

МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
**«АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ»**
(22-23 квітня 2016 року)

Івано-Франківськ
2016

УДК 338.24(063)
ББК 65.050.8я43
А 43

Актуальні питання менеджменту та маркетингу. Матеріали
А 43 Міжнародної науково-практичної конференції (м. Івано-Франківськ,
22-23 квітня 2016 року). – Херсон: Видавничий дім «Гельветика»,
2016. – 112 с.
ISBN 978-966-916-096-6

У збірнику представлені матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання менеджменту та маркетингу». Розглядаються загальні питання економічної теорії та історії економічної думки, світового господарства та міжнародних економічних відносин, економіки та управління підприємствами, інноваційної й інвестиційної діяльності, демографії, економіки праці, соціальної економіки і політики та інше.

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

УДК 338.24(063)
ББК 65.050.8я43

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Герасименко Ю.М. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ	6
Голубка М.М. СТРАТЕГІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ РЕВІЗІЙНОГО СОЮЗУ УКРАЇНСЬКИХ КООПЕРАТИВІВ В ЧАСТИНІ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ТА КООПЕРАТИВНОГО НАВЧАННЯ НА ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИХ ЗЕМЛЯХ (ДРУГА ПОЛОВИНА ХІХ – ПОЧАТОК ХХ СТОЛІТТЯ) ЧЕРЕЗ ПЕРІОДИЧНЕ ВИДАННЯ, ВИДАВНИЧУ СПРАВУ ТА ВІДКРИТТЯ БІБЛІОТЕК	9

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Дубляк О.І. ІНТЕГРАЦІЙНІ УГРУПОВАННЯ КРАЇН ЦЕНТРАЛЬНОЇ ТА СХІДНОЇ ЄВРОПИ: ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ СПІВПРАЦІ З УКРАЇНОЮ	12
Запроводиук А.В. АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОСТІ КОРПОРАТИВНОГО ПІДРОЗДІЛУ З ВЕНЧУРНОГО БІЗНЕСУ	14
Курич А.Ю. ІНТЕГРАЦІЙНІ ОБ'ЄДНАННЯ ЛАТИНСЬКОЇ АМЕРИКИ: РОЗВИТОК, СТАНОВЛЕННЯ, СПІВПРАЦЯ З УКРАЇНОЮ	16
Узун В.В. АЗІАТСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКИЙ РЕГІОН В СИСТЕМІ ГЕОЕКОНОМІЧНИХ ПРИОРИТЕТІВ УКРАЇНИ	18

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Горічко Х.І. ОПТИМАЛЬНИЙ МИТНИЙ ТАРИФ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ	22
Грабовенська С.П. МАРКЕТИНГ ЯК СКЛАДОВА ТРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ	24
Марценюк Л.В. ЗБЕРЕЖЕННЯ ІСТОРИЧНОЇ ЗАЛІЗНИЧНОЇ СПАДЩИНИ В КОНТЕКСТІ ЗАХИСТУ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ УКРАЇНИ	27
Проданова І.І., Городинська О.В., Мартиняк В.В. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ КРИЗИ	31
Шепелєв В.С. ВПЛИВ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗВТ МІЖ ЄС ТА УКРАЇНОЮ НА РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СВИНИНИ	33

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Богданов Д.С. ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	37
Коритько Т.Ю. ВИДИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ	40

ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Бутрик О.В. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАХОДИ УПРАВЛІННЯ ВПРОВАДЖЕННЯМ ПРОДУКТОВИХ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ	44
Лобанова Ю.Ю. ЕКОНОМІЧНЕ ТА СОЦІАЛЬНЕ ЗНАЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	46
Логвінова О.П. АУТСОРСИНГ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	48
Пунда О.В. УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ АЕРОПОРТІВ	50

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Деркаченко А.В., Завора Т.М. РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ПОКРАЩЕННІ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ.....	53
--	----

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Гільorme Т.В., Богомоллова Ю.А. ВРАХУВАННЯ АСПЕКТІВ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ У КОРПОРАТИВНОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	57
Голобородько О.Г. ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКА ЗВІТНІСТЬ ЯК ОСНОВНА СКЛАДОВА У СИСТЕМІ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	59
Яковенко В.С., Канаховська К.Е. СПЕЦИФІКА ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ	63
Яковенко В.С., Куляба В.О. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ НА ВИРОБНИЧОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	65

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Алексін Г.О. ДИВІДЕНДНА ПОЛІТИКА ЯК СКЛАДОВА ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	68
Гасій О.В. РОЛЬ РЕГІОНАЛЬНИХ БАНКІВ У РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО ОРІЄНТОВАНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА РЕГІОНУ	71
Дяченко Ю.І. СПОСБИ ЗНИЖЕННЯ КРЕДИТНОГО РИЗИКУ БАНКУ	73
Кривенцова А.М. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ	75
Нечитайло О.В., Громова А.Є. ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ ЗМІНИ ПОДАТКОВОЇ СТАВКИ ПДВ В УКРАЇНІ	79

Сорокіна К.О., Пономарьова О.Б. ПЕРЕСТРАХУВАННЯ ЯК ОЗНАКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ СТРАХОВИКІВ	83
--	----

ФІНАНСИ ТА ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА

Іванченко Д.І. ПОДАТОК НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ В СИСТЕМІ ДОХОДІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ.....	87
--	----

Лисенко Н.А. МИТНИЙ КОНТРОЛЬ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ УКРАЇНИ	89
--	----

Царенков О.О. ВИДАТКИ НА ОСВІТУ В ПОДІЛЬСЬКОМУ РАЙОНІ МІСТА КИЄВА: ФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТУ ТА КАЗНАЧЕЙСЬКЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ	93
---	----

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Ладика Л.В. ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ НА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	98
---	----

МАРКЕТИНГ

Хасан Алі Аль-Абабнех ВПЛИВ МЕТОДА ОЦІНКИ НА КІНЦЕВЕ СПРИЙНЯТТЯ РЕЗУЛЬТАТІВ РЕКЛАМИ.....	101
---	-----

Шехайтлі К.М. ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТА БРЕНДИНГ ЯК ОСНОВА УСПІШНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ.....	103
---	-----

СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Ялмаев Р.А. ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИИ.....	106
--	-----

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Герасименко Ю.М.

студентка,

*Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ

Підприємства України, при нестійкому економічному становищі, потерпають від політичного колапсу, недосконалості законодавства та державної регуляторної політики. Як наслідок, глобальна фінансово-економічна криза, що зумовлює появу підприємств-банкрутів. Відсутність чітких антикризових програм на підприємствах, які перебувають у кризовому становищі вимагають вжиття антикризових заходів, чітких та поступових дій. Усе це потребує розуміння процесів, які відбуваються у конкретний момент на підприємстві, визначення суті антикризового управління, його завдань та принципів.

Основні концептуальні положення антикризового управління викладені в працях російських вчених професорів: В.І. Кошкіна, Г.П. Іванова, Е.С. Мінаєва, В.П. Панагушена, Э.М. Коротков, А.А. Беляев. Найбільш послідовно і повно сутність антикризового управління розкрита в монографіях українських вчених: Л.О. Лігоненко, Л.С. Ситник, І.О. Бланка. Незважаючи на значні напрацювання вчених у теперішній час, єдності поглядів на категорію «антикризове управління» не досягнуто. Тому виникає потреба у подальшому дослідженні даного аспекту.

Метою статті є дослідження основних теоретичних підходів до тлумачення терміну «антикризове управління», а також визначення основних принципів його здійснення.

Термін «антикризове управління» набуває широкого застосування як в економічній теорії, так в практичній діяльності суб'єктів бізнесу, і тому може змінювати свою сутність залежно від того, яким чином розставлені акценти. У зарубіжній науковій літературі антикризове управління розглядається, як зовнішнє управління, що здійснюється спеціально підготовленими та запрошеними на підприємство фахівцями і доцільно тільки на підприємствах, банкрутство яких має негативні суспільні наслідки [7].

На думку І.О. Бланка, антикризове управління включає в себе систему принципів та методів розробки й реалізації спеціальних управлінських рішень, які направлені на попередження та подолання фінансових криз підприємства, а також мінімізацію їх негативних наслідків [3].

Протилежної точки зору дотримуються С.Г. Беляєв і В.І. Кошкін, які антикризове управлінням трактують як сукупність форм і методів реалізації

антикризових процедур щодо конкретного підприємства-боржника. [9] Тобто, в даному випадку розглядається лише процес ліквідації наявної кризи на підприємстві без попереднього її передбачення.

Л.С. Ситник вважає, що антикризове управління – це здатність розробляти оптимальні шляхи виходу з кризової ситуації, визначати пріоритетні цінності підприємства в умовах кризи, координувати діяльність підприємства і його працівників по передбаченню кризи, добиватися ефективності їх праці в екстремальних умовах [8].

Грунтовно поняття «антикризове управління» розкрито в монографії Л.О. Лігоненко [5], яка зазначає, що під антикризовим управлінням слід розуміти постійно діючий процес виявлення ознак кризових явищ і реалізацію генерального плану недопущення поширення цих явищ і стагнації розвитку суб'єкта господарювання протягом усього періоду його функціонування.

Аналітичний огляд наукових джерел показав, що ряд спеціалістів у галузі менеджменту під антикризовим управлінням розуміють або управління в умовах вже існуючої кризи з метою ліквідації підприємства [9], або управління, яке спрямоване на виведення підприємства з кризового стану [7, 8] Тобто, по суті, обмежуються стадією банкрутства. Інші науковці розглядають антикризове управління у широкому розумінні [3, 5]: управління під час кризи, а також попередження настання кризових явищ.

Антикризове управління має певні особливості, до основних відносяться [2]: специфічність мети здійснення управлінського інструментарію; ресурсні та часові обмеження; орієнтацію на розв'язання проблем, а не тільки їх зовнішніх проявів; орієнтацію та мінімізацію втрат усіх його учасників (власників, кредиторів, персоналу, держави); інноваційний характер.

На основі джерел [4; 10; 11] нами виділено такі головні завдання антикризового управління:

- своєчасне діагностування передкризового стану підприємства і вжиття необхідних заходів щодо прогнозування кризових явищ;
- усунення неплатоспроможності, формування фінансової стійкості підприємства, мінімізація наслідків фінансової кризи;
- запобігання зниженню інвестиційної привабливості;
- моніторинг і постійний аналіз кадрової політики підприємства, вжиття заходів щодо зменшення плинності кадрів та формування стабільно постійного персоналу.

Отже, виходячи з вище зазначеного, необхідно розуміти, що процес виведення підприємств з кризового стану має відбуватися не хаотично та безсистемно, він має бути належним чином організований та скоординований.

Узагальнені нами за результатами досліджень вчених-економістів [1; 5; 6; 10] основні принципи, на яких ґрунтується антикризове управління:

- принцип опори на антикризову свідомість – розуміння негативних наслідків виникнення та поглиблення кризи для усіх суб'єктів антикризового процесу;
- принцип діагностики кризових явищ підприємства, а саме проведення ретроспективного, оперативного і перспективного цільового аналізу, спрямованого на виявлення ознак кризи підприємства, ідентифікацію її

глибини та можливих наслідків, оцінку можливостей переборення, задоволення інших аналітичних потреб суб'єкта антикризового управління;

– принцип реалістичності в оцінці ситуації, успіхів або невдач, які мають місце;

Таким чином, в результаті проведеного аналізу економічної літератури, узагальнення підходів щодо визначення сутності та основи антикризового управління, можна сказати, що сьогодні немає єдиної думки стосовно проблеми формування його наукової концепції. Причиною цього є різне розуміння дослідниками суті антикризового управління, його ролі й місця в управлінській теорії та практиці.

На основі проведеного аналізу наукової літератури пропонується таке визначення терміну: «антикризове управління» – це сукупність дієвих прийомів, способів, засобів, які дозволяють завчасно спрогнозувати усі негативні явища, що виникають у процесі діяльності суб'єктів господарювання та недопущення його банкрутства у найближчий час.

Узагальнюючи вищенаведене можна зробити висновок, що антикризове управління – це як постійно організоване спеціальне управління, в основу якого покладена система методів і принципів розробки та реалізації специфічних управлінських рішень, що приймаються відокремленим суб'єктом в умовах суттєвих ресурсних й часових обмежень, підвищеного ризику, фінансових та інтелектуальних витрат для відновлення стійкого економічного розвитку підприємства і недопущення його ліквідації як суб'єкта господарювання.

Список використаних джерел:

1. Антикризисное управление: [учебник] / Коротков Э. М., Беляев А. А., Вало-вой Д. В. и др. / [Э. М. Коротков (ред.)]. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 432 с.
2. Біломістна І. І. Антикризове фінансове управління підприємством в сучасних умовах господарювання / І. І. Біломістна, О. М. Біломістний, М. С. Крамська // Фінансово кредитна діяльність: проблеми теорії і практики: зб. наук. праць. – 2013. – № 1 (14). – С. 90-96.
3. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк. – К.: Эльга, Ника-центр, 2009. – 784 с.
4. Коваленко В. В. Банківська криза та інструменти антикризового управління / В. В. Коваленко, О. Г. Коренєва, О. В. Крухмаль // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 2. – С. 144-150.
5. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: монографія / Л. О. Лігоненко. – К.: КНТЕУ, 2010. – 580 с.
6. Рекомендації щодо розробки антикризових програм дій підприємств – членів ОПОЛ [Електронний ресурс] – <http://www.opol.org.ua/index.php/2009-04-11-18-57-30/10-anticrisis.html>
7. Сапа Н. В. Теоретико-методологічні засади механізму антикризового державного управління / Н. В. Сапа // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2009. – № 38. – С. 106-116.
8. Ситник Л. С. Організаційно-економічний механізм антикризового управління підприємством / Л. С. Ситник. – Донецьк: ІЕП НАН України, 2012. – 504 с.
9. Теория и практика антикризисного управления [Текст]: [учеб. для экон. спец. вузов / Г. З.Базаров, С. Г. Беляев, Л. П. Белых и др.]; Под ред. С. Г. Беляева, В. И. Кошкина. – М.: Закон и право, 2011. – 469 с.

10. Чернявський А. Д. Антикризове управління підприємством: навч. посібник. / А. Д. Чернявський. – К.: МАУП, 2013. – 256 с.

11. Шапунова О. О. Сутність, завдання та принципи антикризового управління / О. О. Шапунова // Держава та регіони. Економіка та підприємництво. – 2012. – № 1. – С. 228-232.

Голубка М.М.

викладач вищої категорії,

Львівський кооперативний коледж економіки і права

**СТРАТЕГІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ РЕВІЗІЙНОГО СОЮЗУ
УКРАЇНСЬКИХ КООПЕРАТИВІВ В ЧАСТИНІ РОЗВИТКУ
ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ТА КООПЕРАТИВНОГО НАВЧАННЯ
НА ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИХ ЗЕМЛЯХ (ДРУГА ПОЛОВИНА ХІХ –
ПОЧАТОК ХХ СТОЛІТТЯ) ЧЕРЕЗ ПЕРІОДИЧНЕ ВИДАННЯ,
ВИДАВНИЧУ СПРАВУ ТА ВІДКРИТТЯ БІБЛІОТЕК**

Основним завданням стратегічного значення Ревізійного союзу українських кооперативів в частині розвитку фінансово-економічної та кооперативної просвіти українців було налагодження видання періодики.

Важливо наголосити на фахових фінансово-економічних освітньо-просвітницьких часописах, котрі намагалися із сторінок преси «достукатися» до зuboжілих сердець пересічного українця, шляхом боротьби із економічною неграмотністю, зокрема через періодичні видання, до яких відносимо: фахово-освітній «Господарсько-Кооперативний Часопис», науково-теоретичний економічно-кооперативний місячник «Календар Українського Кооператора», «Кооперативний вісник», «Кооперативна Республіка». Особливу увагу хочемо зосередити на часописі «Кооперативна Родина» (січень 1928 р.), – основна мета якого полягала в інформуванні читачів через огляд економічних новин з Європи та Наддніпрянщини, особливе місце посідали завдання щодо розвитку місцевої кооперації, інформування про новації кооперативної практики та теорії у світі. Упродовж 1929-1932 років на сторінках часопису було розміщено ряд статей, що висвітлювали проблеми боротьби з виявами економічної кризи як загалом, так і конкретно у кооперації [1, с. 17].

Спеціалізована фахова література на кооперативну та загальноекономічну тематику. Зокрема серед праць фінансово-економічного спрямування хочемо виокремити дослідження А. Гаврилка («Коли повстає нестача товару?», 1927 р.), К. Коберського (серед багатьох інших праць діяча хочемо виокремити такі: «Всі до нас!», 1927 р., «Організація і ведення господарсько-споживчої кооперації (з евентуальним молочарським відділом), Збірник правил та інструкцій», 1928 р.), Е. Шахновича (зокрема «Поучення як засновувати господарсько-споживчі та інші кооперації 1. ст., Повітові Союзи Кооперативів і як лучити кооперації, враз зі зразками

подань», 1928 р.) [7, с. VII]. З 1933 р. в частині розвитку та поширення економічних знань сприяли праці І. Стернюка («Практичні вказівки для продавців», «Підручник Книговодства»). У цьому підручнику автором здійснено багато напрацювань по роз'ясненню практичних основ торговельної науки, а також її взаємозв'язку з іншими галузями [8].

Тепер декілька слів щодо роботи бібліотеки Ревізійного союзу українських кооперативів, котра охоплювала величезну кількість різних напрацювань для набуття різнофахових освітніх знань: від загальних до вузькоспеціалізованих [8, с. 13]. Структуру бібліотечної бази відображено на рис. 1.

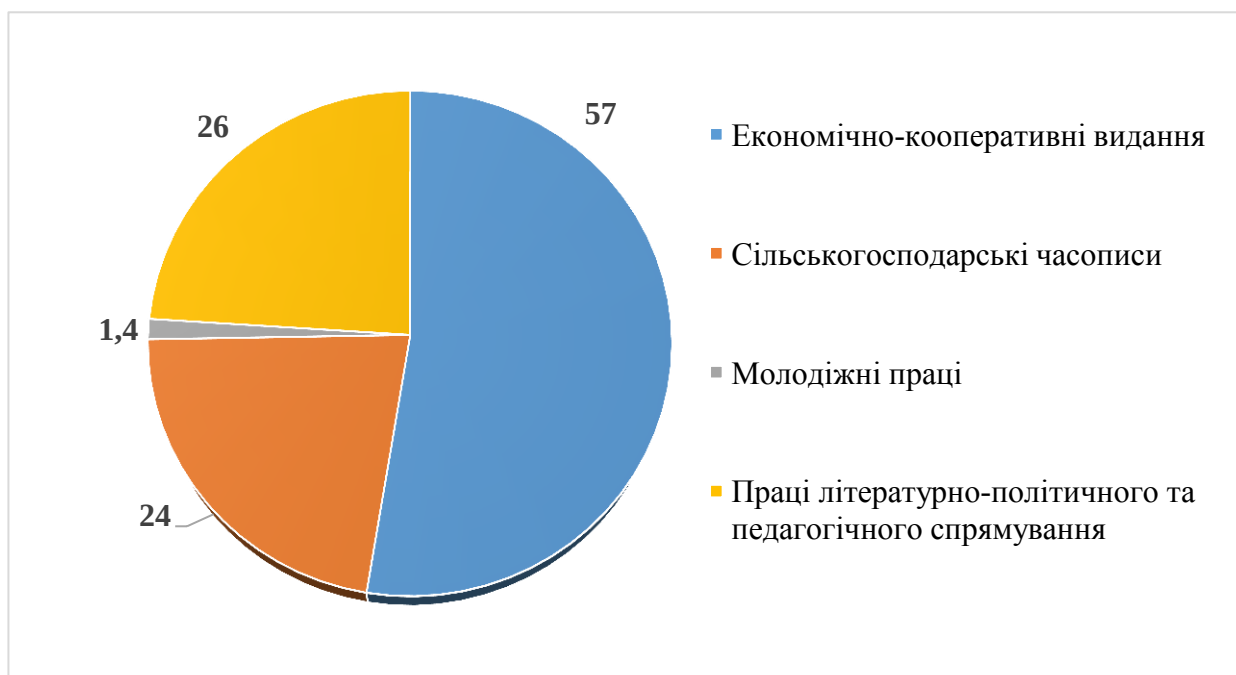


Рис. 1. Місце економіко-кооперативних праць в структурі бази бібліотечних напрацювань Ревізійного союзу українських кооперативів у 1936 р. загальною кількістю 119 часописів [2, с. 18]

Як бачимо на рис. 1, популяризація економічно-кооперативних видань (оскільки частка цих праць займає 47,8% від загальної кількості усіх праць) є важливим чинником саме економічної освітньо-просвітньої діяльності Р.С. У.К. У цей час також започатковано дуже цікавий проект Ревізійного союзу українських кооперативів, щодо організації 3-ьох мандрівних кооперативних бібліотек у комплектації 60, 62 та 63 книги у кожній групі. Так-звані «мандрівні видання» передавалися у шість різних організаційних осередки Ревізійного союзу українських кооперативів на тривалість 3-6 місяців.

Підсумовуючи зазначимо, що організаційний відділ Ревізійного союзу українських кооперативів з боку відомих громадсько-політичних діячів, вчених та економістів того часу, працювали задля спроби залучення якомога більше кооператорів для того, аби опрацьовувати та ознайомлюватися з літературними новаціями на фінансово-економічну тематику, а також фаховими освітньо-просвітницькими періодичними

виданнями. Проте фінансово-економічна освітньо-просвітницька діяльність була лише частинкою загальної ідеології українського кооперативного руху. При цьому кооперація намагалася просвітити селян та ознайомити на практиці з організацією фахових освітньо-просвітницьких курсів у т.ч. й фінансово-економічного напрямку.

Список використаних джерел:

1. Витанович І. Історія українського кооперативного руху / І. Витанович. – Нью-Йорк, 1964. – 624 с.
2. Звідомлення з діяльності Ревізійного Союзу Українських Кооператив за час від 1.1. до 31.XII.1936. – Львів, 1937. – 40 с.
3. І. В. Кооперативний Ліцей Р.С. У.К. у Львові / В. І. // Рідна школа. – Львів, 1936. – Ч. 19. – 1 жовтня. – С. 192-193.
4. Коберський К. За вишкіл кооперативного робітника / К. Коберський // Кооперативна Республіка. – Економічно-суспільний місячник. – Львів, 1929. – Ч. 7-8. – Липень-Серпень. – С. 292-301.
5. Кооперативна Республіка. – Суспільно-економічний місячник. – Львів, 1930. – Ч. 4. – Квітень. – С. 145.
6. Курс для кооперативних організаторів-інструкторів // Кооперативна Республіка. – Львів, 1928. – Чис. 1. – С. 50–51.
7. Левицький В. Виховуючо-навчальна праця нашої кооперації / В. Левицький // Господарсько-кооперативний часопис. – Львів, 1933. – Ч. 40. – 1 жовтня – С. 5-7.
8. Нова добра книжка для наших кооператорів // Господарсько- кооперативний часопис. – Львів, 1933. – Ч. 30. – Серпень – С. 9.
9. Потапюк Л. М. Становлення економічної освіти на прикладі діяльності західноукраїнських громад (кінець XIX – початок XX століття) / Л. М. Потапюк, І. П. Потапюк // Економічний форум. – 2015. – № 2. – С. 5-12.
10. ЦДІА [Центральний державний історичний архів], м. Львів. – Фонд 309. – Оп. 1. – Спр. 2216. – Арк. 1–18.
11. Шайнер Г. І. Розвиток комерційної освіти на західноукраїнських землях (друга половина XIX – перша третина XX століття): автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / Г. І. Шайнер; ТНПУ ім. В. Гнатюка. – Тернопіль, 2012. – 20 с.

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Дубляк О.І.

студентка,

Ужгородський національний університет

ІНТЕГРАЦІЙНІ УГРУПОВАННЯ КРАЇН ЦЕНТРАЛЬНОЇ ТА СХІДНОЇ ЄВРОПИ: ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ СПІВПРАЦІ З УКРАЇНОЮ

Одним із найважливіших чинників розвитку людської цивілізації, безумовно, є інтеграція. Новий світовий економічний порядок вимагає від держав об'єднувати свої зусилля для того, щоб мати змогу гідно відповідати на виклики глобалізації. В даний час взаємозалежність національних економік різних країн досягла такого ступеня, що зовнішньоекономічні зв'язки прямо й безпосередньо впливають на процес відтворення у кожній з країн як вирішальний фактор.

На сучасному етапі розвитку міжнародних відносин регіональне співробітництво розглядається національними державами як важливий інструмент забезпечення власних інтересів з огляду на здобуття необхідної підтримки, безпеки в міждержавних стосунках. У цьому контексті особливе місце займає Центральноєвропейська ініціатива як важливий інструмент регіонального співробітництва.

ЦЄІ – регіональне угруповання країн Центральної та Східної Європи, що має на меті налагодження багатостороннього співробітництва в політичній, соціально-економічній, науковій та культурній сферах та сприяння на цій основі зміцненню стабільності і безпеки в регіоні. Дане об'єднання було утворено в листопаді 1989 р. в м. Будапешт групою країн регіону (Італія, Австрія, Угорщина, Югославія). У рамках ЦЄІ регулярно проводяться зустрічі на рівні глав урядів, міністрів закордонних справ, Комітету національних координаторів. Предметом їхніх консультацій є як актуальні політичні питання, так і широке коло питань співробітництва в економічній сфері. Спеціально для їхньої поглибленої обробки й обговорення сьогодні функціонує 16 робочих груп ЦЄІ.

З огляду на увагу, яка надається ЦЄІ з боку міжнародної спільноти, можна дійти висновку, що Ініціатива має певні шанси утвердитися не тільки як регіональна європейська структура, а й укласти масштабніше партнерство. Особливо цікавим у цьому сенсі видається політичне зближення ЦЄІ з ОЧЕС, і ГУАМ, між якими відчувається взаємне тяжіння до глибшої співпраці.

Україна розглядає ЦЄІ як важливий механізм інтеграції до європейського економічного та політичного простору, а також зміцнення стабільності в

регіоні та подальшого розвитку всебічних відносин між країнами-членами Ініціативи. На постійній основі здійснюється робота, спрямована на активізацію участі підприємств та організацій України у реалізації проектів співробітництва в рамках Ініціативи. [1, с. 467]

Ще одним регіональним угрупованням, яке функціонує на теренах Центрально-Східної Європи є організація за демократію та економічний розвиток ГУАМ, яка об'єднує чотири держави: Грузію, Україну, Азербайджанську Республіку та Республіку Молдова. В основі утворення цієї форми співробітництва лежить єдність позицій країн із подібними політичними й економічними зовнішніми орієнтаціями.

Ефективним напрямком економічного співтовариства є розвиток інвестиційної діяльності між державами ГУАМ, створення спільних підприємств з переробки сільськогосподарської продукції, в галузі машинобудування, енергетики і транспорту. Іншим важливим напрямком співпраці в межах ГУАМ – є проблеми безпеки й стабільності в регіоні.

Для України одним із пріоритетних напрямів діяльності в межах ГУАМ можуть бути такі: зв'язок, енергетика, транспорт, сільське господарство, охорона здоров'я і фармацевтика, охорона навколишнього природного середовища, туризм, наука і техніка, обмін статистичними даними та економічною інформацією, співробітництво між митними та іншими прикордонними органами, боротьба з організованою злочинністю [2, с. 11].

Наступним регіональним об'єднанням, що функціонує на території Східної Європи є Організація Чорноморського економічного співробітництва, що охоплює 12 країн Чорноморського регіону. Організація була створена з метою тісного економічного співробітництва країн-учасниць, вільного пересування товарів, капіталів, послуг і робочої сили і інтеграція економік цих країн в світову економічну систему.

ОЧЕС сконцентрована цілком і повністю на економічному аспекті інтеграції, не розпорошуючи свою увагу і ресурси на сферу політики і оборони. Зокрема, це пов'язано з тим, що низка країн має взаємні територіальні претензії. Проте економічні інтереси, чорноморська ідентичність надають позитивну об'єднуючу дію на стосунки цих держав. Іншою особливістю ОЧЕС є те, що в основу майбутньої діяльності було поставлено не торгівельну, а виробничу співпрацю. Це знайшло своє вираження в галузевому підході до вирішення загальних економічних проблем регіону.

Істотного значення для розвитку економіки України набуває участь в ОЧЕС, яка стимулює розвиток транзитного потенціалу, дозволяє вирішувати тактичні задачі, пов'язані зі створенням транспортних коридорів і спільних підприємств у цій сфері.

Для нашої країни велике значення мають широкомасштабні комунікаційні проекти в рамках ОЧЕС з будівництва кільцевої автомагістралі навколо Чорного моря і системи магістральних трубопроводів для транзиту нафти і газу з Центральної Азії, Закавказзя, Близького і Середнього Сходу до Європи [3, с. 6].

Список використаних джерел:

1. Міжнародні організації: Навч. посіб. / За ред. О. С. Кучика. – К.: Знання, 2010. – 467 с.
2. Кухалейшвілі Г. Р. «Україна і ГУАМ: Напрямки співробітництва» // Суспільний політичний часопис «Дипкорпус», 2011 р. – С. 11.
3. Хоманець В. А. Інституційний розвиток Організації чорноморського економічного співробітництва: дис. канд. екон. наук 08.05.01 / В. А. Хоманець; НАН України. Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. /2005. – № 5. – С. 6.

Запроводиук А.В.

аспірант,

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОСТІ КОРПОРАТИВНОГО ПІДРОЗДІЛУ З ВЕНЧУРНОГО БІЗНЕСУ

У сучасних світових дослідженнях виділяють ряд факторів успіху корпоративного венчурного підрозділу. Доцільно згрупувати ці фактори у п'ять основних: чітко визначена мета, довго строковість зобов'язань, сумісність ключового бізнесу та венчурних проектів корпорації, автономність венчурного підрозділу та обмежена кількість проектів у інвестиційному венчурному портфелі.

Для успіху корпоративного венчурного бізнесу необхідно встановлювати чіткі та зрозумілі цілі функціонування окремої бізнес-одиниці венчурного капіталу в корпорації чи окремого проекту в межах корпоративного венчурного підрозділу, а також забезпечити їм всі необхідні ресурси для досягнення поставлених цілей [1]. Фокусування корпоративного венчурного капіталу лише на коротко – чи довгострокових ініціативах, або внутрішніх чи зовнішніх інвестиціях можуть спричинити ряд суперечностей у розвитку та призвести до відмови від інвестування тих чи інших проектів поки вони не продемонструють можливість бути фінансово вигідними [2].

Ініціатива венчурного інвестування може походити зсередини корпорації або ззовні. Підрозділ корпоративного венчурного бізнесу використовує наявні можливості або продукує нові для материнської компанії. Незалежно від специфіки функціонування венчурної бізнес-одиниці виділяють чотири типи стратегічного профілю венчурного бізнесу корпорації кожен з яких вимагає особливого підходу до управління, а також розрахунку різних ключових показників ефективності (KPI). Для прикладу, «JJDC», заснована в 1973 році як венчурне розгалуження компанії «Johnson&Johnson», що стало вже визнаною історією успіху. Досліджуючи умови здійснення венчурного бізнесу компанії «Johnson&Johnson» виявлено внутрішню дослідницьку роль двох бізнес-одиниць: «RedScript» компанії «Johnson&Johnson» і центру венчурного підприємництва компанії «Janssen Pharmaceutica». «Redscript» фокусується на

пошуку шляхів вирішення технологічних прогалин і управляється з метою отримання довгострокових результатів, а діяльність центру венчурного підприємництва спрямована на розвиток бізнес-моделі нових інноваційних можливостей з очікуванням першого результату протягом 18-24 місяців. Зовнішню дослідницьку роль було покладено на іншу венчурну одиницю «JJDC» [3].

З метою досягнення вищого рівня продуктивності внутрішня дослідницька одиниця потребує обміну знаннями з материнською компанією, мотивацію до генерування підприємницьких ідей і здібності до розвитку венчурного продукту, водночас, зовнішня дослідницька одиниця вимагає доступу до зовнішнього потоку угод (deal flow), професійного управління зовнішніми технологічними венчурними проектами [4]. Наприклад, внутрішні і зовнішні експлуатаційні одиниці були виведені за межі основного бізнесу «J & J» та не потребували інвестицій материнської компанії. Іншими прикладами можуть бути «Aster Capital», що сконцентрували увагу виключно на зовнішніх дослідницьких одиницях, як і хімічна компанія «BASF». «BASF» має два окремих венчурних підрозділи, кожен з яких має свою спеціалізацію. «BASF Future Business» зосереджена на внутрішній дослідницькій роботі, в той час як «BASF Venture Capital» здійснює зовнішню дослідницьку діяльність.

