

МАТЕРІАЛИ ІІІ МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ  
ЕКОНОМІЧНИХ НАУК»**

(13-14 травня 2016 року)

Київ  
2016

УДК 33(063)  
ББК 65я43  
А 43

**Актуальні питання економічних наук.** Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 13-14 травня 2016 року). – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2016. – 128 с.  
ISBN 978-966-916-110-9

У збірнику представлені матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання економічних наук». 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 33(063)  
ББК 65я43

## ЗМІСТ

### ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

<b>Голубка М. М.</b> ПЕРЕДУМОВИ ПІДНЕСЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ ВАЖЛИВІСТЬ .....	6
--	---

### СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

<b>Гіляль А.С.</b> АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРИЛАДОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ТЕЛЕКАРТ-ПРИЛАД» .....	9
<b>Лисковець Ю.Р., Науменко Н.С.</b> УЧАСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ В РЕАЛІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА РИНКУ ЄС .....	13
<b>Миронов Ю.Б., Свидрук І.І.</b> МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ І ЙОГО ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ ТА СОЦІАЛЬНУ СФЕРИ КРАЇН СВІТУ .....	16

### ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

<b>Мартинюк М.П.</b> ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ .....	19
<b>Миронова М.І.</b> ЧИННИКИ ІНТЕГРАЛЬНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВИРОБНИЧИХ СИСТЕМ У НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ .....	22
<b>Стоволос Н.Б.</b> ЗНАЧЕННЯ СЕРТИФІКАЦІЇ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ АПК ДЛЯ ВИРОБНИКА І СПОЖИВАЧА .....	26

### ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

<b>Денисенко А.М.</b> РОЗВИТОК ТЕОРЕТИЧНИХ АСПЕКТІВ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	30
<b>Захарченко В.І., Лютенко Г.-В.Г.</b> ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ПРОДУКЦІЇ .....	34
<b>Захарченко В.І., Шевченко А.О.</b> УДОСКОНАЛЕННЯ РИНКОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ .....	37
<b>Збириновська Ю.С.</b> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СУЧАСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ .....	41
<b>Осовский В.О.</b> ПОВЫШЕНИЕ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ЗА СЧЕТ ОСВОЕНИЯ НОВЫХ РЫНКОВ СБЫТА .....	43

<b>Сінковський А.П.</b> ХМАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ КОРПОРАЦІЄЮ SAP.....	48
--	----

### **РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА**

<b>Фісуненко Н.О.</b> ПРОБЛЕМИ СТРАТЕГІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ.....	52
---	----

### **ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ**

<b>Григораш М.С.</b> ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК РЕГІОНІВ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	56
---	----

### **ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА**

<b>Мороз А.М.</b> ПРОГРАМИ УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТИВНІСТЮ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	59
---	----

### **БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ**

<b>Борис Т.І., Долішня Т.І.</b> СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ АУДИТУ.....	62
---	----

<b>Селезньова В.І.</b> АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ.....	65
--	----

<b>Сліпченко Г.М.</b> ЩОДО ЗДІЙСНЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ РОЗРАХУНКІВ З БЮДЖЕТОМ ЗА ПОДАТКОМ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ.....	67
--	----

<b>Федоришин М.М.</b> ТРАНСФОРМАЦІЯ ОБЛІКУ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ В УМОВАХ ЕЛЕКТРОННОГО АДМІНІСТРУВАННЯ.....	72
--	----

### **ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ**

<b>Бондаренко А.О., Пономарьова О.Б.</b> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ ОБОВ'ЯЗКОВОГО МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ.....	75
---	----

<b>Пономарьова О.Б., Артеменко В.В.</b> СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ.....	78
--	----

<b>Пономарьова О.Б., Циганок Т.А.</b> МЕДИЧНЕ СТРАХУВАННЯ ТА ЙОГО РОЗВИТОК В УКРАЇНІ.....	81
--	----

<b>Скоробогач Д.Д.</b> АНАЛІЗ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В СУЧАСНИХ ПОЛІТИЧНИХ ТА ЕКОНОМІЧНИХ РЕАЛІЯХ.....	84
---	----

<b>Царенков О.О.</b> РОЗВИТОК ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	89
--	----

## ФІНАНСИ ТА ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА

<b>Загородня Н.І.</b> ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	94
<b>Нагорний В.С., Маслій Н.Д.</b> СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ ФІНАНСУВАННЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ .....	97
<b>Царенков О.О.</b> КІЛЬКІСНА ОЦІНКА ПЛАНОВИХ ПОКАЗНИКІВ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНОЇ КАЗНАЧЕЙСЬКОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ В ПОДІЛЬСЬКОМУ РАЙОНІ.....	102

## МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

<b>Адаменко В.В.</b> ДОЦІЛЬНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ З ДЕФІЦИТОМ .....	106
<b>Довбиш О.В.</b> ВИКОРИСТАННЯ ЕНТРОПІЇ ШЕННОНА ПРИ ДОСЛІДЖЕННІ ВАЛЮТНОГО РИНКУ .....	110
<b>Сергієнко Т.М., Кіндратів В.А.</b> МАТЕМАТИЧНІ РОЗРАХУНКИ В СПОРТИВНИХ ДОСЯГНЕННЯХ.....	112
<b>Теливань В.О., Гадецька З.М.</b> РОЗРОБКА ПРОЕКТУ АВТОМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА .....	115

## СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

<b>Бершадський А.О.</b> ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА.....	118
<b>Верницький Б.В.</b> СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИИ.....	120
<b>Пахниць О.О.</b> КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ЇЇ ФОРМУВАННЯ НА ЗАСАДАХ ПІДХОДУ ГАЛУЗЕВОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ.....	123

# ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

**Голубка М. М.**

*викладач вищої категорії,*

*Львівський кооперативний коледж економіки і права*

## ПЕРЕДУМОВИ ПІДНЕСЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ ВАЖЛИВІСТЬ

Фінансово-економічна освіта є однією із складових, які формують економічне мислення особистості. Основна ціль фінансово-економічної освіти це навчання основ економіки, фінансів на підставі знань іноземних мов, дослідженні особливостей за національною ознакою та процесів утворення економічного світогляду. Оскільки правильна організація праці, уміле управління економікою, фінансовою системою, національне економічне мислення та практичне застосування теоретичних здібностей впливають на рівень життя, то для країни в цілому важливим є виховання молодих фахівців здатних до адаптації в ринкових реаліях та які б активно брали участь в фінансово-економічних перетвореннях суспільства.

