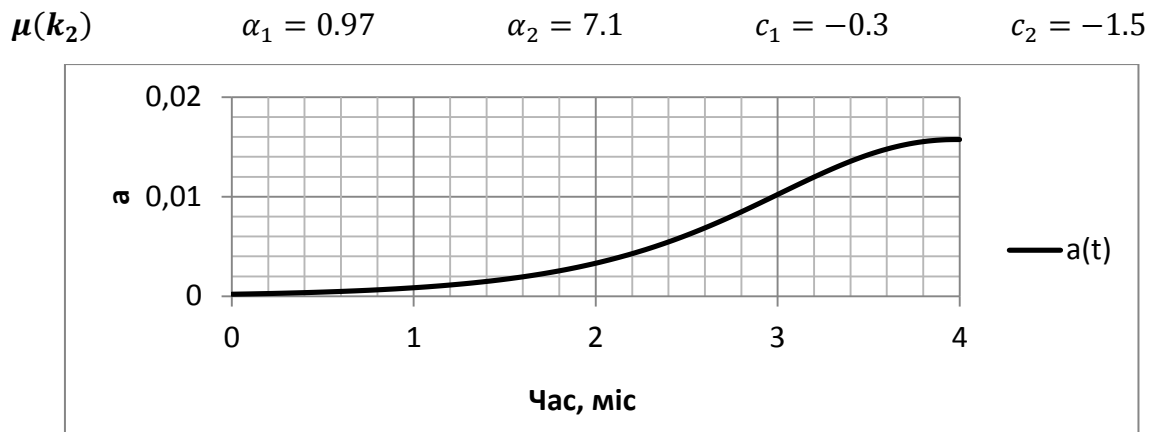


Рис. 4. Эффект «сарафанового радіо»

За таких умов $N(t)$ набере наступної динаміки:

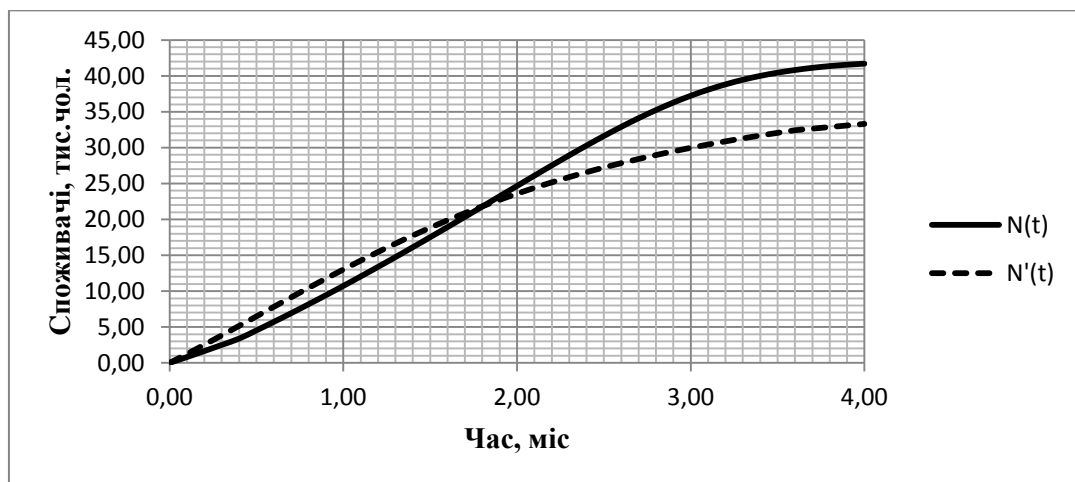


Рис. 5. Прогноз кількості покупців $N(t)$

Як показано на графіку, окрім функції $N(t)$, для порівняння також відображена $N'(t)$, у якої k'_1 і k'_2 описані константами. В цьому випадку константами є математичні сподівання від k_1 і k_2 , таким чином роблячи обидві кампанії, з точки зору бюджету, рівнозначними. Але, з точки зору ефективності, $N'(t)$ програє – на початкових етапах, за рахунок надмірно дорогої реклами, вона має деяку перевагу, але на останніх етапах, коли очікується найбільша кількість споживачів, її інтенсивність недостатня для охоплення всієї цільової аудиторії.

Масив $P(t)$, як вже було зазначено, відображає прогнозований дохід від реалізації продукції для аудиторії $N(t)$, тож представимо його наступним рівнянням:

$$P(t) = pN(t) = pN_0 \int_0^t (k_1(t) + k_2(t))dt \quad (4)$$

Однак слід зазначити, що для ухвалення рішення про доцільність проведення рекламної кампанії одного показника об'єму продажів недостатньо, оскільки реклама може виявитися дорогою і цей захід в підсумку виявиться нерентабельним. Тому, окрім реалізації безпосередньо моделі рекламної кампанії, побудована також функція її безбитковості, що дозволяє визначити економічний ефект в цілому. Для цього необхідно відняти функцію витрат від функції доходу. Функцію витрат представимо як:

$$S(t) = l + sN_0 \int_0^t k_1(t)dt \quad (5)$$

де:

l – рекламні витрати в нульовій точці;

s – рекламні витрати на одну одиницю продукції (входить у вартість p).

Таким чином, функція безбитковості рекламної кампанії набере вигляду:

$$D(t) = P(t) - S(t) = pN_0 \int_0^t (k_1(t) + k_2(t))dt - l - sN_0 \int_0^t k_1(t)dt \quad (6)$$

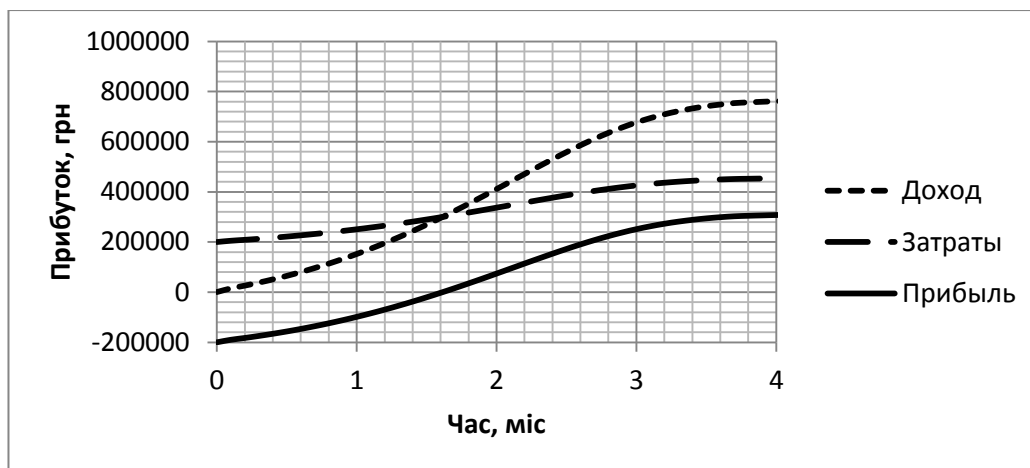


Рис. 6. Аналіз безбитковості

В ході дослідження реалізована адаптивна модель рекламної кампанії на базі вже існуючого прогнозу продажів. Завдяки побудованій функції безбиткової зроблений розрахунок економічного ефекту в цілому. Таким чином, варіювання змінних і параметрів моделі дозволяє підприємству отримати максимально ефективне співвідношення витрат на рекламу до її віддачі. Список використаних джерел:

Список використаних джерел:

1. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии // Москва, 2012. – 208–215 с.
2. Малыхин В.И. Математика в экономике // Москва, 2009. – 302–311 с.
3. Печерських И.А., Семенов А.Г. Математичні моделі в економіці // Кемерово, 2010. – 176–183 с.

МАРКЕТИНГ

Власюк Ю.Ю.

студентка,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут»

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В СЕКТОРІ В2В

Протягом останніх років активного розвитку набули інформаційні технології та нові методи ведення бізнесу в Україні, що спричинило розвиток та становлення електронної комерції. У світі спостерігається справжній підйом розвитку ринку електронної комерції. Це один з найбільш динамічно розвиваючих ринків економіки. Незважаючи на економічну нестабільність ринок електронної комерції в Україні продовжує розвиватись, про що свідчить відкриття нових інтернет-магазинів та їх стабільність. З кожним роком популярність і вигідність такого виду комерції в Україні почне завойовувати більший обсяг ринку.

Слабка економіка країни та прозорість умов інтернет торгівлі, гальмують процес розвитку електронної комерції на 2–3 роки, в порівнянні з іноземними ринками, хоча темпи зростання ринку електронної комерції в країнах, що розвиваються вищі ніж у розвинених. Тому в Україні є всі передумови для ефективної роботи ринку електронної комерції. Так, протягом останніх кількох років ринок електронної комерції в Україні зростає з темпом 40–45 % на рік та має досить великий потенціал. За прогнозами Держкомстату, обсяг ринку електронної комерції нашої країни у 2015 році становитиме приблизно 4,4 млрд. дол. [1]. Даний факт обумовлює актуальність вивчення українського ринку електронної комерції та його перспективи.

На сьогоднішній день відсутній єдиний підхід до розуміння поняття «електронна комерція». Кожен автор відповідно до накопиченого досвіду трактує його на свій розсуд. Більшість авторів, які досліджують тему електронної комерції, сходяться на думці, що електронна комерція – це швидкість, доступність з'єднання, обмін товарами, послугами та інформацією за допомогою мережі [2 с. 95]. Також поширена думка, що електронна комерція – це технологія здійснення комерційних операцій та управління виробничими процесами із застосуванням електронних засобів обміну даними [3, с. 235].

Загалом, електронна комерція розвивається в наступних напрямках [4, с. 20]:

- B2B (business-to-business) – взаємодія бізнесових структур між собою;
- B2C (business-to-customer) – взаємодія бізнесових структур з кінцевими споживачами;
- G2B (government-to-business) – взаємодія державних структур з бізнесовими компаніями;
- G2C (government-to-customer) – взаємодія державних структур з громадянами країни;
- C2C (customer-to-customer) – взаємодія користувачів між собою;
- C2B, G2G, C2G, G2B – включають тих самих учасників, лише відрізняються характером їхньої взаємодії.

Велика кількість наукових досліджень та робіт присвячена електронній комерції, однак, слід зауважити, що саме ринку електронній комерції в секторі B2B їх кількість

доволі обмежена. Тому дана робота буде присвячена дослідженню стану та перспектив розвитку українського ринку електронної комерції в секторі B2B.