Протягом останніх десятиліть чітко простежується інтенсивна циклічність корпоративної венчурної діяльності. Визначальними факторами стали стійкість основного бізнесу і наявність надлишкових фінансових ресурсів. Циклічність функціонування внутрішніх венчурних підрозділів завжди залежить від успішності основного бізнесу. Вважається доцільним посилювати увагу на функціонуванні внутрішніх дослідних венчурних окремих підрозділів, коли знижується ефективність основного бізнесу і за умови наявності надлишкових фінансових ресурсів. І навпаки не доречними вважаються такі підрозділи за умови позитивної динаміки розвитку основного бізнесу і абсолютної відсутності надлишкових фінансових ресурсів, що і призводить до відмови від функціонування підрозділів з внутрішніх досліджень [5].

Успішний корпоративний венчурний підрозділ має певний рівень автономності проте залишається під керівництвом топ-менеджменту корпорації. Для успішного ведення венчурного бізнесу корпоративне керівництво використовує також й інші способи інноваційного розвитку, такі як участь в незалежних венчурних організаціях, стратегічні альянси, придбання або ліцензування технологій, що не передбачають складних організаційних структур та значних обсягів інвестицій.

Список використаних джерел:

1. Belderbos R., Faems D., Leten B. & Van Looy B. (2010), Technological activities and their impact on the financial performance of the firm: exploitation and exploration within and between firms, *Journal of Product Innovation Management*, 27: 869–882.
2. Benner M. & Tushman M. L. (2003), Exploitation, exploration and process management: the productivity dilemma revisited, *The Academy of Management Review*, 28 (2): 238–256.

3. Birkinshaw J., van Basten Batenburg R. & Murray G. (2002), Venturing to succeed, Business Strategy Review, 13 (4): 10–17.
4. Birkinshaw J., Hill S. A. (2005), Corporate venturing units: Vehicles for success in the new Europe, Organizational Dynamics, 34 (3): 247–257.
5. Block Z. & MacMillan I. C. (1993), Corporate venturing: Creating new businesses within the firm, Boston, MA: Harvard Business School Press.

Курич А.Ю.

студентка,

Ужгородський національний університет

ІНТЕГРАЦІЙНІ ОБ'ЄДНАННЯ ЛАТИНСЬКОЇ АМЕРИКИ: РОЗВИТОК, СТАНОВЛЕННЯ, СПІВПРАЦЯ З УКРАЇНОЮ

Інтеграційні об'єднання Латинської Америки: розвиток, проблеми, перспективи співпраці з Україною.

Формування регіональних міждержавних економічних об'єднань стало однією з характерних ознак сучасного етапу глобалізації світової економічної системи. Розвиток інтеграційних процесів став закономірним результатом росту міжнародної міграції товарів та факторів виробництва, що привело до створення більш надійних виробничо-збутових зв'язків між країнами та усунення численних перешкод на шляху міжнародної торгівлі та вільного пересування факторів виробництва.

Інтеграційні процеси в Латинській Америці почали активно розвиватися у 50-60-х рр. XX ст. Економічна інтеграція в Латинській Америці у 80-90-ті роки отримала нові стимули і дещо змінила свій зміст після переходу від політики державного протекціонізму до лібералізації економіки і зовнішньої торгівлі. Особливо різко активізувалися інтеграційні процеси в 90-ті роки. Основною тенденцією стало приєднання регіону до єдиного світового господарського комплексу, який формувався [3, с. 497].

Латиноамериканська інтеграція як фактор встановлення загальних економічних і соціально політичних орієнтирів розвивалася по складному і суперечливому шляху, у неї були періоди і підйому, і спаду, і проривів, і криз.

Однак країни Латинської Америки приступили до об'єднавчих процесів раніше інших країн, що розвиваються. Перші організації були створені вже в 1960 році.

Основною стратегічною метою так чи інакше був гармонійний і збалансований розвиток економік латиноамериканських країн, яке, в кінцевому підсумку, повинно привести до створення єдиного економічного простору. Становлення процесів економічної інтеграції в Латинській Америці набуло нових якісних змін після створення міжнародно-правових передумов функціонування найбільших субрегіональних об'єднань – Андського співтовариства і МЕРКОСУР, а також укладення та уніфікація двосторонніх економічних угод.

26 березня 1991 року в Асунсьоні (Парагвай) було підписано чотирьохсторонній договір про створення інтеграційного об'єднання МЕРКОСУР [3, с. 497]. Цим договором було визначено мету створення об'єднання та його організаційну структуру. Найважливішою метою МЕРКОСУР висуває забезпечення автономного розвитку, збереження національного суверенітету.

Головною особливістю макроекономічної взаємозалежності, що стала результатом процесу інтеграції в рамках МЕРКОСУР, є високий взаємозв'язок економічних ризиків, що виникають в результаті дій інших країн світу або окремих країн об'єднання. У цьому контексті вкрай важливий комплексний підхід до макроекономіки регіону і розуміння того, що проаналізувати економічні показники окремої країни неможливо без урахування інших партнерів у регіоні. Це особливо актуально у випадку невеликих країн регіону, які в значній мірі залежать від економічних показників Аргентини та Бразилії.

Найбільш важливими з них були створення на півдні континенту спільноти МЕРКОСУР, в Центральній Америці – ЦАОР (пізніше ЦАІС), а після і такого великого політичного об'єднання, як Група Ріо, і УНАСУР.

На жаль, на шляху до успішного та ефективного функціонування, цих блоків існує кілька перешкод:

Територіально-ресурсні відмінності, блокові і національні розбіжності в цілях розвитку;

Недоліки організаційно-практичної роботи в розподілі витрат виробництва і вигод від інтеграції, при формуванні колективної схеми поділу праці всередині спільнот; відсутність синхронізації в об'єднаних зусиль і здійсненні прийнятих рішень;

Традиційний політичний і фінансово-економічний тиск з боку США, насамперед через мережу своїх дочірніх підприємств, особливо в ключових галузях господарства [2].

Глобальний індекс конкурентоспроможності, розроблений Всесвітнім економічним форумом, демонструє відставання всіх країн МЕРКОСУР з розвитку інфраструктури і комунікацій. З цієї причини, залучення інвестицій в автодорожнє, залізничне і портове будівництво є однією з основних цілей об'єднання.

Відносини з багатьма країнами цього територіально віддаленого від України регіону ще не налагоджені належним чином. Резерви розвитку економічних і культурних зв'язків залишаються величезними. Головними партнерами Україна на латиноамериканському континенті є країни-члени МЕРКОСУР: Бразилія, Аргентина, Чилі, Мексика та інші.

У політичному діалозі, у політично-дипломатичному забезпеченні міжнародних зв'язків з Латинською Америкою перешкоджають:

- швидка ротація на ринках обох сторін;
- повільне формування стійких комерційних зв'язків;
- слабе кооперування українських і латиноамериканських фірм;
- запізнена реалізація схеми кредитно-розрахункового забезпечення [1].

Таким чином, українська стратегія щодо Латинської Америки має спрямовуватися на забезпечення довгострокових інтересів у регіоні, використання інвестиційного потенціалу країн регіону для потреб української економіки, розширення українського експорту готової продукції на місткі ринки латиноамериканських країн, вивчення досвіду країн регіону щодо фінансової стабілізації, подолання інфляції, управління зовнішнім боргом, залучення джерел зовнішнього фінансування, задоволення потреб України в окремих видах дефіцитної мінеральної сировини та продукції тропічного землеробства.

Список використаних джерел:

1. Інтеграційні процеси та регіональна безпека в Латинській Америці. – [Електронний ресурс]. – Доступно з [<http://kimo.univ.kiev.ua/MVZP/06.htm>]
2. Розвиток інтеграційних процесів в країнах Латинської Америки. – [Електронний ресурс]. – Доступно з [<http://poglyad.com/students/item>]
3. Міжнародні організації: Навч. посіб. / За ред. О. С. Кучика. – К.: Знання, 2010. – 497 с.

Узун В.В.

аспірант,

Маріупольський державний університет

АЗІАТСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКИЙ РЕГІОН В СИСТЕМІ ГЕОЕКОНОМІЧНИХ ПРИОРИТЕТІВ УКРАЇНИ

Ключовою умовою формування ефективної відкритої економіки України є вироблення такої моделі міжнародного співробітництва, яка найбільшою мірою враховувала б наявний потенціал у сферах торгівлі, інвестиційної, науково-технічної сферах. В цьому зв'язку одним з пріоритетних геоekonomічних напрямів для України є Азійсько-Тихоокеанський регіон (АТР), до якого входять динамічні та надзвичайно конкурентоспроможні на різних сегментах світового ринку країни.

Широке співробітництво з групою країн, які знаходяться у Східній та Південно-Східній Азії – передусім Китаєм, Японією, Південною Кореєю, блоком держав-членів АСЕАН, а також деяких інших країн регіону, є одним з головних напрямів інтеграційної стратегії України, фактором ринкової трансформації, побудови ефективної відкритої національної економіки. Причому цілісність проблематики дослідження Азійсько-Тихоокеанського регіону в такому складі країн зумовлюється традиційною структуризацією регіонів світу. Отже до нього умовно (за принципом «від зворотнього») входять ті азійські країни, які не належать до регіонів Близького Сходу та Центральної Азії, а також держави до блоку НАФТА, Латинської Америки, Австралії та Океанії (хоча вони мають вихід до Тихого океану), Африки, європейського регіону.

Якість економічного розвитку країн АСЕАН та АТЕС робить можливим істотне розширення обсягів торгово-економічного співробітництва з ними України. Таке співробітництво повинно розвиватися на базі традиційних для його учасників моделей національної спеціалізації. Для вітчизняних виробників оптимізація умов експортно-імпоротної діяльності з країнами АТР означає довгострокове закріплення за собою взаємних ринків збуту продукції чорної металургії, хімічної промисловості, металообробки та машинобудування, а також агропромислового комплексу.

Якомога повніша реалізація потенціалу співробітництва з країнами АТР, а також вивчення та використання нагромадженого ними досвіду можуть постати важливими важелями динамізації національного відтворювального комплексу, покращення якості розвитку вітчизняної економіки.

Міжнародна торгівля виступає не тільки функціонально першою формою взаємодії, але й фундаментом та каталізатором інших форм співробітництва, передусім в інвестиційній, коопераційній сферах, а також в галузі валютно-фінансових відносин.

Щодо конкретних інтересів нашої держави в регіоні, то тут передусім слід відзначити, що експортно-імпорتنі операції з країнами АТР вже постали для України реальною альтернативою втраченим господарським контактам в рамках колишніх СРСР та РЄВ, передусім в частині торгівлі металопродукцією. Місткі ринки збуту, співставність технологічних моделей розвитку, наявність в Україні потужного морського флоту – ось основні об'єктивні чинники, які зумовлюють на сьогодні значення країн АТР як наших торгових партнерів.

Міжнародна торгівля виступає найбільш важливим компонентом усієї системи міжнародного співробітництва України з державами АТР, а також фактором розвитку інших форм взаємовигідної взаємодії на двосторонній основі.

Ринки збуту в регіоні АТР є надзвичайно місткими, тому можна стверджувати, що наявні обсяги українських поставок до них далеко не покривають можливого попиту на вітчизняну продукцію.

Найбільшим торговим партнером України в регіоні є Китай, причому позитивним для України моментом є стабільне перевищення обсягів експорту до цієї країни ввозу з неї, що є фактором оптимізації умов складання рахунку поточних операцій та платіжного балансу в цілому. Приблизно те ж саме можна сказати про експортно-імпортні відносини і з рядом інших країн регіону, що навіть підвищує роль взаємин із ним для України.

В сфері торгівлі послугами бажаним для України було б доповнення традиційних видів взаємодії торговим співробітництвом у інформаційній сфері. Сказане актуалізує той факт, що по багатьох напрямках інформатизації та розвитку комп'ютерної техніки країни регіону посідають чільні позиції у світі.

Щодо впливу на стан української торгівлі з державами регіону окремих блокових угруповань, які утворюються ними, або членами яких вони є, слід передусім відзначити значущість створення в перспективі зони вільної торгівлі. так, перспектива створення зони вільної торгівлі АСЕАН-Китай

може мати наслідки диференційовано-галузевого характеру і передусім вплинути на позиції тих виробників України, які мають конкурентів у Китаї у галузях легкої, хімічної промисловості, оскільки відбудеться здешевшання китайської продукції на ринках АСЕАН.

Торгівля готовими виробами далеко не вичерпує потенціал міжнародного співробітництва. Тим більше, що глобалізація має своїм наслідком посилення конкуренції та висуває нові вимоги до організації міжнародного поділу праці, без урахування яких неможливо підтримувати індивідуальну конкурентоспроможність. Партнерські зв'язки між комерційними агентами, міжфірмове співробітництво можуть включати в себе різноманітні форми розподілу технологічних циклів, видів спеціалізованого виробництва. Такі горизонтальні контакти є важливим каналом трансферту технологій, поширення прогресивних форм господарювання. Причому особливо така роль коопераційних мікрорівневих контактів є типовою для країн Східної і Південно-Східної Азії. Так, за умов модифікації конкуренції між фірмами, суб'єктами комерційної діяльності на основі новаторства господарська стратегія спонукає до вибору таких кооперантів, які мають мобільні наукоємні виробництва та проводять ефективну інноваційну політику. А саме такі характеристики найбільшою мірою стосуються фірм регіону.

Всебічний розвиток виробничо-коопераційних контактів з державами АТР дозволить реалізувати цілий ряд важливих задач вітчизняного економічного розвитку та забезпечити такі переваги як:

- максимально повна реалізація потенціалу українських наукоємного виробництва, прикладної науки й наявних високих технологій;
- підтримка та віднаходження інвестиційних та інших видів ресурсів для промислового потенціалу української економіки;
- формування більш сприятливої моделі національної спеціалізації, розвитку економічних зв'язків з іншими країнами на більш вигідних умовах;
- забезпечення передумов більш широкого залучення високих технологій до вітчизняного виробничого сектора;
- збільшення кількості міжнародних проектно-конструкторських розробок та їхніх масштабів, підключення до відповідних форм співробітництва з країнами регіону багатьох підприємств та виробничих організацій;
- подолання технологічного відставання та сприяння розвитку піонерних у технологічному відношенні виробництв на території України.

Інвестиційне та виробничо-коопераційне співробітництво взаємно-пов'язаними сучасними формами організації міжнародної економічної взаємодії, яка містить значний потенціал щодо подальшої торгівлі та налагодження каналів збуту. Особливо важливе значення має потенціал позитивного впливу міжнародного кооперування на прискорення науково-технічного прогресу, покращання конкурентоспроможності національного виробництва на світовій арені.

Міжнародне виробниче кооперування з країнами АТР потенційно може виступити важливим засобом підключення української промислової сфери до передових досягнень НТП, підвищення ефективності НДДКР, створення

конкурентного на міжнародних ринках виробництва. Подібне виробниче кооперування може виступати органічним продовженням старих промислово-технологічних контактів із тими країнами, з якими було налагоджено відповідні форми технічної допомоги та післяпродажного обслуговування обладнання в минулому.

Отже, важливою гарантією національних інтересів України було б запровадження більш глибоких коопераційних механізмів, які передбачали б довгострокове співробітництво у будівництві об'єктів індустрії за українською участю на територіях країн АТР з використанням відповідних контрактних інструментів – укладання та імплементації договорів великомасштабного співробітництва на компенсаційній основі. Слід було б поширювати моделі співробітництва у науково-технічній сфері, зокрема розвиваючи традиційні раніше контакти з партнерами у Індокитаї, а також на надзвичайно місткому та перспективному ринку Китаю.

Список використаних джерел:

1. Васильев В. Ф. Государственность и модернизация в странах Юго-Восточной Азии / В. Ф. Васильев, Ю. О. Левтонова. – М.: Наука, 2010. – 217 с.
2. Арин О. А. Азиатско-тихоокеанский регион: мифы, иллюзии и реальность / О. А. Арин. – М.: Флинта, Наука, Гайдучкий П. І. Мотиваційні чинники міжнародних інвестиційних процесів / П. І. Гайдучкий // Фінанси України. – 2007. – № 2. – С. 50-55.
3. Новицкий В. Є. Міжнародна економічна діяльність України: [підручник] / Новицкий В. Є. – К.: КНЕУ, 2003. – 948 с.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Горічко Х.І.

студент,

Науковий керівник: Харук К.Б.

кандидат економічних наук, доцент,

Львівський університет бізнесу та права

ОПТИМАЛЬНИЙ МИТНИЙ ТАРИФ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Тільки велика країна (держава), враховуючи [1, с. 62], введенням імпортного тарифу може значно вплинути на рівень світових цін та забезпечити тим самим собі економічний ефект. Однак, ставку тарифу збільшити до нескінченності не можливо, бо імпорту не стане як такого взагалі. Звідси виникає проблема пошуку оптимального митного тарифу (ОМТ).

Митний тариф (МТ) – 1) інструмент торгової політики та державного регулювання внутрішнього ринку держави при його взаємодії зі світовим ринком; 2) конкретна ставка мита, що підлягає сплаті при ввезенні/вивезенні певного товару на митну територію держави [2, с. 194; 3, с. 566]. Ключовими функціями МТ (головного економічного регулятора зовнішньої торгівлі) є [3, с. 566]:

- 1) захищати вітчизняних виробників товарів від іноземних конкурентів;
- 2) сприяти доступові товарів національного виробника на іноземні ринки;
- 3) бути одним із джерел надходження коштів до бюджету (державного, місцевого);
- 4) сприяти покращенню платіжного балансу держави.

ОМТ – рівень мита, який забезпечує максимізацію (підвищення) рівня національного економічного добробуту [1, с. 62; 4, с. 116].

Графічна інтерпретація оцінки ОМТ наведена на рис. 1. Характерні ознаки ОМТ представлено на рис. 2.

ОМТ, враховуючи зокрема [6, с. 119; 7, с. 218-220], це така тарифна ставка, яка забезпечує *тах* вигоду від покращення умов торгівлі за мінусом ефекту (вплив, результат) негативного внаслідок скорочення обсягів торгівлі.

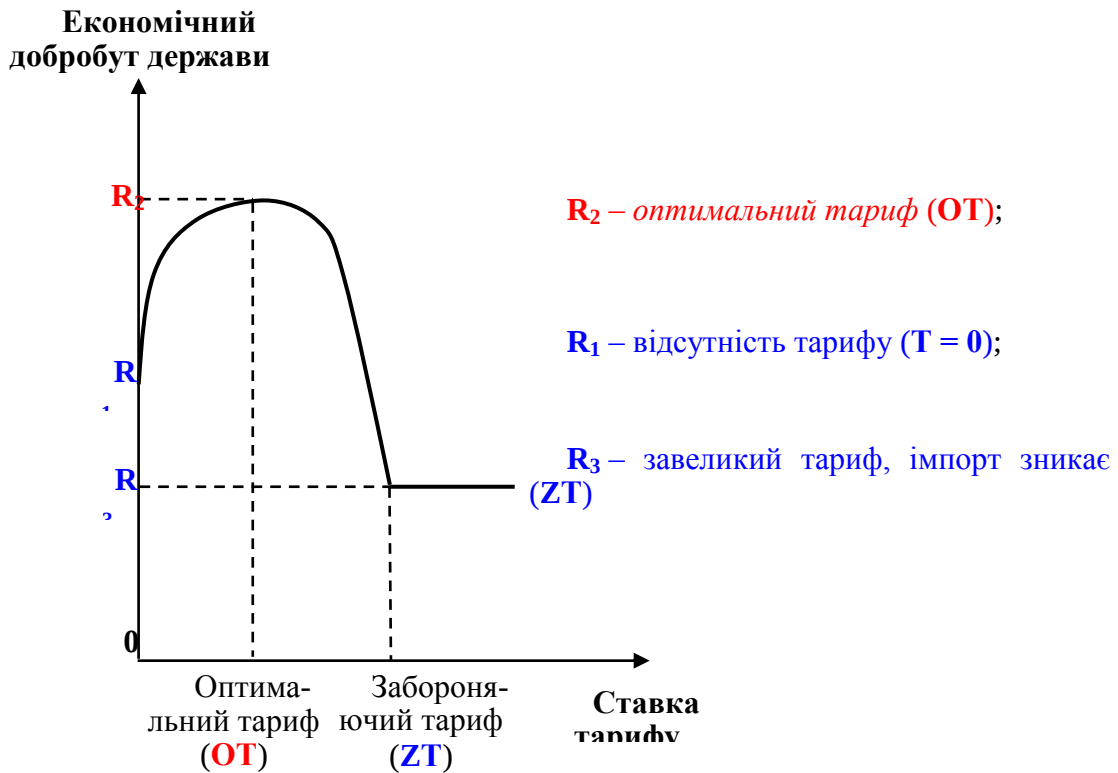


Рис. 1. Оцінка оптимального тарифу

Джерело: [1, с. 62-63]

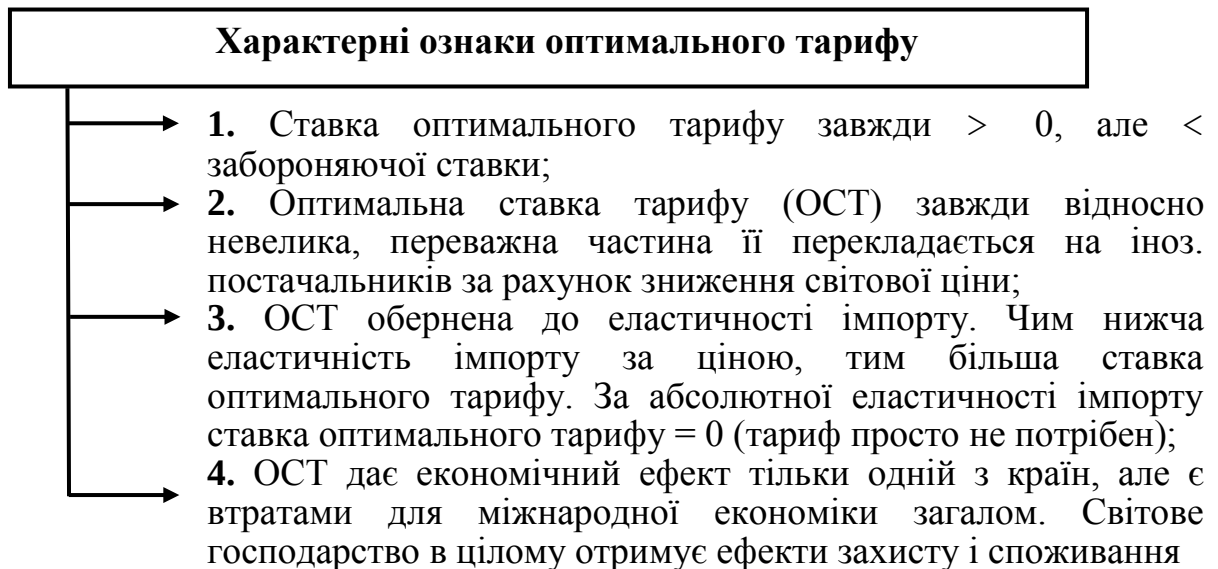


Рис. 2. Характерні ознаки оптимального тарифу

Джерело: [1, с. 63; 5]

Список використаних джерел:

1. Міжнародна економіка: [конспект лекцій для студ. Інституту економіки і менеджменту напряму 6.0501 «Економіка і підприємництво»] / [Босак А. О., Григор'єв О. Ю., Скибінський О. С., Чернобай Л. І.]. – Львів: Вид. Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2009. – 156 с.

2. Зовнішньоекономічний словник-довідник / За ред. А. С. Філіпенка. – ВЦ «Академія», 2009. – 248 с. (Серія «Nota bene»).
3. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – Львів: Вид. Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2005. – 714 с.
4. 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.
5. Гребельник О. П. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності: [підручн.] / Гребельник О. П. – К.: Центр навч. літ., 2005 [Електронний ресурс]: http://pidruchniki.ws/15200827/ekonomika/viznachennya_faktichnogo_optimalnogo_rivnya_mitnogo_tarifu#370
6. Киреев А. П. Международная экономика: В 2-х ч. – Ч. I. Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства: [учеб. пособие для вузов]. – М.: Международ. отношения, 1997. – 416 с.
7. Сальваторе Д. Международная экономика: [учеб.]. – [пер. с англ.] / Под ред. Г. Н. Котова. – М., 1998. – 714 с.

Грабовенська С.П.

аспірант,

Львівський національний університет

імені Івана Франка

МАРКЕТИНГ ЯК СКЛADOVA ТРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

Еволюція наукових поглядів і практичний досвід фахівців у країнах із розвиненою індустрією туризму та пріоритетами ринку покупця обумовили виокремлення специфічних у сфері туризму «точкових» територіальних зон концентрації туристських потоків. Відповідно, це сприяло фокусуванню в них суб'єктів туристичного бізнесу та вироблення якісно нових підходів управління ними, що набуває особливої актуальності у контексті сталого розвитку. У науці ці процеси ознаменувалися появою нових понять «дестинація» (з англ. – місце призначення, мета подорожі або походу), а також «стратегічний менеджмент туристських напрямів» [1, с. 56].

Узагальнюючи різні наукові погляди вчених, визначаємо, що дестинації – це об'єкт (місто, регіон, район, місцевість, місце, заклад), що має туристично-рекреаційні ресурси (унікальні або специфічні), які є привабливими для подорожуючих, доступними завдяки наявності необхідної інфраструктури, доведені до споживача у формі сформованого та підготовленого до продаж туристичного продукту сучасними засобами маркетингових комунікацій в системі важелів інтегрованого управління суб'єктами господарювання.

Вчені деталізували поняття дестинації та відокремили його основні елементи, в наслідок чого спочатку появилася модель «чотири А», яка згодом шляхом конкретизації та доповнення, трансформувалася у модель «шість А» (табл. 1). Датська модель розкриває склад і призначення компонент дестинації.

Перший компонент дестинації «атракція» можна визначити як комплекс засобів задоволення потреб туристів у розвагах і змістовному проведенню дозвілля з використанням туристичних ресурсів об'єктів природного або штучного походження на визначеній території. Всі інші компоненти поняття дестинація відносяться до заходів та засобів за допомогою яких забезпечується задоволення потреб туристів. Це сукупність інфраструктурних об'єктів для транспортування туристів на об'єкти дестинації та внутрішніх перевезень, об'єкти для забезпечення комфортного та зручного проживання на території дестинації, а також заходи по інформаційному забезпеченню туристичних потоків, організації їх дозвілля та відпочинку в відповідності до мети їх подорожі. Крім того до компонентів дестинації входять посередницькі підприємства, які забезпечують управління процесами виробництва та реалізації туристичного продукту в широкому розумінні цього слова – від формування програм розвитку дестинації, регулювання та координація взаємодії усіх задіяних у процесі виробництва та реалізації дестинації суб'єктів господарювання до створення власного іміджу та просування його на ринку засобами маркетингу [3].

Таблиця 1

Система компонент дестинації «шість А»

Компонента	Характеристика
Атракції (attractions)	Природні, культурно-історичні, архітектурні та інші туристичні ресурси, що приваблюють туристів, спонукають до здійснення подорожі
Доступність (accessibility)	Наявність налагоджених транспортних і комунікаційних зв'язків як зовнішніх, так і внутрішніх щодо дестинації
Зручності (amenities)	Сукупність підприємств, що пропонують якісні туристичні послуги і товари
Посередники та допоміжні служби (ancillary services)	Рекламні агентства, маркетингові компанії, банки, теле- та радіокомунікації, поштові об'єкти, лікарні
Організація діяльності туристів (activities)	Організація діяльності туристів згідно з метою їх подорожей (відпочинок, рекреація, діловий туризм, конференції та ін.)
Наявність підготовленого туристичного продукту (available packages)	Пропозиція сформованого та підготовленого до продажу туристичного продукту відповідно до попиту туристів

Джерело [2 с 160]

Таким чином поняття туристичної дестинації значно ширше, тому що крім традиційних суб'єктів та об'єктів туристичного ринку містить ще й маркетингову складову (рис. 1). Прямий взаємозв'язок між рівнем

конкурентоспроможності регіону та туристичними потоками можна прослідкувати лише в 52% випадків для рейтингу європейських країн прямий взаємозв'язок відбувається лише в 30% випадків. Таким чином можна припустити, що маркетингова складова у конкурентоспроможності туристичної сфери регіону займає не менш 50% в формуванні туристичних потоків, а модель туристичної дестинації можна представити у вигляді функції:

$$D = f(R_1 M_1)$$

Де,

$R_1 = (\sum W_i R_i)$ – конкурентоспроможність регіону (дестинації) за методологією Світового економічного форуму;

$M_1 = (\sum W_i M_i)$ – конкурентоспроможність регіону за окремими складовими маркетингової стратегії.

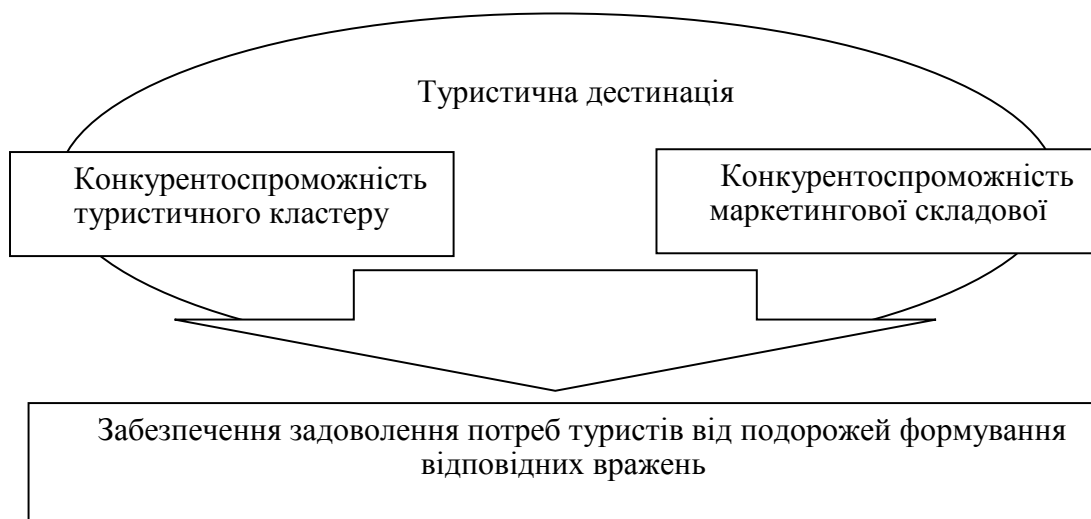


Рис. 1. Схема туристичної дестинації

Джерело: Розробка автора

До маркетингової складової відповідно до класичного маркетингу можна віднести наступні фактори:

1. Позиціонування туристичної дестинації на туристичному ринку країни та світу;
2. Просування туристичної дестинації;
3. Формування комплексу послуг для задоволення потреб туристів в розвагах, змістовного та активного проведення дозвілля, що в цілому формує враження від подорожі в дестинацію та її імідж.

З точки зору моделі туристичної дестинації до маркетингової складової доцільно віднести:

1. Формування стимулів до подорожей в дестинацію;
2. Формування іміджу дестинації;
3. Аналіз цільової аудиторії і формування характеристик туристичної дестинації відповідно до потреб цільової аудиторії, або окремих сегментних груп туристичного ринку (для прикладу невідповідність позиціонування

курорту Буковель потребам цільової аудиторії привела до різкого скорочення туристичних потоків в регіоні).

Маркетингова складова туристичної дестинації – це частина загальної концепції розвитку території, що працює на комплексний стійкий соціально-економічний розвиток

Тільки при узгодженні маркетингових цілей і стратегій з усіма учасниками процесу маркетингу можна домогтися успіху. Взаєморозуміння і згода має бути досягнуто ще на рівні планування, тому основним принципом формування конкурентоспроможності туристичної дестинації регіону має бути формування балансу між окремими складовими для задоволення потреб мандрівників з урахуванням інтересів бізнесу, громадськості та владних структур.

Список використаних джерел:

1. Ткаченко Т. І. «Територіально сфокусований розвиток суб'єктів туристичного бізнесу» / Культура народів Причорномор'я. – 2006. – № 81. – С. 56-64. – ISSN: 1562-0808.
2. Головчан А. І. «Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності туристичних дестинацій та управління ними» / Торгівля і ринок України Збірник наукових праць / Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського / № 27 2009 – С. 157-162.
3. Бабкин А. В. «Специальные виды туризма» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_tourism/babkin09.htm

Марценюк Л.В.

*кандидат економічних наук, доцент,
Дніпропетровський національний університет
залізничного транспорту
імені академіка В. Лазаряна*

ЗБЕРЕЖЕННЯ ІСТОРИЧНОЇ ЗАЛІЗНИЧНОЇ СПАДЩИНИ В КОНТЕКСТІ ЗАХИСТУ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ УКРАЇНИ

Національною спадщиною є старовинні храми, літературні твори, звичаї, традиції. Можливо, залізницю теж можна віднести до національної спадщини.