Існує проблема функціонування моделі економічної освіти у відповідності до світових систем освіти, яка б містила новітні тенденції, проте зі збереженням та розвитком національних традицій. Набуває важливого значення роль підготовки фахівців для ефективної діяльності в суспільстві. Тому важливим аспектом є формування фахових та освітніх якостей, які сприяли б вирішенню особистих та професійних завдань при умовах технологічного розвитку. Одним із критеріїв розвитку вищої школи має бути якісне викладання фінансово-економічної освіти.

Відповідно до конвенції, прийнятої під час підготовки до Празької зустрічі міністрів вищої освіти держав-учасниць Болонського процесу, якість освіти включає в себе місію та цілі навчальних закладів і програм, містить збалансованість інновацій та традиційності, академічних цінностей та соціально-економічного розвитку, логічності програм і свободи вибору студентів.

Внутрішнє забезпечення якості освіти у вищих навчальних закладах країни у європейських стандартах і рекомендаціях прослідковується у визначенні освітньої політики, яка б мала забезпечувати якість

навчальної програми та постійне її вдосконалення. Важливим є набуття офіційного статусу стратегії, політики, процедури підвищення якості освіти у вищих навчальних закладах.

Мета фінансово-економічної освіти як підготовки економістів полягає у отриманні фінансово- економічних знань, які надають випускнику можливість успішного виконання у майбутньому відповідної роботи. Фінансово-економічну освіту з цієї сторони розглядають як суміш фундаментальної підготовки і спеціальних знань. Протягом всієї професійної підготовки здійснюється фінансово- економічна освіта, яка має формувати фахівця з відповідним запасом знань.

Сучасна українська економічна освіта обумовлена: невідкладністю потреби прямування до новітніх підходів до розвитку економіки, які ґрунтуються на національних традиціях та глибокому аналізі процесів, що формують основи соціально орієнтованої економіки; розвитком поглядів молодих економістів, які вливатимуть на суспільний розвиток, національну самовизначеність, діяльність, яка буде спрямована на покращення рівня життя; об'єднання навчання та виховання для формування світогляду економічних фахівців, який відповідатиме сучасному розвитку.

Тоді коли фінансово-економічна освіта – це передача, засвоєння та вміння використовувати економічні знання у різних сферах діяльності, то її цілями є: набуття таких знань, щоб розуміти основу мікроекономіки та макроекономіки, а також набуття навичок і вмінь, які допомагають приймати правильні та обґрунтовані рішення.

Отже, фінансово-економічна освіта – це процес накопичення базових фінансово-економічних знань, що є необхідними для основних потреб життя. Економічна освіта в Україні розвивається завдяки економічній та фінансовій глобалізації, створення інформаційного суспільства, де головними факторами виступають соціальна відповідальність та знання; першочерговому розвитку соціальних, гуманістичних та загальнолюдських норм і моральних цінностей у суспільстві; набуття навичок прогнозування для прийняття правильних рішень, які можуть впливати на розвиток суспільства; необхідності формування нових принципів і механізмів системи фінансово-економічної освіти та практичної їх реалізації у сфері вивчення, творчого розуміння освітніх інноваційних тенденцій, використання зарубіжних технологій поряд з вітчизняними досягненнями.

#### **Список використаних джерел:**

1. Голубка М. Якість економічної освіти та проблеми її забезпечення в сучасному глобалізаційному середовищі // *Jakosc w zarzadzaniu organizacja Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej*. – Люблін, 2015. – 151-158 с.

2. Голубка М. Економічна освіта в Україні: важливість, стан, розвиток // Економічні проблеми сучасності та стратегії інноваційного розвитку економіки: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 18-19 березня 2016 року) / ГО «Львівська економічна фундація». – Львів: У 2-х частинах. – Львів: ЛЕФ, 2016. – Ч. 1. – 13-16 с.



# **СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ**

**Гіляль А.С.**

*студентка,*

*Одеський національний економічний університет*

## **АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРИЛАДОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ТЕЛЕКАРТ-ПРИЛАД»**

З розвитком міжнародного поділу праці, глобалізацією і стрімкої інтеграцією фінансово-економічних систем з'явилася потреба у вивченні конкурентоспроможності конкретних підприємств, особливо пов'язаних із зовнішньоекономічною діяльністю, яка є базовою ланкою у формуванні конкурентоспроможності національної економіки.

Приладобудування є дуже перспективним напрямом розвитку економіки України, адже ця галузь наукоємка та відображає стан науково-технічного розвитку країни, який є одним з важливих критеріїв її конкурентоздатності на міжнародному ринку. Тому актуальним є вивчення економічного середовища підприємств приладобудування та оцінка їх конкурентних переваг відносно зарубіжних конкурентів.

Підприємство «Телекарт-Прилад» – одна з провідних компаній України у сфері розробки і виробництва електроприладів і радіоелектронної апаратури побутового і спеціального призначення. Вона спеціалізується також на створенні для кожного приладу унікального програмного забезпечення.

У 2006 році, будучи успішною компанією, присутньою на ринку понад 10 років, вона отримала нагороду «Лідеру зв'язку та інформатизації»; активно брала участь у щорічному конкурсі «100 кращих товарів України», де неодноразово ставала переможцем. За 10 років було випущено понад 70 тисяч карткових таксофонів та іншого телекомунікаційного обладнання, понад 25 млн. електронних карт. Важливим є те, що на підприємстві діє система якості виробництва, що відповідає міжнародним вимогам ISO 9001 [1].