В Україні електронна комерція, напевно є галуззю, що демонструє найшвидші темпи зростання серед усіх галузей економіки. Український ринок електронної комерції, активно розвивається, як в споживчому, так і в промисловому секторі. Також Україна входить в десятку європейських країн з найбільшою кількістю онлайн-користувачів, отже, країна має великий потенціал для ведення бізнесу в мережі Інтернет. За прогнозами експертів, український ринок електронної комерції зростатиме з кожним роком, та в 2016 році становитиме 5,65 млрд. дол. [5].

Таблиця 1

Розвиток українського ринку електронної комерції

Рік	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Об'єм ринку електронної комерції в Україні, млрд. дол.	0,73	1,1	1,59	2,37	3,24	4,44	5,65
Ріст до кожного року %	34 %	50 %	45 %	49 %	37 %	37 %	27 %
Проникнення інтернет-торгівлі в Україна, млрд. дол. %	1,1 %	1,3 %	1,6 %	2,3 %	2,9 %	3,8 %	4,5 %

Розроблено автором за даними [5]

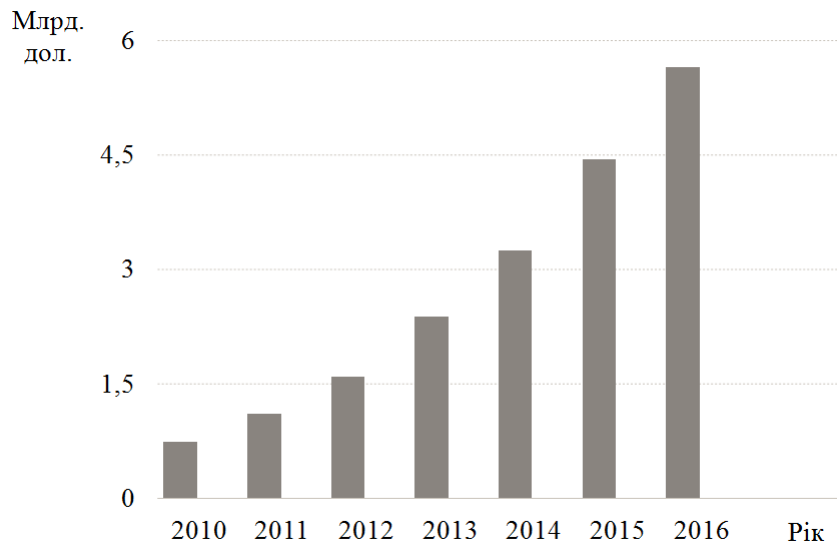


Рис. 1. Темпи розвитку ринку електронної комерції в Україні

Розроблено автором за даними [5]

Близька 80 % електронної комерції світу належить до сектору B2B, що підтверджено великою кількістю досліджень. Значно більший об'єм ринку B2B та стрімкі темпи його розвитку в електронній комерції, свідчать про високий потенціал ринку електронної комерції в секторі B2B та більші темпи розвитку, порівняно з B2C.

Проаналізувавши можливі дані щодо тенденцій та темпів зростання українського ринку електронної, прогнозуються наступні тенденції розвитку ринку в секторі B2B, що представленні на рис 2.

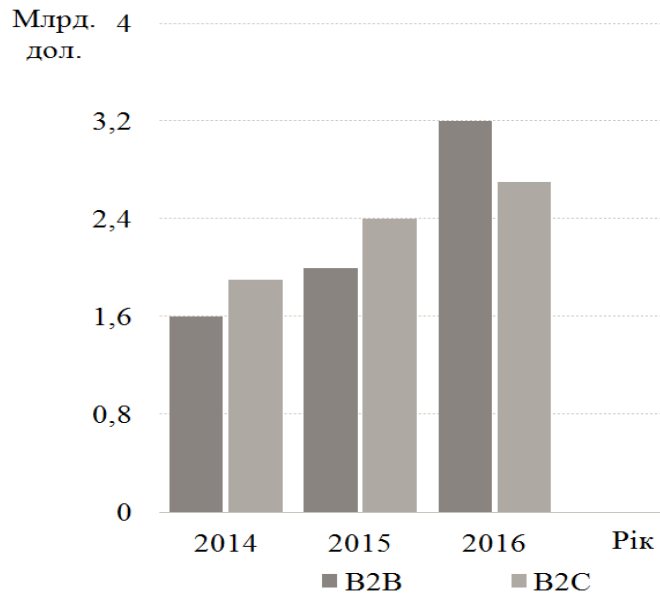


Рис. 2. Перспективи розвитку українського ринку електронної комерції в секторах B2B та B2C

Джерело: розроблено автором за даними Держкомстат, Morgan Stanley Research, розрахунки Fintime.

Отже, як видно з рис. 2, ринок електронної комерції в секторі B2B буде рости з кожним роком з темпами 40–55 % та в 2016 році в грошовому вимірі має обійти ринок електронної комерції в секторі B2C, що свідчить про велику перспективність електронної комерції в цілому та в даному секторі.

Список використаних джерел:

1. Стан ринку електронної комерції в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrinform.ua/ukr/news/v_ukraiiini_strimko_zrostaie_rinok_onlayn_torgivli_1840710.
2. Климович, Л. Электронная коммерция в интернационализации предпринимательской деятельности // Бел. журн. междунар. права и междунар. отношений. 2003. № 1. С. 95–99.
3. Уриш, И.В. Современные информационные технологии в электронной торговле / И.В. Уриш, Л.С. Климченя // Опыт и проблемы реализации менеджмента и маркетинга : тез. докл. междунар. семинара / под общ. ред. И.Л. Акулича. Минск : БГЭУ, 2001. С. 235–237.
4. Плєскач В.Л. Електронна комерція : [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / В.Л. Плєскач, Т.Г. Затонацька. – К. : Знання, 2007. – 535 с.
5. Morgan Stanley Research [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.morganstanley.com/>.

Кулачковська О.Б.

студент,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут»

БРЕНДИНГ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ – ПОЄДНАННЯ КРЕАТИВНОГО МИСЛЕННЯ З ПРАКТИЧНИМ МАРКЕТИНГОМ

Від початку свого існування бренд, як явище, був маркетинговою технологією, що дозволяла споживачам вирізнити з потоку однотипних товарів той, в якості якого немає сумнівів. З часом кількість товарів зростає і створення бренду почало вимагати більше часу і креативності. Сучасний брендинг явище набагато обширніше. Його не можна звести до примітивного створення логотипу об'єкту брендування. Це тривалий інтелектуально затратний процес, що починається від дослідження майбутнього ринку розповсюдження товару чи послуги, для яких розробляється бренд, до формування стійкого позитивного уявлення про них у потенційних споживачів. Саме поняття сучасного брендингу визначається як маркетингова діяльність, що націлена на формування в аудиторії потенційних і наявних споживачів довготривалої симпатії до бренду [1].

На сьогоднішній день існує велика кількість визначень поняття «бренд», але тою чи іншою мірою всі вони зводяться до ідентифікації товарів чи послуг споживачем, до його ставлення до них. Загалом, можна говорити про бренд як про слово, вираз, знак, символ або дизайнерське рішення, або їх комбінація в цілях позначення товарів і послуг конкретного продавця або групи продавців для відмінності їх від конкурентів (визначення, розроблене American Marketing Associations (АМА, Американською Маркетинговою Асоціацією)) [2, с. 9]. Бренд нематеріальний, хоча і має елементи об'єктивного вираження (логотип, назва, слоган та ін.). Він включає в себе асоціації, очікування, уявлення, емоції, висновки, відчуття, котрі аудиторія пов'язує з тим чи іншим товаром, послугою, закладом. Основна ідея, закладена в бренд, – визначення унікальності об'єкту брендування. В сучасному світі, де все змінюється зі швидкістю світла, міцний бренд надає споживачам почуття впевненості у своєму виборі.

Щодо брендування закладів ресторанного бізнесу, то тут існує 2 основні проблеми. По-перше, управляючі невеликими ресторанами, що не входять до мережі, вважають брендування невиправданим; по-друге, часто брендування ресторанів зводиться до простого оформлення інтер'єру відповідно до назви на вивісці. Обидві ситуації є серйозними маркетинговими прорахунками, адже бренд є важливим чинником успішності навіть невеликого закладу. Окрім інтер'єру і назви ресторану, які беззаперечно мають важливе значення для формування бренду і потребують скрупульозної творчої праці, обов'язково як елементи брендингу розглядати його розташування, традиції, меню, особливості сервірування, якість обслуговування, манеру спілкування персоналу з клієнтами та багато інших аспектів. Однією з основних задач ресторанного брендингу – створити таке уявлення відвідувачів про заклад, яке максимально відповідає концепції, що закладена в нього власником.

Формування успішного бренду ресторану повинно відбуватись поетапно:

- Почати необхідно з розробки загальної концепції бренду ресторану. Цим варто зайнятися передусім, адже від концепції бренду залежать всі подальші дії ресторатора.
- Визначення цільової аудиторії майбутнього закладу, її потреб та інтересів за допомогою кількісних та якісних методів дослідження.
- Вибір локації ресторану з урахуванням потреб людей у місці проведення вільного часу в тому чи іншому форматі, беручи за основу концепцію бренду.

- Формалізація концепції бренду. Бренд потрібно розписати простими словами, поділити на складові для того щоб спростити процес втілення концепції.
- Оформлення інтер'єру та екстер'єру закладу. Брендінг передбачає, що процес оформлення ресторану перестає бути поверховим, а базується на тому, чи вписується той чи інший предмет інтер'єру в концепцію бренду.
- Розробка меню відповідно до концепції ресторану.
- Набір персоналу, що буде втілювати ідею закладену в бренд.
- Концепцію бренду можна доповнити слоганом, який буде на слуху і асоціюватиметься з закладом (McDonalds: «Я це люблю»).

Далі становлення бренду ресторану базується на правильно вибудованих PR-кампаніях і якості обслуговування.

Бренд працює тоді, коли потребою споживача стає відчуття причетності до нього. Яскравим прикладом такого творчого брендування є корпорація Starbucks, яка з маленького кофейного магазину відкритого в Сіетлі в 1971 році перетворилась на найбільшу світову мережу кофейень, що налічує близько 18000 закладів в понад 50 країнах світу. Цікавим є той факт, що бренд Starbucks став не лише знаком якості кавових напоїв, а і модним тредом та символом високого життєвого рівня на рівні з продукцією Apple та автомобілями Porsche.

Дуже важливо пам'ятати, що брендінг – безперервний процес. Бренд не може існувати без змін вічно. Він повинен зважати на потреби та інтереси людей «тут і зараз». Успішність і затребуваність бренду завжди означає економічну стійкість бізнесу. В ресторанній сфері вона веде до розширення мережі закладів, до того, що в колись інші ресторатори захочуть купити у вас франшизу і користуватися вашим брендом.