В розвинених країнах багато уваги як з боку держави, так і приватних інвесторів приділяється відновленню і розвитку залізниць. Так, доброчинна організація New Europe Railway Heritage Trust допомагає відроджувати історичні залізниці у колишніх радянських країнах Центральної і Східної Європи. В Україні один із перспективних напрямків вкладання коштів – це комплексне відновлення історичних пам'яток та вузькоколіїх залізниць. Саме підтримка з боку бізнес-структур дозволить розвинути в нашій країні залізничний туризм.

Більша частина туристів, що подорожують залізницею, обирають саме вузькоколії. В Австрії великим попитом користується маршрут через

мальовничі Альпи, в Румунії туристи за допомогою вузькоколійки добираються до замку Дракули, в Словенії їздять на солоні озера.

В Україні є вузькоколіїні маршрути, однак мало хто з українців, не кажучи вже про іноземців, знають про них. Тому створення позитивного іміджу нашої країни, популяризація подорожей залізничним транспортом, приведення до ладу інфраструктури та підвищення рівня сервісу – першочергові завдання. Тільки після цього цей вид бізнесу стане прибутковим [2, с. 27].

Першу модель вузькоколіїної залізниці світ побачив на виставці в 1889 році в Парижі. Можемо співставити роки виставки в Парижі та введення в експлуатацію Боржавської вузькоколійки (1908 р.). Її, на думку автора, можна сміливо віднести до національної спадщини.

Потрібно згадати і збережені великі вузькоколійки на пострадянському просторі: Гулбене-Алуксне, Антонівка-Заречное, Рудниця-Гайворон-Голованівськ, Боржавська вузькоколійна залізниця, Алапаєвська вузькоколійна залізниця, Вузькоколійна залізниця Отворского торфопідприємства, Вигодська вузькоколійна залізниця, Вузькоколійна залізниця Мещерського торфопідприємства, Вузькоколійна залізниця Горохівського торфопідприємства, Вузькоколійна залізниця Мокеїха-Зибінського торфопідприємства, Кудемська вузькоколійна залізниця, Вузькоколійна залізниця Альцевського торфопідприємства, Вузькоколійна залізниця Піщальського торфопідприємства, Апшеронська вузькоколійна залізниця. Всі вони потребують уваги з боку державних та приватних структур у контексті подальшого розбудови та відновлення.

Метою досліджень даної роботи є обґрунтування необхідності відновлення національної культурної та історичної спадщини, а також створення умов для розвитку вузькоколіїних залізниць. Необхідно прийняти заходи по залученню інвесторів для забезпечення прискореного розвитку сфери туризму, перетворення її у високоефективну, інтегровану у світовий ринок галузь на основі широкого використання інноваційних технологій обслуговування споживачів при взаємодії держави, бізнесу та кінцевих споживачів.

Сьогодні професійні залізничники говорять про вузькоколіїку як про складну інженерну транспортну систему та про відсутність десятків мільйонів гривень на її утримання та обслуговування. Як не дивно, але міжнародні фахівці та їхній досвід зауважують протилежне.

Зараз вузькоколіїнок в Україні залишилися одиниці, і вони поки що не є місцями паломництва туристів. Так, в Карпатах залишилися всього дві діячі вузькоколійки – в Івано-Франківській і Закарпатській області.

Тим не менш Україні є чим пишатися. Найбільший інтерес викликає одна з найдовших в Європі існуючих вузькоколіїних залізниць, яка перебуває в Рівненській області. Від станції Антонівка до станції Зарічне відстань в 106 кілометрів долає так званий «Поліський трамвай». Туристам пропонують відпочити в агросадибах та взяти участь у традиційних обрядових святах, а на зупинках назбирати ягід чи грибів. Можна також покататися на возі, запряженому кіньми, покуштувати «юшки», або посмажити шашлик.

Безумовно, кожен, хто побуває тут, запам'ятає цей край як один з найцікавіших у Східній Європі. Його екзотика – у прекрасному краєвиді та невибагливих умовах господарювання, які за кілька століть майже не змінилися [1, с. 2].

Планують створити в Антонівці вагони-готелі для туристів. Кожну з 15 зупинок буде оригінально облаштовано. Наприклад, у Володимирці буде бурштиновий музей просто неба, а в новій церкві Каноничів – бурштиновий іконостас. Крім цього проекту районна влада Зарічного планує розробити й інші туристичні маршрути. Зокрема, подорожі озерами та річками Полісся. Але в даному випадку зусиль однієї тільки районної ради не вистачить, потрібно залучити інвесторів на взаємовигідних умовах. Задля цього в законодавстві стосовно питань туризму повинні бути передбачені пільги підприємствам, що займаються соціально значущими проектами.

Якщо повернутися до вузькоколієк колишнього СРСР, то найвідомішою є діюча вузькоколія Гулбене – Алуксне, Латвія, всього в 25 км від російського кордону. Вона є туристським об'єктом, хоча місцеві жителі використовують її як звичайний транспорт. У Казахстані збереглося кілька коротких вузькоколієвих залізниць. У 2013 році була розібрана велика вузькоколієва залізниця протяжністю 98 кілометрів – «Остання вузькоколія Цілини», що пролягала по напрямку Атбасар – Промисловий. Серед республік колишнього СРСР жодної збереженої вузькоколієвки немає тільки в Азербайджані та Молдові. Найбільш насиченою діючими вузькоколієвими залізницями є Білорусія.

Найбільша вузькоколієва залізнична мережа знаходиться в Японії. Власне саме вузька колія (1067 мм, так звана капська колія) і є тут стандартом.

Державні залізниці Таїланду з колією 1000 мм мають протяжність близько 4000 км. Вузькоколієві (600 мм) гірські залізниці в Дарджилінзі і в горах Нілгірі (Індія) внесені ЮНЕСКО до списку Всесвітньої спадщини.

Вузькоколієвки поширені також у багатьох країнах Африки та Південної Америки, при цьому існує величезна кількість варіантів ширини колії, що варіюються від 600 мм до капської колії.

У Німеччині збереглися і використовуються для вантажних і пасажирських перевезень досить багато вузькоколієвок, причому на багатьох з них до цих пір використовується парова тяга.

Крупна вузькоколієва мережа (з шириною колії 1000 мм) зберігається в Іспанії. Має довжину в 650 км і проходить вздовж північного узбережжя в Іспанській Басконії. Також вузькоколієвки збереглися в Іспанії в районі Барселони, Валенсії і на острові Майорка.

У Швейцарії є велика мережа метрових вузькоколієвок, які, в першу чергу, використовуються для пасажирських перевезень. Вони підтримуються у задовільному стані, тому що в гірських районах альтернативи їм просто немає [4].

Відновлення вузькоколієвих залізниць в Карпатському регіоні – економічно необхідний проект. Його впровадження дасть поштовх розвитку машинобудування, будівництва й енергетики та дозволить зрештою здійснити науково обґрунтовані ефективні протипаводкові заходи, які убезпечать

населення від стихійних лих. І найголовніше: проект зупинить міграційні процеси, викликані безробіттям.

Фінансове забезпечення поставлених завдань повинно здійснюватися за рахунок: державного бюджету України, обласних бюджетів, місцевих бюджетів, власних коштів підприємств та організацій, коштів міжнародних організацій, в тому числі грантів, залучення приватних, в тому числі іноземних, інвестицій. Для реалізації розвитку проектів у сфері залізничного туризму існує кілька варіантів рішення проблеми, наприклад, можливе формування окремих туристсько-екскурсійних поїздів [3].

На національному рівні вже створена Асоціація Збереження Історії Залізниць України, яка об'єднала як професійних залізничників, так і громадян інших професій. На сьогодні важливо, щоб місцеві та іноземні інвестори повірили в перспективне майбутнє залізничного туризму та приєдналися до існуючого руху за збереження історичної технічної спадщини.

Розвиток залізничного туризму в цілому буде сприятиме підвищенню іміджу залізниць та забезпечить підвищення обсягів перевезень, і як наслідок – поповнення бюджетів усіх рівнів. Серед соціальних переваг залізничного туризму – паралельно із відбудовою залізниць відновлення історичних пам'яток, розбудова інфраструктури, збереження та створення нових робочих місць, забезпечення населення доступним та цікавим видом відпочинку.

Список використаних джерел:

1. Алексіюк Т. Може хтось допоможе: Заріченщина туристична: [Про розробку інноваційного туристичного продукту «Поліський трамвай» щодо вузькоколійної залізниці «Антонівка-Зарічне»] / Т. Алексіюк // Полісся. – 2009. – № 4 / 29січня / – С. 2.
2. Марценюк Л. В. Основні засади розвитку транспортного туризму в Україні / Л. В. Марценюк // Вісн. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. – Д., 2013. – Вип. 47. – С. 24-32.
3. Розвиток туризму в Україні [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.marshruty.in.ua/index.php/rozvytok-turyzmu-v-ukraini.php>
4. European Tourism 2013: Trends & Prospects [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <https://aboutourism.wordpress.com>

Проданова І.І.

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

Городинська О.В., Мартиняк В.В.

студенти,

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ КРИЗИ

Особливості розвитку національної економіки України в умовах кризи є актуальною темою вже протягом декількох років. Така ситуація обумовлена тим, що країна ще не встигла адаптуватися після фінансової кризи 2008-2009 рр. як її поглинула інша 2013-2014 рр.

Економічна криза як явище характеризується різким погіршенням економічного стану країни, що виявляється в значному спаді виробництва, порушенні виробничих зв'язків, що склалися, банкрутстві підприємств, зростанні безробіття, і у результаті – в зниженні життєвого рівня, добробуту населення. Важливим чинником, який поглиблює основні проблеми сьогодення, спричинені кризовими явищами в економіці країни 2013-2015 рр. є те, що Україні не вдалося ефективно реалізувати заходи антикризового характеру та з економічного відновлення в посткризовий період 2010-2012 рр. Нинішня вкрай слабка економічна динаміка на тлі наслідків кризових шоків попередніх років посилюється триваючою військовою агресією, поглибленням і розширенням негативних тенденцій в економіці, низьким рівнем довіри до системи державного управління, високою корупцією, слабкою фінансовою дисципліною, незадовільною інвестиційною привабливістю та надмірним борговим навантаженням [1].

Аналіз наукових праць по темі дослідження свідчить про те, що дотепер дискусійними залишаються питання стосовно специфіки впливу економічної кризи на визначення сучасних напрямів і тенденцій, ознак і властивостей розвитку національної системи, що і визначає актуальність даного дослідження.

В рамках вищесказаного можна виділити основні особливості розвитку національної економіки:

- зростання державного боргу. Якщо на початок 2014 р. державний борг України становив 480,2 млрд. грн., то на кінець року його величина досягла рівня 947,03 млрд. грн. або 60,06 млрд. дол., що в структурі боргових зобов'язань займає 86,0%. Проте державний борг України знаходився в межах граничного обсягу, встановленого статтею 5 Закону України «Про Державний бюджет України на 2014 рік» [2];

- девальвація національної валюти (за 2015 р. національна валюта девальвувала на 90%, а золотовалютні резерви знизились на майже 40% [3]);

- зниження інвестиційної активності, згортання інвестиційних проєктів та виведення іноземних капіталів з українського ринку. В умовах відпливу

інвестиційних капіталів з огляду на відсутність гарантій безпеки для інвестора та високий ступінь ризику, світова тенденція скорочення банківського кредитування є додатковим фактором гальмування економічного розвитку України. За даними щорічного проекту Doing Business у 2014 р. Україна посіла 112 місце серед 189 країн світу (в 2013 р. – 137 місце в рейтингу) [4].

- прискорене падіння ВВП. У 2014 р. ВВП України за оцінками Національного банку України скоротився на 6,7%, а дефіцит зведеного бюджету країни разом з НАК «Нафтогаз України» перевищив 10% ВВП. У 2013 р. зростання ВВП України було нульовим (номінальний ВВП за підсумками року становив 1,455 трлн. грн.), а в 2012 р. зростання реального ВВП становило 0,2% (номінальний ВВП дорівнював 1,409 трлн. грн.) [5];

- зниження обсягів освоєння капітальних інвестицій. Капітальні інвестиції в Україні 2014 р. скоротилися на 24,1%, тоді як роком раніше їхнє зниження становило 7,9%. За даними Державної служби статистики, було освоєно 204,06 млрд. грн. капітальних інвестицій (без урахування тимчасово окупованих Криму, м. Севастополя та частини зони проведення АТО) [6].

- скорочення об'ємів промислового виробництва. У 2013 р. промислове виробництво скоротилося на 4,7% порівняно з 2012 р. У 2012 р. порівняно з 2011 р. промислове виробництво скоротилося на 1,8%. Востаннє зростання промислового виробництва в Україні відзначалося в 2011 р., після чого почалося поступове зниження. Найістотніший обвал почався в останній рік і головною причиною цього стали воєнні дії на Донбасі [7]. Промислове виробництво в Україні у 2014 р. знизилось майже на 11%;

- неналежний рівень, глибина та якість реформ;
- зростання ризиків порушення торговельних та фінансових зв'язків в певних регіонах;
- дефіцит енергетичного вугілля, спричинений воєнним діями у вугледобувному регіоні;
- поглиблення існуючих диспропорцій в економіці.

Головним глибинним чинником посилення окреслених проблем є дуже серйозні системні економічні деформації, що накопичувалися досить тривалий час і зрештою зумовили масштабні процеси деградації економіки та, відповідно, крайнього загострення соціальних протиріч. Останні не лише значно послабили потенціал протистояння зовнішнім загрозам, але й стали каталізатором їх наростання. Без докорінної системної модернізації економіки не можливо говорити про досягнення стратегічних цілей, пов'язаних зі створенням в Україні високорозвиненого, заможного, захищеного від небезпек суспільства, яке було б невід'ємною складовою об'єднаної Європи.

Для вирішення вказаних проблем необхідно:

- створення необхідних передумов для відходу від «політики короткострокових часових горизонтів» та формування стратегічно орієнтованої політики довгострокових трансформацій;
- прискорена інтеграція українських виробництв у світові виробничі, торговельні, фінансові мережі;

- визначення стратегії та реальна зміна політики економіки та політики загалом задля пришвидшення євроінтеграційного процесу;
- сприяння створенню умов для розвитку довгострокових інвестицій, розробки та виготовлення сучасного обладнання;
- розвитку українського експорту та транспортної інфраструктури;
- залучення всіх верств українського суспільства до здійснення планів реалізації процесу змін.

Список використаних джерел:

1. План заходів з імплементації Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони на 2014-2017 рр. Затверджений Розпорядженням Кабінету Міністрів України № 847-р від 17 вересня 2014 р. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/847-2014-p>
2. Державний борг України складає більше трильйона гривень – Мінфін // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – <http://www.depo.ua/ukr/money/gosudarstvennyu-dolg-ukrainy-sostavlyayet-bolee-trilliona-12032015104000>
3. Економічна криза в Україні в цифрах (ВІЗУАЛІЗАЦІЯ) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – http://texty.org.ua/pg/news/textynewseditor/read/57032/Jekonomichna_kryza_v_Ukrajini_v_cyfrah_VIZUALIZACIJA
4. Офіційний сайт Проекту Doing business // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – <http://russian.doingbusiness.org>
5. Нацбанк оцінює падіння ВВП України за минулий рік у 6,7% // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – <http://www.epravda.com.ua/news/2015/02/19/529054/>
6. Капітальні інвестиції в Україні торік скоротились на чверть // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – http://24tv.ua/novini_ekonomiki/kapitalni_investitsiyi_v_ukrayini_torik_skorotilis_na_chvert/n547631
7. Потіха А. Промислове виробництво в Україні: обнадійливі симптоми // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=494:promislove-virobnitstvo&catid=8&Itemid=350

Шепелєв В.С.

здобувач,

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ВПЛИВ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗВТ МІЖ ЄС ТА УКРАЇНОЮ НА РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СВИНИНИ

На шляху до членства України у Європейському Союзі 16 вересня 2014 року Верховна Рада синхронно з Європарламентом ратифікувала Угоду про асоціацію України з Євросоюзом, включаючи створення зони вільної торгівлі. Функціонування зони вільної торгівлі базується на принципах повної та всеохоплюючої угоди про вільну торгівлю між Україною та ЄС (ПВЗВТ). Це широкомасштабна за змістом торговельна угода, яка спрямована на зменшення та скасування тарифів, які застосовуються сторонами, лібералізацію доступу до ринку послуг, а також на приведення українських

правил та регламентів, що стосуються бізнесу у відповідність правилам та регламентам ЄС з метою забезпечення вільного руху товарів і послуг між двома сторонами та взаємного недискримінаційного ставлення до компаній, товарів і послуг на території України та ЄС. Уведення в дію зони вільної торгівлі між Україною та ЄС, а також продовження Євросоюзом тарифних преференцій для українських товарів було перенесено з 1 листопада 2014 року на 31 грудня 2015 року для урегулювання законодавчих норм між зацікавленими сторонами даного процесу. Зокрема, в українському законодавстві здійснюються реформи у таких сферах як санітарні та фітосанітарні заходи, технічне регулювання та стандартизація, державні закупівлі та державна допомога. Проводиться робота з гармонізації законодавства України із законодавством Європейського Союзу, в тому числі в рамках Порядку денного асоціації Україна – ЄС та Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу (Закон України від 18.03.2004 № 1629-IV із змінами і доповненнями). З боку ЄС проводить комплекс заходів відповідно до «Регламенту Європейського парламенту та Європейської ради щодо зміни в регламент (ЄС) № 374/2014 на зниження або скасування митних зборів на товари, що походять з України». Для виходу вітчизняної свинини на ринок ЄС необхідне проведення комплексу регуляторних заходів з дотримання показників якості та безпечності української продукції, приклад наведено на рис. 1.

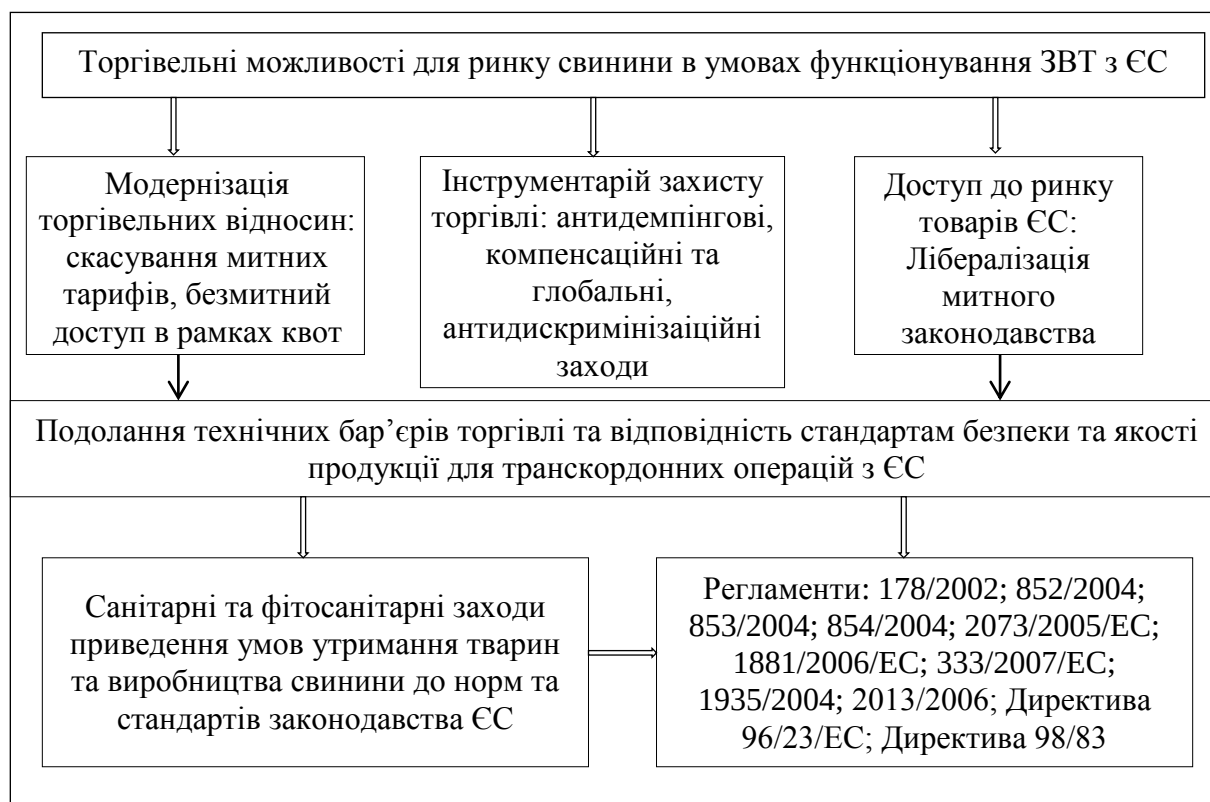


Рис. 1. Вплив функціонування ЗВТ між ЄС та Україною на регулювання ринку свинини

Проведені дослідження дають можливість зробити припущення, що ПВЗВТ відповідно свого змісту відкриває для аграрного ринку нашої країни

можливості модернізації торгівельних відносин та економічного розвитку. Інструментарієм використання цих перспектив постає масштабна гармонізація українського законодавства з тими, що діють на території ЄС та мають вплив на проведення торгівельних операцій, а також гармонізація стандартів України та ЄС у ключових галузях. Угодою передбачається скасування митних тарифів та надання безмитного доступу у рамках квот. Дані положення у 15 главах, 25 додатках та 2 протоколах.

На думку вітчизняних вчених найбільші застереження у зв'язку зі створенням ПВЗВТ виникли щодо товарів м'ясної групи (м'ясо та продукти його переробки), вони виявилися найбільш чутливими до зниження митних тарифів та рівня нетарифного захисту після вступу України до СОТ. Для аналізу наслідків створення ЗВТ між ЄС та Україною для ринків свинини та м'яса птиці у його дослідженнях було застосовано підхід, який дозволяє оцінити зміни в обсягах двосторонньої торгівлі при пом'якшенні торговельних бар'єрів на основі цінової еластичності імпорту. Такий підхід також дозволяє розділити збільшення обсягів імпорту з країни, з якою укладено торговельну угоду, за рахунок витіснення внутрішнього виробника з внутрішнього ринку та за рахунок витіснення імпорту з третіх країн (переорієнтація торгівлі). Цінова еластичність імпорту була оцінена економетричними методами на основі моделі часткової рівноваги ринків і становила (-2,18) для імпорту свинини з ЄС в Україну та (-0,56) для імпорту м'яса птиці з ЄС в Україну. Отже, ризики від створення ЗВТ для виробників свинини, імпорт якої є більш еластичним за ціною, є вищими, ніж ризики виробників м'яса птиці. За результатами розрахунків, унаслідок створення ЗВТ між Україною та ЄС річний обсяг імпорту свинини та м'яса птиці з ЄС збільшиться на 22,4 та 6,1%. Втрати внутрішнього виробника від скасування імпортного мита на свинину становитимуть 0,63% від обсягу виробництва, річний обсяг реалізації на внутрішньому ринку скоротиться на 4,89 тис. т, чисті втрати внутрішнього виробника м'яса птиці становитимуть 2,69 тис. т у рік, або 0,02% обсягу внутрішнього виробництва м'яса птиці в Україні.

З іншого боку, для української сторони принциповим є встановлення квоти для вивезення свинини в ЄС на рівні 20 тис. т. Що стосується вітчизняної продукції тваринного походження, дозвіл від ветеринарних служб ЄС отримано на експорт продукції птахівництва (яєчного порошку та м'яса птиці). За повідомленням Союзу птахівників України, обсяги експорту м'яса птиці в ЄС становитимуть 20–30 тис. т, із них 16 тис. т вітчизняні птахівники зможуть експортувати в рамках безмитної тарифної квоти в разі введення в дію положень щодо ЗВТ Угоди про асоціацію. У разі відкриття додаткової тарифної квоти для імпорту м'яса птиці з ЄС в Україну в розмірі 20000 т тарифна квота ЄС для вітчизняних експортерів збільшиться на 20000 т м'яса птиці на рік. В ході проведення досліджень виявлено, що виробники свинини, баранини, м'яса ВРХ та молочних продуктів поки що не завершили процедури сертифікації виробництва для експорту в ЄС. Таким чином, основними бар'єрами для розвитку експорту вітчизняної сільськогосподарської продукції на ринки ЄС залишаються нетарифні бар'єри. Технічні, санітарні, фітосанітарні заходи, які застосовують країни ЄС для захисту своїх ринків, можуть

стримувати нарощування експорту вітчизняної продукції в рамках виділених Україні квот. Подолання нетарифних бар'єрів для експорту в ЄС, як показав досвід виробників м'яса птиці, вимагатиме спільних зусиль бізнесу та влади для модернізації виробництва, вдосконалення нормативної бази, проведення довготривалих переговорів і неодноразових інспекцій відповідних служб ЄС.

Список використаних джерел:

1. Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу. Закон України № 1629-IV від 18.03.2004. – [Електронний ресурс]. – <http://zakon2.rada.gov.ua>
2. Петров Р. Транспозиція *acquis* Європейського Союзу у правові системи третіх країн: Монографія / Р. Петров – К.: Істина, 2012. – 364 с.
3. Вдовенко Н. М. Методологізація галузевого державного управління на шляху адаптації економіки до умов та вимог Європейського Союзу / Н. М. Вдовенко / ScienceRise. – 2015. – № 5/3 (10). – С. 39-45.
4. Вдовенко Н. М. Сучасна парадигма регулювання розвитку галузей аграрного сектору в умовах глобального дефіциту продовольства / Н. М. Вдовенко / ScienceRise. – 2015. – № 2/3 (7). – С. 20-26.
5. Двосторонні документи співпраці ЄС із третіми країнами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://webgate.ec.europa.eu>

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Богданов Д.С.

аспірант,

Науковий керівник: Гончаренко І.В.

доктор економічних наук, професор,

Миколаївський національний аграрний університет

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

У сучасній науковій літературі проблемам вибору і стратегічного аналізу приділяється досить багато уваги. Реалізація стратегії, представляє собою організацію процесу її виконання, регулювання та координації. З теоретичної точки зору організація стратегії є комплексом управлінських і виробничих процесів по реалізації стратегічних планів. Проте особливих труднощів, це набуває у сільських територіях, оскільки трудові та управлінські ресурси тут, як правило, обмежені.

Існують деякі загальні принципи і підходи, розуміння і використання яких при реалізації стратегій розвитку сільськогосподарського підприємництва допоможе сфокусуватися на важливих речах і уникнути помилок:

1) жорсткий підхід, полягає в тому, що вище керівництво розробляє стратегію і намагається впровадити її в незміненому вигляді, діючи при цьому жорстко і енергійно, практично не реагуючи на думку співробітників організації і їх опір;

2) м'який підхід, розглядає впровадження стратегії як процес, в якому керівництво суб'єкта підприємництва розробляє необхідні процедури і політику для впровадження стратегії, а процес впровадження стратегії розглядається як циклічна послідовність практичних кроків, коли результати одного кроку ініціюють аналіз і дію для наступного кроку.

В сучасних умовах на сільських територіях найбільш поширеним є м'який підхід, який проте, має ряд істотних недоліків для сучасної України. Замовивши розробку подібної стратегії або розробивши її власними силами, досить часто сільські підприємці стикаються з проблемами її реалізації в силу недостатнього рівня компетентності співробітників, і неможливості кардинальним чином змінити ситуацію в силу обмеженості трудових ресурсів. У зв'язку з цим ключовим завданням, яка зумовлює успіх реалізації стратегій розвитку сільськогосподарського підприємництва, стає забезпечення максимально ефективної постановки вирішуваних питань і вдосконалення управлінських навичок керівництва суб'єкта підприємництва.

Американські фахівці зі стратегій, більше десяти років вивчаючи успіхи і невдачі тисяч компаній, прийшли до висновку, що з реалізацією стратегії можуть впоратися:

- 1) новий лідер, спеціально запрошений для вирішення цього завдання;
- 2) старий топ-менеджер, якщо він є видатним лідером;
- 3) фахівець високого класу по здійсненню організаційних змін.

Запрошення лідера – це прийом, часто застосовуваний компаніями, що входять до списку Fortune-500 [1, с. 26].

Однак в сільських територіях такий підхід не можливий до застосування в силу значного розміру самих суб'єктів підприємництва, а також відсутності фінансових ресурсів для оплати послуг найманого менеджера. У зв'язку з цим в таких умовах ключовим фактором успіху буде здатність до самоосвіти з боку керівництва суб'єкта підприємництва та ключових співробітників, відповідальних за зміни.

Інша причина, що робить неможливим реалізацію стратегії, – відсутність глибокого усвідомлення важливості і терміновості змін. Саме з цієї причини близько 50 відсотків усіх суб'єктів підприємництва, які починають реалізовувати нові стратегії, зазнають невдачі через кілька місяців після початку роботи. Завдання реалізації стратегії полягає в розумінні того, що необхідно зробити, щоб стратегія працювала і були дотримані намічені терміни її виконання [2, с. 81].

На сільських територіях складність реалізації даного завдання полягає в недооцінці масштабів необхідних робіт з боку керівництва і розгляд процесу реалізації стратегії розвитку як побічного виду робіт, що не вносить значного внеску в розвиток суб'єкта підприємництва. Усвідомлення ролі стратегічного управління в розвитку сільськогосподарського підприємництва дозволить керівникам виділяти великі фінансові і трудові ресурси для реалізації намічених заходів.

Оптимальна стратегія розвитку сільськогосподарського підприємництва передбачає, що всі наявні у підприємця ресурси і можливості НТП використовуються з максимальною інтенсивністю і ефективністю. Взаємно-протилежні інтереси сільськогосподарських виробників і споживачів сільгосппродукції, має узгоджуватись, а підприємницька діяльність точно націлюватись на повне покриття дійсних платоспроможних потреб сільського населення, держави, соціальної сфери, всіх ланок самого виробництва.

Проблеми формування підприємницької системи на сільських територіях зазвичай залишаються поза увагою підприємця, так як недостатньо великий розмір підприємницьких структур не передбачає наявності великого числа ланок управління. Однак, наявність будь-якої диверсифікації в сільськогосподарському або пов'язаному з ним виробництві, вже вимагає більш уважного ставлення до цього питання.

Сталий розвиток сільськогосподарського підприємництва, що передбачає реалізацію оптимальних стратегічних альтернатив, здійснюється з урахуванням соціально-економічного розвитку сільських територій на основі наступних принципів [3, с. 8]:

- 1) виділення пріоритетних напрямків розвитку;

- 2) врахування інтересів і потреб різних груп сільського населення;
- 3) участь сільських жителів в розробці і реалізації пріоритетних напрямів розвитку підприємництва в сільській місцевості;
- 4) взаємодія держави і представників сільського бізнесу;
- 5) інформаційна відкритість;
- 6) незалежність оцінки результатів стратегії.

На етапі реалізації стратегії виникає безліч проблем і для цього існують об'єктивні причини: здійснюється перехід від проектування до практики управління, або зіткнення з реальністю. До того ж процес стратегічного планування вимагає певного часу, протягом якого відбудуться такі зміни в середовищі існування суб'єкта підприємництва, що плани можуть в певній мірі «застаріти» ще до початку реалізації.

Типовими для процесу реалізації стратегії проблемами на сільських територіях є [4]:

- 1) невідповідність між стратегією і практикою управління, вони можуть протидіяти один одному в силу недостатньої компетентності трудових ресурсів в сільських територіях в цілому і підприємця як суб'єкта прийняття рішень;
- 2) високий рівень сільськогосподарський ризиків, що веде до неможливості реалізації стратегії на певному етапі здійснення підприємницької діяльності;
- 3) інформаційне забезпечення стратегічного планування може не враховувати тенденції, що складаються на світових сільськогосподарських ринках, а також зміни в державній політиці щодо сільських територій;
- 4) реалізація стратегії включає зміни, які, в свою чергу, містять невизначеність і ризик, а вони можуть викликати настороженість керівників, небажання брати відповідальність за прийняття ризикованих рішень на себе.

Стратегічне управління повинне стати безперервним, а не епізодичним процесом. Після того як стратегії впроваджені, необхідно їх відслідковувати і виробляти в певні періоди, оцінку їх реалізації. Важливою умовою при цьому є вибір відповідних критеріїв, які визначають, наскільки вдало обрана стратегія з точки зору стратегічного аналізу. Це, перш за все, її здійсненність, тобто ступінь труднощів і обсяг зусиль для того, щоб дана стратегія була застосована на практиці, а також її прийнятність, тобто визначення того, якою мірою результати застосування конкретного стратегічного варіанту спрямовані на виконання місії та досягнення її цілей.

В сільських територіях, де рівень життя населення безпосередньо залежить від успіху функціонування нечисленних підприємницьких структур, відповідальність за прийняті стратегічні рішення в області розвитку підприємництва значно підвищується. Крім того, високий взаємозв'язок з природними процесами робить підприємницьку діяльність значно більш ризикованою порівняно з підприємництвом на міських територіях.