Для оцінки конкурентоздатності підприємства на міжнародному ринку ми використаємо динамічний метод. Для цього ми зробили вибірку зі світових лідерів у галузі приладобудування як головних конкурентів підприємства на міжнародному ринку. Вони представлені

компаніями з Америки, Європи та Азії, які найбільш активно розвиваються у своєму сегменті. Ми проаналізували річні фінансові звіти цих компаній та отримали дані сукупних доходів, витрат та іншу інформацію, необхідну для розрахунків (табл. 1) [2].

Таблиця 1

**Фінансові показники зарубіжних конкурентів «Телекарт-Прилад»**

Компанії Індикатори	Emerson Process Management (США)		HollySys Automation Technologies (Китай)		Schneider Electric (Франція)		Всього	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Дохід від реалізації продукції, млн \$	24537	22304	521,3	531,4	2844,0	3038,0	27902,3	25873,4
Затрати на виробництво і реалізацію продукції, млн \$	20094	18440	413,7	394,0	2384,5	2558,0	22892,2	21392,0
Чистий дохід, млн \$	2184	2733	71,5	99,2	235,1	171,4	2490,6	3003,6

*Джерело: розроблено автором за даними [2]*

За динамічним методом оцінка конкурентоздатності здійснюється за наступною формулою:

$$K = \frac{R}{R^{\Sigma}} \times \sqrt{\frac{I}{I^{\Sigma}}}$$

де R – операційна ефективність підприємства;

$R^{\Sigma}$  – операційна ефективність підприємств з вибірки;

I – індекс зміни обсягів виручки підприємства;

$I^{\Sigma}$  – індекс зміни обсягів виручки підприємств з вибірки.

Коефіцієнт операційної ефективності ( $K_R$ ) показує рентабельність фірми і розраховується як співвідношення її доходів і витрат. Коефіцієнт стратегічного позиціонування ( $K_I$ ) демонструє зміну обсягів виручки або долі ринку та виражається як співвідношення доходів компанії за попередній і звітній період [3]. Визначимо ці коефіцієнти як для аналізованого підприємства, так і для групи обраних конкурентів. Розрахунки наведені нижче:

$$1) K_R = \frac{R}{R\Sigma} = \frac{1,43}{2,48} \times \frac{21392,0}{25873,4} = 0,48$$

$$2) K_I = \sqrt{\frac{I}{I\Sigma}} = \sqrt{\frac{2702,5}{92519,3} \times \frac{3003,6}{2490,6}} = \sqrt{0,0363} = 0,19$$

Отже, загальна конкурентоспроможність компанії «Телекарт-Прилад» на зовнішніх ринках визначається як добуток цих коефіцієнтів:

$$K = K_R \times K_I = 0,48 \times 0,19 = 0,09$$

Таким чином, міжнародна конкурентоздатність української фірми «Телекарт-Прилад» дуже близька до нуля, що означає, що воно абсолютно не може конкурувати з міжнародними лідерами у галузі приладобудування.

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства неможлива без зовнішньоекономічної діяльності. Її стан та ефективність суттєво впливає на можливість компанії отримати конкурентні переваги на світовому ринку. У «Телекарт-Прилад» зовнішньоекономічна діяльність здійснюється у формі зовнішньої торгівлі: експорту та імпорту комплектуючих та готових виробів.

Найбільшою статтею імпорту є деталі та комплектуючі, необхідні для виробництва товарів промислового та споживчого призначення. Це також матеріали та сировина, яку потім безпосередньо завод обробляє, перетворює у деталі пристроїв та використовує для майбутніх виробів [1].

Найголовнішим партнером з імпорту є Китай. Підприємство протягом довгих років здійснювало спроби налагодити власне виробництво необхідних деталей, але керівництво дійшло до висновку, що доцільнішим, якіснішим та дешевшим варіантом є імпорт саме з Китаю.

Однак іноді для реалізації більш складних та ресурсомістких потрібні складові більш високої якості. В таких випадках підприємство співпрацює з країнами Європи та США. Компанія постійно модернізується, впроваджує нові технології; більшість обладнання імпортується з передових країн у галузі машинобудування – Німеччини, Франції, Японії, Швейцарії, США.

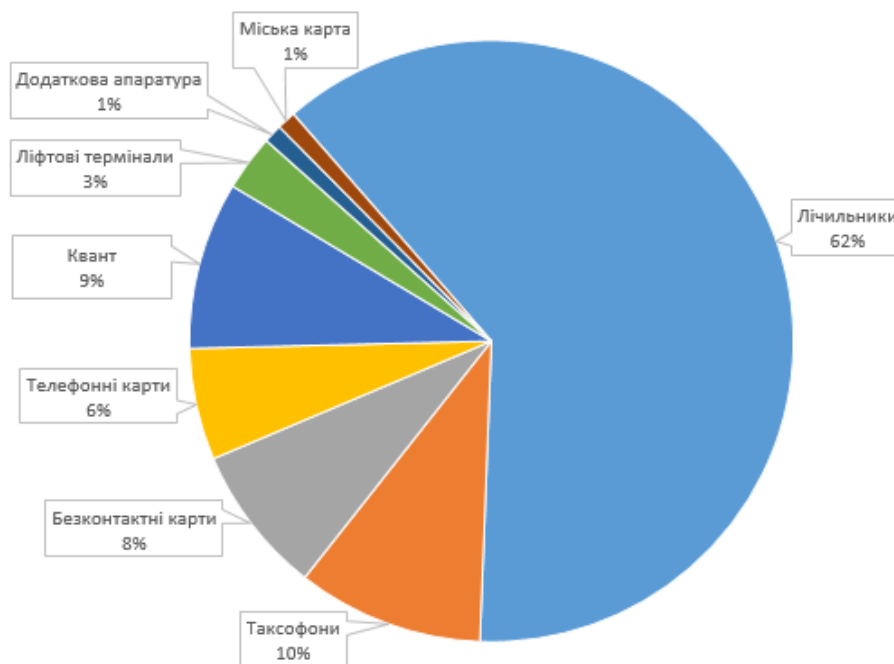
Експорт. За географічною структурою експорт направляється у три регіони: Центральна і Східна Європа та Центральна Азія. Продукція компанії поставляється в Білорусь, Молдову, Азербайджан, Казахстан, Узбекистан, Таджикистан, Грузію, Болгарію, Трансністрію, країни Прибалтики (в основному Латвію) – найбільшим телекомунікаційним операторам, енергопостачальним компаніям, промисловим та іншим споживачам. Тобто пріоритетом в експортній діяльності підприємства є країни СНД [1].