Список використаних джерел:

1. Журнал Консалтинг в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://consulting-ua.com/scho-take-brend-i-brendynh/> – consulting-ua.com.
2. Джефкінс Ф., Ядин Д. Паблік рилейшнз // Перевод с англійського под редакцією Б.Л. Еремина.// Учебное пособие, М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003.

Рудий Р.Р.

студентка,

Науковий керівник: Колосінська М.І.

кандидат економічних наук,

Буковинський державний фінансово-економічний університет

ВІРУСНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

У той час, коли більшість компаній скорочують свої рекламні бюджети, починається пора можливостей для реалізації насправді креативних ідей. Саме зараз маркетингову броню потужних і неповоротких корпорацій можна пробивати реалізацією чітко спрямованих і нестандартних рекламних ходів. Ідеться про рекламні кампанії, в яких для звернення уваги не потребуються мільйонні вкладення, достатньо лише ідеї та її ефектної реалізації. Тому одним із перспективних засобів просування продукції на ринок є вірусний маркетинг.

Метою написання даної роботи було висвітлити складові елементи та особливості використання вірусного маркетингу як інноваційного засобу маркетингових комунікацій.

Питання розвитку вірусного маркетингу переважно висвітлюється у працях іноземних авторів, але можна констатувати той факт, що вітчизняна політична думка також приділяє увагу даному питанню. Вчені, роботи яких заслуговують на увагу і достатньо чітко висвітлюють питання вірусного маркетингу є Д. Кот [3], Д. Ковалевський, А. Крисов [4], В. Козловська, В. Короленко [2], Ю. Туренко [2] та інші.

Вірусний маркетинг – це спосіб просування бренду в Інтернеті, який полягає в тому, що інформацію про компанію розповсюджують самі споживачі шляхом особистісних рекомендацій. Переважно каналом передачі вірусного контенту є Інтернет. Сутність полягає в тому, що в місця накопичення комунікабельних інтернетчиків (форуми, блоги, співтовариства, соціальні мережі тощо) засилається «вірус» – оригінальне повідомлення про продукт, який, зачепивши аудиторію, починає «передаватися з вуст у уста» – активно обговорюватися, генеруючи трафік на сайт бренду чи покупців.

Сам термін «вірусний маркетинг» був запропонований підприємцями Т. Драпером та С. Юрветсаном, а популяризований у 1996 році Д. Рейпортом у його статті «The Virus of marketing».

Вірусом можуть бути своєрідні акції або товари, безкоштовний продукт або послуга, які привернуть увагу і поширюватимуть інформацію про компанію. Терміном «вірусний» позначається автономне розповсюдження матеріалу, що має в основі оригінальну ідею – відеоряд, текст та іншу інформацію, що передається в процесі міжособистісного спілкування. У такого інструменту існує ряд переваг, серед яких такі:

- розповсюдження вірусної реклами є економічно вигідним, оскільки фактично воно є безкоштовним, крім того, не виникає проблем із співставленням часу та цільової аудиторії;

- в Інтернеті інформація розповсюджується у зручний час для споживача;

- вірусна реклама є вільною від цензури, що дозволяє відпрацьовувати інтерес широкої публіки до матеріалів скандальної чи сексуальної спрямованості, а також надає можливість для широкого просування так званих «заборонених продуктів», таких як алкоголь, табак тощо;

- вірусна реклама формує ставлення споживачів – в процесі пересилання посилань, які людина вважає цікавими, актуалізується аспект впливу на емоційне, особистісне ставлення до товару. Крім того, можна зауважити, що вдало запропонована вірусна реклама сприймається як мистецтво [12]. Що стосується різновидів вірусного маркетингу, то можна виокремити чотири базові, які запропонував А. Крисов. До них він відносить такі:

1. *Pass-along*. Основним засобом комунікації з цільовою аудиторією виступає повідомлення, яке люди передають один одному самостійно, без будь-якого стимулювання. До цього різновиду можна віднести електронні листи, цікаві та смішні відеоролики.

2. *Incentivised viral*. Використання цього виду вірусу передбачає певну винагороду за дію з боку цільової аудиторії. Працює, коли метою кампанії є не лише просування проекту, але й подальша активна участь цільової аудиторії.

3. *Undercover*. Вважається найскладнішим, але водночас найбільш ефективним видом вірусного маркетингу. В його основу покладено незвичне повідомлення, яке змушує цільову аудиторію звертати увагу на нього і здійснювати самостійні пошуки. Тут доволі важливим є «елемент розслідування», коли людина починає шукати інформацію про об'єкт, що її зацікавив. До такого різновиду можна віднести так звані тізерні технології.

4. *Buzz*. Даний вид вірусного маркетингу доволі часто вважають некоректним, оскільки засоби не мають значення, головною є мета [7].

Є. Криворог до вірусного маркетингу також зараховує вірусне відео, Word-of-mouth advertising (реклама «з вуст в уста»), Life placement (просування в «природних умовах») і нестандартний семплінг [4, с. 39–41].

Одним з найбільш успішних прикладів використання вірусного маркетингу є вірусні відеоролики «Old Spice», записані в ході їх рекламної кампанії 2010 року. Завдяки триденній вірусній кампанії, в ході якої актор з рекламного ролика відповідав у коротких відео-повідомленнях на запитання інтернет-користувачів, вірусна реклама «Old Spice» вийшла на перше місце за відвідуваністю «YouTube», забезпечивши понад 61 мільйона переглядів. Дана кампанія була хвалебно сприйнята багатьма експертами, і оцінена ними як «інноваційна» і «передова». Суть акції «Old Spice» полягала в тому, що після випуску вірусного ролика, рекламщики відбирали коментарі, які направляли відвідувачі мікроблога бренду в «Twitter», «YouTube» каналу в та інших ресурсів, і по найбільш цікавим з них записувалися 30-секундні відеоролики, в яких персонаж рекламної кампанії (так званий «Old Spice Guy») відповідав у жартівливій формі конкретного користувача.

Примітним є те, що в цих відповідях не містилося прямої реклами продукту. У результаті проведення цієї кампанії вдалося привернути увагу користувачів до бренду «Old Spice», про що свідчить різке зростання числа пошукових запитів із згадкою бренду, що почався після випуску рекламного ролика в мережу і тривав протягом кількох тижнів, будучи стимульованим відео-відповідями і згадками в соціальних мережах і блогах. За перший місяць після початку кампанії обсяг продажів «Old Spice» виріс на 107 % А в середньому за 6 місяців після появи ролика в мережі продажі збільшилися на 27 %. Дана кампанія виявилася надзвичайно успішною, бо вона прямо адресована конкретній глядачеві, працює в реальному часі і фактично нічого не коштує.

Також можна навести приклади вітчизняних компаній, які застосовують вірусний маркетинг. Так, наприклад, було з нещодавно викладеним в мережі роликом інтернет-провайдера «Стрім». Це був звукозапис, де користувач цієї мережі дзвонив до служби техпідтримки і намагався з'ясувати, чому тепер інтернет працює нестабільно. Цей запис містив достатню кількість нецензурних слів, різної лайки. Буквально через пару днів на цей запис стали робити різні ремікси, фотографії, відео. І тільки через якийсь час з'явилася інформація, що це був хід рекламної компанії – цей запис виявився прикладом вірусного маркетингу. І через якийсь час слухачі цього запису забули про зміст цієї розмови, але запам'ятали назву провайдера. Так «Стрім» завдяки вірусному маркетингу зміг виділитися з натовпу різних інтернет-провайдерів.

Ще одним прикладом використання вірусного маркетингу може бути сайт-жарт fast-die.kiev.ua, котрий пропонував відвідувачам таблетки для суїциду. Вже на другий день існування сайту, його аудиторія становила більш ніж 40000 відвідувачів в день. Ця реклама була певною мірою ризикованою, адже українські споживачі не звикли до такої оригінальної реклами.

Вірусний маркетинг є досить поширеним у Європі, США, Канаді та інших країнах. Що стосується України, то він тільки почав розвиватися і наразі знаходиться на досить низькому рівні. Наведені вище приклади свідчать, що ця маркетингова технологія є досить ефективною. Тому її потрібно намагатися застосовувати якомога більше вітчизняним маркетингологам, оскільки українським споживачам подобається креативна реклама. Втім, можна стверджувати, що в недалекому майбутньому вірусний маркетинг має достатньо шансів стати одним з найвпливовіших засобів реклами у світі та в Україні.

Отже, наведені вище приклади свідчать, що у вірусному маркетингу немає нічого надзвичайно складного, і що ризик при його застосуванні може бути виправданим, потрібно лише дати реальним людям цікаві теми для розмови і забезпечити комфортні умови спілкування. Практика останніх років показує, що більшість споживачів прагне уникати традиційних методів реклами, що показує їх знижується ефективність. Саме

завдяки цьому вірусний маркетинг набув такого поширення і продовжує набирати обертів. Світ змінюється дуже швидко, і швидкість його зміни зростає з кожним днем. Вірусний маркетинг – це спосіб бути адекватним цим змінам. Це «новий» маркетинг, в центрі уваги якого завжди споживач, який занурений з головою в Інтернет.

Список використаних джерел:

1. Єжова Л.Ф. Інформаційний маркетинг : Навч. посібник. / Л.Ф. Єжова. – К. : КНЕУ, 2002 – 560 с.
2. Туренко Ю.А. Вірусний маркетинг – альтернативний підхід у сфері маркетингових комунікацій / Ю.А. Туренко // Управління розвитком. – 2011. № 17 (114). – С. 93–95.
3. Кот Д. E-mail- маркетинг. Исчерпывающее руководство / Д. Кот. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 88 с.
4. Крысов А. Вирусный маркетинг и специальные мероприятия. Часть 1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.affect.ru/articles/article/show/81.htm>.
5. Криворог Е. Партизанский маркетинг, или нестандартные коммуникационные приемы на рынке Украины / Е. Криворог // Маркетинг и реклама. – 2010. – № 4. – С. 38–41.

СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Горбаченко П.В.

студент,

Науковий керівник: Ковальська К.В.