Список використаних джерел:

1. Левицкий М. А. Реализация стратегии. Компетенции, які створюють конкурентні переваги / Журнал «Das Management» – 2010. – № 10 – С. 26–32.

2. Асташкіна Н. А. Виховання сучасного фахівця / Н. А. Асташкіна; Вища освіта сьогодні. – 2007. – С. 78-82.

3. Шаптала Г. О. Використання європейського досвіду розвитку сільських територій / Г. О. Шаптала; Культура народів Причорномор'я. – 2012. – С. 7-9.

4. Ткачук А. Ф. Про розвиток сільських територій і не тільки [Електронний ресурс] / А. Ф. Ткачук // Інститут громадянського суспільства – 2015. – Режим доступу: <http://www.csi.org.ua/pro-rozvytok-silskyh-terytorij-i-ne/>.

Коритько Т.Ю.

*кандидат економічних наук, доцент,
Донбаський державний педагогічний університет*

ВИДИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

В сучасних умовах стійкий розвиток територіальної громади, більшою мірою, визначається ефективністю фінансово-кредитних відносин і багато в чому обумовлено фінансовою стійкістю і забезпеченістю суб'єктів територіального відтворення. Між стійким розвитком територіальної громади і його фінансовою стійкістю спостерігається тісний взаємозв'язок, оскільки стан місцевих фінансів безпосередньо залежить від рівня розвитку економіки – основна частина власних доходів формується за рахунок податкових надходжень (податок на доходи фізичних осіб, земельний податок та ін.) і соціальної сфери – основні витрати розподіляються відповідно до питань місцевого значення на зміст соціальної інфраструктури. Тому, особливе місце в системі дослідження стійкого розвитку територіальної громади займає забезпечення її фінансової стійкості.

Отже, забезпечення стійкості територіальної громади включає в себе:

- 1) стабілізацію економіки в якості відправної точки переходу до приведення її у стійкий рівноважний стан;
- 2) довгострокову динамічну рівновагу системи за рахунок досягнення рівноважної залежності між доходами та видатками;
- 3) стійкий розвиток продовж довгострокового періоду, який засновано на взаємодії економічного, екологічного та соціального елементів.

Виходячи з цього територіальні громади слід розглядати як соціально-економічну систему, яка характеризується комплексною взаємодією елементів, що розташовані на значній території та вимагають для свого розвитку суттєвих витрат ресурсів і часу.

Таким чином, під стійкістю територіальної громади слід розуміти її здатність стабільно функціонувати і розвиватися в довгостроковій перспективі та протистояти впливу внутрішнього середовища за рахунок використання внутрісистемних чинників розвитку і таких, що поступають із зовнішнього середовища (систем вищого порядку і паралельних систем) по «відкритих» каналах.

При дослідженні стійкості територіальної громади класифікація має велике значення, оскільки дозволяє проводити більш глибокий аналіз (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація видів стійкості територіальної громади

Ознака	Вид
залежно від співвідношення запасів і джерел їх формування [1]	– абсолютну;
	– нормальну;
	– нестійку;
	– кризову
з позицій часу утворення [2]	– ретроспективну;
	– поточну;
	– прогнозовану;
	– перспективу;
	– стратегічну;
з позицій системності [3; 4; 5]	– виробничо-технічну;
	– фінансово-економічну;
	– техніко-технологічну;
	– соціально-організаційну;
	– фінансово-економічну

Проведене дослідження виявило, що наведену класифікацію видів стійкості слід доповнити такою ознакою, як напрямок розвитку територіальної громади. Дана ознака включає наступні види стійкості:

– бюджетна стійкість являє собою можливість реалізації всіх планів та програм навіть в умовах негативних змін бюджетного законодавства, стягнення податків та інше;

– соціальна стійкість характеризує здатність підсистеми оптимально використовувати свій потенціал, пристосовувати його до вимог зовнішнього та внутрішнього середовища протистояти деструктивним впливам;

– фінансова стійкість характеризує здатність територіальної громади функціонувати і розвиватися, зберігати рівновагу своїх доходів а видатків в мінливому середовищі, що гарантує постійну платоспроможність і інвестиційну привабливість у межах допустимого рівня ризику;

– економічна стійкість характеризує здатність системи до забезпечення економічного розвитку та ефективного використання накопиченого економічного потенціалу;

– інвестиційно-інноваційна стійкість характеризує здатність підсистеми здійснювати фінансування розширеного відтворення економіки територіальної громади.

Слід відмітити, що на рівні територіальної громади стійкість визначається:

- вирівнюванням рівня розвитку територіальної громади в короткостроковому періоді в умовах кризи за рахунок комплексного територіального розвитку;

- збереженням природно-кліматичного, туристсько-рекреаційного потенціалу території, який виступає основою розвитку і функціонування туристичної і санаторно-курортної індустрій, які в умовах кризових потрясінь можуть стати основою подальшого розвитку територіальної громади;

- збалансованістю використання земельних ресурсів. Так, в сільському господарстві за заданих кліматичних умов повинен дотримуватися баланс між рослинництвом і тваринництвом, що в умовах нестабільності дозволить зберегти замкнутість циклу постачання кормів тварин, сировини для комбікормових заводів. Одним з напрямів підвищення стійкості є раціональний розподіл земельних ресурсів між сільським господарством і промисловістю, іншими галузями;

- політичною стабільністю, що забезпечується створенням умов для розвитку цивільного суспільства і демократичного управління;

- досконалою нормативною правовою базою як основою формальних правил у всіх сферах діяльності і галузях, що здійснюють безпосередній вплив на рух чинників розвитку територіальної громади;

- галузевою диверсифікацією економіки, що дозволяє зберігати стійкість територіальної громади (при спаді в одних галузях, інші зберігають стабільність, знижують ризик зростання безробіття і скорочення податкових надходжень до бюджету);

- збалансованістю виробничої і невиробничої сфери;

- стабільним відтворенням чинників виробництва (трудових ресурсів, капіталу, землі, підприємницьких здібностей);

- підвищення рівня життя населення: зниження диференціації доходів населення, зниження безробіття та ін.

Як соціально-економічна система територіальна громада може мати наступні стани: функціонування, розвиток, стійкий розвиток.

Функціонування – це підтримка життєдіяльності, збереження функцій, що визначають цілісність системи, якісну визначеність, сутнісні характеристики.

Розвиток територіальної громади можна розглядати як процес, в якому збільшуються його можливості.

Стійкий розвиток – це динамічний процес, в якому соціально-економічні параметри територіальної громади поліпшуються при будь-якому обуренні зовнішнього і внутрішнього середовищ.

Територіальна громада як соціально-економічна система під впливом чинників зовнішнього середовища може відштовхуватися від існуючого положення, пов'язаного з досягненням мети свого стійкого розвитку. При позитивному впливі чинників зовнішнього середовища система може носити характер економічного зростання, завдяки якому вона може перейти в якісно новий стан, що потребує додаткової витрати ресурсів. При негативному впливі зовнішнього середовища відбувається падіння, що примушує систему мобілізувати внутрішні ресурси на її повернення в запланований режим

роботи. Сприятливий або несприятливий вплив зовнішнього середовища потребує від територіальної громади для функціонування і розвитку додаткової витрати ресурсів, тобто використання його потенціалу досягнення фінансової стійкості.

Список використаних джерел:

- 1 Бурлай О. Л. Системний підхід до оцінки економічної стійкості аграрних підприємств / О. Л. Бурлай, Д. В. Дерев'янка // Збірник наукових праць Уманського держ. аграрного ун-ту. – Випуск 71, Ч. 2 – Економіка. – Режим доступу: <http://udau.edu.ua/library>
- 2 Зайцев О. Н. Оценка экономической устойчивости промышленных предприятий (на примере промышленности строительных материалов) / О. Н. Зайцев // Автореф. дис. – Хабаровск, 2007. – 23 с.
- 3 Дерев'янка Д. В. Економічна стійкість підприємств: інтегральні підходи до оцінювання / Д. В. Дерев'янка // Збірник наукових праць Уманського держ. аграрного ун-ту. – Випуск 72, Ч. 2. – Економіка. – Режим доступу: <http://udau.edu.ua/library>
- 4 Анохін С. Н. Методика моделирования экономической устойчивости промышленных предприятий в современных условиях / С. Н. Анохін. – Саратов: Саратов. гос. техн. ун-т, 2000. – 40 с.
- 5 Брянцева И. В. Рейтинговая оценка экономической устойчивости строительного предприятия / И. В. Брянцева // Экономика строительства. – 2002. – № 11. – С. 20-27.
- 6 Василенко В. О. Антикризове управління підприємством: Навч. посібник / В. О. Василенко. – К: ЦУЛ, 2003. – С. 103-125.

ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Бутрик О.В.

студент,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут»

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАХОДИ УПРАВЛІННЯ ВПРОВАДЖЕННЯМ ПРОДУКТОВИХ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Продуктова інновація – це зміна в структурі виробу, що якісно чи кількісно покращує його споживчу цінність, за рахунок використання нових методів виробництва, впровадження нових матеріалів, покращення функцій продукту засобами використання переваг нових технологій. Використання переваг продуктових інновацій дозволяє малим і середнім підприємствам здобути конкурентні переваги та використовуючи комерційних успіх новинок успішно завойовувати нові ринки як в середині країни, так і за її кордонами. Успішне використання продуктових інновацій дає можливості для стартапів та малих підприємств вирости до розмірів середніх та великих компаній.

Основним ресурсом для продуктових інновацій є інтелектуальний ресурс, який здатен створювати новий продукт, іншим важливим ресурсом є фінансовий – необхідний для впровадження у виробництво проекти нових. Особливістю сучасного ведення бізнесу є те, що підприємець не обов'язково повинен мати фінансовий капітал для відкриття справи, тому що для вирішення цієї проблеми створені краудфандингові платформи, що дозволяють зібрати кошти для інноваційного продукту.

Яку б матеріально-речову форму новий продукт не мав, процес його створення і впровадження охоплює такі етапи:

Генерування ідей. Задум нових товарів виникає або внаслідок цілеспрямованого пошуку, або випадково. Джерелом ідей можуть бути інтерв'ю; спостереження на виставках чи ярмарках, звіти і пропозиції торгових агентів; дослідження продукції, що виробляється; вивчення тенденцій у розробленні нових виробів конкуруючих фірм; аналіз патентної інформації; з'ясування думок експертів з питань техніки і технології; оцінювання підприємцем власних переваг і слабких сторін.

Розроблення концепції нових товарів. Вдала концепція нового товару підвищує шанси його комерційного успіху. Вона дає змогу сформувати систему орієнтирів персоналу фірми щодо того, яким хочуть бачити товар споживачі і як цього досягти. Основою розроблення концепції нового товару є:

- комплексне оцінювання чинників, які формують комерційний потенціал новації:

- сфери можливого застосування товару, сегменти його потенційних споживачів та їх кількість;
- відповідність якісних параметрів товару вимогам визначеного ринкового сегмента;
- переваги нового товару над можливими товарами-конкурентами;
- можливості співвіднесення нового товару за технологією та методами реалізації з товарами, які вже освоєні виробництвом;
- передбачувані зміни в системі збуту нового товару;
- ймовірний термін виведення нового товару на ринок;
- негативні наслідки виробництва, збуту і використання товару (екологічні, соціальні тощо);
- зміни у виробництві та збуті, які пов'язані з переходом до випуску нового товару, і величина витрат;
- ризики, такі як ймовірність конкурування нового товару з тими, що давно виготовляються фірмою (товарний канібалізм);
- прогнозовані ціни, доходи та прибутки.

Розроблення і створення дослідного зразка. На цьому етапі здійснюють проектування товару, його параметрів, дизайну, упаковки, визначають назву або марку товару, виготовляють дослідні зразки, узгоджують усі питання щодо технічного рівня виробу, можливостей його якісного виготовлення, майбутнього ефективного використання, тобто закладають кількісні показники якості:

Пробний маркетинг. Здійснюється він перед початком повномасштабного виробництва і реалізації продукції. Має на меті визначення реакції споживачів на новий товар. Незважаючи на впевненість розробників у привабливості новинки, важливо знати, як її сприйме ринок (чи будуть купувати її і як, чи не відмовляться від неї, не помітивши в ній нових переваг). Для цього виготовляють пробну партію товару, тестування якої за ринкових умов дає змогу виявити властивості нового товару в процесі дослідного споживання і оцінити комерційні перспективи його випуску. Якщо результати пробного маркетингу позитивні, приймають рішення про запуск нового товару у виробництво.

Технічна підготовка виробництва нового продукту. Здатність підприємства швидко та ефективно переходити на випуск нової продукції залежить не лише від конструкторських рішень, а й від економічності її виготовлення, сформованої в процесі технологічної підготовки виробництва (ТПВ). Конкретні завдання ТПВ полягають у створенні оптимальних матеріально-технічних передумов для випуску в найкоротший термін і з мінімальними витратами спроектованих нових виробів заданого рівня якості. Весь комплекс робіт з ТПВ здійснюють у кілька етапів: відпрацьовування конструкції виробу на технологічність; проектування технології виготовлення нових виробів; конструювання і виготовлення спеціального технологічного устаткування й оснащення; остаточне відпрацьовування і впровадження технологічних процесів.

Розроблення стратегії виведення нового продукту на ринок. Для успіху інновацій необхідно переконати потенційних покупців у цінності для них нового продукту. Це досягається завдяки різноманітним маркетинговим технологіям та інструментам, найпоширенішими з яких є реклама, презентації, стимулюючі заходи, брендинг (інструмент просування нових товарів на ринок, який ґрунтується на позитивному іміджі фірми, уособленому в його бренді (торговій марці).

Потрібно виокремити такі етапи створення продукту:

1. Планування. Розробка плану за яким буде здійснюватися розробка продукту.

2. Розроблення концепції. На цьому етапі завершується формування всіх функції та конструкції продукту, визначається його призначення та цінності використання.

3. Системне проектування. Проектування технологічних та операційних процесів необхідних для виробництва продукту.

4. Робочий проект. Затвердження робочого проекту за яким буде здійснюватися виробництво продукту.

5. Досліди і доведення. Випробування нового продукту на відповідність вимогам і усунення виявлених недосконалостей.

6. Переведення виробництва в робочий режим. Після виправлення всіх недосконалостей виробництво переводиться в повний робочий режим [2, с. 8].

Список використаних джерел:

1. Сумець О. М. Товарна інноваційна політика: навч. посібник / О. М. Сумець, Є. М. Ігнатова. – К.: «Хай-Тек Прес», 2010. – 368 с.

2. Управління процесом розробки і освоєння виробництва нових продуктів: методичні вказівки до вивчення дисципліни для студентів спеціальностей 8.050209 «Менеджмент інноваційної діяльності», 8.000014 «Управління інноваційною діяльністю» / НТУУ «КПІ»; уклад. Л. Г. Смоляр, К. О. Бояринова, О. В. Кам'янська.

Лобанова Ю.Ю.

студентка,

Науковий керівник: Бєлоусова О.С.

кандидат наук з державного управління, доцент,

Запорізький національний університет

ЕКОНОМІЧНЕ ТА СОЦІАЛЬНЕ ЗНАЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Промисловий комплекс України через загострену політичну ситуацію наразі виступає не економічним фактором, а складовою національної безпеки. Відтак, потребує вирішення низка проблем системного характеру: переоснащення виробничих потужностей гальмується за відсутності дієвих економічних стимулів суб'єктів господарювання, неспроможність

фінансувати розробку нових видів продукції, а відтак освоїти виробництво високотехнологічної продукції, відсутність докладання зусиль для її просування на зовнішні ринки; несприятливість інвестиційного клімату та брак обсягів іноземних інвестицій; завищені відсоткові ставки за кредитами і нерозвиненість ринку капіталу; недостатність захисту інтелектуальної власності; замалий розвиток інфраструктури [1].

Функціонування промислового підприємства пов'язане з конкурентоспроможністю, визначальним фактором якої виступає якість продукції. Вона розглядається у розрізі сукупності характерних форм, зовнішнього вигляду та умов застосування, якими повинна бути наділена продукція за призначенням, що зумовлюють рівень здатності задовольняти потреби споживачів. Нові види продукції та пошук споживачів не є гарантом стійкості підприємств, тому якість продукції визначається відповідністю вимогам вітчизняних і міжнародних стандартів.

Значення підвищення якості продукції промислової галузі зумовлене наступними причинами: зростання, розвиток, видозміна потреб (особистих, суспільних, виробничих); зростання ролі і темпів науково-технічного прогресу в розвитку науки, техніки, виробництва, економіки; зростання вартості браку продукції; контроль інтенсифікації виробництва і його ефективності; посилення конкуренції на внутрішніх і міжнародних ринках [2].

Для вітчизняних промислових підприємств пріоритетом економічного і соціального значення виступає підвищення рівня якості та конкурентоспроможності продукції, що має прояв у наступному: підвищення якості продукції виступає видозміненою формою закону економії робочого часу; високоякісна і конкурентоздатна продукція сприяє фінансовій стійкості підприємства, чим надає можливість отримання максимального прибутку; підвищення якості і конкурентоспроможності продукції впливає на формування позитивного іміджу підприємств, що сприяє прихильності споживачів до продукції; підвищення якості засобів і предметів праці забезпечує сприятливі умови для готової продукції належної якості. Звідси, соціально-економічне значення підвищення якості промислової продукції полягає передусім у тому, що якість і конкурентоспроможність певним чином вирішує суспільно-соціальні потреби.

Ефективним засобом у забезпеченні конкурентоспроможності та стійкості вітчизняних промислових підприємств є гнучкість виробничих систем, здатність своєчасно реагувати на мінливість умов діяльності з меншими витратами або взагалі без них. Шляхами виходу підприємств з кризи стають інноваційна політика і впровадження науково-технічних розробок. Відтак, лінія кислотного травлення на ПАТ «Запоріжсталь» сприяє скороченню викидів шкідливих речовин у р. Дніпро; запроваджене ПАТ «Електрометалургійний завод «Дніпрспецсталь» ім. А.Н. Кузьміна «кисневе виробництво забезпечило підвищення продуктивності праці, якості продукції, зниження витрат виробництва, поліпшення умов праці, підвищення кваліфікації і культурно-технічного рівня працівників; АТ «Мотор Січ» на підтримку збройних сил випускає легкі вертольоти; ДП «Івченко-Прогрес»

збирає двигуни для малої авіації, що позитивно впливає на співпрацю з Європейським союзом [1].

Інтенсифікація інвестиційних процесів модернізації та розвитку інфраструктури, виробничих фондів сприятимуть попиту на продукцію вітчизняних промислових підприємств. За рахунок чого компенсуються втрати обсягів експорту, зупиниться спад промислового виробництва, знизиться соціальна напруга, особливо в східних областях України.

Список використаних джерел:

1. Промисловість – фундамент, який потребує реконструкції [Електронний ресурс] // Times.zp.ua – Режим доступу: http://www.times.zp.ua/news/fresh/promislov_st_fundament_yakiy_potrebu_rekonstrukts/_61676/

2. Рябушкіна А. А. Якість продукції та забезпечення її конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / А. А. Рябушкіна // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2013. – № 7. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2184>

Логвінова О.П.

кандидат економічних наук, доцент,

завідувач кафедри,

Інститут хімічних технологій (м. Рубіжне)

Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля

АУТСОРСИНГ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з визначальних умов сталого економічного розвитку за умов продовжуваних кризових явищ у національній економіці є забезпечення та підвищення його інвестиційної привабливості. Тому керівництво вітчизняних підприємств має докладати значних зусиль для вирішення цієї проблеми.

Основною характеристикою інвестиційної привабливості підприємства, на думку більшості науковців, що займаються дослідженнями з цього питання, є фінансовий стан, який відображають показники фінансової стійкості, платоспроможності, дохідності капіталу та ділової активності [3; 4]. На думку Солієвої П. Ш., при визначенні інвестиційної привабливості підприємства важливим є також її зв'язок з інвестиційним потенціалом і інвестиційним ризиком. Крім того, автор відзначає необхідність оцінки таких параметрів, як привабливість продукції підприємства для споживача, кадрова привабливість, територіальна привабливість, фінансова привабливість, інноваційна, екологічна та соціальна привабливість [3]. Тарелкин А. А. відзначає також зв'язок інвестиційної привабливості підприємства з інвестиційним кліматом і організаційною структурою підприємства [4].

Отже, інвестиційна привабливість є складною та багатоаспектною економічною категорією та характеристикою діяльності підприємства, яка

потребує пильної уваги з боку керівництва та фахівців підприємства для його успішного функціонування на ринку. Водночас досить часто власними силами підприємства неможливо вирішити проблеми щодо підвищення його інвестиційної привабливості. Одним з можливих засобів вирішення цієї проблеми є залучення фахівців і ресурсів спеціалізованих фірм на контрактній основі, що становить зміст аутсорсингу.

Теорія й практика свідчать, що на аутсорсинг може бути передано значну кількість функцій підприємства, але найчастіше підприємства передають на аутсорсинг непрофільні функції або такі, які фахівці підприємства неспроможні якісно виконувати чи не мають достатнього досвіду їх виконання.

Щодо можливостей забезпечення та підвищення інвестиційної привабливості підприємства доцільно використовувати наступні форми аутсорсингу:

- бухгалтерський аутсорсинг;
- ІТ-аутсорсинг;
- аутсорсинг бізнес-процесів;
- аутсорсинг складання бізнес-плану діяльності підприємства чи інвестиційного проекту;
- аутсорсинг маркетингу;
- виробничий аутсорсинг;
- аутсорсинг невикробничих функцій (прибирання, забезпечення харчування персоналу, управління транспортним парком підприємства);
- аутсорсинг персоналу;
- аутсорсинг офісного друку;
- аутсорсинг call-центру та ін. [1, 2].

Передача подібних функцій на аутсорсинг дозволить підприємству вирішувати наступні завдання:

- зосередитися на виконанні ключових функцій, не розпорошуючи ресурси на допоміжні функції, або розробити й реалізувати додаткові проекти, ефективно диверсифікувати діяльність підприємства;

- отримати необхідні ресурси чи продукцію (роботи, послуги) у разі їх відсутності;

- підвищити якість вироблюваної продукції чи надаваних послуг;

- знижити витрати за рахунок ефекту масштабу, більшого досвіду у постачальника необхідних послуг і ефективнішого їх контролю;

- зменшити ризики, пов'язані з реалізацією бізнес-процесів шляхом скорочення кількості некерованих чинників і передачі ризику аутсорсинговій компанії;

- отримати додаткові конкурентні переваги та успішніше протидіяти конкуренції на ринку;

- підвищити економічний потенціал підприємства, покращити економічні показники його діяльності та фінансовий стан, а отже, й підвищити інвестиційну привабливість.

Таким чином, застосування аутсорсингу у діяльності підприємства позитивно позначатиметься на всіх аспектах його функціонування, що

дозволить підвищити інвестиційну привабливість та забезпечити стабільний економічний розвиток.

Список використаних джерел:

1. Аникин Б. А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: уч. пособ. / Б. А. Аникин, И. Л. Рудая. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 320 с.
2. Бравар Ж-Л. Эффективный аутсорсинг: Понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений / Ж-Л. Бравар, Р. Морган (пер.с англ.). – Д.: Баланс Бизнес Букс, 2007. – 251 с.
3. Солиева П. Ш. К вопросу об инвестиционной привлекательности предприятия в республике Таджикистан. Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. Серия «Гуманитарные науки». Выпуск № 1 (53), 2013. – С. 113-117.
4. Тарелкин А. А. Формирование и оценка инвестиционной привлекательности промышленных предприятий. Вестник Самарского государственного экономического университета. № 10 (60), 2009. – С. 89-92.

Пунда О.В.

аспірант,

Національний авіаційний університет

УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ АЕРОПОРТІВ

Актуальною реакцією економічної науки на потреби підприємств у досягненні стійких траєкторій розвитку в умовах динамічного зовнішнього середовища на сьогодні є напрацювання теоретичного та методичного забезпечення управління їх інвестиційною привабливістю. Це особливо актуально для вітчизняних авіапідприємств як перспективної складової розвитку національної транспортної мережі України, оскільки Рада Європейського Союзу наполягає на інтенсифікації інвестицій в інфраструктуру Транс'європейських мереж.

Такі сучасні вимоги сприяють розумінню невідповідності бізнес-моделей вітчизняних підприємств до сучасних вимог та визнають цільові орієнтири для подолання рівня розвитку інфраструктури українських аеропортів міжнародним вимогам, як то, наприклад, проблеми неналежного рівня забезпечення доступності національної (пріоритетної) транспортної мережі України для осіб з обмеженими фізичними можливостями (з вадами зору, слуху, порушеннями опорно-рухового апарату тощо) [1, с. 21-23; 2].

Уточнимо, що розвиток підприємства може набувати різні форми: прогрес або регрес. При цьому сам процес можна характеризувати за критеріями спрямованості, наявності досягнення результату; характером змін тощо [3, с. 26-27]. Нагадаємо, що в процесі визначення цілей, напрямків та обсягів інвестування інвестор, як правило, концентрує увагу на:

– прибутковості,

- терміні окупності інвестицій,
- захисті законних прав та інтересів інвесторів.

При цьому відмінності предметної сфери інвестиційного проекту визначають відмінні пропорції у вагомості зазначених аспектів інвестиційної привабливості. Сам процес оцінки ефективності інвестиційних проектів, як правило, визначається:

- кількісною оцінкою повернення інвестованого капіталу;
- обов'язкового приведення до теперішньої вартості інвестованого капіталу та сум грошового потоку;
- визначення диференційованої ставки проценту в процесі дисконтування грошового потоку для різних інвестиційних проектів.

Так, на сьогодні основні підходи до оцінки інвестиційної привабливості переважно засновані на показниках фінансової звітності (ліквідності, рентабельності, операційної ефективності, структури капіталу тощо).

Наведені принципи існуючої методології інвестування є «мейнстрімом», що формує судження про інвестиційну привабливість підприємств як систему суто фінансово-економічних відносин між суб'єктами інвестиційного процесу, яка спрямована на досягнення ефективного розвитку підприємства. В сучасному динамічному середовищі таке визначене є позитивним, але неповним, оскільки не забезпечує системність. Так, такий підхід не в достатній мірі концентрує увагу щодо відповідності цільових настанов інвестиційного проекту до фактичних соціальних тенденцій розвитку бізнес-середовища, які є забезпеченням стійкого розвитку підприємств.

На нашу думку базисом формування відповідних моделей інвестиційної привабливості вітчизняних авіаційних підприємств на сьогодні має бути система принципів Глобального договору ООН щодо створення соціально відповідального бізнесу. Реалізація визначених цим договором принципів забезпечить залучення та активну підтримку інвестиційних проектів з боку усіх учасників інвестиційного процесу та інших зацікавлених осіб.

Система цих принципів вимагає від підприємства в інвестиційному процесі управління наступними ключовими напрямками показників: створення культури дотримання поваги до прав людини, забезпечення непричетності до їх порушень; забезпечення свободи договорів при укладанні трудових угод, виключення всіх форм трудової дискримінації та примусової праці, особливо дитячої праці; дотримання превентивного підходу до екологічних проблем та активізації поширення екологічно безпечних технологій; формування та дотримання антикорупційної політики [4].

Наведене дозволяє нейтралізувати такі, наприклад, типові недоліки в оцінці інвестиційних проектів як:

- відсутність у фінансової звітності моніторингу соціально-ринкової стійкості інвестиційного проекту, тому інвестиційна оцінка має проводитись на множини якісно відмінних чинників, що дозволяє системно (різностороннє) визначити ефективність інвестицій;
- обмеженість спрямованості цілей інвестиційних проектів на основних (ЛПР організації) стейкхолдерів, що призводить до втрати стратегічної

керованості підприємства та відсутності у нього позитивної ринкової диференціації.

В результаті реагування на такі вимоги практичної діяльності наукова думка сьогодні активно формує концепцію відповідального маркетингу, яка включає у себе розвиток ідей інвестиційного маркетингу. Так, дотримання вимог першого, шостого та сьомого принципів відповідального маркетингу забезпечує формування проактивного стратегічного базису інвестиційного проекту на засадах:

- кращої сфокусованості підприємства не на окремих інвестиційних цілях, а організації управління в збалансованій цільовій системі;
- дотримання вимог щодо відповідальності перед суспільством та довкіллям;
- заощадження інвестиційних ресурсів;
- підвищення ефективності інвестування, в тому числі кращого дотримання термінів окупності реалізації інвестиційних проектів тощо [5].

Таким чином, сучасне бізнес-середовище, шляхом розвитку КСВ, трансформує вимоги щодо врахування в управлінні інвестиційною привабливості підприємства інтересів усіх зацікавлених сторін (переміщення оптимальності від умов по Парето до площини можливих рішень за вимогами Слейтора). Така модель з найбільшим ступенем вірогідності забезпечить траєкторію сталого розвитку інвестиційної привабливості авіапідприємств.

Список використаних джерел:

1. Садловська І. П. Розвиток національної транспортної мережі України та її інтеграція до пріоритетних транспортних мереж ЕС / І. П. Садловська // Збірник наукових праць ДЕТУТ. Серія «Економіка і управління», 2015. – Вип. 31. – С. 16-26.
2. План виконання Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їх державами-членами, з іншої сторони, на 2014-2017 роки. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/847-2014-p>
3. Шеченко М. А. Механізм інноваційного розвитку аеропортів: дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / М. А. Шевченко – К., 2011. – 231 с.
4. Москалюк Г. О. Сучасні умови розвитку нефінансової звітності в Україні / Г. О. Москалюк. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2410>
5. Центр розвитку КСВ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://csr-ukraine.org/>

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Деркаченко А.В.

студентка;

Завора Т.М.

кандидат економічних наук, доцент,

*Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка*

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ПОКРАЩЕННІ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ

Підвищення якості життя є ключовим питанням державної політики. За сучасних умов, поряд з економічним зростанням, людський розвиток є одним з найважливіших індикаторів розвитку держави, на який визначальний вплив мають соціальні фактори. Стандартним інструментом при загальному порівнянні рівня життя різних країн і регіонів є Індекс людського розвитку. При підрахунку ІЛР враховуються три види показників: очікувана тривалість життя; рівень грамотності населення країни; рівень життя, оцінений через ВНД на душу населення за паритетом купівельної спроможності в доларах США.

У рейтингу Індексу людського розвитку (ІЛР) у 2015 році Україна посіла 81 позицію, погіршивши результат на 5 позицій порівняно з 76 місцем у 2011 році, що свідчить про погіршення рівня життя населення та загострення соціально-економічних проблем, та як наслідок – порушення соціальної стабільності в країні [1].

Порівняно з більшістю держав Європи в Україні низька тривалість життя. Наприклад, в Україні середня тривалість життя станом на 2013 рік становила 66 років для чоловіків і 76 років для жінок, коли у країнах Європейського союзу цей показник складає: для чоловіків – 77, 8 років, для жінок – 83,3 років [2]. Вражаючим є показник і валового внутрішнього продукту на душу населення в Україні, який за результатами 2014 року становив 3014,6 дол., одночасно в розвинених країнах Європейського союзу, зокрема у Франції – 43 800 дол, Німеччині – 47200 дол [3]. Це свідчить про низький рівень життя українців порівняно з європейцями.

У результаті аналізу основних соціально – економічних показників України, таких як мінімальна заробітна плата, рівень безробіття, суми заборгованості по заробітній платі протягом 2013 – 2015 років серед основних соціально-економічних проблем можна виділити наступні: низький порівняно з більшістю європейських країн рівень соціальних стандартів в Україні; високий рівень бідності населення; зубожіння населення; руйнування

соціальних цінностей; тінізація відносин у всіх сферах економіки; корупція; антисуспільні явища тощо.

Соціально-економічний розвиток нашої держави потребує захисту від ризиків і загроз соціальній безпеці держави, а також корегування механізмів та інструментів їх забезпечення на засадах спільної відповідальності з боку суспільства, держави, бізнесу, подальших партнерських відносин місцевої влади з бізнесом із питань реалізації стратегічних завдань соціальної політики на місцевому рівні. Це дасть змогу підвищити спроможність держави щодо виконання своїх функцій у сфері захисту прав і свобод людини в ринкових умовах, забезпечити результативність соціальної політики й системи соціального захисту на загальнодержавному рівні з урахуванням існуючих диспропорцій у соціально-економічному розвитку регіонів, створити передумови підвищення добробуту та якості життя населення [4].

Встановлено, що основними загрозами на ринку праці в Україні є поширення: практики вимушених адміністративних відпусток та скорочення робочого дня, безробіття та проблем працевлаштування молоді та заборгованість із виплати заробітної плати. Так, наприклад, у Європейському союзі найнижча мінімальна заробітна плата – у Болгарії – 184 євро. Найвища – у Люксембурзі – 1923 євро. Разом з цим, в Україні розмір мінімальної заробітної плати, маючи незначну динаміку росту (1378 грн у 2016 році, порівняно з 1218 грн. у 2015 р.), в умовах зростання інфляційних процесів та знецінення національної валюти, реально зменшується і за сьогоднішнім курсом становить 45 євро [5].