Раніше компанія знаходилася у тісному співробітництві з Росією, активно експортувалися телекомунікаційні та електротехнічні вироби. Крім того, користувалися попитом різні послуги: розробка проектів

спеціальних пристроїв під замовлення, інжиніринг у електроніці, консультації з питань ефективності використання і утилізації енергії, впровадження альтернативних джерел енергії. Однак у зв'язку з політичним конфліктом та економічною не вигідністю для компанії (ускладнилися митні умови експорту, зросла вартість проведення таких операцій) обсяги експорту в Росію спочатку поступово знижувалися, а зараз підприємство зовсім втратило російський ринок.

Вступ у силу Указу Президента України 2014 року «Про невідкладні заходи щодо захисту України та зміцнення її обороноздатності» ввів обмеження на вивіз продукції приладобудування в Росію. Це істотно вплинуло на конкурентоздатність компанії, оскільки через додаткові збори продукція стала дорожчою і втратила одну з конкурентних переваг [4].

За товарною структурою, більшість експорту продукції заводу складають лічильники. Важливою статтею зарубіжних поставок є таксофонні вироби, а також безконтактні карти та карти телефонії. Також на зовнішніх ринках часто з'являються квантові системи (рис. 1).



**Рис. 1. Структура експорту продукції ТОВ «Телекарт-Прилад»**

*Джерело: розроблено автором за даними [1]*

Окрім торгової діяльності, підприємство намагається представляти себе на міжнародних виставках, ярмарках, просувати свою продукцію. Наприклад, «Телекарт-Прилад» щорічно приймає участь у міжнародних навчаннях військ зв'язку «Combined Endeavor» у Німеччині, де вироби заводу успішно проходять тести на сумісність з телекомунікаційними системами країн НАТО.

Отже, компанія «Телекарт-Прилад» є досить успішною на національному ринку, та її продукція широко представлена на зовнішніх

ринках. Але компанії бракує необхідних ресурсів для виходу на нові ринки та конкурентної боротьби з існуючими лідерами у галузі приладобудування.

#### **Список використаних джерел:**

1. Офіційні матеріали ТОВ «Телекарт-Прилад».
2. Річні фінансові звіти Emerson Process Management, Schneider Electronic, HollySys Automation Technologies.
3. Воронов Д. С., Криворотов В. В. Оценка конкурентоспособности крупнейших российских компаний // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. – 2015. – Том 14. № 5. – С. 717-740.
4. С февраля украинским компаниям запрещен экспорт в Россию [Електронний ресурс]. – [Режим доступу]: <http://minfin.com.ua/2015/02/11/6133386/>

**Лисковець Ю.Р.**

*студентка;*

**Науменко Н.С.**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*член-кореспондент АЕНУ,*

*Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки*

### **УЧАСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ В РЕАЛІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА РИНКУ ЄС**

Нині Україна – стабільний, надійний постачальник базових видів сільськогосподарської продукції на глобальні ринки. За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, аграрна галузь забезпечує понад 35% експортного потенціалу держави. За розрахунками, агросектор дає Україні 30 млн. дол. США чистої валютної виручки щодня.

В Україні виробляється значно більше агропродукції, ніж потрібно для внутрішнього споживання. При виробництві зернових (пшениця, рис, кукурудза, ячмінь) на рівні 57,2 млн. тонн, споживання становить трохи більше 25,5 млн. тонн. Частка України на світовому ринку кукурудзи становить 13% (3 місце), ячменю – 16% (4 місце), пшениці – 10% (6 місце). Наша країна експортує 3% обсягів світової торгівлі насіння олійних культур (6 місце в світі). За обсягами експорту соняшникової олії Україна займає 1 місце в світі, за експортом курятини – 6 місце [4].

За підсумками 11 місяців 2015 р., частка ЄС у загальній структурі українського зовнішньоторговельного обороту сільськогосподарської продукції склала 31,2%. Загальний зовнішньоторговельний оборот між Україною і країнами ЄС за цей період склав 5,1765 млрд. дол. США, зокрема частка експорту становить 3,6349 млрд. дол. США, імпорту – 1541,6 млрд. дол. США [1]. Помітним гравцем на ринку сільгосппродукції Європи Україна стала в останні кілька років. Оптимістичним трендом є стабільне зростання в торгівлі обсягів продукції нашого АПК: за 10 років експорт в ЄС збільшився в 4 рази.

Левову частку українського експорту до Європи становить зерно. Незважаючи на введення обмежень на поставки зернових за кордон, експортери стрімко нарощують продажі. За січень-листопад 2015 р. постачання зернових культур за межі України досягли 5,4 млрд. дол. США, що становить 15,7% в загальній структурі експорту країни [2]. Мовою економіки це означає, що наша країна постачає сировину, яку потім на європейських заводах переробляють на харчову продукцію. Такий варіант є ефективним для економіки в короткостроковій перспективі, коли важливий кожен долар прибутку, але негативним з точки зору довгострокової перспективи, оскільки знижується конкурентоспроможність країни на світовому ринку. Для процвітаючої економіки важливо розвивати постачання переробленої сировини.