доцент,

Фінансово-правовий коледж

МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙ

Актуальність. На сьогоднішній день досить актуальною є проблема низької продуктивності праці на підприємстві. Ефективне використання персоналу на підприємстві у більшості випадків залежить від розроблених систем та чинників спрямованих на збільшення продуктивності праці. Під продуктивністю праці слід розуміти співвідношення основних результатів діяльності торговельного підприємства до затрат праці персоналу на її здійснення у звітному періоді Цей фактор впливає як на малий і великий бізнес, так і на економіку країни в цілому. Питання низької продуктивності праці потребує негайного вирішення з огляду на значущість праці як ключового фактору економічного зростання підприємств та національної економіки в цілому. Науковцями запропоновано багато підходів, технологій та методів підвищення та забезпечення продуктивності праці на високому рівні. Проте сучасні тенденції розвитку суспільства та умови праці у суспільстві інновацій, породжують нові стандарти.

Постановка проблеми. Метою даної статті є дослідження проблем та шляхів підвищення продуктивності праці на підприємствах, а також уточнення сучасних підходів до підвищення продуктивності праці персоналу підприємства.

Результати дослідження. Зростання продуктивності праці на мікрорівні значною мірою залежить від мотивації і стимулювання персоналу підприємства. Найпоширенішим чинником, який на сьогодні використовують власники українських підприємств, у мотивації є: гроші, премії, підвищення тощо. Вважається, що дані елементи є найголовнішим і повинні задовольняти потреби працівника у мотивації. Однак для сучасних менеджерів, крім заробітної плати, важливими є й інші чинники, зокрема зміст праці, умови, за яких вони можуть цілковито виявити свої здібності, уміння та навички, чітка орієнтація кар'єрного зростання [1].

Значення продуктивності праці виявляється як на мікрорівні – підвищує добробут працівників, так і на макрорівні – приносить підприємству комерційний успіх [2].

Системи мотивації і стимулювання працівників, що використовуються на підприємствах України, переважно негнучкі і не володіють достатнім мотиваційним ефектом, а також недостатньо стимулюють до підвищення продуктивності праці, оскільки були розроблені в період швидкого зростання обсягів виробництва і низького рівня конкуренції.

Традиційні методи мотивації часто не достатньо мотивують персонал до ефективних дій в умовах сучасного інформаційного світу. На сьогодні більш актуальними є інноваційні методи мотивації, які орієнтовані на функціонування підприємства в епоху інформаційної економіки та націлені на те:

- що результати роботи компанії безпосередньо залежать від взаємодії між співробітниками, від командної роботи, а не тільки від індивідуальних досягнень;

- щоб довести, що мотивація через заробітну платню висвітлює принцип «добре виконана робота гідно винагороджується, тим самим сприяючи підвищенню ефективності виконання інших завдань»;

- що співробітники, які роблять найбільший внесок у досягнення стратегічних цілей організації, заслуговують найбільшої винагороди;

- щоб побудувати мотиваційну систему, яка би максимально відповідала реалізації всього комплексу організаційних цілей.

Революційна зміна технологій на користь таких, що спираються на високий рівень інтелектуальних ресурсів, і пов'язана із цим жорстка конкуренція, стають найважливішими факторами, що визначають успішність діяльності підприємства. У зв'язку із цим рівень інтелектуального потенціалу окремих підприємств і країни в цілому стає найважливішим фактором соціального розвитку та ключовою умовою економічної самостійності держави [3].

На підприємствах за допомогою новітніх підходів потрібно запроваджувати визначення разом з працівниками їх певних кар'єрних цілей та етапів професійного зростання, обговорювати та відвідувати навчальні програми. В такому разі співробітники будуть більше віддані підприємству, а ефективність їх роботи зростатиме. До новітніх методів підвищення продуктивності праці можна віднести і додаткову освіту працівників. Як показує зарубіжний досвід, якщо робітник підвищує свою кваліфікацію, то його нові досвід і навички позитивно відображаються на його продуктивності.

Одним з найпопулярніших у світі видів навчання персоналу є навчання за кордоном. У міжнародних компаніях, наприклад, німецьких, використовують дві форми навчання персоналу за кордоном: практика на виробництві й обмін досвідом. Навчання персоналу німецькі компанії проводять в 156 країнах світу, але основна частина працівників навчається в США, Франції, Англії та Японії. Такий метод мотивації та розвитку персоналу, на нашу думку, є позитивним і перспективним з огляду на можливості підвищення продуктивності праці [4].

Серед нових методів підвищення продуктивності праці, які відповідають усім вимогам сучасного світу, можна відзначити раціонально організований відпочинок працівників. З першого погляду, даний метод не викликає довіри, проте його ефективність підтверджується на практиці. Працівники часто не встигають впоратися з завданням керівництва протягом робочого дня. Багато хто витрачає на роботу більше часу, ніж вона вимагає. Однак продуктивність праці від цього не збільшується. Працювати можна не більше 5 годин у день і встигати виконувати ту саму роботу. Причому, найкращим способом виконувати більше роботи є збільшення часу призначеного саме на відпочинок. Дослідження багатofункціональності працівника показують, що стратегічне відновлення – в тому числі щоденна зарядка на роботі, короткий денний сон, більше годин нічного сну, більше часу за межами офісу і більш тривалі і часті відпустки – підвищують продуктивність і ефективність роботи, і, звичайно, здоров'я самого працівника.

На сьогоднішній день багато підприємств світу, включно з такими відомими компаніями, як Google, Coca-cola, GreenMountainCoffee, ClevelandClinic і Genentech, використовують дану методику. Сила відновлення займає центральне місце у процесі роботи. Найкращий результат досягається за допомогою так званих кімнат «відновлення», для яких у компаніях відводять окремий простір, потрібний для їх облаштування. В цих кімнатах співробітники можуть спати, медитувати або просто відпочити [5].

Висновки. Провівши дослідження можемо стверджувати що, потреба у підвищенні продуктивності праці на підприємствах є досить стабільною, що пов'язано з динамічними змінами навколишнього середовища їх господарювання. Існуючі підходи до підвищення продуктивності праці персоналу можна і потрібно оновлювати та урізноманітнювати. Обрати правильний метод для підвищення продуктивності праці можна визначивши на

конкретному підприємстві, що краще всього відповідає сучасній ситуації, характеру виробництва, певній галузі промисловості, рівню кваліфікації різних категорій персоналу. Однією з головних та найважливіших загальногосподарських та галузевих функцій в умовах вітчизняних ринкових відносин є раціональне використання трудових ресурсів на всіх рівнях національної економіки, що сприятиме виготовленню конкурентоспроможної продукції, поліпшенню економічної діяльності і зростанню прибутків працівників, що буде слугувати для них додатковою мотивацією. Реалізація цих завдань є не можливою без підвищення продуктивності та ефективності праці

Список використаних джерел:

1. Електронний ресурс // Режим доступу : <http://eztuir.ztu.edu.ua/6222/1/41.pdf>.
2. Яценко О.І. Резерви зростання продуктивності праці на промислових підприємствах // Науковий вісник. – 2010. – 17. – С. 271–275.
3. Модернізація вищої освіти та проблеми управління якістю підготовки фахівців. Теоретико-методологічні та практичні проблеми підготовки фахівців за ступеневою системою освіти / VIII Всеукр. наук. – метод. конф., 23 вересня 2010 р. : [матеріали] / редкол. : О.І. Черевко [та ін.]. – Харків : ХДУХТ, 2010. – 433 с.
4. Електронний ресурс // Режим доступу : <http://ipress.ua/mainmedia/vidpochynok>.
5. Електронний ресурс // Режим доступу : <http://ua.korrespondent.net/journal/1321991>.

Євтухов С.А.

студент,

Науковий керівник: Ковальська К.В.

кандидат економічних наук, доцент,

Фінансово-правовий коледж

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ ЗА УМОВ НЕЧІТКИХ ВИХІДНИХ ДАНИХ

В умовах ринкової економіки ефективному розміщенню інвестиційних ресурсів приділяється велика увага, оскільки це дозволяє суб'єктам бізнесу домагатися конкурентних переваг у боротьбі за виживання таспоживача. Важливою умовою прийняття раціональних інвестиційних рішень є володіння більш повною і точною інформацією про предмет рішення і його наслідок. Однак, як і всі інші ресурси, інформація, як правило, обмежена, тому більшість рішень приймається в умовах неповної поінформованості. Наслідком прийняття рішень в даних умовах є невизначеність результатів, тобто ризик. З іншого боку, ризик викликаний спонтанним і суперечливим характером процесів, які протікають в складних соціально-економічних системах, їх неможливо адекватно і вичерпно описати [1]. Тому виникає потреба у переосмисленні теорії прийняття інвестиційних рішень з урахуванням ризику і невизначеності, уточненні цих понять, а також розвиток методів аналізу, оцінці комплексного врахування цих першорядно важливих явищ. Врахувавши неповноту та неточність проектної інформації, інвестор зможе прийняти раціональне рішення.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення можливостей застосування нечіткої логіки як інструменту оцінки доцільності впровадження інвестиційного проекту в умовах неповноти та неточності вихідних даних та, як наслідок, прийняття вигідного інвестиційного рішення.

Результати дослідження. Реалізованість та ефективність проекту залежать від умов його впровадження. Тому ми говоримо про наявність невизначеності тоді, коли заздалегідь

відомо, що проект може реалізуватися в різних умовах, але невідомо, в яких саме. Отже, невизначеність – це неповнота і неточність інформації про умови реалізації проекту. Найбільш небезпечні істотні негативні зміни умов реалізації – в цьому випадку виникає небезпека припинення проекту або його значного коригування. Можливість таких змін зазвичай трактується як ризик. Під ризиком розуміється можливість виникнення таких умов, які призведуть до негативних наслідків для всіх або окремих учасників проекту [2].

Розрізняють прості (статистичні) і ускладнені методи оцінки, засновані на теорії часової вартості грошей (динамічні). Статистичні методи оцінки дають змогу встановити пріоритетні варіанти здійснення інвестиційних проектів, але вони не дозволяють приймати по них рішення. Який би показник ми не використовували в даному випадку, він враховуватиме тільки одне порівнюване значення. Статистичні методи оцінки мають обмеження, оскільки не враховують фактор часу. Їх перевага полягає в простоті розрахунку, а це в умовах реальних економічних процесів дає певну інформацію для прийняття рішень з інвестиційних проектів на початковій стадії [3].

Інвестиції, матеріальну основу яких складають гроші, мають тимчасову цінність. Вона характеризується тим, що грошові кошти в даний момент і через певний інтервал часу при рівній номінальній вартості мають абсолютно різну купівельну спроможність. У зв'язку з цим виникає необхідність оцінки інвестицій за допомогою методів, що базуються на дисконтуванні. Як показують дослідження, за кордоном найбільш часто використовуються два основні показники: чистий приведений дохід (net present value, NPV) і внутрішня норма прибутковості (internal rate of return, IRR) [4].