Негативні тенденції спостерігаються і на ринку праці. Відбувається збільшення зареєстрованого безробіття. Станом на 1 березня 2016 року кількість зареєстрованих безробітних становила 508,2 тис. осіб. За останніми оприлюдненими даними Державної служби статистики України рівень безробіття, за методологією МОП, становив 9,0%, а серед осіб працездатного віку – 9,4% економічно активного населення. Серед молоді у віці до 25 років рівень безробіття залишається більш як удвічі вищим, ніж в середньому по країні – 21,8% економічно активного населення [6].

Також відбулося зростання загальної суми заборгованості з виплати зарплати в Україні до 2010,9 млн. грн, якщо у порівнянні з початком 2015 року цей показник становив – 1320,1 млн грн, тобто за рік заборгованості із виплати зарплати зросла на 52,3% [7].

Неспроможність держави своєчасно і в повному обсязі забезпечувати соціальні гарантії свідчить про загострення соціально-економічної ситуації в країні, що потребує вжиття заходів щодо упередження та мінімізації впливу соціальних ризиків та зумовлює потребу пошуку ефективних шляхів підвищення якості життя її населення, а відтак потребу у виявленні й визначенні напрямів реалізації державної політики у цій сфері.

Найбільш впливовим важелем на шляху впровадження сталого розвитку стала соціальна відповідальність, яка визначається певною поведінкою щодо дотримання усвідомлених обмежень та соціальних норм, гарантує безпеку та прогресивний розвиток, забезпечує узгодження інтересів суб'єктів, задіяних у суспільних відносинах та управлінні ними за рахунок взаємопідтримки трьох

головних секторів суспільства: влади, бізнесу і громади. У зв'язку з цим правомірно активізацію процесу соціальної відповідальності здійснювати за напрямками з урахуванням кожного суб'єкта (табл. 1) [4; 8].

Таблиця 1

Основні напрями соціальної відповідальності

Рівні	Напрями соціальної відповідальності
Держава	– встановлення державного контролю за своєчасною виплатою заробітної платні, поглиблення правових знань; – створення нових робочих місць; – впровадження практики чесного ведення бізнесу шляхом підтримки малого підприємництва; – соціальне залучення й соціальний розвиток шляхом укладання угод, надання пропозицій щодо передбачення у місцевих бюджетах видатків на місцеві програми соціального забезпечення; – залучення до співпраці малого й середнього бізнесу.
Бізнес	– організаційне управління через систему надання широких повноважень працівникам, дотримання законодавства та організацію соціальних заходів; – надання працівникам гарантії щодо соціального пакета, підписання колективних договорів, дотримання законодавства про працю, підтримку діяльності профспілкової організації; – створення сприятливих умов праці, працевлаштування інвалідів, дотримання законодавства про працю, своєчасною виплатою заробітної плати; – здійснення політики чесної конкуренції, відкритості, обов'язковості сплати всіх податків, боротьби з корупцією та розроблення стратегії соціальної відповідальності підприємства; – стимулювання працівників за якісне виконання обов'язків, реалізацію благодійних програм.
Людина	– виконання зобов'язань перед собою, членами родини, колективом і суспільством; – дотримання правових і соціальних норм, що закріплюється у соціально відповідальній поведінці; – сумлінне ставлення до праці, до своїх обов'язків; – постійний розвиток та підвищення професіоналізму.

Джерело: [4; 8; 9]

Таким чином, підвищення соціальної відповідальності за рахунок впровадження зазначених вище напрямів дасть змогу активізувати процеси соціального залучення всіх суб'єктів з метою гарантування конституційних прав людей, можливість встановлення партнерських відносин між бізнесом, владою і громадськістю, розвитку соціальної та економічної активності населення, а також забезпечення гідного рівня його життя.

Отже, у сучасних умов задля забезпечення покращення якості життя населення необхідним є впровадження та розвиток соціальної відповідальності людини, держави, бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Індекс людського розвитку України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hdr.undp.org/en/countries/profiles/UKR>
2. Статистика від Євростату [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dt.ua/WORLD/naydovshe-v-yes-lyudi-zhivut-v-italiyi-ta-ispaniyi-naymenshe-v-litvi-i-bolgariyi-179577_.html
3. ТОП-50 країн ВВП на душу населення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ereport.ru/stat.php?table=grecia&h=50&d=1>
4. Онищенко В. О. Соціальна безпека регіону: теоретичні та прикладні аспекти: монографія / В. О. Онищенко, Т. М. Завора, О. В. Чепурний. – Полтава: ПолтНТУ, 2015. – 274 с.
5. Мінімальна заробітна плата серед країн світу та в Україні (динаміка та географія 2005-2015 рр.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://infolight.org.ua/content/minimalna-zarobitna-plata-sered-krayin-svitu-ta-v-ukrayini>
6. Державна служба зайнятості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dcz.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=230309&cat_id=173564
7. Держстат України. Заборгованість за заробітною платою [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015vz2015>
8. Саприкіна М. А. Корпоративна соціальна відповідальність / М. А. Саприкіна, О. Ляшенко, М. А. Саєнсує та ін. – К.: ТОВ «Фарбований лист», 2011. – 480 с.
9. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія / О. Ф. Новікова, М. Є. Дейч, О. В. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2013. – 296 с.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Гільорме Т.В.

кандидат економічних наук, доцент;

Богомолова Ю.А.

студентка,

Дніпропетровський національний університет

імені Олеся Гончара

ВРАХУВАННЯ АСПЕКТІВ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ У КОРПОРАТИВНОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У всьому світі спостерігається підвищений інтерес до використання в різних сферах економіки нетрадиційних відновлюваних джерел енергії. Рушійною силою цього процесу є зміни в енергетичній політиці країн із структурною перебудовою паливно-енергетичного комплексу, пов'язаною з екологічною ситуацією і переходом на енергозберігаючі і ресурсозберігаючі технології в енергетиці, промисловості, житлово-комунальному господарстві тощо.

Шляхом запровадження економічних стимулів, держава надала необхідний імпульс суб'єктам господарювання, сприяючи активізації діяльності у цій сфері, та, насправді, створила нову високотехнологічну галузь української економіки, що має високу додану вартість, створену в Україні, галузь, яка успішно може конкурувати на світових ринках.

Суб'єкт господарювання, який запроваджує систему корпоративної звітності підприємства відповідно до Міжнародних стандартів, повинен врахувати аспекти енергозбереження у своїй діяльності. Фактично більшість підприємств формують річні звіти, які включають інформацію щодо сталого розвитку, використовуючи різні стандарти і нормативні бази звітності зі сталого розвитку, що розроблені незалежними і неурядовими організаціями. В Україні найбільш часто використовуються дві нормативні бази звітності: Глобальна ініціатива зі звітності (Global Reporting Initiative) (ГІЗ, GRI) і Глобальний договір Організації Об'єднаних Націй (United Nations Global Compact) (ГДООН) [1].

GRI – це незалежна організація, створена у 1997 році для розробки нормативної бази звітності зі сталого розвитку. Компанії застосовують GRI добровільно для відображення результатів своєї господарської, природоохоронної та соціальної діяльності, дотримуючись відповідних показників. GRI розробила методику кількісної зміни соціальної та екологічної відповідальності з використанням конкретних показників. Однією з головних переваг стандарту є гнучкість: компанії застосовують частково або повністю запропоновані показники.

Іншим стандартом звітності є AA10000 S (Account Ability 1000 Series) [2], який розроблений Інститутом соціальної та етнічної звітності. Дана система звітності має особливості: направлена на упорядкування соціальних ініціатив підприємства та підвищення їх ефективності; встановлення процедури підготовки звітності та визначення переліку критеріїв оцінки соціальної звітності. Ключовим принципом, на засадах якого формується цей стандарт, є діалог з зацікавленими сторонами. Найбільш застосованою форма соціальної звітності – це вільна форма, яку використовує більшість підприємств. Як правило, це барвисті буклети щодо благодійних заходів підприємства, підтримки освіти в країні, охорони здоров'я, культури та спорту, а також глянцеві брошури щодо досягнення у області охорони навколишнього середовища, прав людини, умов праці. Проте дана форма звітності має певні недоліки: не гарантує достовірності даних звіту, не забезпечує їх порівняння з показниками інших підприємств, що не визнається міжнародними організаціями.

Елементи соціальної відповідальності активно реалізуються компаніями понад 50 років, саме поняття «соціальна відповідальність бізнесу» вперше офіційно пролунало у 1999 році на Всесвітньому економічному форумі в Давосі. У 2000 році ООН ініціювала широкомасштабний міжнародний рух у сфері дотримання прав людини, трудових відносин, навколишнього середовища й боротьби з корупцією (Глобальний договір UN Global Compact, 2000). Приєднання до цього договору означає, що компанія вибудовує свій бізнес з урахуванням цих вимог і, таким чином, декларує свою соціальну спрямованість [3, с. 63].

Суб'єкт господарювання, який декларує свою соціальну звітність відповідно Глобального договору ООН повинен щорічно створювати Панель «Повідомлення про прогрес»», що описує чотири блока: сфера (права людини, стандарти праці, довкілля та боротьба з корупцією), принципи (до кожної складової сфери), результати та виклики та проблеми.

Так, відповідно до принципів GRI, показниками результативності, які повинні бути відображені у корпоративної звітності у групі «Екологічні результати», що відображають стан енергозбереження, є: пряме використання енергії із зазначених первинних джерел; непряме використання енергії із зазначених первинних джерел; енергія, яку заощаджено у результаті дій для скорочення енергоспоживання і підвищення енергоефективності; ініціативи для скорочення викидів парникових газів та досягнуте скорочення тощо.

Отже, на сучасному етапі розвитку економіки ефективність діяльності компанії багато в чому залежить від ступеня її залучення до вирішення глобальних завдань, що стоять перед світовим співтовариством. До числа таких задач в першу чергу слід віднести поліпшення економічних і соціальних відносин у суспільстві. Так, соціально активна поведінка безпосередньо впливає на репутацію бізнесу. Це підтверджується лінійною залежністю між індексом корпоративної соціальної відповідальності та репутацією ведучих компаній світу, яку визначено у дослідженні «Global Reputation Pulse Study» (2010 р.) [1, с. 6]. В останні роки багато компаній стали публікувати звіти, де йде спроба розкриття інформації ESG (екологічні, соціальні та управлінські)

факторів, тобто врахування екологічних і соціальних факторів, а також питань корпоративного управління. Саме корпоративна соціальна звітність, яка розкриває діяльність компанії з ESG-факторів, і виступає додатковим джерелом фінансової інформації. За допомогою цієї інформації користувачі звітності суб'єкта господарювання можуть визначити, яким чином компанія взаємодіє з ключовими стейкхолдерами, і тим самим оцінити, наскільки стійкі вільні грошові потоки в майбутньому.

Врахування аспектів енергозбереження у корпоративної соціальної звітності підприємства приведе до таких позитивних змін: стимулювання інтересу та мотивації до інноваційних енергозберігаючих технологій; підвищення рівня активності і самостійності, розвитку навичок аналізу та рефлексії діяльності, розвитку прагнення до співпраці, емпатії. Це дозволить здійснювати комунікаційну підтримку при впровадженні проєктів енергозберігаючих технологій [4].

Список використаних джерел:

1. Global Reputation Pulse Study [Електронний ресурс]. – Reputation Institute's. – 2010. – 14 р. – Режим доступу: <http://www.cordis.europa.eu>
2. ISO 26000 Corporate Social Responsibility Guidance [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.greenbusiness.sg/2011/03/16/introducing-iso-26000-guidance-on-social-responsibility/>
3. Зантарая Т. Соціальні програми соціальної відповідальності бізнесу / Т. Зантарая // Управління персоналом. – 2007. – № 11. – С. 63–64.
4. Гільорме Т. В. Формування механізму маркетингового просування енергозберігаючих технологій на ринках товарів і послуг України / Маркетингове просування енергозберігаючих технологій використання альтернативних джерел енергії в Україні: Монографія / С. О. Смирнов, С. Я. Касян, Л. В. Накашидзе, Т. В. Гільорме. – Дніпропетровськ: «ЛПРА», 2015. – С. 80–111.

Голобородько О.Г.

студентка,

Криворізький економічний інститут

ДВНЗ «Криворізький національний університет»

ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКА ЗВІТНІСТЬ ЯК ОСНОВНА СКЛАДОВА У СИСТЕМІ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Дана робота присвячена проблемі ефективності управління окремим підприємством та економікою в цілому, на основі одержаної бухгалтерської інформації, цінність і якість якої визначається можливістю комплексно охарактеризувати діяльність складних за своєю структурою об'єктів, зокрема, таких як більшість сучасних підприємств.

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» ст. 1 передбачено поділ обліку на бухгалтерський та

внутрішньогосподарський (управлінський) [1]. Виходячи з концепції такого поділу обліку, впливає і необхідність поділу звітності на зовнішню і внутрішню. Бухгалтерська інформація що міститься у звітності, безумовно, є основою для прийняття своєчасних та виважених рішень на всіх управлінських рівнях, що є важливою передумовою ефективності управління підприємством. При цьому найважливіша роль бухгалтерського обліку полягає не лише в отриманні вихідних даних про діяльність підприємства, а і в подальшій обробці цих даних та одержанні на виході корисної інформації та передачі її в системи планування, прогнозування та управління для прийняття відповідних управлінських рішень. Ефективність таких рішень буде залежати від того, наскільки повно, своєчасно та достовірно були зібрані дані бухгалтерського обліку та наскільки якісно ці дані перетворені у відповідну інформацію, яка за своїм складом та змістом є доцільною, своєчасною, оперативною та необхідною для використання на різних рівнях управління діяльністю підприємства. Адже, керівництву необхідні не просто поточні дані, а відповідним чином оброблена, систематизована та узагальнена інформація, перетворена у показники, які надає внутрішньогосподарська звітність.

В сучасних умовах господарювання, коли працюють ринкові механізми і економічна ситуація часто змінюється, для ефективного керівництва необхідна саме оперативна інформація. Тому, для оперативного управління частину інформаційних ресурсів бухгалтерія повинна подавати в реальному часі. Крім того, інформація, що міститься у фінансовій звітності не завжди зрозуміла для менеджерів, оскільки вони, в переважній своїй більшості, є технологіями. Тому, між системою бухгалтерської звітності та системою управління має бути взаємодія та взаємоузгодженість, яка на практиці полягає в єдності принципів формування інформаційних ресурсів. Адже, запити користувачів є пріоритетними напрямками щодо визначення змісту внутрішньої звітності, обсягу інформації, яку ця звітність містить, періодичності її подання з урахуванням особливостей діяльності підприємства.

Всі питання щодо формування, змісту, обсягу інформації, форма подачі, перелік показників, терміни подання, виконавці, інстанції до подачі тощо, а також використання є внутрішньою справою кожного окремого підприємства. В рамках формування та впровадження облікової політики підприємства, а саме політики щодо управлінського обліку, всі ці питання мають вирішуватись і відображатись в документі про облікову політику підприємства (положенні, стандарті, наказі тощо). Формування внутрішньогосподарської звітності підприємства є відповідальною, кропіткою та творчою роботою і проблем на цьому шляху чекає немало, тому що це не одноразовий акт, а нескінченний процес з огляду на можливість частих змін видів діяльності, умов господарювання, організації виробництва та управління, фінансового стану підприємства, технології виробництва, асортименту продукції та послуг тощо. Інакше кажучи, всі зовнішні та внутрішні фактори, які впливають на діяльність підприємства, в тій чи іншій мірі впливатимуть і на внутрішньогосподарську звітність на основі якої управління мають приймати ефективні рішення. Тобто, від якості внутрішньої

звітності на пряму залежатиме ефективність керівництва підприємством. Звітність має забезпечувати таку поінформованість управлінців, яка дає змогу здійснювати пошук резервів підвищення ефективності та прибутковості діяльності підприємства.

Слід погодитись із думкою тих авторів, які вважають, що в сучасних умовах звітність має бути набагато повнішою, ніж та що сьогодні існує в нашій країні. Але, досягати цієї мети шляхом збільшення кількості звітних форм та розширення їх обсягу, або шляхом примноження звітних показників – це не завжди є доцільним. На нашу думку, звітність має змінюватися шляхом вдосконалення за рахунок зменшення її кількості з одночасним покращенням якості форм і показників. Внутрішня звітність підприємства, наразі, потребує не тільки якісного вдосконалення, але, перш за все, різновимірною розширення.

На жаль, на сьогодні, а ні наука, а ні практика досі не сформували системного формування внутрішньої звітності. Відсутність будь-яких нормативних документів та методичних рекомендацій з цього питання призводить до повної самостійності вітчизняних підприємств. Тому рішення щодо формування внутрішньої звітності підприємств на практиці дуже часто є непродуманими, форми недосконалими, а показники зайві та малоінформативні. Відсутність чіткої регламентації внутрішньогосподарської звітності в зарубіжних країнах не завжди може бути беззаперечним прикладом для використання у вітчизняній практиці. П.Я. Хомин вважає, що у наших умовах, коли використовується дво- і триступенева система управління виробництвом, обов'язково повинна бути чітка регламентація внутрішньої звітності [5, с. 280]. Наявність підприємств різних форм власності, різної величини та обсягу діяльності потребують різних виважених підходів до питання формування управлінської звітності. Внутрішня звітність підприємства має бути різною за об'ємом і деталізацією для різних рівнів управління.

Слід зазначити, що з метою отримання якісної внутрішньої управлінської звітності, при її формуванні доцільно дотримуватись таких принципів: принцип адресності – звітність складається на запити відповідних її користувачів; принцип достовірності – інформація, представлена у звітності, повинна бути підтвердженою відповідними первинними і внутрішніми документами та викликати довіру у її користувача; повного відображення – повинна містити всю необхідну інформацію, але не бути перенавантажена зайвою інформацією; періодичності – використання різних періодів часу (декада, місяць, квартал, рік); оперативності – складається в міру її необхідності, інформація, відображена в звітності, повинна випереджати будь-які рішення; конкретності – містить лише ту інформацію, яка визначена метою її складання; варіативності – містить кілька варіантів подій, які можуть впливати на рішення, що приймається на її основі, та сприяти вибору найкращого; аналітичності – містить детальну аналітичну інформацію по відповідних її об'єктах; корисності – витрати на складання, звітності не повинні перевищувати вигоду, від її використання [3].

На відміну від принципів фінансової звітності, закріплених законодавчо, принципи, за допомогою яких формується внутрішньогосподарська звітність, мають чітку управлінську спрямованість. Вони створюються у процесі систематизації знань, відповідно до вимог і стратегій керівництва. Принципи управлінської звітності не є постійними, вони можуть змінюватися за складом і ступенем важливості в процесі діяльності підприємства. Залежно від мети управління підприємство може самостійно формувати додаткові принципи, що відкривають конкретні цілі та завдання.

Отже, із усього вищесказаного можна зробити висновок, що для ефективного управління підприємством недостатньо лише тієї інформації, що надає фінансовий облік, а саме фінансова звітність, так як кожне підприємство повинно передбачити можливі недоліки управління підприємством. Для ефективного функціонування підприємства слід звертати увагу на майбутні недоліки в діяльності, щоб за можливості уникнути їх, а фінансова звітність дає уявлення про фінансовий стан і результати діяльності лише минулих і звітного періоду, тому кожне підприємство повинно самостійно розробляти ще й управлінську звітність, яка цю інформацію надасть. Враховуючи ці обставини, наразі, система вітчизняного бухгалтерського обліку потребує узагальнення напрацювань з даного питання та оформлення методичних рекомендації щодо організації управлінського обліку та формування управлінської звітності за галузями діяльності підприємств. Таким чином, подальші теоретичні дослідження з цього питання мають бути спрямовані на обґрунтування та розробку методології, а також організацію єдиного інформаційного простору підготовки та надання управлінської звітності користувачам на основі сучасних інформаційних технологій.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 р. № 996-ХІІ (зі змінами і доповненнями). [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
2. Левера І. О. Внутрігосподарська звітність у системі управління сільськогосподарськими підприємствами. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://elibrary.nubip.edu.ua/8543/1/LIO.pdf>
3. Лемещук А. В. Внутрішня і зовнішня звітність і її використання в управлінні. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.rusnauka.com/>
4. Сторожук Т. М. Внутрішньогосподарська звітність підприємства. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua>
5. Хомин П. Я. Формування звітності в підсистемах фінансового, управлінського й податкового обліку: монографія // Тернопіль, Економічна думка, 2004. – 288 с.

Яковенко В.С.

кандидат економічних наук, доцент;

Канаховська К.Е.

студентка,

Дніпропетровський національний університет

імені Олеся Гончара

СПЕЦИФІКА ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ

Функціонування підприємства – це складний динамічний процес, що є результатом неперервного циклічного руху грошових потоків. Однією із проблем, що виникають перед підприємствами в сучасних умовах, є відновлення і збереження динаміки циклів операційної, інвестиційної і фінансової діяльності, що є запорукою необхідної ліквідної позиції підприємства і реалізації його попиту на кошти.

Вирішення цієї проблеми неможливе без глибоких досліджень економічних механізмів, що визначають грошові потоки кожного окремого суб'єкта господарювання [2].

Таким чином, існує нагальна потреба в розробці методики обліку, контролю і аналізу грошових потоків, підвищенні наукової обґрунтованості прийняття фінансових рішень в умовах нестабільності та ризику, розробці системи аналітичних і модельних засобів управління коштами.

Необхідність в організації обліку, контролю та економічного аналізу грошових потоків на підприємствах обумовлена існуванням практичних потреб фінансового управління, що стоять на рівні проблеми виживання окремих підприємств, галузей і виходу із кризового стану економічної системи в цілому.

Основними нормативними актами, що регламентують здійснення операцій з грошовими коштами є:

1. Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні, затверджене постановою Правління Нацбанку України від 15.12.2004 р. № 637 із наступними змінами та доповненнями.

2. Інструкція про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті від 21 січня 2004 року за № 22.

3. Указ Президента України «Про застосування штрафних санкцій за порушення норм з регулювання обігу готівки» від 12 червня 1995 року за № 436/95 із наступними змінами та доповненнями.

4. Постанова Правління Національного банку України «Про встановлення граничної суми готівкового розрахунку» від 09 лютого 2005 року за № 32.

У процесі господарської та іншої діяльності підприємства постійно вступають у взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання при здійсненні угод, що оформлюються і закріплюються договорами: з постачальниками – за одержані від них товарно-матеріальні цінності, з покупцями – за придбані ними товари, з банками – за одержання коштів і погашення кредитів, з іншими юридичними та фізичними особами – за

транспортні та інші послуги, електроенергію, паливо тощо, з працівниками – із заробітної плати, наданих їм позик тощо [1].

За допомогою результатів аналізу грошових потоків і контрольних заходів, здійснених на підприємстві з приводу виявлення відхилень в обліку касових і розрахункових операцій, можна знайти нові раціональніші шляхи використання грошових коштів; запропонувати заходи з мінімізації негативних та оптимізації позитивних грошових потоків; визначати наявність і стан власної заборгованості перед кредиторами та вживати певних заходів з її усунення; встановити проблемні ділянки в управлінні дебіторською заборгованістю [3].

Проблемами внутрішнього контролю є: необхідність формування єдиних концептуальних засад організації державного фінансового контролю; створення єдиного правового поля розвитку системи фінансового контролю; формування нових і удосконалення діючих форм і процедур фінансового контролю; переходу від контролю, який здійснюється після завершення фінансово-господарських операцій, до контролю, який передуює прийняттю управлінського рішення або здійснюється на стадії його виконання в межах звітного року; розробки комплексу заходів щодо запобігання порушенням з урахуванням оцінки ризиків: об'єктивної оцінки системи управління державними ресурсами, визначення «слабких» ланок у фінансово-господарській діяльності підприємств, установ та організацій, у яких потенційно можуть бути або є порушення, визначення їх причин та обставин, надання керівникам рекомендацій щодо можливих шляхів усунення порушень та недопущення їх у майбутньому; удосконаленні методик внутрішнього фінансового контролю; оптимізації організаційних структур суб'єктів внутрішнього фінансового контролю; удосконаленні кадрового забезпечення системи фінансового контролю; створення адекватної сучасним умовам інформаційної інфраструктури [4].

Необхідним заходом є розробка плану контролю за дотриманням касової та розрахунково-платіжної дисципліни та ряду робочих документів, які чітко визначають заходи щодо перевірки наявності грошових коштів і стану заборгованості підприємства (як дебіторської, так і кредиторської), сприяють детальному вивченню первинних документів і визначенню законності господарських операцій. При дотриманні систематичного та наскрізного внутрішньогосподарського контролю за грошовими коштами та розрахунковими операціями підприємство може зменшити витрати на сплату фінансових санкцій, підвищити ефективність управлінських рішень, виявити негативні фактори у вузьких ділянках обліку і цим самим зменшити їх негативний вплив на фінансові результати підприємства та впливати на економію витрат.

Список використаних джерел:

1. Гранова Р. О. Грошові кошти. Розрахунки: Бухгалтерський облік / Р. О. Гранова. – К.: ЦУЛ, 2010. – 207 с.
2. Мельниченко В. О. Методологічні основи обліку грошових потоків / В. О. Мельниченко. – 2013. – № 7. – С. 5-6.

3. Рященко О. Л. Мистецтво жити без грошей / О. Л. Рященко // Дебет- Кредит. – 2009. № 50. – С. 5-7.

4. Ткаченко Н. М. Теоретико-методологічні проблеми формування бухгалтерського обліку / Н. М. Ткаченко. – К.: А.С. К., 2009. – 352 с.

Яковенко В.С.

кандидат економічних наук, доцент;

Куляба В.О.

студентка,

*Дніпропетровський національний університет
імені Олеся Гончара*

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ НА ВИРОБНИЧОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах сучасної економічної кризи в Україні досить велика кількість підприємств та організацій знаходиться в скрутному становищі, маючи досить велику проблему неплатежів. Однією з головних умов підтримки необхідного рівня ліквідності і платоспроможності підприємств, що функціонують в умовах ринку, є ефективне управління поточною дебіторською заборгованістю.

Дебіторська заборгованість – це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату. В свою чергу, дебітори – це юридичні або фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів [1, с. 77].

Дебіторська заборгованість має значну питому вагу в складі поточних активів і впливає на фінансовий стан підприємства. Значення аналізу дебіторської заборгованості особливо зростає в період інфляції, коли іммобілізація власних оборотних активів стає дуже не вигідною.

Для здійснення аналізу дебіторської заборгованості та прийняття управлінських рішень важливе значення має повнота і об'єктивність інформації. Вирішення багатьох проблемних питань дозволить значно вдосконалити організацію та методику обліку розрахунків з дебіторами.

Серед основних недоліків існуючої системи обліку та аналізу дебіторської заборгованості можна визначити такі:

а) для прийняття зацікавленими особами адекватних та вчасних рішень щодо існуючої політики управління істотне значення мають актуальність і якість інформації про стан розрахунків з дебіторами, що формується на базі даних бухгалтерського обліку конкретних суб'єктів господарювання.

Однак форма бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості, яку рекомендували нормативно, не враховує специфіки даного активу, що зумовлює наявність різних ознак його класифікації і велику кількість методів оцінювання. Так, рекомендована нормативами форма

бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості журнал-ордер № 3 не враховує специфіки даного активу – наявності різних ознак його класифікації і велику кількість методів оцінювання, а рекомендовані облікові регістри не передбачають накопичення інформації про розрахунки з дебіторами різного рівня деталізації і узагальнення.

Саме через це неможливим є отримання якісної і неупередженої інформації щодо дебіторської заборгованості для проведення аналізу розрахунків з кожним окремим дебітором. Це зумовлює неможливість отримання інформації про дебіторську заборгованість в обсязі і вигляді, достатньому для проведення аналізу розрахунків з дебіторами зокрема і заборгованості загалом з метою прогнозування ймовірності настання платіжної кризи суб'єктів господарювання, складання рекомендацій щодо її попередження;

б) не вирішені проблеми відображення в обліку довгострокової дебіторської заборгованості, оцінки поточної дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи та послуги.

в) застосовування у наших умовах традиційної за кордоном методики аналізу дебіторської заборгованості не завжди доцільно через відсутність необхідного обсягу вірогідної і доступної інформації щодо розрахунків з дебіторами. Крім цього, загальна криза неплатежів, характерна для сучасної української економіки, змушує сумніватися в об'єктивності, своєчасності і корисності отриманих результатів аналізу.

Використання вітчизняних методик не дає змоги однозначно оцінити стан дебіторської заборгованості, а також ступінь його впливу на фінансово-господарський стан підприємств.

Для управління дебіторською заборгованістю необхідним є розробка заходів щодо скорочення або стягнення простроченої або сумнівної дебіторської заборгованості. При цьому можуть використовуватися різноманітні методи управління дебіторською заборгованістю, які можна класифікувати на такі групи:

- 1) юридичні – претензійна робота, подача позову до суду.
- 2) економічні – фінансові санкції (штраф, пеня, неустойка), передача в заставу майна і майнових прав, призупинення постачань продукції.
- 3) психологічні – нагадування по телефону, факсу, пошті, використання ЗМІ чи поширення інформації серед суміжних постачальників, що загрожує боржнику втратою іміджу.
- 4) фізичні – арешт майна боржника, вироблений органами державної виконавчої служби.

Важливу роль в управлінні дебіторською заборгованістю відіграють планування, організація та контроль роботи з дебіторами. Отже, правильно організований облік та проведений аналіз дебіторської заборгованості повинен зменшити її розмір. А для цього потрібно:

- визначати ступінь ризику несплати рахунків покупцями;
- збільшувати коло покупців з метою мінімізації втрат від несплати одним або декількома покупцями;

- контролювати співвідношення дебіторської заборгованості і кредиторської заборгованості;
- вести оперативний контроль за надходженням готівки;
- своєчасно визначати сумнівну заборгованість;
- вести претензійну роботу співпрацюючи з юридичною службою;
- своєчасно надавати платіжні документи;
- припиняти дію договорів з покупцями, що порушують платіжну дисципліну тощо [2, с. 156-157].

Отже, створення ефективної моделі обліку дебіторської заборгованості дозволить уникнути ризиків неплатоспроможності і зниження показників ліквідності внаслідок отримання об'єктивної та своєчасної інформації для прийняття оптимальних управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Бухгалтерський фінансовий облік: Підручник / Ф. Ф. Бутинець, А. М. Герасимович / За ред. Ф. Ф. Бутинця. – 7-е вид., доп. і перероб. – Ж.: Рута, 2006. – 832 с.
2. Іванілов О. С., Смачило В. В., Дубровська Є. В. Механізм управління дебіторською заборгованістю підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 1. – С. 156-163.

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Алексін Г.О.

аспірант,

Інститут економіки та прогнозування

Національної академії наук України

ДИВІДЕНДНА ПОЛІТИКА ЯК СКЛАДОВА ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Фінансова стратегія підприємства має на меті створення доданої вартості для акціонерів шляхом застосування відповідного інструментарію політики фінансування, інвестиційної політики, дивідендної політики. Дивідендна політика стоїть на завершальному етапі створення вартості для акціонерів, а саме, виконуючи розподільну функцію (шляхом розподілення фінансового результату підприємства) та сигнальну функцію (шляхом комунікації з ринком). Тобто дивіденди представляють собою джерело грошового потоку для акціонерів і надають інформацію щодо результатів діяльності підприємства.

Коли підприємство отримує прибуток від господарської діяльності, менеджмент має прийняти рішення щодо або реінвестування нерозподіленого прибутку в розвиток бізнесу (з метою нарощення ринкової капіталізації та, як наслідок, примноження створеної вартості для акціонерів), або розподілення частки прибутку між акціонерами в формі дивідендів. Менеджмент також може прийняти рішення щодо зворотнього викупу певної кількості акцій, що також покликано принести фінансову вигоду акціонерам підприємства. Виплата дивідендів є більш характерною для підприємств, що вже пройшли стадію бурхливого ринкового зростання, коли задля максимізації вартості, що створюється для акціонерів, було необхідно реінвестувати максимально доступну частку прибутку підприємства. В стадії зрілості підприємство вже не здатне органічно нарощувати свою ринкову частку, що може призвести до виникнення ризику уходу акціонерів з капіталу підприємства через незадовільний рівень показників росту ціни акцій підприємства. З метою запобігання даному ризику менеджмент приймає рішення щодо виплати дивідендів акціонерам. Даний підхід підтримується гіпотезою чистого грошового потоку (*Free Cash Flow hypothesis*), за якою (за сталих умов) підприємства, що сплачують дивіденди з грошових потоків, що не можуть бути ефективно реінвестовані в проекти з додатною чистою приведеною вартістю (*Net Present Value, NPV*), мають більш високі показники ринкової капіталізації в порівнянні з підприємствами, які утримують чистий грошовий потік і інвестують його в безперспективні збиткові проекти, тим самим руйнуючи додану вартість акціонерів.