За деякими групами товарів українським експортерам вдалося переорієнтуватися на ринок ЄС досить швидко. Дана тенденція є позитивною, враховуючи, що в найближчому майбутньому нам доведеться нарощувати експорт в інші країни, щоб компенсувати втрату російського простору, а також забезпечити прийнятний рівень диверсифікації ринків збуту. У 2015 р. більшість з квот, які ЄС пропонує Україні на постачання сільгосппродукції були вибрані достроково. На зернові, кукурудзу та ячмінь квоти було вибрані досить швидко, а по деяких позиціях – перевищені в десятки разів. Наприклад, експорт кукурудзи за 11 місяців 2015 р склав 8,3 млн. тонн, а квота становила всього 0,4 млн. тонн. Основними факторами, які сприяли цьому, став відносно невеликий розмір квот на дані групи товарів, а також відсутність жорстких санітарних і фітосанітарних вимог, як, наприклад, до м'ясної продукції [3].

На деякі види продукції квоти не використовувалися взагалі. Це, перш за все, стосується м'ясної (яловичина, свинина, баранина) та молочної (молоко, згущене молоко, вершки, йогурти, вершкове масло, молочні пасти та ін.) продукції.

У ЄС проводиться жорстка політика захисту своїх сільськогосподарських виробників. Її характер зумовлений необхідністю забезпечення продовольчої безпеки, цінової стабільності, доходів

фермерів, розвитком аграрних технологій, а також рядом інших факторів. Проте ще більш жорсткою є політика щодо якості та безпеки продукції. Щоб товар українських аграріїв потрапив на полиці європейських супермаркетів, він повинен відповідати високим стандартам якості. Виконання цих вимог дає масу супутніх переваг. Відповідаючи їм, українські виробники зможуть отримати доступ і до ринків багатьох інших країн. Наявність європейських сертифікатів якості та безпеки продукції значно спрощує вихід на ринки азійських, латиноамериканських, африканських та інших держав.

Україна має величезний сільськогосподарським потенціал в силу своїх природних умов, але реалізувати цей потенціал повністю поки не вдається, почасти через непослідовність політики. За прогнозами аналітиків, в Україні буде продовжена тенденція посилення АПК в якості основного локомотива українського експорту. Дана тенденція почала більш-менш активно проявлятися в останні 6 років. Конфлікт на Донбасі і в Криму та втрата ряду підприємств виступили лише каталізатором цього процесу.

В рамках Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС, українські виробники повинні підвищити якість і безпеку своєї продукції. У свою чергу, щоб підлаштуватися під вимоги ЄС, українським аграріям необхідні відповідні законодавчі і фінансово-економічні умови. ЗВТ – це інструмент стимулювання проведення реформ і поліпшення якості продукції, а квоти – лише один з індикаторів їх успішності. Тільки від українського уряду і бізнесу залежить, чи будуть вони збільшуватися.

Таким чином, економіка України на 50% залежить від експорту, а майже третина українського експорту – продукція сільськогосподарства. Це означає, що добробут українців та економічна стабільність держави зараз багато в чому визначаються тим, скільки кукурудзи, пшениці, соняшникової олії та інших видів сільськогосподарської продукції наша країна зможе продати іншим державам. Ринок ЄС – нині ключова мета для вітчизняного сільськогосподарства. Якби Україні вдалося посилити свої позиції на ньому, це могло б відкрити нашим аграріям можливості для подальшого розширення і навіть домінування на світовому ринку продовольства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Малык И. Как Украине усилить позиции на мировом рынке зерна [Электронный ресурс] / И. Малык // UBR. – 4 апреля 2016 г. – Режим доступа: <http://ubr.ua/market/agricultural-market/kak-ukraine-usilit-pozicii-na-mirovom-rynke-zerna-391480>.

3. Міністерство аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua>.

4. Украина является важным фактором в структуре продовольственной безопасности мира. // Аграрий. – 16 октября 2015 г. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://agrarian.com.ua/news/politika\\_i\\_jekonomika/ukraina/ukraina\\_javljaetsja\\_vazhnym\\_faktorom\\_v\\_strukture\\_prodovolstvennoj\\_bezopasnosti\\_mira](http://agrarian.com.ua/news/politika_i_jekonomika/ukraina/ukraina_javljaetsja_vazhnym_faktorom_v_strukture_prodovolstvennoj_bezopasnosti_mira).

**Миронов Ю.Б.**

*кандидат економічних наук,  
старший викладач;*

**Свидрук І.І.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
Львівський торговельно-економічний університет*

## **МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ І ЙОГО ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ ТА СОЦІАЛЬНУ СФЕРИ КРАЇН СВІТУ**

Туризм як багатостороннє явище, яке поєднує економічні, соціальні, екологічні та культурні аспекти, займає важливе місце серед структурних елементів світового ринку послуг. Туристична галузь має колосальний потенціал для сталого розвитку, прогресу, вона тісно взаємодіє з іншими галузями народного господарства, відіграючи важливу роль у соціально-економічному житті країн та народів. Туризм є чинником економічного та культурного розвитку, захисту історико-культурної спадщини та навколишнього середовища, взаєморозуміння між народами, дотримання прав та свобод людей без різниці у статі, расі, мові та релігії.

У сучасних умовах міжнародний туризм представляє собою одну з найрозвиненіших галузей світового господарства і форм зовнішньо-економічної діяльності та є найдинамічнішою галуззю у світі. Так, за даними Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO), якщо у 1950 році кількість міжнародних туристів у всьому світі становила 25 млн., у 2000 році – 674 млн., то в 2015 році чисельність міжнародних туристів перевищила 1,18 млрд. чол. [4, с. 4]. У найближчі десятиліття цей показник зростатиме, і за прогнозами UNWTO до 2030 року очікується збільшення міжнародних туристичних прибуттів до 1,8 млрд. (табл. 1) [3, с. 15].