Однак, на сьогоднішній день традиційний підхід до розрахунку дисконтних параметрів піддається цілком заслуженій критиці, з огляду на те, що значення майбутніх доходів, витрат і процентних ставок є невизначеними величинами. При цьому мають місце невизначеності, що не можуть бути адекватно описані в теоретико-імовірнісних термінах. Тому зарубіжними і вітчизняними дослідниками були розроблені методи оцінки ефективності і ризику інвестиційних проектів на основі апарату нечітких множин.

Їх використання припускає формалізацію початкових параметрів і цільових показників ефективності інвестиційного проекту у вигляді вектора інтервальних значень (нечіткого інтервалу), попадання в кожен інтервал якого характеризується деяким ступенем невизначеності. Здійснюючи арифметичні та інші операції з такими нечіткими інтервалами за правилами нечіткої математики, можна отримати результуючий нечіткий інтервал для цільового показника. Метод формує повний спектр можливих сценаріїв розвитку інвестиційного проекту таким чином, що інвестиційне рішення приймається на основі всієї сукупності оцінок ефективності.

Нечітко-інтервальний метод дозволяє отримати очікувану ефективність проекту як у вигляді точкового значення, так і у вигляді безлічі інтервальних значень зі своїм розподілом можливостей.

Метод не потребує абсолютно точного завдання функцій приналежності, оскільки результат характеризується низькою чутливістю до зміни виду функцій належності вихідних нечітких чисел, що в реальних умовах низької якості вихідної інформації робить застосування даного методу більш привабливим;

Реалізація нечітко-інтервального методу надає широкі можливості для застосування даного методу в інвестиційному аналізі [5].

Подальші перспективи дослідження даної проблеми полягають у вдосконаленні математичного апарату оцінки привабливості інвестиційного проекту, адже розрахунки є досить трудомісткими, а результати – недостатньо чіткими. Крім того, є потреба в автоматизації даних розрахунків за допомогою комп'ютерних технологій.

Висновки. Застосування нечітко-інтервальних моделей дозволяє вирішити низку проблем, практично нерозв'язних у рамках класичного теоретико-імовірнісного підходу. Зокрема, з'являється можливість безпосереднього проведення арифметичних операцій з

параметрами, заданими в нечітко-інтервального формі. Також з'являється можливість опису невизначеностей, які мають суб'єктивну природу, що є вкрай важливим при прогнозах, що стосуються майбутніх подій.

Список використаних джерел:

1. Вартанян В, Ревенко Д., Лыба В., Неопределенность в экономических процессах : факторы возникновения и методы ее описания – Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі : проблеми теорії та практики, 2009. № 2 (6). – С. 68–71.
2. Виленский П.Л., Лившиц В.Н., Смоляк С.А.-Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика : Учебное пособие – М. : Дело, 2002 – 888 с.
3. Кангро, М.В. Методы оценки инвестиционных проектов : учебное пособие / М.В. Кангро. – Ульяновск : УлГТУ, 2011. – 131 с.
4. Дилигенский Н.В., Дымова Л.Г., Севастьянов П.В. Нечеткое моделирование и многокритериальная оптимизация производственных систем в условиях неопределенности : технология, экономика, экология М. : «Издательство Машиностроение – 1», 2004. – 286 с.
5. Деревянко П.М. Оценка проектов в условиях неопределенности [Электронный ресурс] // Режим доступа : http://www.cfin.ru/finanalysis/invest/fuzzy_analysis.shtml.

Лаптева В.О.

студентка,

Фінансово-правовий коледж

РОЗВИТОК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

Ефективна та поступова розбудова сучасної України неможлива без її динамічного економічного розвитку. Такий розвиток, як правило, все більше спирається на створення та впровадження в господарській та соціальній інфраструктурі різнопланових об'єктів інтелектуальної власності, охорону і захист прав вчених, інженерів, винахідників. Досвід країн із розвинутою економікою підтверджує, що інтелектуальна діяльність, новаторство та креативність технічних рішень здебільшого визначають стратегію і тактику стрімкого й комплексного розвитку держави, високий технічний рівень виробництва, інтеграцію наукової, технологічно складової промисловості.

Інтелектуальна власність у широкому розумінні означає закріплені законом права на результати інтелектуальної діяльності у виробничій, науковій, літературній і художній областях [5, с. 172].

Інтелектуальна діяльність – це творча діяльність, а творчість – це цілеспрямована розумова робота людини, результатом якої є щось якісно нове, що відрізняється неповторністю, оригінальністю, унікальністю. Чим вищий інтелектуальний потенціал індивідуума, тим цінніші результати його творчої діяльності – інтелектуальна власність [6, с. 19].

Визнання інтелектуальної діяльності такою, яка забезпечує успішний розвиток усіх інших форм суспільно-корисної діяльності, зумовлює необхідність зосередити державні можливості – матеріальні ресурси та кошти на всебічному розвитку інтелектуальної діяльності. Наша держава розвивається в часи активної, динамічної інтелектуальної діяльності. І це зумовлює стратегію і тактику її соціально-економічного розвитку як європейської держави. Рівень творчої діяльності наших співвітчизників, її масштаби визначатимуть не тільки рівень добробуту українського народу, а й, передусім, нашу політичну й економічну незалежність, наш суверенітет і територіальну

цілісність, безпеку і авторитет України на міжнародному рівні та інші параметри престижу і процвітання української нації. Реформування та економічний підйом вітчизняного виробництва повинні базуватися на глибоко продуманій, креативній економічній політиці у сфері використання інтелектуального потенціалу вітчизняної економіки, спрямованості на створення необхідних умов для стабільного примноження та розвитку інтелектуальної власності як найвищої і найпрогресивнішої форми економічних відносин у ринкових умовах.

З'являється все більше доказів, які підтверджують, що зміцнення прав інтелектуальної власності є важливим фактором економічного розвитку країни, передання технологій, зростання цінності інновацій. Права інтелектуальної власності приваблюють прямі іноземні інвестиції і сприяють науково-дослідницькій діяльності та переданню технологій у країнах, що розвиваються [3]. Права інтелектуальної власності – це також важлива складова діяльності багатьох підприємств, яка забезпечує зростання додаткової вартості роботи та розвитку зовнішньої торгівлі.

Широкий спектр досліджень в галузі економіки, проведених неурядовими, урядовими організаціями та бізнесом, підтверджує, що ті галузі, які спираються на охорону інтелектуальної власності, роблять важливий внесок в економіку країн. Наприклад, нещодавнє дослідження, проведене Всесвітньою організацією охорони інтелектуальної власності, показує, що галузі, які залежать від охорони авторських прав, забезпечують 2,85 % ВВП України. Хоча ця частка може здаватись незначною, порівняно з часткою основних галузей, таких як обробна промисловість (14,53 %), торгівля (12,69 %) та транспортні послуги і пов'язані з ними види діяльності (10,75 %), вона все одно є вагомою, оскільки є близькою до частки інших важливих галузей, таких як електроенергетика, газифікація та водопостачання (3,44 %), охорона здоров'я та соціальна допомога (3,14 %), будівництво (3,71 %) [4].

Існують також й інші показники, які свідчать про роль пов'язаних з авторським правом галузей промисловості для економіки України. В Україні галузі, пов'язані з авторським правом, забезпечують робочими місцями близько 400 000 осіб, і це перевищує внесок у працевлаштування багатьох інших важливих галузей [1, с. 192].

Незважаючи на те, що в Україні існує система охорони прав інтелектуальної власності, яка відповідає міжнародним стандартам, необхідно вирішувати на законодавчому рівні питання наближення до законодавства Євросоюзу в сфері охорони промислової власності, а саме у сфері: попередження порушень прав винахідників непрямого використання винаходів, ліцензування, перехресного ліцензування, запровадження податкових пільг не тільки для винахідників, а й для підприємців, що будуть використовувати винахід [2, с. 7].

Переваги більш розвиненого режиму охорони інтелектуальної власності для економіки України є незаперечними. Існує тісний взаємозв'язок між ефективністю охорони прав інтелектуальної власності та економічними показниками країни. Система охорони прав інтелектуальної власності суттєво впливає на показники економічного зростання у кожній країні, на прямі іноземні інвестиції, зайнятість, інновації та загальну конкурентоспроможність. Таким чином, запровадження надійного режиму охорони прав інтелектуальної власності та правозастосування є ключовими для досягнення країною свого економічного потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Бошицький Ю.Л. Проблеми правотворення в сфері охорони інтелектуальної власності в Україні // Часопис Київського університету права. – 2010. – № 3 – С. 192–196.
2. Бошицький Ю.Л. Удосконалення національного законодавства в сфері інтелектуальної власності : проблеми та перспективи // Законодавство України : проблеми та перспективи розвитку : Зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф. / НАН України, Київський

ун-т права ; редкол : Шемшученко Ю.С., Бошицький Ю.Л., Чернецька О.В. та ін. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2011. – С. 7–11.

3. Міжнародна торгова палата. Інтелектуальна власність: рушійна сила інноваційної діяльності та економічного зростання // http://www.iccwbo.org/data/documents/intellectual-property/ip_powerhouse-for-innovationand-economic-growth/, 2011.

4. Роль пов'язаних з авторським правом галузей в економіці України, ВОІВ // http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/copyright/1017/wipo_pub_1017.pdf, 2008.

5. Цибульов П.М. Основи інтелектуальної власності // П.М. Цибульов. – К., 2005. – 172 с.

6. Шишка Р.Б. Охорона права інтелектуальної власності // авторсько-правовий аспект. – Харків, 2002. – С. 19.

Недєліна Л.Р.

студентка,

Університет економіки та права «КРОК»

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ: ВІД ТРАДИЦІЙНОГО ДО СУЧАСНОГО

Глобалізаційні процеси в світовій економічній системі та розвиток практики менеджменту призводить до відповідної зміни у розвитку теорії менеджменту. Менеджмент розглядається як наукова дисципліна, що має свій предмет, методи дослідження та сукупність аналітичних концепцій. Він визначається як інтеграційний процес, за допомогою якого професійно підготовлені спеціалісти формують організації та керують ними шляхом постановки цілей та розробки засобів їх досягнення [1].