Дивідендна політика представляє собою методику, за якою менеджмент підприємства вирішує, яку частку прибутку та в який спосіб виплатити акціонерам. Дивідендна політика підприємства має бути оптимальною, тобто такою, що підтримує баланс між поточними дивідендними виплатами та майбутнім зростанням підприємства, що максимізує вартість його акцій.

Виділяється три види дивідендної політики, а саме: політика залишкових дивідендів, політика стабільних дивідендів, гібридна дивідендна політика. Для *політики залишкових дивідендів* є характерним виплата дивідендів тільки після реалізації всіх капітальних інвестицій підприємства з того нерозподіленого прибутку, що не вдалося ефективно реінвестувати в розвиток підприємства. Менеджмент, що обрав для себе політику залишкових дивідендів прагне підтримувати баланс у співвідношенні позикового та власного капіталу перед тим, як прийняти рішення щодо виплати дивідендів. Зазвичай дана дивідендна політика створює волатильність у дивідендних виплатах, що може бути неприйнятним з точки зору деяких акціонерів. *Політика стабільних дивідендів* встановлює обсяги дивідендних виплат як відсоток від річних доходів підприємства. Дана політика скорочує рівень невизначеності для інвесторів і надає їм відносно стабільні грошові надходження. Дана політика є більш характерною для підприємств, що досягли стадії зрілості та намагаються розподілити частку прибутку між акціонерами замість того, щоб шукати інвестиційні проекти, в які б можливо було вкласти нерозподілений прибуток. *Гібридна дивідендна політика* представляє собою поєднання інструментів політики залишкових дивідендів і політики стабільних дивідендів. Використовуючи даний підхід, менеджмент підприємства розглядає співвідношення між позиковим і власним капіталом підприємства як довгострокову, а не короткострокову ціль. Під впливом циклів ділової активності підприємство встановлює такий дивіденд, який представляє собою відносно незначну частку річних доходів і може бути легко підтриманим на даному рівні. В додаток до цього зафіксованого дивіденду підприємство може виплачувати додатковий нерегулярний дивіденд, що виплачується тільки за умови перевищення доходів підприємства заданого рівня.

Зворотній викуп акцій може розглядатися як альтернатива виплаті дивідендів в силу того, що це є іншим методом повернення коштів акціонерам. Існує декілька причин, чому зворотній викуп акцій створює вартість для акціонерів: 1. інструмент зворотнього викупу акцій може бути використаний для зміни структури капіталу підприємства без нарощення тягара позикового фінансування; 2. підприємство замість того, щоб змінювати свою дивідендну політику може створити вартість для акціонерів шляхом зворотнього викупу акцій (врахувавши також той аспект, що в розвинених країнах податок на приріст капіталу є нижчим за податок на дивіденди). Менеджмент підприємства також може прийняти рішення про зворотній викуп акцій, коли акції підприємства є недооціненими. Готовність менеджменту підприємства до викупу має продемонструвати ринку високий рівень впевненості у майбутньому рості ціни акцій, що має стимулювати ріст ціни в поточному періоді.

Менеджмент підприємства має в розпорядженні інші інструменти дивідендної політики, а саме виплату дивідендів в формі акцій і дроблення акцій. Виплата дивідендів в формі акцій представляє собою додаткову емісію акцій для розповсюдження серед акціонерів відповідно до розміру їх пакетів. В результаті виплати дивідендів в формі акцій кількість акцій, що знаходиться в обігу, росте, а ціна акції відповідно знижується. Дроблення акцій представляє собою емісію нових акцій для безкоштовного пропорційного розподілу між існуючими акціонерами відповідно до розміру їх пакетів. Рішення щодо дроблення акцій менеджмент підприємства може прийняти, коли вартість акції вважається занадто високою. Даний крок має підвищити ліквідність акцій підприємства, зробити акції більш доступними для купівлі інвесторами, підтримати ціну акції в межах оптимального цінового діапазону.

Ефективна реалізація дивідендної політики є складністю для менеджменту підприємства в силу того, що різні інвестори по-різному сприймають факт виплати дивідендів. Деякі акціонери очікують отримати дивіденди, інші – ріст капіталізації. Дослідження [8] свідчить, що так звана концепція «дивідендної головоломки», що було розвинуто з теорем Міллера-Модельяні, висуває аргумент, що підприємства, що платять дивіденди, є винагородженими інвесторами більш високими оцінками їх вартості, не зважаючи на те, що, на думку багатьох економістів, виплата дивідендів не має значення для інвесторів. Концепція доводить, що дивіденди, з точки зору інвестора, мають бути нерелевантними в процесі оцінки вартості підприємства, тому що акціонер вже володіє часткою підприємства, і, таким чином, акціонер має бути байдужим до отримання дивідендів або реінвестування цих коштів.

У рішеннях з приводу виплати дивідендів менеджмент має ураховувати не тільки аспект економічної доцільності, однак, і психологічний аспект сприйняття поточних дивідендних виплат. В сучасних реаліях інформаційної асиметрії фінансових ринків зростає важливість сигналів, що посиляють підприємства, в аналізі поведінки інвесторів і створенні вартості. Існує сигнальна гіпотеза (*Signaling hypothesis*), за якою інвестори розглядають зміни в дивідендній політиці як сигнали менеджменту підприємства щодо прогнозних майбутніх доходів підприємства та його перспектив розвитку на ринку. Зміни в структурі капіталу та дивідендна політика (що знаходяться в зоні компетенції фінансової стратегії) є якісними сигналами, що підприємство подає фінансовому ринку. Сигнальна теорія на ринках з асиметричною інформацією свідчить про те, що «погані підприємства» не спроможні з'імітувати якісний сигнал через високі витрати. Під якісними сигналами мається на увазі високий фінансовий важіль та значні дивідендні виплати, які «погані підприємства» не можуть собі дозволити. Завдяки сигнальній функції менеджмент підприємства може використовувати так званий ефект споживачів інформації (*Clientele effect*), а саме приваблювати той тип інвесторів, для яких обраний вид дивідендної політики є прийнятним.

Список використаних джерел:

1. Близнюк О. П. Підвищення ефективності дивідендної політики акціонерного товариства / О. П. Близнюк, Ю. О. Зінченко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2010. – Вип. 1. – С. 388-395.
2. Васильчук І. В. Дивідендна політика як інструмент створення цінності для акціонерів / І. В. Васильчук // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер.: Економіка. – 2009. – Вип. 11. – С. 210-218.
3. Пойда-Носик Н. Дивідендна політика акціонерних товариств / Н. Пойда-Носик, Г. Ємець // Ринок цінних паперів України. Вісник Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку. – 2010. – № 3-4. – С. 27-32.
4. Прасолов І. Дивідендна політика акціонерного товариства: дискусійні питання теорії / І. Прасолов // Ринок цінних паперів України. Вісник Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку. – 2010. – № 11-12. – С. 3-9.
5. Стащук О. В. Особливості формування дивідендної політики на підприємстві / О. В. Стащук, Ю. В. Малишко, Л. С. Яковук // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Економіка. – 2013. – Вип. 23. – С. 239-242.
6. Тарасенко С. І. Дивідендна політика та вартість компанії / С. І. Тарасенко // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Сер.: Економіка і менеджмент. – 2012. – № 3. – С. 131-140.
7. Теплова Т. В. Эффективный финансовый директор: учеб.-практ. Пособие. М: Юрайт, 2011. – 507 с.
8. Ruben D. Cohen (2002) «The Relationship Between the Equity Risk Premium, Duration and Dividend Yield, Wilmott Magazine, pp. 84–97, November issue.

Гасій О.В.

асистент,

ВНЗ Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

РОЛЬ РЕГІОНАЛЬНИХ БАНКІВ У РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО ОРІЄНТОВАНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА РЕГІОНУ

Інноваційна діяльність є важливим фактором прискорення темпів розвитку економіки та підвищення конкурентоспроможності та прибутковості суб'єктів господарювання. Однак ефективне функціонування інноваційної моделі розвитку економіки вимагає створення адекватного механізму фінансового забезпечення, за допомогою якого при обмеженості фінансових ресурсів можна було б максимально повно реалізувати відповідні цілі на рівні окремого регіону. Регіональна банківська система, будучи одним з основних джерел фінансування суб'єктів підприємництва, не повинна залишатись осторонь цих важливих процесів, потрібно шукати можливі варіанти її взаємодії з реальним сектором економіки регіонів у сфері підтримки інноваційного підприємництва, у тому числі, за рахунок венчурного капіталу.

Венчурний капітал у країнах із розвинутою ринковою економікою є одним із основних джерел фінансування інноваційної діяльності. Взагалі, «венчури» – це невеликі підприємства або окремі підрозділи великих

компаній, які є реалізаторами інноваційних ідей, проектів, ноу-хау у процесі своєї діяльності. Вони прагнуть отримати фінансування від інвесторів, які у межах свого інвестиційного портфеля можуть виокремити частку капіталу для інвестування на невизначений час, але з перспективою отримання надприбутків у майбутньому. Венчурне фінансування є різновидом прямого інвестування і належить до інвестування в статутний капітал інноваційних підприємств. Основною його особливістю є велика ймовірність неповернення коштів, якщо інвестиційний проект не дасть очікуваних від його реалізації результатів. Проте кваліфіковане створення збалансованого портфеля венчурних інвестицій надає венчурним фондам певну гарантію отримання достатньо високих доходів на вкладений капітал [2, с. 191-192].

На нашу думку, на рівні адміністративно-територіальних одиниць в організації венчурного фінансування головна роль повинна відводитися саме регіональному банку, що має довготривалі партнерські стосунки з підприємствами регіону, зацікавлений у фінансуванні регіонального інноваційного підприємництва з орієнтацією на довгострокову ефективність. Основним напрямом венчурного фінансування регіональних банків має стати сектор малого та середнього підприємництва [1, с. 186].

Механізм функціонування внутрішнього венчурного фонду банку повинен включати визначення мети створення, принципів діяльності та методів досягнення поставлених цілей. Регіональний банк, створюючи внутрішній венчурний фонд, повинен орієнтуватися на максимальні доходи від реалізації цінних паперів вдалого інноваційного підприємства за ціною, що значно перевищує первісні вкладення. Кошти внутрішнього венчурного фонду банку мають формуватися виключно за рахунок власних ресурсів регіонального банку, сформованих у процесі банківської діяльності. Право створювати внутрішні венчурні фонди повинні одержувати лише регіональні банки, котрі:

- мають довгострокові стратегічні плани розвитку;
- сформовану клієнтську базу;
- позитивну ділову репутацію;
- тривалий досвід ведення бізнесу в банківській сфері;
- стабільні фінансові показники діяльності; виконують нормативи НБУ.

Фінансування венчурних проектів має передбачати:

- розробку основного документу – інвестиційного меморандуму, що виступає основою для підготовки і підписання інших документів по проекту;
- визначення основних параметрів фінансування проекту внутрішнім венчурним фондом банку, що включає загальний обсяг фінансування на кожному етапі реалізації проекту;
- моніторинг реалізації проекту з метою контролю цільового використання коштів, контролю строків запуску і реалізації проекту; контролю досягнення ключових показників ефективності: дохід, обсяг виробництва і реалізації, ціна реалізації, собівартість продукції (послуг) тощо;
- вихід внутрішнього венчурного фонду банку із проекту шляхом продажу частки або пакету цінних паперів інноваційного підприємства на

відкритому ринку або стратегічному інвестору за ціною, не нижчою за узгоджену венчурним фондом та ініціатором на першому етапі.

Отже, розвиток реального сектора економіки регіону, у тому числі, інноваційного, залежить від її банківської системи. Однак, асиметрія в регіональному розподілі фінансових ресурсів за кредитами наданими та депозитами залученими не сприяє посиленню цієї взаємодії. Формування регіональними банками внутрішніх венчурних фондів з метою підтримки інвестиційно-інноваційних процесів є перспективною формою фінансової взаємодії регіональних банків і суб'єктів підприємництва. Це дозволить регіональним банкам не лише залучати нових клієнтів і формувати нові перспективні ринки, а й вдосконалювати власні бізнес-процеси з метою отримання конкурентних переваг.

Список використаних джерел:

1. Гасій О. В. Участь регіональних банків в інноваційному розвитку економіки регіонів / О. В. Гасій // Модернізація фінансово-кредитної стратегії розвитку регіону та громади: науковий погляд: матеріали всеукр. наук.-практ. конф., 29 жовтня 2015 р. – Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2015 – С. 185-186.
2. Єгоричева С. Б. Участь банків у забезпеченні інноваційного розвитку регіональної економіки / С. Б. Єгоричева, О. В. Шиндер // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2014. – № 6(68). – С. 190–196.

Дяченко Ю.І.

магістр,

*Навчально-науковий інститут фінансів, банківської справи,
Університет державної фіскальної служби України*

СПОСБИ ЗНИЖЕННЯ КРЕДИТНОГО РИЗИКУ БАНКУ

Кредитні операції є найприбутковішим видом операцій у діяльності банківських установ, їх вдале здійснення призводить до отримання доходів та сприяє підвищенню надійності і стійкості банку. Водночас вони є найбільш ризикованими, тому потребують застосування різноманітних методів зниження кредитного ризику.

Сучасне становище управління кредитним ризиком банками України характеризується застосуванням окремих методів його мінімізації, проте значна питома вага проблемних кредитів у загальному обсязі доказує недооцінку певних факторів на практиці, що і призвело до появи численних фінансових проблем, які і досі мають значний вплив на банківську систему.

Значний внесок у дослідження шляхів зниження кредитних ризиків зробили такі вітчизняні науковці: В.В. Вітлінський, В.В. Бушуєва, А.М. Герасимович, О.В. Дзюблюк, О.П. Ковальов, А.М. Мороз, С.В. Мочерний, О.В. Пернарівський, М.Л. Примостка, М.І. Савлук та інші. Серед видатних фахівців сучасної світової економічної науки, що займаються

питаннями управління кредитними ризиками у банку, необхідно назвати Р. Бірда, А. Гудроу, Р. Колдуела, Т. Дайто та С. Шелінга. Проте не всі сторони цієї багатогранної проблеми розглянуті і мають належне обґрунтування.

Виокремлюють два способи захисту від кредитних ризиків: внутрішні та зовнішні. До традиційних внутрішніх способів зниження кредитного ризику належать: аналіз кредитоспроможності позичальника; формування банком резервів на покриття кредитних ризиків, лімітування, диверсифікація.

Аналіз кредитоспроможності позичальника передуює видачі кредиту, тобто проводиться на першому етапі, коли лише є замовлення щодо отримання кредиту. Існують безліч моделей оцінки кредитоспроможності позичальників таких як рейтингові та прогнозні, що ґрунтуються на фінансовій звітності підприємства-позичальника; а також методи комплексного аналізу, що включають наступні методики: «5 С», CAMPARI, PARTS, оцінювання системи аналізу, що призначені до аналізу не тільки підприємств але і фізичних осіб [4, с. 96-104; 6, с. 9].

Ураховуючи, що кредитні операції є одними з найбільш ризиковими банківськими операціями, тому під час формування кредитних ресурсів (кредитного портфеля) потрібно формувати відповідні резерви, тобто враховувати кредитний ризик [3, с. 153].

Банки можуть самостійно встановлювати додаткові (законодавчі) обмеження, які можна визначати як ліміти країн, галузі, безпосереднього позичальника, видів забезпечення, валют. Ефект від впровадження лімітування забезпечується через обмеження конкретних ризиків, характеризуючи відповідного клієнта, що є складовими елементами кредитного ризику [2, с. 23].

Метод диверсифікації полягає у розподілі кредитного портфеля серед широкого кола позичальників, які відрізняються один від одного як за характеристиками (розмір капіталу, форма власності), так і за умовами діяльності (галузь економіки, географічний регіон). Розглядають три види диверсифікації – галузеву, географічну та портфельну [5, с. 172].

Зовнішні методи зниження кредитного ризику щодо позичальника свідчать про те, що банківська установа прагне до перерозподілу ризику шляхом перекидання частини ризику на інших суб'єктів кредитних правовідносин. До зовнішніх належать способи забезпечення повернення позики (застава, порука, гарантія) і такі методи як страхування, хеджування.

Забезпечення – це система виконання позичальником інтересів банку, яка надає дозвіл даному банку у разі неповернення позики повністю або частково покривати витрати за кредитними операціями. Забезпечення може бути різноманітних видів: застава, гарантії і поручительства, інші.

Хеджування є звичним методом управління ризиками. Воно встановлює процес укладання угод, прийняття позицій, спрямованих не на отримання додаткового доходу, а на зменшення ризику за окремими видами операцій або в цілому за портфелем. Застосування технологій хеджування при управлінні ризиками кредитування має на меті передачу окремої частини даного ризику третім особам за допомогою похідних цінних паперів (деривативів).

Страхування кредитних ризиків – це страхування ризику неплатежу і ризику настання відповідальності позичальника за неповернення кредиту, а також страхування відповідальності юридичної особи за непогашення кредиту. Говорячи про страхування, як про один із методів передачі ризику, необхідно відзначити, що не всі ризики підлягають страхуванню та чим більший обсяг ризику перекладається на страхову компанію, тим вищі витрати на оплату відповідного страхового полісу. Але при настанні страхового випадку кредитор отримує страхове відшкодування, яке повністю або частково покриває збитки кредитора [1, с. 67].

Отже, при здійсненні кредитування банк може діяти декількома способами: або прийняти кредитний ризик або намагатись знизити його. Зменшити кредитний ризик можна за допомогою внутрішніх і зовнішніх методів мінімізації, кожен з яких є раціональним та ефективним.

Тому для зниження ризику кредитування банківським установам необхідно здійснити всебічний аналіз ризику, знайти необхідні методи вимірювання та способи мінімізації для уникнення його негативного впливу на діяльність банку в цілому. Проте складність цього питання потребують майбутніх наукових пошуків шляхів мінімізації кредитного ризику.

Список використаних джерел:

1. Бобиль В. В. Становлення сучасної системи ризик-менеджменту в кредитних установах / В. В. Бобиль // Банківська справа. – 2007. – № 3. – С. 65–76.
2. Верхуша Н. П. Методи мінімізації кредитного ризику банку / Н. П. Верхуша // Вісник Української академії банківської справи: науково-практичний журнал. – 2010. – Вип. № 2(29). – С. 23.
3. Єлейко І. В. Особливості мінімізації кредитного ризику банківської установи / І. В. Єлейко, О. В. Сідак // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – № 21. – С. 150-158.
4. Єпіфанов А. О. Оцінка кредитоспроможності та інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання: монографія / А. О. Єпіфанов, Н. А. Дехтяр, Т. М. Мельник, І. О. Школьник та ін. / за ред. А. О. Єпіфанов. – Суми: УАБС НБУ, 2007. – 286 с.
5. Лінтур І. В. Шляхи зниження кредитних ризиків як напрям мінімізації їх негативних впливів / І. В. Лінтур, Х. М. Ковач // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2014. – Випуск 2(43). – С. 170-172.
6. Пернарівський О. В. Моделювання ризику в кредитній політиці комерційного банку: дис. ... канд. екон. наук / О. В. Пернарівський // – Київ: КНЕУ, 1999. – 16 с.

Кривенцова А.М.

аспірант,

Київський університет ринкових відносин

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

Нестійкі економічні процеси, які на даний час відбуваються в Україні і мінливість середовища, в якому перебувають страховики, примушують

страхові компанії безперервно прилаштовуватися до певних перемін шляхом пошуку сучасних прийомів утримання і удосконалення бізнесу, результативного використання перспектив зростання, введення новітніх механізмів управління фінансовим становищем страхової компанії. У своїй діяльності страхові компанії беруть участь у різних видах фінансових відносин з державою, іншими господарюючими суб'єктами та громадськістю, пов'язані з формуванням і використанням централізованих та децентралізованих фінансових фондів. У цьому випадку фінансові відносини господарюючих суб'єктів стосуються не тільки грошового розрахунку, але й інших матеріальних та нематеріальних активів у вартісному вираженні, а також економічних результатів і їх детермінант (доходи, витрати, обов'язкові платежі і т.д.), що в кінцевому рахунку, впливає на їх фінансовий стан.

Суть поняття фінансового стану страхових компаній досліджували такі вчені як Бутиріна В. М. [1], Журавльова О. Є. [9], Землячова О. А. [2], Іванюк І. С. [3], Кравченко В. О. [4], Орланюк-Малицька Л. А. [5; 6], Пруц Р. Я. [8], Шакура О. О. [9] та інші.

У сучасних умовах здійснення господарської діяльності підприємств фінансовий стан є ключовою характеристикою діяльності, його оцінка – це запорука успіху підприємств.

Страхові компанії є специфічними суб'єктами, які концентрують на собі майнові інтереси страхувальників (фізичних і юридичних осіб). У зв'язку з цим найважливішою метою діяльності страхової компанії є досягнення та підтримка її стійкого фінансового стану, який характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання капіталу страховика [4, с. 85].

Фінансовий стан страхової компанії характеризується показниками, які описують її здатність до розвитку і успішної роботи в конкурентному ринковому середовищі, а саме в оперативних і стратегічних аспектах.

Фінансовий стан страхової компанії як комплексне поняття, що є наслідком взаємодії усіх елементів системи фінансових відносин компанії, визначається сукупністю господарських факторів і характеризується системою показників, які відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів. Тому під фінансовим станом компанії розуміють її спроможність фінансувати свою діяльність. Оптимізація фінансового стану є однією з умов успішного розвитку компанії у майбутньому, а погіршення фінансового стану свідчить про загрозу її можливого банкрутства [2, с. 55].

Найважливішою характеристикою фінансового стану страховика є її фінансова надійність для страхувальників.

Фінансова надійність страховика – це економічна категорія, що характеризує такий стан його фінансових ресурсів, їх розподілу і використання, за якого страхова компанія залишається платоспроможною і здатною своєчасно й у повному обсязі виконати свої фінансові зобов'язання перед страхувальниками в умовах негативного впливу зовнішніх чинників, спричинених зміною параметрів середовища, в якому вона перебуває, і/або внутрішніх чинників, викликаних реалізацією одного або низки ризиків страховика [3, с. 25].

Орланюк-Малицька Л. А. вважає, що фінансова надійність страхової діяльності – це відповідність кількості та якості ресурсів величині та структурі прийнятого страхового ризику, що, водночас, означає можливість виконання зобов'язань страховика перед страхувальниками [5, с. 68].

З урахуванням ролі, цілей і стратегії функціонування страховика в системі комерційного страхування фінансову надійність страхової компанії слід трактувати як стан фінансових ресурсів, за якого страховик: здатний своєчасно виконувати всі взяті зобов'язання протягом всього терміну дії укладених договорів (тобто бути платоспроможним); має задовільні показники діяльності (коефіцієнти фінансової надійності повинні перевищувати нормативні значення); сприятливо реагує на зміну зовнішніх і внутрішніх чинників фінансового стану (тобто є фінансово стійким). Отже, фінансова стійкість страховика і платоспроможність є частковими виявами фінансової надійності страхової компанії [9, с. 272].

За Пруцом Р. Я., фінансова стійкість страховика – це економічна категорія, що характеризує такий стан його фінансових ресурсів, їхнього розподілу й використання, за якого страхова компанія є платоспроможною і здатною своєчасно й у повному обсязі виконати свої фінансові зобов'язання перед страхувальниками в умовах негативного впливу зовнішніх чинників, спричинених зміною параметрів середовища [8, с. 590].

Деякі сучасні науковці підходять до фінансової стійкості страховика через фінансову стійкість страхових операцій, і визначають її як постійне балансування або перевищення доходів над витратами по страховому грошовому фонду, що формується зі сплачуваних страхувальниками страхових премій. Тобто для забезпечення фінансової стійкості необхідним є наявність позитивного грошового потоку по операційній (страховій) діяльності. Таке твердження можна вважати справедливим, якщо брати до уваги будь-якого іншого суб'єкта підприємництва крім страхової компанії, адже позитивний грошовий потік здатний забезпечити безперервність діяльності підприємства. У випадку із страховою компанією, тільки самого перевищення доходів над витратами не достатньо. Тому, необхідно також використовувати певні механізми зменшення ризику такі, як співстрахування та перестрахування [6, с. 32].

Рівень фінансової стійкості страхової компанії визначається тим, наскільки вона може протистояти несприятливому впливу різних чинників. З метою підвищення ефективності прийняття управлінських рішень щодо забезпечення фінансової стійкості страхових компаній відносимо чинники, які поділяються на дві основні групи: екзогенні та ендогенні. При цьому у кожній з груп виділено декілька підгруп. Так, екзогенні чинники поділено на економічні, соціальні, психологічні та екологічні, а ендогенні чинники поділено на фінансові, управлінські та загальні [10, с. 173]. Ринок страхових послуг залишається найбільш капіталізованим серед інших небанківських фінансових ринків. За 2014 рік, фінансовий стан страхових компаній суттєво погіршився, зокрема частка валових страхових премій у відношенні до ВВП становила 1,7%, що на 0,3 в.п. менше в порівнянні з 2013 роком; частка чистих страхових премій у відношенні до ВВП за 2014 рік становила 1,2%, що

на 0,3 в.п. менше в порівнянні з відповідним показником 2013 року. У порівнянні з 2013 роком на 1 894,6 млн. грн. (6,6%) зменшився обсяг надходжень валових страхових премій, обсяг чистих страхових премій зменшився на 2 958,6 млн. грн. (13,7%) [7].

Фінансовий стан страхової компанії, на нашу думку, може визначатись, як стан активів, грошових коштів та капіталу компанії, що характеризується платоспроможністю роботи компанії (можливістю розрахуватись за борговими зобов'язаннями), ліквідністю роботи (можливістю переводу активів компанії у готівковий ресурс), рівня капіталізації компанії, її ділової активності, прибутковості та рентабельності діяльності (отримання прибутку) та відповідного рівня імовірності банкрутства.

Можна визначити таких чотири фінансових стани страхових організацій: стійкий – характеризується нормальним рівнем платоспроможності, достатнім рівнем ліквідності, відсутністю відхилень фактичних показників фінансової діяльності від нормативних; нестійкий – непостійність надходжень, зменшення загального рівня платоспроможності при збереженні поточної платоспроможності, недотримання нормативних вимог, низька ліквідність, не досягається оптимальність страхового портфеля; пороговий – відсутність платоспроможності, збитковість, діяльність потребує реструктуризації, оптимальність страхового портфеля не досягається; банкрутство – відсутність фінансової стійкості, діяльність страховика оцінюється за показниками минулих періодів без аналізу можливих ризиків у майбутньому, і це не може бути об'єктивною характеристикою його стійкості [1, с. 24].

Таблиця 1

Градація рівнів фінансового стану страхових компаній*

№ пп	Фінансовий стан	Платоспроможність ¹	Ліквідність ²	Імовірність банкрутства ³
1.	Стійкий	0,7-0,8	< 0,2	>2,91 і вище
2.	Нестійкий	>0,59<0,69	>0,2<0,35	>2,71<2,90
3.	Пороговий	>0,49<0,58	>0,35<0,39	>1,81<2,70
4.	Банкрутство	<0,48	>0,39	<1,80

Примітки: 1 – Коефіцієнт швидкої ліквідності; 2 – коефіцієнт абсолютної ліквідності; 3 – імовірність банкрутства за моделлю Ф. Альтмана (F. Altmann)

**власна розробка автора*

Отже, фінансовий стан страхової компанії є комплексним поняттям, яке розкриває особливості взаємозв'язків системи виробничих та господарських чинників, і може визначатися порядком фінансових та інших показників, які віддзеркалюють наявність, розміщення та використання фінансових ресурсів. Наукова новизна дослідження полягає у напрацюванні власного трактування сутності поняття «фінансовий стан страхової компанії» та розкриття складових фінансового стану страхової компанії.

Список використаних джерел:

1. Бутиріна В. М. Концептуальні основи фінансової стійкості страхових організацій / В. М. Бутиріна // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. – 2013. – № 1. – С. 20-26.
2. Землячова О. А. Оцінка фінансового стану страховика та шляхи його поліпшення / О. А. Землячова // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. – 2014. – № 2. – С. 54-66.
3. Іванюк І. С. Теоретичні підходи до визначення категорії «фінансова стійкість страхової компанії» / І. С. Іванюк, Д. С. Маруженко // Фінанси України: журнал. – 2006. – № 11. – С. 89.
4. Кравченко В. О. Розвиток методів аналізу платоспроможності страховика як складової фінансової безпеки страхової компанії / В. О. Кравченко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу, – 2013. – № 1(21). – С. 85-89.
5. Орланюк-Малицька Л. А. О понятиях и факторах финансовой устойчивости страховых компаний / Л. А. Орланюк-Малицкая // Вестник финансовой академии. – 1998. – № 1. – С. 67-72.
6. Орланюк-Малицкая Л. А. Платежеспособность страховой организации / Л. А. Орланюк-Малицкая. – М.: Анкил, – 1994. – 152 с.
7. Підсумки діяльності страхових компаній за 2014 рік <http://forinsurer.com/files/file00552.pdf>
8. Пруц Р. Я. Визначення факторів фінансової стійкості страхової компанії / Р. Я. Пруц // 69-та студентська науково-технічна конференція: секція «Економіка і менеджмент»: збірник тез доповідей / Національний університет «Львівська політехніка». – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – С. 589-591.
9. Шакура О. О. Дослідження сутності фінансової надійності страховика в умовах розвитку системи комерційного страхування в Україні / О. О. Шакура // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.15. – С. 270-277.
9. Zhuravlova O. Y. Methodical approaches to assessment of financial stability of insurance companies / O. Y. Zhuravlova // Actual problems of economics. Scientific economic journal (SciVers Scopus, Index Copernicus, EBSCOhost, Ulrich's Periodicals Directory). – 2013. – № 9(147). – Pp. 171 – 175.

Нечитайло О.В.

студентка;

Громова А.Є.

асистент,

*Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету*

ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ ЗМІНИ ПОДАТКОВОЇ СТАВКИ ПДВ В УКРАЇНІ

Провідна роль у забезпеченні виконання державою функцій щодо регулювання економічних процесів належить податкам. Податки є невід'ємною частиною господарства держави як історичної форми задоволення колективних потреб. Це найважливіше джерело формування доходів держави, які, в свою чергу, використовуються на вирішення економічних, соціальних, оборонних завдань, на розвиток освіти, науки,

культури. Держава не може існувати за рахунок лише добровільних, благодійних надходжень. Вона повинна мати бюджет із стабільним джерелом надходжень, роль яких виконують, в першу чергу, податки.

Податок на додану вартість відноситься до податків на споживання оскільки ним підлягає оподаткуванню споживання товарів, робіт і послуг [4]. Він є одним з наймолодших податків в податковій системі України. Його попередниками за часів СРСР та у 1991р. були інші непрямі податки – податок з обороту та податок з продажів. Податок на додану вартість був започаткований Законом УРСР «Про систему оподаткування» ще в 1991 р. Наступні роки існування податку на додану вартість в самостійній Україні позначені змінами та доповненнями.

Узагальнення різних теоретичних поглядів, а також результати власних досліджень світової та вітчизняної практики застосування податку на додану вартість дають змогу окреслити комплекс переваг та недоліків, притаманних цьому податку, виходячи з його економічної природи.

На розширення перших та усунення або принаймні мінімізацію прояву других має бути спрямована система вдосконалення податку на додану вартість. Адже фактично регулюючий вплив будь-якого податку є свого роду компромісом між перевагами та недоліками, рівень якого залежно від зовнішнього середовища завжди є різним.

До очевидних переваг податку на додану вартість можна віднести такі:

1. Може виступати важелем стримування кризи перевиробництва та прискореного витіснення з ринку слабких товаровиробників і завдяки цьому забезпечується відносно точна оцінка реальної вартості кожного товару;

2. Характеризується нейтральністю щодо платників, до переміщення товарів і послуг, розміщення ресурсів, а також відносно вибору між споживанням та накопиченням капіталу;

3. Забезпечується можливість вилучення кон'юнктурного прибутку, ефективного використання податку як антиінфляційного інструмента [2, с. 39].

Регулюючий вплив податку на макроекономічні показники забезпечується через: скорочення обсягу споживання, створення потенційних умов для зниження рентабельності майбутніх інвестицій, скорочення бюджетного дефіциту завдяки збільшенню доходів (що сприяє зменшенню потреби в державних запозиченнях), сприяння зниженню рівня процента, а відтак, стимулювання інвестування [2, с. 43].

Переважна більшість притаманних податку на додану вартість недоліків значною мірою зумовлена передусім середовищем, в якому він функціонує. Основними рисами такого середовища є низький рівень впорядкованості ринкових відносин, низька і несвідома фіскальна дисципліна, відсутність цивілізованої громадянської поведінки та загалом податкової культури.