Таблиця 1

**Міжнародні туристичні прибуття та доходи  
від міжнародного туризму**

	1950	1980	1990	1995	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2020*	2030*
Міжнародні туристичні прибуття, млн. осіб	25	278	435	527	674	809	949	1087	1133	1184	1360	1809
Доходи від міжнародного туризму, млрд. \$	2	104	262	415	475	679	919	1197	1245			

\* Прогноз UNWTO

Джерело: складено за даними [3; 4]

До чинників, які спричинили бурхливий розвиток туризму за останні десятиліття, на нашу думку, можна віднести наступні:

- зростання доходів населення і суспільного багатства;
- розвиток транспорту та транспортної інфраструктури;
- зменшення середньої тривалості робочого часу та, відповідно, збільшення вільного часу;
- розвиток інформаційних технологій та засобів комунікації;
- вагомі зрушення у структурі матеріальних і духовних цінностей.

Туристичний бізнес охоплює приватних підприємців по багатьох причинах, зокрема:

- невеликі стартові інвестиції;
- невпинно зростаючий попит на туристичні послуги;
- достатньо високий рівень рентабельності та мінімальний період окупності інвестицій.

У багатьох країнах світу туристична галузь є однією з провідних, її внесок у валовий національний дохід складає від 15 до 35%. До таких країн можна віднести Францію, Іспанію, Португалію, Австрію, Швейцарію, Італію, Чехію, Угорщину та інші країни. Розвиток ринкових відносин та приватного підприємництва, процеси євроінтеграції у незалежній Україні вимагають посилення економічного та соціокультурного співробітництва між країнами світу. Одним із важливих напрямів активізації міждержавних комунікацій є саме розвиток міжнародного туризму.

Міжнародний туризм також є вагомим джерелом надходжень іноземної валюти та чинником формування позитивного сальдо платіжного балансу. Туристичний бізнес сприяє розвитку інших галузей

господарства: виробництва товарів народного споживання, торгівлі, транспорту, сільського господарства, будівництва та інших.

Окрім впливу на економічну сферу багатьох країн світу, міжнародний туризм впливає на їх соціальну та культурну сфери. Американський дослідник Луї Д'Амор у своїй статті «Туризм як індустрія миру» наводить приклад історії становлення дружніх відносин між США та Китаєм. Поштовхом до змін політичних відносин між ними від прямої ворожнечі у 60-х роках ХХ сторіччя до дружби в 80-х, на думку вченого, стали подорожі та встановлення взаємовідносин, котрі полягають у культурних обмінах, спортивних змаганнях, конференціях, дружбі міст-побратимів, торгівлі, а також зростанні спільних інтересів [1].

Разом з тим, динамічний розвиток сфери туризму призвів до появи зовнішніх ефектів ринку туристичних послуг, що відобразилося негативним впливом на стан зовнішнього навколишнього середовища. Саме тому останнім часом багато науковців у світі стало звертати увагу на проблеми сталого розвитку, зокрема, і туристичної галузі [2, с. 90]. Проте, це не знижує позитивної ролі туризму в економіці країн світу, а лише вимагає участі владних структур та місцевого населення у вирішенні згаданих проблем.

Таким чином, сучасний міжнародний туризм стає глобальним чинником розвитку цивілізації і всіх її складових – економічної, соціальної сфери, духовної культури, істотно впливає на людей, їх ціннісні орієнтації, процеси самовдосконалення та самопізнання. Розбудова індустрії туризму в Україні і розвиток національного ринку туристичних послуг позитивно відзначиться на соціально-економічному становищі нашої держави.

#### **Список використаних джерел:**

1. D'Amore L. Tourism: The World's Peace Industry / Louis D'Amore // Journal of Travel Research. – July 1998. – Vol. 27. – No. 1. – P. 35-40.
2. Myronov Yu. Problems of Sustainable Tourism Development in Modern Conditions / Yuriy Myronov // European Applied Sciences. – 2013. – No. 9. – Vol. 2. – P. 89-92.
3. UNWTO Tourism Highlights 2015 Edition. [Electronic source]. – Access mode : [http://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2015.pdf](http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2015.pdf).
4. UNWTO World Tourism Barometer. – 2016. – Vol. 15. [Electronic source]. – Access mode : <http://mkt.unwto.org/barometer>.

# ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

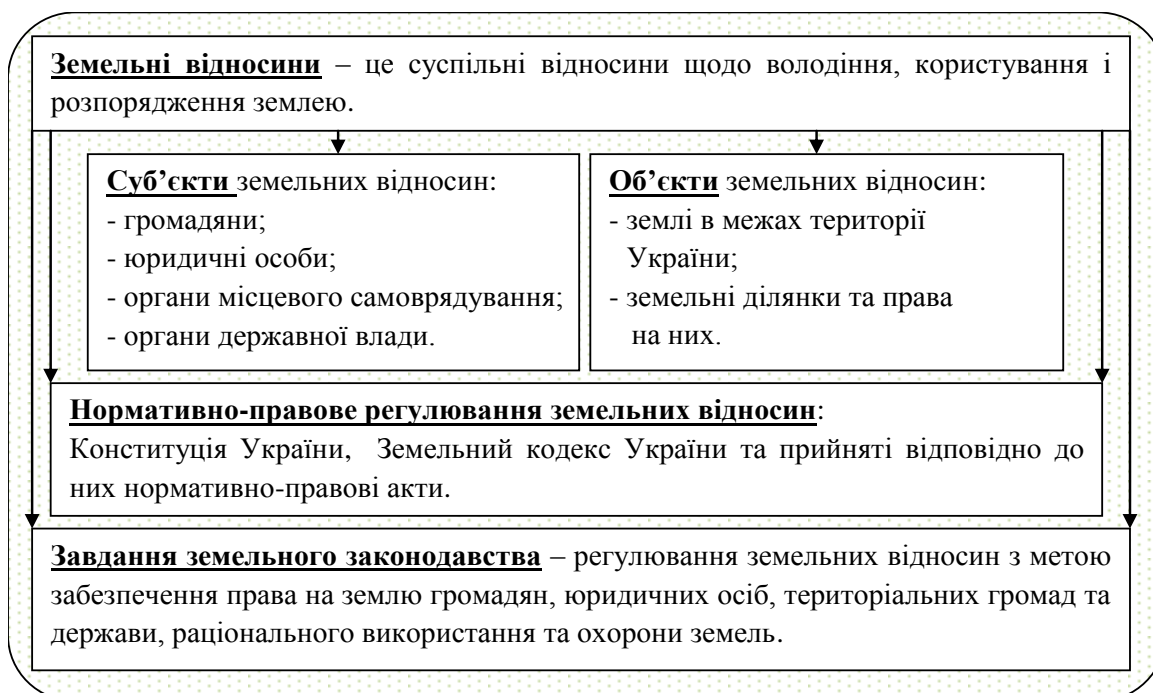
**Мартинюк М.П.**

*Державна служба України з питань геодезії,  
картографії та кадастру*

## ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Наукові підходи до розкриття сутності «земельних відносин» у працях провідних вітчизняних дослідників, практично не містять внутрішніх змістових суперечностей. Різноманітність існуючих трактувань, як правило, відрізняється лише повнотою формулювання або розкриває її економічну природу в різних аспектах, доповнюючи зміст досліджуваної категорії.

Відповідно до Земельного кодексу України «земельні відносини – це суспільні відносини щодо володіння, користування і розпорядження землею» [1]. Суб'єктами земельних відносин в Україні визнано громадян, юридичних осіб, органи державної влади та місцевого самоврядування. Об'єктом – землі, земельні ділянки та права на них. Концептуальна схема побудови земельних відносин в Україні зображена на рисунку.



**Рис. Концептуальна схема побудови земельних відносин в Україні**

*Джерело: побудовано автором за даними [1]*

М.М. Федоров пропонує розглядати земельні відносини як «суспільні відносини щодо володіння, користування, розпорядження і управління землею на державному, господарському і внутрішньогосподарському рівнях як об'єктом господарювання і засобом виробництва у сільському господарстві» [2, с. 12]. Л.М. Бойко, розвиваючи дану ідею зазначає, що земельні відносини необхідно розглядати, у таких площинах, як: «суспільні відносини, відносини власності (володіння, користування, розпорядження та управління землями), рентні відносини, відносини щодо охорони земель» [3, с. 7].

Землеохоронний аспект земельних відносин виокремлюють і такі дослідники як П.Ф. Кулинич [4] та О.В. Ходаківська [5]. Зокрема, П.Ф. Кулинич наголошує на необхідності дотримання принципу пріоритетності вимог екологічної безпеки у системі регулювання земельних відносин. Вчений підкреслює, що «земельні відносини, які виникають з приводу використання земель сільськогосподарського призначення як елемента агросфери, слід розглядати як спеціальний вид виробничих і екологічних відносин...» [4, с. 607]. Поглиблюючи дану теорію О.В. Ходаківська зазначає, що «формуєчись згідно з ідеологічними і суспільно-політичними принципами державного устрою, земельні відносини за своєю сутністю становлять сукупність економічних, правових, соціальних, природоресурсних і екологічних відносин, що виникають між суспільством та його членами у процесі використання земельних ресурсів і управління ними» [5, с. 109]. Дослідниця робить акцент на необхідності формування системи адміністративно-правових та економічних заходів, спроможних забезпечити ефективно, раціональне й екологічнобезпечне використання земель та їх охорону [6, с. 33].

У свою чергу М.В. Шульга розглядає земельні відносини як «...вольові суспільні відносини, об'єктом яких є земля як складова частина біосфери, що забезпечує належне існування флори і фауни та життєдіяльності людини...» [7, с. 118].

Третій, важливий аспект земельних відносин, який не можна оминати полягає у необхідності завершення земельного реформування, що вимагає формування відповідного інституційно-правового поля та потребує розроблення належного регуляторного інструментарію. Важливість регулювання земельних відносин посилюється також у зв'язку з можливою перспективою запровадження ринкового обігу земель сільськогосподарського призначення, розширенням повноважень територіальних громад з розпорядження земельними ділянками, розміщеними за межами населених пунктів тощо.

З огляду на це досить вдалими є визначення земельних відносин В.В. Носіка, який тлумачить їх як «...урегульовані нормами та методами

земельного, приватного, публічного права суспільні відносини, що виникають між суб'єктами у процесі здійснення права власності на землю українського народу, державного і самоврядного регулювання земельних відносин, виконання заходів з охорони і раціонального використання земель як основного національного багатства, захисту суб'єктних земельних прав та законних інтересів громадян, юридичних осіб, територіальних громад, держави...» [8, с. 153].

Основоположні чинники розвитку земельних відносин полягають у створенні необхідних умов для підвищення ліквідності земельних ресурсів, зростання рівня їх капіталізації, забезпеченні ефективного й екологічнобезпечного землекористування. На часі також є проблеми щодо підвищення виробничого потенціалу земельних угідь та перетворення їх у інвестиційно привабливий ресурс. Не менш важливими з практичної точки зору є питання щодо удосконалення орендних земельних відносин, запровадження іпотечного кредитування, поновлення показників нормативної грошової оцінки земель як важливого регулятора у земельній сфері, запровадження економічного стимулювання за раціональне використання й охорону земель тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Земельний кодекс України № 2768-III від 25.10.2001 // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2002. – № 3-4. – С. 27.
2. Федоров М.М. Економічні проблеми земельних відносин у сільському господарстві : монографія / М.М.Федоров. – К. : ІАЕ, 1998. – 263 с.
3. Бойко Л.М. Регулювання земельних відносин у сільському господарстві : монографія / Л.М.Бойко. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 316 с.
4. Кулинич П.Ф. Правові проблеми охорони і використання земель сільськогосподарського призначення в Україні : монографія / П.Ф.Кулинич. – К. : Логос, 2011. – 688 с.
5. Ходаківська О.В. Екологізація аграрного виробництва : монографія / Ходаківська О.В. – К. : ННЦ ІАЕ, 2015. – 350 с.
6. Ходаківська О. Економічна сутність земельних відносин у сільському господарстві / О. Ходаківська // Землевпорядний вісник. – 2012. – № 6. – С. 30–33.
7. Шульга М.В. Співвідношення земельно-правових та цивільно-правових приписів при регулюванні земельних відносин: стан та перспективи / М.В. Шульга // Вісник Академії правових наук України. – 2004. – № 1(36). – С. 115–124.
8. Носік В.В. Право власності на землю українського народу: монографія / В.В. Носік. – Юрінком Інтер, 2006. – 544 с.