Сучасна система поглядів на управління сформувалася під впливом змін у світовому суспільному та економічному розвитку. У другій половині ХХ ст. країни-лідери вступили у постіндустріальну епоху, що було зумовлено прискоренням науково-технічного прогресу і концентрацією наукового і виробничого потенціалу. З'явилися нові можливості для зростання бізнесу, особливо в галузях, що орієнтувалися на задоволення безпосередніх потреб людей. Середовище господарювання ускладнилося, стало динамічнішим унаслідок появи значної кількості малих і середніх фірм, що працювали у вузьких ринкових нішах. Істотного значення в цих умовах набули такі характеристики бізнесу як гнучкість, динамічність, адаптивність. Виникла потреба в нових методах управління, які б враховували сучасні реалії [2]. Необхідність адаптації традиційних підходів менеджменту до сучасного світу визначає актуальність дослідження концепцій менеджменту та пошуку найбільш ефективної системи управління.

Вивченню процесу менеджменту присвятили роботи такі сучасні дослідники та науковці як Висоцька Г.В., Дахно І.І., Коллінз Д., Коттер Д.П., Киржнер Л.А., а також такі відомі постаті як Абрахам Маслоу – робота «Еупсихічний менеджмент» (1965), в якій були зібрані думки і статті, пов'язані з менеджментом та промисловою психологією, Таїті Оно – книга «Виробнича система Toyota» (1988), яка поклала початок концепції «Ощадливе виробництво», Фредерік Уїнслоу Тейлор – праця «Основи наукового менеджменту» (1911), Ансофф І., Друкер П. Ф., Кові С., Мінцберг Г. та інші. Було проаналізовано, систематизовано та узагальнено ключові положення та теорії, однак мінливий економічний простір, НТП та зміна пріоритетів управління вимагають продовжити дослідження.

Сучасний менеджмент в значній мірі відрізняється від традиційного менеджменту. Традиційний менеджмент згідно з позицією сучасних дослідників засновано на поділі

процесу управління за функціями: планування, організація, мотивація, контроль, координація, регулювання [3, с. 119].

Традиційний менеджмент зазвичай пов'язують з ім'ям Анрі Файоля (1841–1925). Саме Файоль сформулював 14 принципів управління, що можуть бути застосовані до всіх без винятку сфер організаційної діяльності. Ці принципи Файоль поділяв на три групи (таблиця 1).

Таблиця 1

14 принципів управління Анрі Файоля

Структурні принципи	Принципи процесу	Принципи результату
1. Розподіл праці; 2. Єдність мети і керівництва; 3. Співвідношення централізації і децентралізації; 4. Влада і відповідальність; 5. Ланцюг команд;	1. Справедливість; 2. Дисципліна; 3. Винагорода персоналу; 4. Корпоративний дух; 5. Єдність команд; 6. Підпорядкування індивідуальних інтересів спільному інтересу;	1. Порядок; 2. Стабільність або стійкість посад особового складу; 3. Ініціатива.

Джерело: складено автором на основі [4]

Однак універсальність підходів традиційного менеджменту не завжди ототожнюється з їх ефективністю, особливо в умовах інноваційного розвитку підприємств. Сучасний менеджмент висуває на перше місце не внутрішні чинники – раціональну організацію виробництва, зниження витрат, а проблему чіткості і адаптації до мінливих умов зовнішнього середовища [5].

Пітер Ф. Друкер (1909–2005), один з найвпливовіших теоретиків ХХ століття в галузі управління, вважав що: «Уміння приймати правильні рішення – найважливіша навичка для всіх рівнів менеджменту».

Найбільш суттєвим внеском ученого в теорію менеджменту є розробка концепції управління за метою. Тобто, управління здійснюється згідно з визначеними завданнями організації. Лише після розробки їх можна визначити функції, систему і методи взаємодії елементів процесу управління. Це суперечило логіці, що діяла з часів А. Файоля, відповідно до якої на перше місце ставилися функції і процес управління [6].

В теорії менеджменту термін «стратегія» трактується як модель дій, набір правил і прийомів, за допомогою яких досягають довгострокових цілей розвитку організації. Наприклад, Генрі Мінцберг зробив висновок, що стратегія – це принцип поведінки або слідування певній моделі поведінки. Він визначає стратегію як комбінацію п'яти «П»: план, принцип, позиція, перспектива, прийом [7, с. 10].

На думку Г. Мінцберга: «...і самі управлінці, і суспільство в цілому сприймають менеджмент скоріше як науку або як професію, якої можна навчитися в стінах університету. Тоді як менеджмент – це найтонше мистецтво, оволодіти яким без досвіду неможливо. Тільки з досвідом може прийти розуміння нескінченних нюансів управлінського процесу, здатність вписувати власні знання в заданий контекст» [8, с. 12].

Сьогодні керівник не зобов'язаний знати все те, що знає його підлеглий. Керівники стають більш залежними від працівників, працівники – менш залежними від керівників: обидві сторони усвідомлюють ці зміни. За таких умов працівники стають партнерами, а з партнерами треба вміти домовлятися. Це робить сучасний менеджмент дуже схожим на маркетингову діяльність – керівник має визначити потреби інших людей та продати їм свою ідею. Іншими словами, для кожної групи працівників існують свої методи управління [8, с. 51].

Таблиця 2 демонструє ключові завдання менеджера на думку трьох видатних теоретиків та практиків менеджменту різних періодів.

Таблиця 2

Ключові завдання менеджера

Анрі Файоль	Пітер Друкер	Генрі Мінцберг
<ul style="list-style-type: none"> - Прогнозування та планування; - Організація діяльності; - Регулювання; - Контроль. 	<ul style="list-style-type: none"> - Встановлення цілей; - Організація діяльності; - Мотивація та комунікація; - Оцінка результатів; - Розвиток. 	<ul style="list-style-type: none"> - Структурування та планування; - Комунікація та контроль; - Лідерство та зв'язок; - Відповідальність за результати.

Джерело: складено автором на основі [9]

За результатами теоретичного дослідження розвитку концепцій менеджменту можна зробити наступні висновки та узагальнення:

1) Оскільки менеджмент розглядається як наукова дисципліна, підходи до його вивчення мають базуватися на системному аналізі існуючих теорій, методів та наукових точок зору теоретиків та практиків;

2) Методи традиційного менеджменту поступово втрачають свою ефективність, особливо в умовах інноваційного розвитку підприємств;

3) Поглиблюючись у теоретичний аналіз, необхідно пам'ятати, що ефективність менеджменту як процесу може бути підтверджена лише на практиці. Існує висока вірогідність, що теоретична концепція не дасть бажаного ефекту у реальному житті;

4) Завідомо хибною є спроба знайти єдино правильну концепцію ефективного управління, адже її не існує і не може існувати через мінливість економічного простору, різницю в свідомості людей та специфіку управління у різних сферах та галузях;

5) Гнучкість, динамічність, адаптивність – ключові якості, які мають використовувати в управлінні сучасні менеджери. Підприємство, стратегічне планування якого не враховує необхідність пристосовуватися до змін у кон'юнктурі ринку та мінливих умов зовнішнього середовища буде програвати у порівнянні з конкурентами;

6) Процес управління повинен будуватися згідно з визначеними завданнями організації. Лише тоді можна визначати функції, систему і методи взаємодії елементів управління. У сучасному менеджменті акцент робиться не на сам процес управління, а на досягнутий результат.

Список використаних джерел:

1. Комарницький І.Ф. Економічна теорія : Навч. посіб. – Чернівці : «Буковина», 2006. – 334 с. : [Електронний документ]. Режим доступу : buklib.net/books/21860/.
2. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент : Учебник. – 3-е изд. – М. : Экономика, 2003. – 528 с.
3. Рудько, В.А. Менеджмент : навч. посібник / В.А. Рудько, С.О. Гуткевич. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.
4. Ліпкан В.А. Теорія управління в органах внутрішніх справ : Навчальний посібник / За ред. В.А. Ліпкана. – К.: КНТ, 2007. – 884 с.
5. Воробйов Є.М. Економічна теорія Посібник вищої школи / Воробйов Є.М., Гриценко А.А., Лісовицький В.М., Соболев В.М. ; під заг. ред. Є.М. Воробйова. – Харків – Київ, 2003. – 704 с. : [Електронний документ]. Режим доступу : library.if.ua/books/65.html.
6. Прищак М.Д. Психологія управління в організації : навчальний посібник / М.Д. Прищак, О.Й. Лесько. – Вінниця, 2013. – 141 с.
7. Горелов Д.О. Стратегія підприємства Д.О. Горелов, С.Ф. Большенко. – Харків : Вид-во ХНАДУ, 2010. – 133 с.

8. Бардась А.В. Менеджмент : навч. посіб. для студентів ВНЗ / А.В. Бардась, М.В. Бойченко, А.В. Дудник ; Держ. вищ. навч. закл. «Нац. гірн. ун-т». – Дніпропетровськ : Герда, 2014. – 343 с.

9. Birkinshaw JM ; Ansari S. Management Models and Business Models : In Saebi T, Foss N eds., Business Model Innovation : The Organisational Dimension, OUP, 2014.

Петрук Т.Ю.

студентка,

Науковий керівник: Ковальська К.В.

кандидат економічних наук, доцент,

Фінансово-правовий коледж

СТВОРЕННЯ СПРИЯТЛИВОГО КЛІМАТУ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ

Проблема інвестування досить гостро стоїть у більшості країн світу, для України вона також є надзвичайно актуальною. За умови гострої нестачі власних економічних ресурсів, у першу чергу, фінансових, необхідних для відновлення національного виробництва, стабільного економічного розвитку країни, проведення структурної перебудови та розв'язання проблем інтеграції України в світові економічні системи, важливого значення набувають питання залучення зовнішніх джерел фінансування [3].

В сучасних умовах досягти сталого економічного розвитку можна лише здійснивши структурні зрушення у господарському комплексі України. Враховуючи, що інвестиції виступають дієвим важелем здійснення структурної перебудови економіки, розв'язання соціальних і економічних проблем, то ключовими завданнями державного управління є покращення інвестиційного клімату, активізація інвестиційної активності, накопичення інвестиційних ресурсів та їх концентрація на пріоритетних напрямках розвитку економіки [1].

Інвестиційний клімат держави – це сукупність політичних, правових, економічних та соціальних умов, що забезпечують та сприяють інвестиційній діяльності вітчизняних та закордонних інвесторів [2].

Інвестиційний клімат безпосередньо впливає на основні показники соціально-економічного розвитку країни. Позитивний інвестиційний клімат сприяє вирішенню соціальних проблем, забезпечує високий рівень зайнятості населення, дозволяє оновлювати виробництво, проводити модернізацію й нарощування основних фондів підприємств, впроваджувати новітні технології тощо. Отже, в даний час стабілізація інвестиційного клімату є найважливішим завданням для України [2].