Разом з тим більшість положень, що характеризують податок на додану вартість з негативного погляду, є суперечливими і дискусійними. Основні з них такі:

1. Високі ставки податку спричиняють зростання інфляції, одночасно негативно впливаючи на високотехнологічні та наукомісткі виробництва;

2. В умовах насиченого ринку ускладнюється процес його перенесення на споживача, що пригнічує ділові інтереси підприємців. Водночас слід виходити з того, що при цьому він виступає стимулом для вдосконалення маркетингових стратегій з боку товаровиробників та торговців виходячи не з власних можливостей, а з реальних потреб споживачів. У такому разі йдеться про поліпшення якісних параметрів товарів та послуг, розширення асортименту пропозиції та вдосконалення цінової політики тощо;

3. Певні економічні труднощі, пов'язані з тимчасовим відволіканням частини оборотного капіталу виробників і торговців, можуть виникати у зв'язку з авансуванням сплати податку на додану вартість на проміжних етапах процесу виробництва товару. Водночас така особливість має також зворотній бік, а саме – спрямована на стимулювання виробників і торговців вдосконалювати власні товарні та маркетингові стратегії, підвищувати споживчі якості продукції, що виводиться на ринок.

Дану проблематику досліджували О. Василик та К. Павлюк. Вони зазначають, що «податок – це чи не найважливіший деструктивний елемент податкової системи України. Річ у тім, що тут об'єктом оподаткування виступає не дохід, а видатки. Він входить до ціни товару чи послуги, що при високих цінах скорочує споживання, а скорочення споживання веде до скорочення виробництва» [1, с. 115]. Проте у такої властивості є зворотний бік. На думку В. Суторміної, В. Федосова, В. Андрущенко, «У фіскальній практиці давно враховується, що податок на споживання часто менше викривлює економічну поведінку, ніж податок на дохідній базі». Дійсно, на практиці, як свідчить аналіз поведінки споживачів при цінових коливаннях, а також при запровадженні різних режимів оподаткування їх власних доходів, більш дійовим є саме другий висновок [2, с. 45].

В наш час застосовують три види податкових ставок та додану вартість. Це 20%, 0% та 7%. Розглядаючи більш конкретно ставки податку на додану вартість, слід особливо звернути на два моменти. Перший – пов'язаний з розміром ставки. Спочатку її було встановлено на рівні 28%, її розмір перевищував усі допустимі межі. Тому рішення про доведення ставки податку на додану вартість до 20% є виправданим. Однак у сучасних умовах господарювання і такий розмір податкової ставки є завищеним. На думку О. Василика та К. Павлюка, «У період становлення ринкових відносин рівень оподаткування товарів народного споживання має бути поміркованішим». Саме в зв'язку з цим оптимальну ставку ПДВ економісти частіше за все пов'язують з рівнем 15-18%.

Другий момент – визначається кількістю ставок, що використовуються. Встановлення єдиної ставки податку значно спрощує систему функціонування та обслуговування податку на додану вартість. Тому, щоб послабити таку регресивність бажано було б встановити нижчу ставку на ті товари, які споживаються низькоприбутковими групами населення і в той же час підвищити ставки на групи товарів і послуг, що споживаються переважно високодохідними групами населення. В результаті така диференціація ставок податок втрачає свою нейтральність із зменшенням регресивності [3, с. 27].

Нульова ставка застосовується виключно з метою стимулювання експорту. ПДВ при експорті повинен стягуватись за нульовою ставкою, за умови розрахунків грошима, а імпорт має оподатковуватись за стандартною ставкою, а для вилучення надприбутків, отриманих при експорті підакцизних товарів, використовувати механізм мита. Пільги по імпорту можливо надавати лише на тимчасовій основі на товари критичного імпорту, призначені для власних виробничих потреб. Однак, не у вигляді нульової ставки, а у вигляді звільнення від оподаткування [5].

Послуги медичного забезпечення оподатковуються за ставкою 7%. Виходячи з положень Податкового кодексу, з урахуванням змін, внесених Законом № 1166-VII, операції з імпорту лікарських засобів і виробів медичного призначення повинні обкладатися ПДВ за загальною ставкою 20%. Такий підхід повністю суперечить публічній позиції представників державних органів про введення 7% ПДВ по всьому ланцюгу поставок (включаючи імпорт та продаж в Україні). На практиці ця невизначеність призвела до повної зупинки імпорту лікарських засобів. За інформацією членів Асоціації, починаючи з 1 квітня 2014 р. митні органи не здійснюють митного оформлення лікарських засобів. Тому АПРАД (Асоціація виробників інноваційних ліків) пропонує чітко врегулювати питання застосування зниженої ставки 7% ПДВ до імпорту лікарських засобів і виробів медичного призначення шляхом внесення відповідних змін до законодавства. Також АПРАД пропонує встановити перехідний період для впровадження зазначених норм. Введення ставки оподаткування 7% має двоякий характер, тому потрібно удосконалити податкову систему і врахувати всі нюанси.

Отже, податок на додану вартість відіграє важливу роль у податковій системі України. І хоча механізм його сплати є недостатньо врегульованим, проте відмова від податку на додану вартість є досить радикальним кроком і потребує ряду передумов, зокрема стабільних темпів приросту економіки країни. Зниження ставки ПДВ до запропонованих 15-18% від вартості товару чи послуги при удосконаленні системи контролю за стягненням, утриманням і сплатою до бюджету цього податку, дасть позитивний результат. Такий захід дозволить пришвидшити товарообмінні операції, збільшити надходження коштів до державної казни, сприятиме розвитку підприємництва, особливо що стосується малого та середнього бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Василик О. Д., Павлюк К. В. Державні фінанси України / О. Д. Василик, К. В. Павлюк // Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2012. – 608 с.
2. Гончарук А. О. Адміністрування податків в умовах фінансово-економічної кризи / А. О. Гончарук // Фінанси України. – 2010. – № 1. – С. 38–45.
3. Жукевич О. М. Актуальні проблеми застосування ПДВ в Україні / О. М. Жукевич // Економічний простір. – 2014. № 2. – С. 24-31.
4. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
5. Офіційний сайт Міністерства фінансів України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>

6. Офіційний сайт Верховної Ради України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

Сорокіна К.О.

студентка,

Пономарьова О.Б.

старший викладач,

Університет митної справи та фінансів

ПЕРЕСТРАХУВАННЯ ЯК ОЗНАКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ СТРАХОВИКІВ

Актуальність дослідження обумовлюється тим, що перестрахування пропонує механізм захисту окремо взятої компанії і страхового ринку в цілому. Перестрахування захищає прямого страховика від фінансових втрат, яких він зазнав би за умови необхідності здійснення страхових виплат за договорами страхування, не маючи перестрахового покриття.

Метою роботи є аналіз ринку перестрахування в Україні, визначення впливу механізму перестрахування на фінансову стійкість страхової компанії.

Поставлена мета передбачає розв'язання наступних завдань: визначити сутність та функції механізму перестрахування в Україні; дослідити роль і місце операцій перестрахування у забезпеченні фінансової стійкості страхової компанії; проаналізувати сучасний стан та основні проблеми розвитку перестрахового ринку України.

Перестрахування є одним із вагоміших сегментів страхового ринку, яке виконує основні та допоміжні функції. Основною функцією перестрахування є вторинний перерозподіл ризику, що забезпечує стійкість страховій компанії. Допоміжні функції – це розширення асортименту страхових послуг, забезпечення гарантій прийнятих зобов'язань, можливість страховика покривати великі й унікальні ризики. Разом із цими функціями необхідно відзначити таку функцію перестрахування, як передача досвіду управління ризиком, який страхова компанія одержує в процесі роботи з перестраховою компанією.

Відносини страховика і перестраховика оформляються договором перестрахування, за яким одна сторона, перестрахувальник або цедент, передає ризик і відповідну частину премії іншій стороні, перестраховику або цесіонарію, який зобов'язується при виникненні страхового випадку оплатити прийняту на себе частину ризику.

Перестрахувальник може передати частину ризику в перестрахування наступному перестраховику. У цьому випадку перестраховик є ретроцедентом, нова перестрахувальна компанія – ретроцесіонарієм, а операція з передачі ризику – ретроцесією [1].

Механізм перестрахування впливає на деякі складові фінансової стійкості страхової компанії:

- вплив на тарифну політику компанії – тарифна ставка страховика залежить від обсягу збитків останньою та ймовірності настання страховою випадку. Перестрахування перерозподіляє обсяг збитків страховика, зменшуючи його для нього і зменшуючи нетто-ставку;

- вплив на структуру страхового портфеля компанії – перерозподіливши за допомогою операцій перестрахування ризику, які знаходяться в страховому портфелі компанії, відбувається збалансування її страхового портфеля;

- оптимальна інвестиційна політика: дієвість інвестиційної політики визначається оптимальним розміщенням вільних грошових резервів та дохідність проведення інвестиційних операцій. Так, здійснюючи операції перестрахування страхова компанія створює вільні страхові резерви, які можуть бути використані в інвестиційній діяльності компанії.

Перестрахування допомагає страховій компанії забезпечити [2, с. 25]:

- передачу ризику – компанії можуть розділити або передати певні ризики іншим компаніям;

- арбітраж – додатковий прибуток може бути одержаний придбанням страхового полісу в іншому місці за ціною нижчою, ніж премія, яку компанія збирає від власників страхового поліса;

- управління капіталом – компанії можуть уникнути великі втрати, передаючи ризик, що звільняє додатковий капітал страхових компаній;

- межі платоспроможності – купівля надлишкової допоміжної страховки дає змогу компаніям приймати нових клієнтів і уникати потреби залучити додатковий капітал;

- експертизу – експертиза іншого страховика може допомогти компанії одержати належний рейтинг та премію.

Здійснюючи операції перестрахування, страхова компанія має змогу розширити напрями операційної й інвестиційної діяльності, застосувати нові інструменти ведення перестрахової діяльності тощо.

Для визначення загальних тенденцій на ринку перестрахування та з'ясування його місця в загальному ринку страхування України проаналізуємо основні показники діяльності перестрахового ринку в цілому.

За оцінками Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, максимальна сума власного утримання страхових компаній України за 2013-2015 роки знизилася на 45%. Щодо перестрахових виплат, то вони, починаючи з 2008 року, дуже незначні.

За договорами перестрахування ризиків станом на 30.06.2015 українські страховики (цеденти, перестраховувальники) сплатили часток страхових премій 3 828,9 млн грн (станом на 30.06.2014 – 3 031,1 млн грн), з них:

- перестраховикам-нерезидентам – 1 194,6 млн грн (станом на 30.06.2014 – 710,2 млн грн);

- перестраховикам-резидентам – 2 634,3 млн грн (станом на 30.06.2014 – 2 320,9 млн грн) [3].

Загальна сума часток страхових виплат, компенсованих перестраховиками, становила 519,7 млн грн (станом на 30.06.2014 – 238,1 млн грн), у тому числі компенсовано:

- перестраховиками-нерезидентами – 449,9 млн грн (станом на 30.06.2014 – 197,0 млн грн);
- перестраховиками-резидентами – 69,8 млн грн (станом на 30.06.2014 – 41,1 млн грн) [3].

Аналіз ринку перестраховування в Україні свідчить:

– український ринок перестраховування перебуває на стадії становлення розвитку та організації. Процес виділення перестраховування в самостійний вид фінансової діяльності тільки розпочинається;

– перестраховування є багатогранним процесом, що впливає як на економічну діяльність суб'єктів господарювання, так і на їх соціальну складову;

– вітчизняний ринок перестраховування розвивається паралельно з класичним ринком страхування, але незначна ємність українських компаній не дозволяє їм перестраховувати значні ризики, що спричинює відплив капіталу за кордон [5, с. 56].

Однак, на даному етапі розвитку перестраховування можемо відзначити наступні проблеми: перестраховування в Україні, як вид діяльності, не до кінця визначено та врегульовано законодавством; перестраховуванням займаються всі суб'єкти страхового ринку, які отримали ліцензію на той чи інший вид страхування; діяльність з перестраховування в Україні не визначена законом як окремий вид діяльності і не ліцензована.

Отже, для розв'язання проблем, які існують на ринку перестраховування, необхідно здійснити наступне [4]:

1. удосконалити законодавчу базу;
2. розробити та прийняти положення про стандарти й ліцензування страхової та перестрахової діяльності;
3. розробити методики й інструментарій актуарних розрахунків щодо перестрахових операцій;
4. надавати державну підтримку;
5. сформувати національний перестраховувальний ринок.

Таким чином, перестраховування відіграє важливу роль при підвищенні фінансової стійкості страхової компанії як окремого сегмента страхового ринку, значно впливає на страхову діяльність країни в цілому. Перестраховування забезпечує такі важливі функції для досягнення фінансової стійкості страхових компаній:

– прямому страховику – більшу безпеку для власного капіталу та платоспроможності, а також стабільні результати фінансової діяльності страхової компанії при виникненні незвичайних та великих ризиків;

– страховикам – збільшувати максимальну суму, яку перестраховування може забезпечити для даної категорії втрат або збитків, даючи їм можливість страхувати й охоплювані велике число ризиків (або великі ризики) без надмірного підвищення їх адміністративних витрат і потреб.

Досягнення достатнього рівня фінансової стійкості компанії можливо лише при виконанні всього спектра перестраховувальних операцій, що потребує удосконалення правової бази та нормативних актів для проведення перестрахування.

Список використаних джерел:

1. Что такое перестрахование? [Електронний ресурс]. – Перестрахование. – Режим доступу: <http://rc-msurancc.com.ua>
2. Козьменко О. В. Сучасний стан і перспективи розвитку ринку перестрахування в Україні / О. В. Козьменко, А. О. Бойко // Фінанси України. – 2014. – № 6. – С. 24-33.
3. Підсумки діяльності страхових компаній за I півріччя 2015 року: Річні звіти Держфінпослуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nfp.gov.ua>
4. Проблемы перестрахования в Украине [Електронний ресурс]. – TRISTAR – твой финансовый навигатор 2014. – Режим доступу: http://tristar.eom.Ua/l/art/problemu_pscrstrahovaniia_v_ukrainc_13013.html
5. Заволока Л. О., Костенік О. Г., Качан О. О. Аналіз ринку перестрахування в Україні, його розвиток як механізм стабілізації страхового ринку в умовах фінансової кризи / Л. О. Заволока, О. Г. Костенік, О. О. Качан // Науково-практичний економічний журнал «Економічні студії» № 3(07). – 2015. – С. 53-58.

ФІНАНСИ ТА ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА

Іванченко Д.І.

аспірант,

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

ПОДАТОК НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ В СИСТЕМІ ДОХОДІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

На даному етапі розвитку країни, коли виникає проблема нагального та своєчасного надходження коштів до Державного бюджету України, а забезпечення грошовими ресурсами не відповідають фінансовим потребам, тоді особлива увага приділяється основним бюджетоформуючим податкам.

Податок на додану вартість (далі – ПДВ) стає досить актуальною темою для обговорення, як головного джерела податкових надходжень з потенційно високою фіскальною ефективністю. За підсумками 2015 року частка ПДВ склала 44% серед податкових надходжень і майже 34% доходів Державного бюджету України (таблиця 1). Це обумовлено тим, що ПДВ має широку базу оподаткування, яка включає більшість груп товарів і послуг, а тому зміна кон'юнктури ринку, попиту споживача на певні види товарів не достатньо впливають на надходження податку до бюджету. Оподаткування споживання є надійним, оскільки людина завжди має потребу в певних товарах або послугах і зупинити цей процес неможливо. Порівнюючи ПДВ з іншими податками, наприклад податком на прибуток підприємств, то в умовах фінансової кризи цей податок не може бути надійним джерелом наповнення бюджету.

Таблиця 1

Доходи Державного бюджету України за 2012-2015 роки (млн. грн.)

	2012	2013	2014	2015
Доходи Державного бюджету України	346 053,96	339 226,90	357 084,24	534 694,81
Податкові надходження	274 715,19	262 777,05	280 178,26	409 417,54
Податок на додану вартість	138 826,82	128 269,31	139 024,26	178 452,39

Джерело: розроблено автором за даними [3]

Незважаючи на високі надходження ПДВ, його потенціал повністю не розкрито. Існує ряд проблем, які значною мірою впливають на фіскальну

ефективність податку. Основна частина цих проблем пов'язана із адмініструванням ПДВ.

Фіскальний потенціал не може повністю розкритися із-за неефективності справляння ПДВ. Високий рівень корупції та тіньової економіки призводять до ухилення та не сплати значної частини коштів, які мали надійти до бюджету. Недосконалість системи ПДВ призводить до навмисної мінімізації сплати податкових зобов'язань за допомогою фіктивних операцій експорту, штучно оформлених податкових кредитів, фальшивих накладних підприємств поточних та попередніх податкових періодів, проведення неіснуючих фінансово-господарських операцій [2].

Одна із основних особливостей справляння ПДВ є можливість застосування бюджетного відшкодування. У випадку, коли розмір податкового кредиту перевищує суму податкових зобов'язань платника, різниця повертається платнику податку, як та, що надмірно сплачена до бюджету [1]. Проблема відшкодування ПДВ полягає у тому, що держава не поспішає проводити відшкодування, фактично утримуючи у себе ліквідні кошти підприємств з метою фінансування державних витрат під час кризи та значного дефіциту бюджету. Все це може призвести до погіршення фінансового стану і зародження кризи неплатоспроможності підприємств, що в свою чергу провокує гальмівні процеси розвитку економіки.

Аналізуючи данні обсягу відшкодованого і невідшкодованого ПДВ за 2012-2015 роки видно, що існує тенденція зростання заборгованості держави з його відшкодування перед платниками податків, а отже не всі вчасно отримують власні кошти назад. В 2015 році обсяг бюджетного відшкодування ПДВ перевищив необхідний розмір за цей рік, а отже буде частково погашена заборгованість з відшкодування ПДВ попередніх років (таблиця 2).

Таблиця 2

**Обсяги відшкодованого і невідшкодованого ПДВ
за 2012-2015 роки (млн. грн.)**

	2012	2013	2014	2015
Відшкодоване ПДВ	45 958,97	53 447,58	50 216,25	68 405,30
Невідшкодоване ПДВ	-2 034,53	-6 052,42	-8 361,24	+3 305,30

Джерело: розроблено автором за даними [3]

Розглядаючи проблему надання пільг з ПДВ та диференціацію ставок податку, можна точно сказати, що ці питання є гостро дискусійними. Надання пільг в Україні є досить неефективним механізмом регулювання споживчого попиту та перерозподілу доходів на користь окремих секторів економіки або підприємств заради стимулювання їх розвитку. Навіть не зважаючи на те, що адресність пільг є економічно і соціально обґрунтованими, з'являються сумніви, щодо ефективності використання цих коштів, які не інвестуються в матеріально-технічну базу.

Диференціація ставок ПДВ передбачає застосування різних ставок податку відповідно до груп товарів та послуг або зниженням існуючої загальної ставки. Цей механізм дозволить подолати соціальну несправедливість, тобто у структурі витрат бідного населення частка ПДВ є більшою, ніж у доходах заможних. Застосовуючи зарубіжний досвід можна впровадити оподаткування залежно від соціальної значимості товарів. Крім того, замість окремо запровадженого податку на розкіш, з'являється відокремлена підвищена ставка ПДВ на товари розкоші.

Отже, податок на додану вартість є важливим джерелом наповнення Державного бюджету України з високим потенціалом та фінансовою ефективністю. Особливість податку та широка база оподаткування дають можливість стабільного надходження грошових ресурсів до державного бюджету. Щодо існуючих проблем, то їх вирішення підвищить ефективність адміністрування податку. Серед важливих із них є проблема надмірних податкових пільг, частина з яких призначена в «ручному порядку», а також обсяги бюджетної заборгованості та неповерненого бюджетного відшкодування. Але все це, не зменшує значущість і важливість подальшого розвитку податку на додану вартість, адже вдосконалення справляння ПДВ та приведення до належного стану чинне податкове законодавство є важливою передумовою вступу України до Європейського союзу.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI – VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
2. Напрями та механізми підвищення фінансової та регулятивної ефективності ПДВ: Аналітична записка // Офіційний Веб-портал Національного інституту стратегічних досліджень при Президенті України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/247>
3. Офіційний сайт Державної казначейської служби України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.treasury.gov.ua>

Лисенко Н.А.

студентка,

Науковий керівник: Савчук Т.М.

старший викладач,

Буковинський державний фінансово-економічний університет

МИТНИЙ КОНТРОЛЬ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ УКРАЇНИ

Сучасні тенденції лібералізації міжнародної торговельно-економічної діяльності та інтеграції національної економіки в світове співтовариство призводять до мінімізації, гармонізації та уніфікації торгово-тарифних і митних обмежень. Необхідною умовою реалізації політичних та соціально-

економічних перетворень в Україні є поступове приведення системи митного контролю до рівня європейських стандартів, забезпечення єдиного злагодженого механізму взаємодії митних, податкових, інших органів влади та суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

В таких умовах господарювання актуальним постає питання вдосконалення митного контролю як однієї з форм фінансового контролю.

Питанням формування і реалізації митного контролю займалися Шкуратова І.І., Оніщик Ю.В., Коросташова І.М., Дегтярьова С. В., Бережнюк І.Г. та інші. Але ряд питань щодо ролі митного контролю в системі фінансового контролю України залишаються невирішеними, що й обумовило вибір теми дослідження.

Державний фінансовий контроль у системі митних органів – це комплексний процес, у рамках якого на основі ризикоорієнтованого підходу державні контрольні органи здійснюють комплекс заходів, спрямованих на досягнення стійкості, повноти та своєчасності надходжень митних платежів до державного бюджету, а також забезпечують ефективність і результативність використання коштів бюджетного фінансування на утримання митних органів [1]. Головною функцією Державної фіскальної служби у сфері фінансового контролю є адміністрування бюджетних надходжень у вигляді податкових та митних платежів. Особливе місце в системі державного фінансового контролю посідає митний контроль. Щоб глибше зрозуміти сутність даного поняття в табл. 1 надано визначення, сформульовані деякими вченими.

Таблиця 1

Визначення «митного контролю»

Автор, джерело	Зміст визначення «митний контроль»
Ю.В. Оніщик, [2]	Митний контроль – важлива складова частина державного контролю, що здійснюється митними органами і є їх повсякденною діяльністю, яка потребує належної організації..
Коросташова І. М., [3, с. 10]	Митний контроль – це різновид державного контролю, найбільш оперативний засіб забезпечення законності в діяльності митної служби та напрям діяльності, що забезпечує функціонування митної системи
Дегтярьова С. В., [4, с. 21]	Митний контроль – це гарантія і засіб регулювання інтересів і прав людини в сфері регулювання митно-правових відносин.
Білуха М.Т., [5, с. 182]	Митний контроль – функція управління митними операціями підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність з метою забезпечення дотримання вимог нормативно-правових актів з питань державної митної справи та міжнародних договорів України.

Відповідно до ст. 4 Митного кодексу України, митний контроль – це сукупність заходів, що здійснюються з метою забезпечення додержання норм Митного кодексу, законів та інших нормативно-правових актів з питань державної митної справи, міжнародних договорів України, укладених у встановленому законом порядку. Тобто, це сукупність спеціальних дій митних органів, спрямованих на дотримання норм митного законодавства.

На практиці розрізняють такі види митного контролю [6, с. 159]:

- попередній документальний контроль, який здійснюється в пунктах пропуску через державний кордон України;
- контроль під час митного оформлення товарів і транспортних засобів комерційного призначення;
- митний аудит – контроль після митного оформлення товарів і транспортних засобів комерційного призначення.

Міжнародна конвенція про спрощення і гармонізацію митних процедур визначає митний контроль як сукупність заходів, що здійснюються митною службою з метою забезпечення дотримання митного законодавства [7].

У чинному законодавстві України основні положення щодо митного контролю викладено у розділі XI Митного кодексу України [8]. Так, відповідно до ст. 336 МКУ, митний контроль в Україні здійснюється у таких формах:

1) перевірки документів та відомостей, які відповідно до статті 335 цього Кодексу надаються митним органам під час переміщення товарів, транспортних засобів комерційного призначення через митний кордон України;

2) митного огляду;

3) обліку товарів, транспортних засобів комерційного призначення, що переміщуються через митний кордон України;

4) усного опитування громадян та посадових осіб підприємств;

5) огляду територій та приміщень складів тимчасового зберігання, митних складів, вільних митних зон, магазинів безмитної торгівлі та інших місць, де знаходяться товари, транспортні засоби комерційного призначення, що підлягають митному контролю, чи провадиться діяльність, контроль за якою відповідно до цього Кодексу та інших законів України покладено на митні органи;

6) перевірки обліку товарів, що переміщуються через митний кордон України та/або перебувають під митним контролем;

7) проведення документальних перевірок дотримання вимог законодавства України з питань державної митної справи, у тому числі своєчасності, достовірності, повноти нарахування та сплати митних платежів;

8) направлення запитів до інших державних органів, установ та організацій, уповноважених органів іноземних держав для встановлення автентичності документів, поданих митному органу.

Метою здійснення митного контролю є забезпечення законного переміщення осіб, товарів та транспортних засобів через митний кордон, в тому числі повне та своєчасне адміністрування митних платежів [9, с. 59].

Щоб визначити ефективність роботи митних органів України протягом 2015 року, розглянемо заходи які були здійснення митницями ДФСУ для забезпечення митного контролю [10].

Так, протягом 2015 року до уповноважених органів іноземних держав направлено 895 запитів на перевірку автентичності документів, поданих для підтвердження заявленої митної вартості та отримано 330 відповідей, з яких у 61 випадку митні органи зарубіжних країн не підтвердили автентичність документів. ДФСУ забезпечувала постійний контроль за правильністю класифікації товарів згідно з УКТЗЕД та недопущення втрат обов'язкових митних платежів до державного бюджету. Зокрема, протягом 2015 року прийнято 2486 класифікаційних рішень (що більше на 26,4% в порівнянні з 2014 роком), за їх результатами класифіковано 4538 товарів (більше на 36,3% в порівнянні з 2014 роком). Додаткові надходження до бюджету за рахунок класифікаційної роботи в 2015 році, у порівнянні з 2014 роком зменшилися на 9,1% (219,2 млн. грн. проти 241,1 млн. гривень). Додаткові надходження до бюджету від контролю за класифікацією товарів на етапі після митного оформлення складають 28,3 млн. гривень. Крім того, забезпечено контроль за правильністю визначення походження товарів. У 2015 році додаткові надходження від контролю за правильністю декларування країни походження товару склали 81,0 млн. грн., що на 11,1 млн. грн. більше, ніж за 2014 рік (без урахування Луганської та Донецької митниць). В 2015 році було проведено 304 документальні перевірки щодо дотримання платниками податків законодавства з питань державної митної справи, за результатами яких донараховано 120,6 млн. грн., з них узгоджено 28,5 млн. грн.

На основі проведеного аналізу, можна визначити основні проблеми, які перешкоджають проведенню ефективного митного контролю в Україні: наявність прогалин у нормативно-правових актах; ризикоорієнтована система відбору суб'єктів ЗЕД до митного контролю; недосконала система інформаційної взаємодії суб'єктів, що приймають участь у митному контролі.

Можливими шляхами вирішення цих проблем є відступ від домінування фіскальної складової митного регулювання, вдосконалення митного законодавства, удосконалення роботи митних органів, покращення їх взаємодії з суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, які є об'єктами перевірки.

Отже, митний контроль – це сукупність заходів, що здійснюються органами митного регулювання, які спрямовані на забезпечення національних митних інтересів і безпеки України. Здійснення митного контролю спрямоване на формування прозорої митної системи, яка враховує сучасні тенденції зовнішньоекономічної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Шкуратова І. І. Принципи і організація фінансового контролю в діяльності митних органів / І. І. Шкуратова, А. А. Халецька // Вісник Академії митної служби України. Сер.: Державне управління. – 2011. – № 2. – С. 120-126. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamcudu_2011_2_18

2. Оніщик Ю. В. Митний контроль як вид фінансового контролю / Ю. В. Оніщик // Науковий вісник Чернівецького університету. – 2012. – № 628. – С. 110-113. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://lawreview.chnu.edu.ua/visnuku/st/628/18.pdf>
3. Коросташова І. М. Організаційно-правові засади контролю в митній службі України [Текст]: Автореф. дис. канд. юрид. наук: 12.00.07 / І. М. Коросташова; Інститут законодавства Верховної Ради України. – К., 2006. – 21 с.
4. Дегтярьова С. В. Принципи здійснення митного контролю в Україні / С. В. Дегтярьова // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – № 6-2. – С. 20-23. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.lj.kherson.ua/2014/pravo06-2/part_3/6.pdf
5. Білуха М. Т. Митний контроль: організація і методологія / М. Т. Білуха, Т. В. Микитенко // Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право). – 2014. – № 1. – С. 181-187. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvnudpsu_2014_1_26
6. Бережнюк І. Г. Актуальні питання теорії та практики митної справи: монографія / за заг. ред. І. Г. Бережнюка. – Хмельницький: ПП Мельник А. А., 2013. – 428 с. – (Митна справа в Україні. Том 21).
7. Міжнародна конвенція про спрощення і гармонізацію митних процедур від 18.05.1973 р.; редакція на 26 червня 1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_6431
8. Митний кодекс України від 13.03.2012 р. № 4495-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
9. Ломейко Ю. А. Аналіз та напрями взаємовідносин між суб'єктами митного контролю / Ю. А. Ломейко // Бізнес Інформ. – 2015. – № 2. – С. 58-67. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2015_2_10
10. Звіт про виконання Плану роботи Державної фіскальної служби України на 2015 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/data/files/131201.pdf>

Царенков О.О.

студент,

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

ВИДАТКИ НА ОСВІТУ В ПОДІЛЬСЬКОМУ РАЙОНІ МІСТА КИЄВА: ФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТУ ТА КАЗНАЧЕЙСЬКЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Освіта виступає основою в сфері інтелектуального, культурного, духовного, соціально-економічного розвитку суспільства та держави. Метою для розвитку освіти виступає всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності в суспільстві, розвитку талантів, розумових та фізичних здібностей, виховання високого рівня моральних якостей, підвищення рівня освіти для народу, забезпечення господарства висококваліфікованими фахівцями. Видатки на науку та освіту належать до поточних видатків з бюджету, розміри видатків на утримання навчальних закладів визначаються спеціальними документами – кошторисами [1, с. 7].

Основними документами для здійснення фінансування видатків на освіту із бюджету є: Зведений план асигнувань; Зведений план спеціального фонду місцевого бюджету; Кошторис; Зведений кошторис; Зведення показників кошторису спеціального фонду; Розподіл показників зведеного плану асигнувань; Реєстр змін. В табл. 1 розглянемо показники зведеного кошторису витрат Подільської районної в м. Києві державної адміністрації на загальноосвітні школи, в т. ч. школи-дитячі садки, інтернати при школі, спеціалізовані школи, ліцеї, гімназії та колегіуми [6, с. 176].

Таблиця 1

**Зведений кошторис на 2015-2016 рр.
Подільської районної у місті Києві державної адміністрації**

Найменування	Код	Загальний фонд		Спеціалізований фонд		Разом	
		2015 рік	2016 рік	2015 рік	2016 рік	2015 рік	2016 рік
НАДХОДЖЕННЯ – усього	X	173481100	22884500	4901400	12243500	178382500	241087000
Надходження коштів із загального фонду бюджету	X	173481100	228843500	X	X	173481100	228843500
Надходження коштів із спеціального фонду	X	X	X	4901400	12243500	4901400	12243500

Основні джерела фінансування розвитку освіти – державний та місцеві бюджети, які можуть доповнюватися джерелами, віднесеними до категорії додаткових [3, с. 27]. Серед них варто назвати такі: кошти, одержані за навчання, підготовку, підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів згідно з укладеними договорами; плата за надання додаткових освітніх послуг; кошти, одержані за науково-дослідні роботи та послуги, виконані навчальним закладом на замовлення підприємств, установ, організацій та громадян; доходи від реалізації продукції навчально-виробничих майстерень, підприємств, цехів і господарств, від надання в оренду приміщень, споруд, обладнання; дотації місцевих бюджетів; – кредити банків; добровільні грошові внески, матеріальні цінності, одержані від підприємств, установ, організацій, окремих громадян; інші кошти [9, с. 7].

В табл. 2 відображено зведені показники спеціального фонду кошторису Управління освіти Подільської районної в місті Києві державної адміністрації видатків для бюджету місцевого самоврядування для загальноосвітніх шкіл (в т.ч. шкіл-дитячих садків, інтернатів при школі), спеціалізованих шкіл, ліцеїв, гімназій та колегіумів [3, с. 26]. У разі одержання коштів з інших джерел бюджетні асигнування навчально-виховних закладів, установ та заходів системи освіти не зменшуються. Бюджетні асигнування на освіту та позабюджетні кошти не підлягають вилученню [5, с. 162]. Головними розпорядниками до початку бюджетного періоду визначають мережу за територіями із зазначенням статусу кожної із установ (розпорядники бюджетних коштів або одержувачі бюджетних коштів), які обслуговуються у відповідному органі Казначейства. Відповідальні виконавці бюджетних програм визначають мережу та подають головному розпоряднику для зведення мережі по головному розпоряднику [10, с. 197].