Для активізації притоку іноземних інвестицій в Україну важливими є такі складові:

Однією із основних складових формування сприятливого інвестиційного клімату є забезпечення доступності кредитів для позичальників шляхом зниження їх вартості. Цього можна досягнути шляхом перегляду існуючої системи резервування коштів комерційних банків у напрямі зниження норми резервування. При цьому важливо створити стимулюючу систему обов'язкового резервування для банків, що активно займаються інвестиційним кредитуванням. В Україні норми резервування в середньому становлять 6–8 відсотків залучених коштів і не враховують індивідуальних показників, діяльності банків: якості кредитного портфеля, напрямів кредитних вкладень [4].

Необхідно створити сприятливий інвестиційний клімат не тільки для іноземних інвесторів, але й для вітчизняних. І мова не про те, щоб дати їм гроші на здійснення

інвестицій. Приватному капіталу також потрібні гарантії від примусових вилучень і свавілля влади, система страхування від некомерційних ризиків, а також стабільні умови роботи при здійсненні довгострокових інвестицій [4].

Не менш важливим є й забезпечення реального дотримання міжнародних договорів і виконання рішень іноземних арбітражів.

Не сприяє створенню позитивного інвестиційного клімату і слабка система правового і економічного захисту інвесторів, втручання органів влади у перерозподіл клієнтури між окремими банками а також розвиток земельного законодавства у напрямку вирівнювання прав вітчизняних і зарубіжних інвесторів. Судові справи розтягуються на роки, часто рішення судів просто ігноруються [5].

Слід зазначити, що українське законодавство нестабільне, складне для розуміння та непрозоре, що сприяє його довільній інтерпретації та створює передумови для бюрократії та корупції [5].

Потребує перегляду і удосконалення фіскальна політика держави.

Довгострокові цілі із залучення зовнішніх інвестицій потребують постійних зусиль із формування привабливого іміджу країни. Необхідно сформулювати й широко висвітлювати державну політику та готовність уряду вживати радикальних заходів, орієнтованих на ринкову економіку; публічно підтримувати інвестиційну діяльність [4].

Можливості вітчизняного інвестування стримує жорсткий порядок оподаткування довготермінових інвестиційних проектів, який передбачає сплату банком-інвестором податку в процесі інвестування, коли проект ще не дає віддачі, а тільки витрати. Така практика штучно завищує вартість проекту і знижує його ефективність [1].

Прямі іноземні інвестиції (акціонерний капітал) з країн світу в економіці України

	Обсяги прямих інвестицій на 01.04.2014 (млн.дол. США)	У % до підсумку
Усього	52179,4	100,0
у тому числі		
Кіпр	16533,6	31,7
Німеччина	6033,3	11,6
Нідерланди	5522,8	10,6
Російська Федерація	3537,8	6,8
Австрія	2890,8	5,5
Велика Британія	2400,6	4,6
Віргінські Острови (Брит.)	2224,8	4,3
Франція	1782,7	3,4
Швейцарія	1319,6	2,5
Італія	1101,2	2,1
США	919,9	1,8
Беліз	857,2	1,6
Польща	803,4	1,5
Інші країни	6251,7	12,0

Дані наведено наростаючим підсумком з початку інвестування.

Перелік країн визначено, виходячи з найбільших обсягів інвестицій, що вкладені в економіку України [6].

Інвестиційне співробітництво Україна-ЄС

Обсяг залучених з початку інвестування прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) в економіку України на 31 грудня 2014 р. становив 45916,0 млн. дол. США (в розрахунку на одну особу населення складає 1072,0 дол. США).

Із країн ЄС із початку інвестування внесено 35575,5 млн. дол. США інвестицій (77,5 % загального обсягу акціонерного капіталу). У 2014 р. в економіку України інвесторами з ЄС вкладено 1810,3 млн.дол. США прямих інвестицій (акціонерного капіталу). Зменшення капіталу за цей період становить мінус 10 146,2 млн. дол. США, (у т.ч. за рахунок курсової різниці – мінус 9379,9 млн. дол. США).

Основними інвесторами з Євросоюзу є Кіпр – 13710,6 млн.дол.США, ФРН – 5720,5 млн.дол.США, Нідерланди – 5111,5 млн.дол.США, Австрія – 2526,4 млн. дол. США, Велика Британія – 2145,5 млн. дол. США, Франція – 1614,7 млн. дол. США та Італія – 999,1 млн. дол. США [3].

Прямі іноземні інвестиції ЄС в економіку України

Обсяг прямих інвестицій (акціонерного капіталу) з України в економіку країн світу на 31 грудня 2014 р. становив 6352,2 млн. дол. США, у т.ч. у країни ЄС – 6035,8 млн. дол. США (95,0 % загального обсягу), в інші країни світу – 316,4 млн. дол. (5,0 %).

Прямі інвестиції з України здійснено до 46 країн світу, переважна їхня частка спрямована до Кіпру (91,6 %).

Вимоги українських прямих інвесторів за борговими інструментами до підприємств прямого інвестування за кордоном на 31 грудня 2014 р. становили 206,4, млн. дол. США [3].

Отже, не зважаючи на незначне поживлення інвестиційної діяльності, інвестиційний клімат залишається несприятливим через політичну та економічну нестабільність, криміногенну ситуацію в державі, недосконалу податкову систему, відсутність належних гарантій інвесторам, корупцію, низький рівень використання новітніх технологій та конкурентоспроможності вітчизняних товарів, який відвертає увагу іноземних інвесторів і значно перевищує значимість багатих природних ресурсів, науково-технологічного потенціалу, кваліфікованої і відносно дешевої робочої сили та інших факторів в очах іноземних інвесторів, які перш за все керуються власними інтересами і ставлять собі за мету отримати максимальний прибуток. Тому Україна має зробити все можливе для того, щоб покращити своє загальне становище і зайняти гідне місце розвинутої європейської держави на ряду з провідними країнами світу [1].

Основним завданням регулювання інвестиційної діяльності має стати: створення сприятливого інвестиційного середовища шляхом стимулювання національних інвесторів здійснювати інвестиції; концентрація грошових потоків на пріоритетних напрямках розвитку економіки; акумуляція достатнього обсягу фінансових ресурсів у провідних банках країни; забезпечення доступності кредитів для позичальників шляхом зниження їх вартості; забезпечення пріоритетного виділення кредитних ресурсів на пільгових умовах рефінансування банкам, які кредитують високоефективні інвестиційні проекти тощо [4].

Список використаних джерел:

1. <http://intkonf.org/ruda-ol-investitsiyinyi-klimat-ukrayini-ta-problemi-yogo-formuvannya/>.
2. Прямі іоземні інвестиції (акціонерний капітал) з країн світу в економіці України[електронний ресурс]-Державна служба статистики.
3. Європейська Бізнес Асоціація[сайт]<http://www.eba.com.ua/>.
4. <http://unesco.mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/economic-cooperation/invest-climat>.
5. Правик Ю.М. Стратегічні напрямки залучення і використання іноземних інвестицій // Інвестиції : практика та досвід.
6. <http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/zed/ukr/1171.html>.

ЛОГІСТИКА ТА ТРАНСПОРТ

Алієв Ф.М.

здобувач,

Харківський національний аграрний університет імені В.В. Докучаєва

МЕТОДИ ОЦІНКИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

В теперішній час в умовах ринкової економіки основним завданням всіх взаємодіючих на аграрному ринку суб'єктів які пов'язані з підприємницькою діяльністю є мінімізація ризику та орієнтація на максимізацію потенційно можливого економічного прибутку.

Найбільш поширеним шляхом поліпшення показників виробничо-господарської діяльності сільськогосподарських підприємств є пошук резервів для їх розвитку. В основу даного шляху покладено розвиток логістичної системи сільськогосподарських підприємств.

Сучасне ринкове становище встановлює серйозні вимоги практично всім сільськогосподарським підприємствам. Відповідність стандартам, підвищення якості продукції, збалансована цінова політика, облік витрат і аналіз ефективності окремих замовлень та продукції – все це підлягає якісному результативному контролю. Для того, щоб підприємство могло своєчасно реагувати на актуальні вимоги ринку, потрібно підвищення прозорості його діяльності та загальної ефективності, щоб при мінімальних витратах можна було витримувати існуючу конкуренцію.

Для підтримки високої конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства потрібно постійно розвивати логістичну діяльність. Для того щоб визначити етап розвитку логістичної системи на підприємстві, потрібно проаналізувати наскільки добре вона працює в даний час. Досконало проведений аналіз логістичної системи дозволить визначити напрямок в якому слід вести її удосконалення.

Показники, отримані в ході цього дослідження, в стислій формі відображають загальний стан функціонування логістики на підприємстві. Такі показники аналізу логістичної діяльності можуть бути прямими і непрямими, абсолютними і відносними.

Аналіз логістичної діяльності дуже широкий і різноманітний та охоплює практично всі функціональні області логістики сільськогосподарського підприємства: план закупівлі матеріальних ресурсів; стан запасів, матеріально-технічних ресурсів; план реалізації готової продукції; використання основних засобів; загальний обсяг реалізації готової продукції; витрати, виручка і прибуток [1]. У загальному вигляді аналіз логістичної діяльності сільськогосподарського підприємства представлений на рис 1.

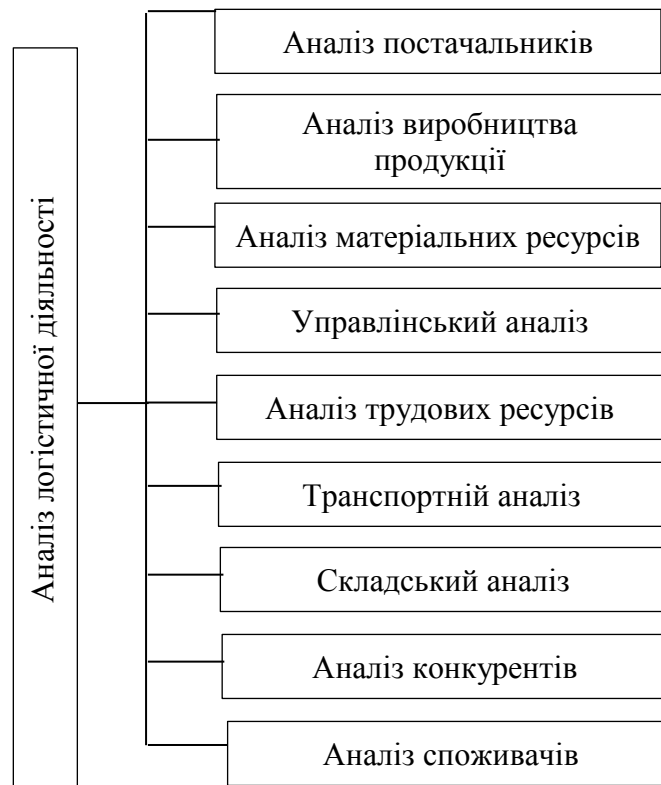


Рис. 1. Основні складові аналізу логістичної діяльності сільськогосподарських підприємств

Джерело: сформовано автором

Залежно від того, що піддається аналізу, використовують ті чи інші види показників.

Наприклад SWOT-аналіз логістичної діяльності сільськогосподарського підприємства який пов'язують з рядом «стратегічних» інструментів, вважають, що він допоможе прийняти більш тонкі стратегічні рішення і дозволить обґрунтувати їх. Та може бути використаний для формування тактичних рішень.

Так само використовують інші види логістичного аналізу: аналіз логістичних витрат, витрат на трудові, матеріальні, грошові, інформаційні ресурси.

Аналіз логістичних витрат виконується за такими формами витрат: витрати на закупівлю продукції, витрати на виробництво продукції, витрати на збут продукції.

Аналіз логістичних систем – це процес формування, дослідження, обґрунтування, прийняття рішень на підприємстві. Суть даного аналізу полягає в тому, щоб провести оцінку організаційно-економічного забезпечення логістичної діяльності, вирішити поставлені задачі, тобто ті задачі які важко сприймається. Для цього вони переробляються в серію завдань, які дозволяють знайти рішення, для управління та розвитку логістичної системи сільськогосподарського виробництва.

Серія завдань яка може сприяти досягненню поставленої мети та сприяти результативній оцінці організаційно-економічного забезпечення логістичної діяльності може бути наступна:

- 1) для того щоб визначити основні завдання, логістична система підрозділяється на складові елементи, які найбільше підходять для поставленої мети,
- 2) для вирішення окремих поставлених завдань відбираються, і використовуються найбільш підходящі спеціальні методи;
- 3) для вирішення загального завдання логістичної системи, об'єднують всі приватні рішення, перетворюючи все в єдиний ланцюжок.

Також основною складовою економічного забезпечення логістичної діяльності є аналіз логістичних витрат.

Логістичні витрати – це сума всіх витрат, які включають в себе: розміщення замовлення на поставку продукції, закупівлю, складування, внутрішнє і зовнішнє транспортування, зберігання основних засобів і готової продукції, відвантаження. Також вони включають витрати на приміщення, обладнання, персонал і запаси складу, інформаційне забезпечення.

До методу аналізу логістичних витрат належать:

- Бенчмаркінг (стратегічний аналіз витрат);
- Вивчення елементів витрат;
- Аналіз вартості;
- Функціональний аналіз вартості, який полягає в повному вивченні окремих етапів процесу виконання замовлень та з'ясовує можливість їх оптимізації [2].

Поняття логістика, логістичний аналіз є новим для нашої держави. Багато чого для не зрозуміло але взагалі, отримані в ході проведення аналізу логістичної діяльності фінансові показники визначаються досить легко, та дозволяють провести необхідне зіставлення отриманих результатів і отримати загальний висновок щодо поточного стану логістичної діяльності на підприємстві. При цьому слід враховувати результати минулого аналізу і більш ефективно реагувати на різні зміни та уникати проблем зарегульованості, неорганізованості, зайвої контрольованості з боку численних інстанцій.

Список використаних джерел:

1. Богдановская Л.В. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности / Учебник / Л.В. Богдановская, Г.Г. Виногоров. ; под общ. ред. Стражева В.И., Богдановской Л.А. – Минск : БГЭУ, 2008.
2. Блог Молодого аналитика. Анализ логистической деятельности. – [Електроний ресурс]. – Режим доступу : <http://humeur.ru>.
3. Сумець О.М. Критичний аналіз підходів до оцінки логістичної діяльності підприємств : препринт / О.М. Сумець. – Харків : КП «Міська друкарня», 2014. – 30 с.

Прозоров Р.Г.

аспірант,

Інститут тваринництва

Національної академії аграрних наук України

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА В ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Одним з найважливіших шляхів до успіху сільськогосподарського підприємства є наявність дій щодо ефективного використання товарно-матеріальних та інформаційних потоків, що будуть задовольняти потреби й сприяти досягненню поставленої мети. Кожне сільськогосподарське підприємство займається виробництвом продукції, зберіганням та реалізацією її, для задоволення потреб споживача. Споживачі завжди основа будь-якої діяльності, і, таким чином, реалізація готової продукції й отримання від цієї діяльності прибутку з мінімальними затратами, є головною метою діяльності. Це означає, що процес діяльності підприємства, повинен пройти немалий шлях від виробництва продукції до її реалізації споживачу що виконується з інформаційним забезпеченням. Тому, виникає необхідність аналізу інформаційної системи. Раніше було проведено аналіз розвитку логістичних систем в сільськогосподарських підприємствах з виробництва продукції скотарства в різних за розміром поголів'я та виробленої продукції. Встановлено, що застосування логістики значно підвищує рівень

продуктивності праці в підприємствах з виробництва продукції скотарства (5–9 %), половина (2,5–4,5 %) досягається за рахунок поширення логістики. Скорочення на 1 % логістичних витрат еквівалентне збільшенню обсягу продажів майже на 10 % [1].

Визначено, що застосування логістики впливає на виробництво та рівень споживання конкретної продукції скотарства на певних географічних територіях. Більшість виробників продукції скотарства знаходиться в віддалених (так званих ізольованих) районах і не завжди мають змогу доставляти молоко для реалізації в районних центрах у визначений час. Це призводить до зниження кількості виробництва продукції.

Визначено що в Харківській області працює 312 пунктів заготівлі молока від господарств населення, це в середньому по області лише один пункт на 6 сіл. або на 97,5 км².

При цьому стаціонарних пунктів з холодильним обладнанням є лише 89 або 29 %. Проаналізувавши сучасний стан розвитку Харківської області встановлено лише 25 молокопереробних підприємств.

Із них 53 % молокопереробних підприємств дотримується системи управління якістю та 72 % займається заготівлею продукції це 2 заготівельні молокозаводи на 1 район. На рисунку 1 розглянуто концентрацію виробництва, аналіз якої свідчить що 13 районів області знаходяться без заготівельних підприємств, при тому що в деяких районах кількість сільськогосподарських підприємств становить до 10, а виробництво та реалізація молока більше ніж в тих де є переробка що свідчить про збільшення витрат на транспортування.

Поставка свіжого молока від цих виробників в районі та обласні центри де знаходяться переробні підприємства не можлива з тих причин що: об'єми виробництва молока є не великими, і постачання швидкопсувної продукції на великі відстані в малій кількості, без спеціального устаткування є не ефективним, а якщо відкласти процес постачання на деякий термін, для накопичення продукції, призводить до зниження якості.

Спеціального обладнання і техніки потребує підготовка молока до реалізації, що обумовлено властивістю самого продукту швидко псуватися. Ефективність процесів очищення сирого молока, його охолодження та транспортування забезпечується використанням молокопроводів, очищувачів, сепараторів, танків, спеціально пристосованих до харчових продуктів єдностей тощо.

Ефективним шляхом розвитку молочної галузі є розробка стратегії з використанням методів логістики.

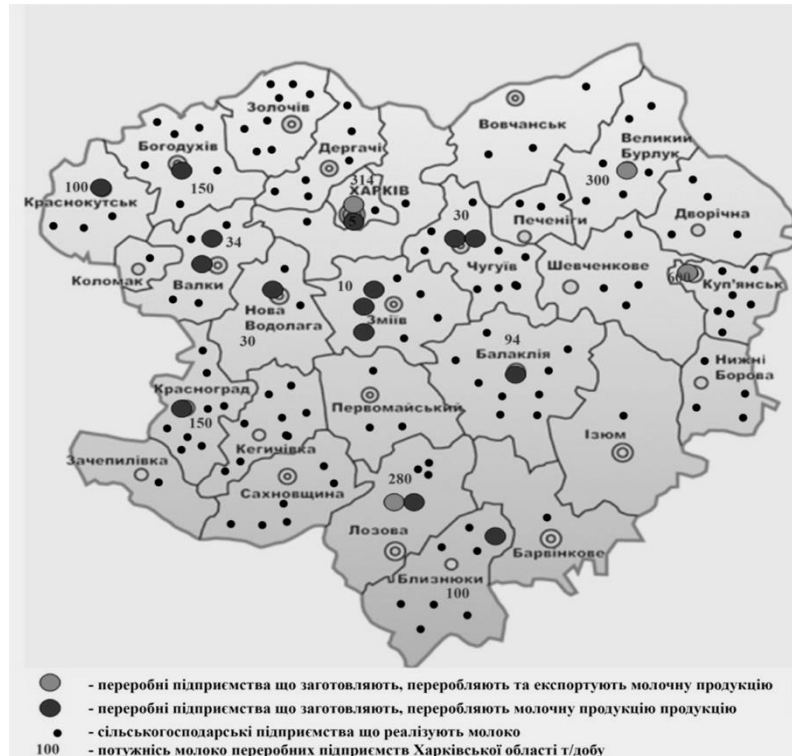


Рис. 1. Розташування переробних підприємств молочної продукції Харківської області

Джерело: сформовано автором за джерелом [2].

У розвинутих країнах логістичні центри забезпечують збір молока з віддалених пунктів, в пункт збору, після чого відправляють на переробне підприємство, молокозавод. Зазвичай молочні підприємства забезпечують селян спеціалізованими контейнерами, в якому ферми чи господар зберігають молоко.

Список використаних джерел:

1. Гуторов О.І. Формування логістичних систем у сільському господарстві : монографія / О.І. Гуторов, Н.В. Прозорова, Р.Г. Прозоров / Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Х. : ХНАУ, 2013. – 238 с.
2. Інформаційно-аналітичний портал про молоко і молочне скотарство [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://milkua.info/uk/>.

Наукове видання

ІННОВАЦІЙНА ЕКОНОМІКА

МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

Матеріали друкуються в авторській редакції

Дизайн обкладинки: А. Юдашкіна
Верстка: Н. Кузнецова

Контактна інформація організаційного комітету:
73005, Україна, м. Херсон, а/с 20,
Науковий журнал «Молодий вчений»
Телефон: +38 (0552) 399 530
E-mail: info@molodyvcheny.in.ua
www.molodyvcheny.in.ua

Підписано до друку 28.05.2015. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Bookman Old Style. Цифровий друк.
Умовно-друк. арк. 9,07. Тираж 100. Замовлення № 0515-151.
Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видавничий дім «Гельветика»
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.