Таблиця 2

**Зведення показників спеціального фонду кошторису
Управління освіти Подільської районної в місті Києві
державної адміністрації в 2015-2016 рр.**

Найменування	Код	Спеціальний фонд		Надходження від плати за послуги, що надаються бюджетними установами згідно із законодавством	
		2015 рік	2016 рік	2015 рік	2016 рік
Надходження – усього	х	4859400	12243500	3077400	6604700
Надходження коштів із спеціального фонду бюджету	Х	4859400	12243500	3077400	6604700

До мережі включаються головний розпорядник, розпорядники нижчого рівня, які у своїй діяльності підпорядковані відповідному головному розпоряднику та/або діяльність яких координується через нього, та одержувачі бюджетних коштів, що уповноважені головним розпорядником на здійснення заходів, передбачених бюджетною програмою, та отримують на їх виконання кошти з державного бюджету [2, с. 144]. Головний розпорядник (розпорядник нижчого рівня) включає до мережі установи, що на кінець попереднього бюджетного періоду перебували у його мережі і мали бюджетну заборгованість, та здійснює заходи щодо впорядкування бюджетної заборгованості минулих років відповідно до бюджетних призначень поточного бюджетного періоду (із дотриманням вимог частини другої ст. 57 Бюджетного кодексу України) [8, с. 241].

Казначейство України та Головні управління Казначейства перевіряють подану інформацію на відповідність встановленим вимогам до складання мережі, даним Єдиного реєстру та вносить до єдиної бази даних мережі

розпорядників та одержувачів коштів державного бюджету, про що на документі ставиться відбиток штампа за встановленою формою [4, с. 191].

Фінансування видатків підвідомчих освітніх установ та освітніх закладів проводиться через систему територіальних органів Держказначейства на підставі поданих розподілів бюджетних коштів. Бюджетний контроль за видатками на освіту визначається як урегульована нормами права діяльність контролюючих органів на стадіях складання, розгляду, затвердження та виконання бюджетів за видатками на освіту. Даний вид діяльності передбачає застосування спеціальних форм, методів, методичних прийомів та способів, при цьому спрямований на забезпечення обґрунтованості рівня планування та ефективності використання бюджетних коштів в сфері освіти [7, с. 21].

На стадіях планування видатків для місцевих бюджетів на освіту правильність дій головних розпорядників бюджетних коштів перевіряється місцевими фінансовими органами. Основною проблемою в організації виконання бюджету в частині видатків на освіту в Подільському районі міста Києва є проведення бюджетного контролю. Основними методами для проведення бюджетного контролю, що застосовуються уповноваженими органами на стадіях планування бюджетних видатків на освіту, є проведення аналіз бюджетних запитів та проведення експертизи [7, с. 22].

Важливе значення для проведення бюджетного контролю в Управлінні освіти Подільської районної в місті Києві державної адміністрації за використанням фінансових ресурсів у сфері освіти проявляється у виявленні порушень чинного бюджетного законодавства України. Проведений аналіз роботи свідчить про значний внесок у забезпечення результативності бюджетного контролю за видатками на освіту [3, с. 28].

З метою покращення взаємодії органів бюджетного контролю за видатками на освіту пропонується закріпити позитивний досвід проведення їхньої співпраці та проведення взаємоузгодженої роботи, а також збагатити його новими формами для проведення такої взаємодії (між Міністерством фінансів України та Державною фінансовою інспекцією України) [7, с. 23].

Список використаних джерел:

1. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про Державну казначейську службу України» від 15 квітня 2015 р. № 315.

2. Ахламов А. Г. Бюджетна політика та бюджетне планування в умовах прогнозної невизначеності: регіональний рівень: наук.-метод. розробка / А. Г. Ахламов, О. В. Голинська; Упр. орг. фундамент. та приклад. дослідж., Одес. регіон. ін-т держ. упр. – Київ: НАДУ, 2011. – 46 с.

3. Бреус С. Основні підходи до фінансування вітчизняної вищої освіти: доступ до неї соціально незахищених верств населення / Бреус С. // Інтеграційна система освіти, науки і виробництва в сучасному інформаційному просторі. – матеріали Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф.; 29-30 квіт. 2014 р., м. Тернопіль // Інтеграційна система освіти, науки і виробництва в сучасному інформаційному просторі. – Тернопіль, 2014. – С. 144-146.

4. Голинський Ю. О. Напрями вдосконалення організації виконання бюджетів казначейством України // Економічний вісник. – Умань, 2013. – Вип. 7. – С. 26-32.

5. Голинський Ю. О. Управління економічною ефективністю діяльності органів виконавчої влади (на прикладі органів казначейства України) // № 2(18). // Вісник

Запорізького національного університету. Економічні науки. – Запоріжжя, 2013. – № 2(18). – С. 191-196.

6. Горбенко Н. Сутність роботи державного казначейства України. // Прикладна наука та інноваційний шлях розвитку національного виробництва. – Т., 2012. – С. 162-164.

7. Горін І. І. Зарубіжний та український досвід фінансування вищої освіти / Горін І. І. // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – Івано-Франківськ, 2013. – Вип. 9, т. 1. – С. 176-182.

8. Котенко Т. М. Проблеми фінансування вищої освіти регіону / Т. М. Котенко // Вип. 23 // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки / Кіровоградський нац. техн. ун-т. – Кіровоград, 2013. – Вип. 23. – С. 21-28.

9. Олійченко І. Дослідження інформаційних процесів у Головному управлінні Державного казначейства України. // Ефективність державного управління. – Львів, 2011. – Вип. 27. – С. 241-245.

10. Пасічник Ю. В. Менеджмент фінансових ресурсів у системі казначейства України // Вип. 33, ч. 2. // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – Черкаси, 2013. – Вип. 33, ч. 2. – С. 7-11.

11. Саквенко В. В. Фінансування установ науки і освіти в умовах ринкової трансформації економіки України / Саквенко В.В.// Економічний вісник. – Умань, 2013. – Вип. 7. – С. 197-202.

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Ладика Л.В.

аспірант,

Буковинський державний фінансово-економічний університет

ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ НА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В міжнародній економіці завдяки прогресивному вдосконаленню інформаційних технологій відбулися значні зміни. Конкурентна боротьба спонукає підприємства використовувати і вдосконалювати існуючі технології, адже успішне існування економічних суб'єктів господарювання в Інтернет-середовищі має стратегічне значення для формування їхньої конкурентоспроможності у майбутньому. Адже відсутність діяльності будь-якого характеру у всесвітній мережі для підприємств нині розцінюється як недолік.

Особливого значення Інтернет-торгівля набуває в період нестабільної ситуації в Україні, коли основні зусилля вітчизняних підприємств спрямовані на оптимізацію бізнес-процесів та можливість з відносно невеликими витратами організувати збут продукції, забезпечуючи тим самим своє виживання та розвиток. Застосування сучасних технологій стає фундаментальною основою діяльності підприємств у сфері торгівлі, оскільки дає їм можливість здобути стійкі конкурентні переваги та досягти довгострокових маркетингових цілей.

Існуючий потенціал розвитку цього виду бізнесу почав себе повною мірою проявляти лише протягом останніх років. Зважаючи на те, що брак часу у споживачів змушує їх все частіше робити покупки через Інтернет, це, в свою чергу, зумовлює ще більший розвиток електронної торгівлі завдяки появі нових її різновидів. Розглянемо основні інструменти, які використовують підприємства та їх маркетологи в Інтернет-торгівлі (табл. 1).

Новим модним трендом у Інтернет-торгівлі є маркетинг у соціальних медіа. І, хоча використання соціальних медіа для маркетингу на повну потужність вимагає наявності попереднього досвіду, проте його основні елементи доступні кожному. Для початку необхідно зареєструвати корпоративний обліковий запис у Facebook, створити корпоративну групу ВКонтакті, обов'язково заповнити всі доступні поля з використанням ключових слів, вибраних для оптимізації сайту. Це допоможе користувачам цих соціальних мереж легше знайти підприємство, навіть якщо корпоративний сайт знаходиться низько у результатах пошуку. Додавання інформації про діяльність компанії на сторінках Facebook та групах ВКонтакті дозволить потенційним клієнтам більше дізнатися про повсякденну діяльність

фірми та сприятиме створенню позитивного іміджу компанії у всесвітній мережі [2, с. 49].

Таблиця 1

Основні інструменти Інтернет-торгівлі

Інструмент	Характеристика
Корпоративний сайт	Корпоративний сайт слугує в ролі віртуального офісу і виступає лицем фірми. Він є найскладнішим інструментом з усього переліку. Є достатньо фірм, які можуть створити для замовника цілком пристойний сайт за досить невеликі гроші. Але це необхідна база, без якої використання наступних інструментів буде неефективним. Розташована на сайті інформація носить, як правило, маркетинговий характер
Пошукова оптимізація	Щоб її зробити, необхідно вибрати декілька найбільш важливих ключових слів, які описують те, чим займається фірма і скласти назви та описи до кожної сторінки сайту, використовуючи ці слова. Після цього розмістити на інших сайтах посилання на сайт, з ключовим словом у тексті посилання. Ці нехитрі заходи піднімуть рейтинги сайту у пошукових системах і допоможуть залучити більше клієнтів. Ціль оптимізації – зробити так, щоб зміст вашого сайту індексувався пошуковими системами
Контекстна реклама	Це відносно простий і недорогий інструмент залучення нових відвідувачів на сайт. До моменту, коли сайт почне з'являтися на перших сторінках результатів пошуку, використання контекстної реклами вже буде приносити перших відвідувачів. Найбільш популярними майданчиками для розміщення контекстної реклами є Google AdWords та Yandex Direct. Перевагою контекстної реклами є націленість на конкретну країну, регіон чи навіть місто: рекламне оголошення побачать тільки ті, хто із більшою ймовірністю може стати потенційним клієнтом

Джерело: розроблено автором за даними [1]

Те, що пишуть про фірму у соціальних мережах, блогах, сайтах новин, має суттєве значення для потенційних споживачів. Звичайно, попередити негатив можна лише через якісне обслуговування клієнтів, але виключити його повністю все одно неможливо. Тому, найкращими ліками від поганої репутації у мережі є швидка реакція на записи, створені незадоволеними клієнтами. Здійснювати пошук записів про свою фірму вручну дуже незручно і вимагає багато часу. Набагато зручніше використати послугу Google Alerts, налаштувавши її на ім'я своєї компанії: Google буде присилати Вам електронні листи кожного разу, коли знайде нове згадування вказаного ключового слова, яким є назва компанії. Можна також налаштувати цю

послугу на назви компаній-конкурентів, це допоможе бути постійно в курсі їхньої онлайн активності [3].

Отже, Інтернет-торгівля дає можливість доступу до динамічної і багатогранної маркетингової інформації, зменшує внутрішньо-фірмові маркетингові витрати, розширює потенціал просування товарів, послуг, бренду, дозволяє сформувати цільову аудиторію за віком, статтю, інтересами, забезпечує впровадження та розвиток додаткових специфічних каналів збуту.

Список використаних джерел:

1. Інтернет маркетинг для початківців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://emarketingblog.com.ua/internet-marketing-dla-pochatkivciv/>.
2. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг як інструмент антикризових програм підприємства / І. Л. Литовченко // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 5. – С. 49.
3. Малигон Ю. О. Вплив Інтернет-маркетингу на підвищення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / О. Ю. Малигон, А. М. Германчук. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=32719>

МАРКЕТИНГ

Хасан Алі Аль-Абабнех

*кандидат технічних наук, аспірант,
Національний авіаційний університет*

ВПЛИВ МЕТОДА ОЦІНКИ НА КІНЦЕВЕ СПРИЙНЯТТЯ РЕЗУЛЬТАТІВ РЕКЛАМИ

Рекламна кампанія – одна з основних сил з просування інноваційного товару на ринок. Величезна кількість робіт присвячені саме вивченню позитивної ролі реклами в підприємницькій діяльності. Однак, не варто забувати про правило «двох сторін медалі» і проводити оцінку як позитивної динаміки пострекламного періоду так і можливих негативних проявів реклами.

При плануванні рекламної кампанії не завжди правильно визначається об'єкт її дії, групується і сегментується ринок і споживачі. До того ж на результат реклами впливає велика кількість чинників. Це обумовлює багатофакторність рекламного процесу.

Проблема з визначенням ефекту, одержуваного від рекламної діяльності, є однією з найскладніших в рекламній практиці з ряду причин:

1. Реклама є одним з багатьох аргументів, які визначають кінцеві маркетингові результати, але при цьому важливу роль грають інші елементи маркетингового комплексу;

2. На кінцевий результат впливають безліч факторів, які практично неможливо формалізувати або вдало змодельовати, зокрема, поведінка конкурентів;

3. Складність оцінки рекламного впливу обумовлена поведінкою покупця, якого можна порівняти з «чорним ящиком» з його непередбачуваними процесами;

4. Ринкові фактори рясніють випадковими подіями, які можуть визначити успіх або неуспіх товару, наприклад, прекрасна рекламна кампанія збігається з випадковим випуском товарного браку, в результаті чого вся робота проходить даремно.

Проблема вибору універсального способу для визначення ефекту від реклами залишається не вирішеною. Кількість і асортимент пропонованих на сьогоднішній день інструментів і методик просто величезна, однак кожна методика має як переваги так і недоліки.

Для аналізу результатів рекламної кампанії можливе застосування двох базових способів – арифметичних розрахунків економічної ефективності і статистичний аналіз. Головним є визначення більш достовірного і інформативного способу.

Реклама – багатокритерійний процес з декількома змінними, раціональним є розглядати її, в першу чергу, як математичну модель і застосовувати метод моделювання.

Застосування методу математичного моделювання реклами дозволяє отримати цілісну картину показників ефективності з урахуванням їх взаємного впливу в умовах дії конкретного набору факторів. На основі результатів розрахунку ефективності рекламної кампанії за допомогою статистичного моделювання можна визначити момент часу досягнення точки беззбитковості і максимальної ефективності, спланувати бюджет рекламної кампанії з позицій досягнення максимальної ефективності. При цьому можна визначити не тільки витрати на проведення рекламної кампанії, але і час, при якому її ефективність досягне максимуму.

Другий спосіб визначення ефективності реклами – арифметичне визначення економічної ефективності. Даний спосіб дозволяє визначити процентне співвідношення реалізованого ефекту до ефекту запланованого. Обчислюються такі показники, як рентабельність, валовий дохід, націнка тощо. Тобто отримуємо конкретний одиничний показник, який не несе інформації про потенціал та ступінь наближення до максимально можливого, а не запланованого, ефекту.

Найважливіші завдання при складанні бюджету рекламної кампанії, які можна вирішувати статистичними методами – це формування структури бюджету витрат на рекламу, визначення частки рекламних витрат в загальному бюджеті організації в порівнянні з середніми показниками по галузі та у конкурентів.

На сьогодні при оцінці результативності рекламних кампаній недостатньо використовуються статистичні методи дисперсійного, кореляційно-регресійного, багатовимірної аналізу, методи вивчення динамічних рядів, тенденції розвитку ринку, прогнозування, статистичного моделювання. Статистична методологія в рекламній діяльності застосовується не завжди коректно, тільки мала кількість статистичних методик адаптовано до оцінки рекламної кампанії.

Використання статистичних методів спостереження, аналізу, моделювання та прогнозування різних аспектів рекламної діяльності та PR на споживачів дозволяє знизити ступінь ризику прийнятих рішень, а також скласти досить обґрунтоване уявлення про те, які форми і види реклами і види впливу виробляють найбільш сильний ефект на споживача, грамотно оцінювати кінцеві комерційні та соціально-психологічні результати діяльності.

Список використаних джерел:

1. Бобильова М. П. Рекламний менеджмент: основи професійної діяльності. – М.: ТОВ «Журнал» Управління персоналом», 2004. – 198-240 с.
2. Герчикова І. М. Менеджмент. – Москва: 2000. – 315-486 с.
3. Дорошів В. І. Введення в теорію маркетингу. – Москва 2000. – 258 с.
4. Реклама в бізнесі: навч. посібник / Упоряд. Т. К. Серьогіна, Л. М. Титкова; під заг. ред. Л. П. Дашкова. – М.: Інформаційно-впроваджувальний центр «Маркетинг», 1996. – 211 с.
5. Ромат Є. В. Реклама. – Сер. «Короткий курс». – СПб.: Питер. 2004. – 176 с.

Шехайтлі К.М.

аспірант,

Київський національний торговельно-економічний університет

ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТА БРЕНДИНГ ЯК ОСНОВА УСПІШНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ

Першими етапами розробки та виведення бренду на ринок є позиціонування та брендинг. Поняття «позиціонування» почало використовуватися разом з поняттям «сегментація» відносно недавно, «брендинг» – значно пізніше. Дослідивши кон'юнктуру ринку, споживачів, конкурентів, виникає потреба у визначенні конкурентних переваг товару чи послуги – унікальну торгову пропозицію, його особливих характеристик, що дає можливість звернути увагу цільової аудиторії сама на продукт компанії. Позиціонування на ринку – це забезпечення товарів чітко відокремленого від інших товарів місця на ринку й у свідомості цільових споживачів [1].

Для позиціонування товару, компанії необхідно визначити пропозиції конкурентів, їх переваг та особливостей споживачів та споживчого попиту. До важливих складових позиціонування відносять:

1. Характерна особливість бренду;
2. Переваги від використання бренду;
3. Цінності цільової аудиторії;
4. Перевагу над конкурентами;
5. Лідерство в своїй категорії;
6. Володіння унікальною складовою;
7. Думка авторитетного фахівця тощо.

Отже, позиціонування є довгостроковим плануванням, головною конкурентною стратегією підприємства. Позиції пропонують стійкі засоби диференціації та створення конкурентних переваг. Добре розроблені позиції стійкі, захищені і пристосовані до майбутнього розвитку. Це говорить про те, що позиція може еволюціонувати і змінюватися в періоди зростання, зрілості і спаду. Позиціонування здійснюється у свідомості споживачів, споживач складає свою думку про певний товар або послугу. Базуючись на раціональному та емоційному аналізі, що являє собою комбінації реальних характеристик (відчутні особливості продукту, його ціна, канали розподілу, тип і рівень сервісу даного товару) і іміджу (враження від реклами, PR, стимулювання тощо), формується відношення споживача до товару.

Розрізняють наступні стратегії позиціонування:

- позиціонування згідно атрибутам – фірма позиціонується відповідно з певним показником (розмір, кількість років існування);
- позиціонування згідно перевагам – товар позиціонується як лідер по одній з послуг для споживача;
- позиціонування згідно використанню – товар позиціонується як кращий для певних цілей;

- позиціонування щодо споживачів – товар позиціонується як кращий для певної групи споживачів;
- позиціонування щодо конкурентів – товар позиціонується за показниками, що перевершують відповідні показники продукту конкурента;
- позиціонування по співвідношенню «ціна / якість» – товар позиціонується як такий, що пропонує в порівнянні з іншими товарними пропозиціями більші блага за однакову ціну [1].

Отже, правильне позиціонування дозволяє компанії уникнути цінові «війни».

Брендинг, в свою чергу, відповідає за цілісний емоційний образ продукту, створює певну залежність споживача від товару чи послуги компанії. Брендінг – це процес створення бренду. Відмінність торгової марки від бренду полягає у додатковій вартості торгової марки, у її цінності, рівні сприйняття тощо.

Бренд – це послідовний набір функціональних, емоційних та постійно виконуваних обіцянок цільовим споживачам, які є для них значущими і відповідають їхнім потребам найкращим чином [2].

Мета брендінгу – створення чіткого образу бренду і чітке формування напрямки комунікацій. Брендінг включає в себе роботи з дослідження ринку, позиціонуванню продукту, створенню імені (brand name), дескриптора, слоган, системи візуальної і вербальної ідентифікації (товарний знак, фірмовий стиль, упаковка, спеціальні звуки тощо), використанню ідентифікаційних і комунікаційних носіїв, що відображають і транслиують ідею бренду.

Розрізняють 2 основні концепції брендінгу: західна та азійська. Західна концепція передбачає, що головна компанія-виробник повинна бути захищена від кінцевих споживачів, в основному через страх перед перенесенням негативного іміджу однієї торгової марки на всю фірму і весь спектр товарів. Основа даної концепції брендінгу – товар і концепція диференціації продукту, тобто надання йому відмінних особливостей з метою завоювання переваги перед конкурентами. Азійська концепція полягає у тому, що компанії інвестують найбільше в корпоративний бренд, що виступає, у свою чергу, гарантом якості своїх суббрендів та продуктів.

Процес створення бренду складається з таких етапів:

Основні етапи брендінгу:

- Аналіз ринкової ситуації, цільової аудиторії (поточного стану бренду, якщо він вже створений);
- Планування (формулювання суті бренду, позиціонування; розробка стратегії управління брендом);
- Будівництво бренду (створення системи візуальної і вербальної ідентифікації; розробка бренд-іміджу; створення комплексу документів бренду);
- Просування бренду (використання інтегрованих маркетингових комунікацій для створення тісних відносин між споживачами та брендом);
- Моніторинг бренду і оцінка ефективності дій.

Основними моделями створення бренду є: колесо бренду, методика Thompson Total Branding (TTB), модель Unilever Brand Key (UBK) та модель Brand Name Development Services (етапності побудови бренду). Під час розробки бренду обов'язково слід врахувати життєвий цикл ринку, життєвий цикл товару, життєвий цикл бренду (створення ідеї, вибір назви, лінгвістичний характер).

Процес створення бренду також є стратегічним. Цінності, сутність, місія бренду розробляють на першому етапі брендингу. Атрибути бренду мають змогу трансформуватися та модифікуватися частіше.

Враховуючи той факт, що об'єктом маркетингової стратегії є продукт, брендинг та позиціонування являються основоположними. Отже, від якісного підходу до позиціонування та брендингу, а також від правильності вибору ніші та вектору розвитку продукту, залежить його успіх та життєздатність на ринку.

Список використаних джерел:

1. Лаврова Ю. В. Маркетинг. Класичні положення і особливості застосування на транспорті: конспект лекцій [для студ. вищ. навч. закл.] / Ю. В. Лаврова – Харків: Изд-во ХНАДУ, 2012. – 227 с.
2. Брендинг и позиционирование [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://pisali.ru/smresearch/17333/>. – Назва з екрану.

СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Ялмаев Р.А.

*кандидат экономических наук,
Чеченский государственный университет*

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИИ

В наше быстроменяющееся время развитие персонала как профессионалов приобретает особую значимость и становится неотъемлемым условием успешного функционирования любой организации [2]. Повышение мотивации персонала является одним из основных направлений развития организации. От четкой разработки системы эффективной мотивации зависит не только повышение производственной активности конкретного работника, но и конечные результаты деятельности предприятий различных организационно-правовых форм собственности, производственной и непроизводственной сфер деятельности.

В стратегию развития России до 2020 года, озвученной президентом в Кремле и принятой к действию, заложено повышение производительности труда работника в четыре раза. И именно на повышение производительности труда сотрудников, как правило, направлена мотивация персонала.

Система мотивации и стимулирования в организации – это совокупность потребностей сотрудников, механизмов, путей, возможностей их удовлетворения, которые искусственно создаются, регулируются и используются руководством для обеспечения качественной и результативной работы своих работников.

Система стимулирования должна быть ориентирована на оценку показателей эффективности отдельного сотрудника, вклада, который он вносит в процесс функционирования как своего подразделения, так и предприятия в целом [1].

Для максимальной эффективности политика мотивации в организации должна иметь комплексный характер и соответствовать всем системным признакам. Для понимания сущности системы мотивации, рассмотрим ее основные составные элементы:

а) Цели и задачи системы. Главная цель формирования и функционирования системы мотивации – достижение целей организации путем привлечения и сохранения профессионально подготовленного персонала, за счет сильной, устойчивой, эффективной мотивации, которая формируется на основе комплексного стимулирования, представляющего собой интерес для всех групп персонала организации.

б) Стратегия и политика организации в области мотивации. Вопросы, которые с разработкой планов развития стратегии, политики организации, как

правило, учитываются при формировании системы мотивации и стимулирования труда.

в) Функции системы мотивации и стимулирования труда делятся на основные и специальные.

г) Принципы мотивации труда, которые предполагают создание баланса интересов всех групп персонала, работающих в организации и ориентированные на развитие, и включение в работу всех возможностей и способностей каждого сотрудника.

д) Структура системы мотивации и стимулирования труда персонала: материальное и нематериальное стимулирование.

К прямому вознаграждению относят: заработную плату, премии.

На практике наиболее распространенными являются следующие формы оплаты труда:

- Фиксированный должностной оклад, который дает сотрудникам уверенность в стабильности организации, в которой они работают, а, значит, и в своем завтрашнем дне.

- Повременная заработная плата, которая определяется по продолжительности рабочего времени без учета производительности.

Данный вид оплаты имеет свои недостатки: от сотрудников трудно добиться высокой производительности труда, т.к. нет стимулов к ее повышению; приходится тратить дополнительное время на контроль затрат рабочего времени [3].

- Сдельная оплата зависит от выработки сотрудника, в основном применяется к таким работникам, результат деятельности которых легко измерить.

К косвенным денежным выплатам относятся: оплата отпускных дней и дней временной нетрудоспособности, праздничных дней; оплата туристических путевок, занятий спортом; медицинское и дополнительное пенсионное страхование, страхование от несчастных случаев и по длительной нетрудоспособности; обучение персонала.

Выплаты и льготы социального характера выгодны для обеих сторон: они служат не только социальной защитой трудящихся, но и дают возможность работодателям привлекать и удерживать квалифицированный персонал. Тем не менее, работодатели обеспокоены тем, что развитие системы косвенных денежных выплат под давлением профсоюзов и работников, приводит к увеличению издержек на рабочую силу в целом и ту их часть, которая связана с косвенными выплатами непосредственно. В результате чего появился новый вид льгот и выплат – гибкие льготы и выплаты, заключающиеся в том, что более широкий набор льгот и выплат дает сотрудникам возможность выбрать в каждый конкретный момент те из них, которые являются для него наиболее предпочтительными.

В систему административных методов входят [4]:

Дисциплинарные методы (установление и реализация форм ответственности), под которыми можно понимать, в частности, применение негативных стимулов (страх перед потерей работы, голодом, штрафами). Необходимо разумно сочетать позитивные и негативные стимулы. Более

четкая и эффективная организация труда на любом предприятии возможно благодаря организационным схемам, нормированию труда и прочее, а нормирование труда дает возможность разработать научно обоснованную систему оплаты труда и социальной защищенности работников.

Организационно-стабилизирующие методы (федеральные законы, госстандарты, указы, правила, уставы и др.). Под организационно-стабилизирующими методами понимаются правовые нормы и акты, которые утверждены государственными органами для обязательного выполнения. Научные подходы к менеджменту используются при определении их состава и содержания, правовые акты должны быть объединены в систему.

Методы организационного воздействия (регламентирование, инструкции, организационные схемы, нормирование труда), которые действуют внутри организации [6].

Воздействие на трудовую мотивацию чаще всего увязывается с формированием желательного поведения персонала и с достижением необходимого уровня производительности. Однако, в случае, если руководители сталкиваются с необходимостью избавления от низкого уровня производительности и нежелательного поведения, прибегают к использованию дисциплинарных мер и наказания. Примерами наказуемого поведения являются: опоздания, уход с рабочего места, прогулы, нарушение техники безопасности, несвоевременное выполнение работы, грубость клиентам.

Под наказанием или дисциплинарным воздействием принято понимать нежелательные для работника последствия (лишение премии, выговор, устное высказывание, штрафы), которые следует за тем или иным уклонением от норм и правил, которые установлены в организации, за отклонением работника от исполнения требований своей должностной или профессиональной роли.

Нематериальные способы мотивации включают в себя организационные и моральные способы.

– К числу организационных способов мотивации относятся:

1) Мотивация целями, которая заключается в пробуждении в сотруднике сознания того, что достижение этих целей принесет подразделениям или организации определенные блага.

2) Мотивация путем участия в делах организации, под которой понимается, что ее работникам дается право голоса при решении ряда вопросов (в первую очередь социального характера).

3) Мотивация обогащением труда, которая состоит в предоставлении сотрудникам более содержательной, интересной, важной социально значимой работы с широкими перспективами должностного и профессионального роста, которая дает возможность осуществлять контроль над ресурсами и условиями труда [1].

– Главнейшим моральным методом мотивации является признание. Оно бывает личным и публичным:

1) Личное признание заключается в том, что сотрудники, которые особо отличаются в работе, упоминаются в докладах высшему руководству

организации, представляются ему; у них появляется право подписывать документы, в разработке которых они приняли участие.

2) Публичное признание состоит в том, что информация о достижениях работников получает широкое распространение (награждения и внесение их в специальные книги или на доску почета, через различные средства пропаганды).

е) Технология формирования системы мотивации и стимулирования труда. На эффективность системы мотивации и стимулирования оказывает воздействие целый комплекс факторов внутренней и внешней среды: правовые, технические, организационные, социальные, моральные, технические, физиологические [4].

В каждой организации имеются все типы людей и использование той или иной теории мотивации зависит от удельного веса сотрудников конкретного типа в коллективе. На основе выбранной классификации нужд кадровая служба и администрация организации формируют систему мотивации и стимулирования труда работников.

При формировании системы мотивации труда, необходимо учитывать фазу экономического цикла, в которой организация находится:

В период экономического роста наиболее эффективны стимулы, которые связаны с денежным премированием; повышением самостоятельности и ответственности; должностным продвижением; поощрением увеличения продуктивности.

В фазе экономической стабильности нужно ориентироваться на совершенствовании управления, выявления творческих идей и увеличения объема продаж, которые повышают конкурентоспособность продукции.

В период экономического спада необходимо стимулирование улучшения качества продукции, снижение ее себестоимости, а также увеличения эффективности рекламы [5].

Предпосылками к обеспечению необходимого уровня мотивации должны быть справедливая оплата труда с учетом его сложности и производительности, достигаемой сотрудником; гарантия сохранности рабочего места; привлечение работников к участию в управлении; гласность решений по кадровым вопросам.

Необходимо, чтобы процесс мотивации и стимулирования отвечал следующим требованиям: 1) дифференцированность – индивидуальный подход к стимулированию сотрудников; 2) комплексность – единство материальных и моральных, индивидуальных и коллективных стимулов, зависящих от системы подходов к управлению сотрудниками, традиций и опыта организации; 3) оперативность и гибкость – постоянный пересмотр стимулов в соответствии с происходящими в обществе и коллективе изменениями.

Система мотивация, как инструмент управления персоналом, дает положительный результат только тогда, когда она качественно разработана и правильно используется на практике. Но не существует идеальной системы мотивации персонала. Однако, есть набор правил, который позволяет системе эффективно функционировать: она должна отражать специфику организации,

быть простой и понятной, прозрачной и публичной, объективно учитывать результаты деятельности и квалификацию работников.

Список использованных источников:

1. Аслаханова С. А. Управление мотивацией деятельности муниципальных служащих [Текст] / С. А. Аслаханова, Р. А. Ялмаев, М. А. Эскиев // Молодой ученый. – 2015. – № 21. – С. 343-345.
2. Гайрбекова Р. С. Цели и ключевые принципы системы обучения персонала ОАО «Грознефтегаз» // Вестник Чеченского государственного университета, 2015. – Выпуск 4. – С. 11-15.
3. Захаров Н. Л., Пономаренко Б. Т., Перфильева М. Б. Управление настроем персонала в организации: Москва, Инфра-М, 2009 г. – 288 с.
4. Кибанов А. Я., Баткаева И. А., Митрофанова Е. А. и др. Управление персоналом. Теория и практика. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебно-практическое пособие / под ред. А. Я. Кибанова. – Москва: Проспект, 2015. – 64 с.
5. Краснова Л. Н., Гинзбург М. Ю. Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях нефтяной и газовой промышленности: Москва, КноРус, 2011 г. – 352 с.
6. Соломанидина Т. О., Соломанидин В. Г. Мотивация трудовой деятельности персонала. Учебное пособие: Санкт-Петербург, Юнити-Дана, 2014 г. – 312 с.

ДЛЯ НОТАТОК

Наукове видання

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ**

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

Матеріали друкуються в авторській редакції

Дизайн обкладинки: А. Юдашкіна
Верстка: Н. Кузнєцова

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 30.04.2016. Формат 60х84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.
Умовно-друк. арк. 6,51. Тираж 100. Замовлення № 0416-250.
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.