**Миронова М.І.**

*аспірант,*

*Львівський торговельно-економічний університет*

## **ЧИННИКИ ІНТЕГРАЛЬНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВИРОБНИЧИХ СИСТЕМ У НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

Ефективність функціонування національних економік у сучасних умовах залежить від характеру організації, функціонування та розвитку, а отже і від рівня ефективності такої їх важливої сфери чи системи як виробнича. На основі ефективнішого виробництва, ефективніших виробничих систем формується і ефективніша національна економічна система.

Рівень економічної, соціальної та інтелектуальної ефективності виробництва залежить від багатьох чинників. Інтегральна ефективність функціонування виробничих систем у національній економіці визначається двома групами чинників – традиційними та нетрадиційними.

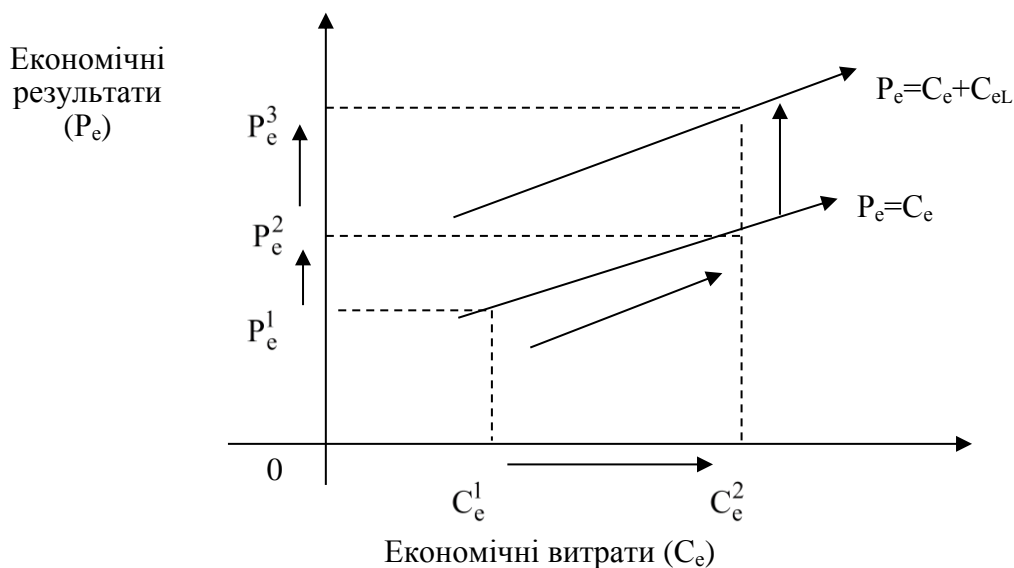
До традиційних відносяться власне економічні та еколого-технологічні чинники, а до нетрадиційних – соціально-духовні, соціально-інтелектуальні й інші неекономічні чинники.

Інтенсивність впливу кожної із названих груп чинників залежить від типу виробничої системи.

У доіндустріальних системах найзначніше виявляють себе чинники еколого-технологічного характеру, в індустріальних – власне економічні чинники, а в постіндустріальних – соціально-інтелектуальні та соціально-духовні.

В індустріальних виробничих системах, які на сьогоднішній день є панівними у національній економіці України, первинними і основними є власне економічні чинники, а вторинними, доповнюючими – еколого-технологічні. Тому вплив останніх на результати економічної діяльності можна графічно зобразити зміщенням графіку економічних результатів (рис. 1).

У доіндустріальних виробничих системах навпаки, основними є еколого-технологічні чинники, а власне економічні вже виступають як вторинні та доповнюючі, і під їх впливом графік економічних результатів зміщується вгору або вниз на певну відстань.



**Рис. 1. Зміщення графіку економічних результатів під впливом еколого-технологічних чинників**

*Джерело: розроблено автором*

За умов відсутності впливу надекономічних чинників на результати певної економічної діяльності між загальною величиною економічних результатів і загальними еколого-технологічними та власне економічними витратами у гіперкороткотривалому ринковому періоді зберігається відносна рівновага, яка, на нашу думку, може бути кваліфікована як рівняння гіперфункціональної економічної рівноваги певної виробничої системи. За умов виходу за межі гіперкороткотривалого ринкового періоду рівняння гіперфункціональної рівноваги порушується внаслідок впливу на економічну діяльність позаекономічних чинників, які це рівняння трансформують у рівняння функціональної чи динамічної (або гіпердинамічної) рівноваги.

Виробничі системи по-різному реагують на зміну інтенсивності традиційних чинників у гіперкороткотривалому ринковому періоді і за його межами (у короткотривалому, довготривалому та гіпердовготривалому періодах).

У гіперкороткотривалому ринковому періоді їх реакція є в основному позитивною, але також різною за рівнем. Ступінь позитивного впливу зміни інтенсивності традиційних чинників на ефективність функціонування виробничих систем залежить від техніко-технологічного їх типу.

Доіндустріальні, індустріальні та постіндустріальні виробничі системи реагують на зміну інтенсивності традиційних чинників, відповідно, незначно, помірно і значно. У відповідності до цього виділяють три типи виробничих систем:

1) гіпоеластичні;

- 2) еластичні;
- 3) гіпереластичні виробничі системи.

За межами гіперкороткотривалого ринкового періоду вплив зміни інтенсивності традиційних чинників на інтегральну ефективність функціональних виробничих систем є або нульовим, або негативним. Характер цього впливу вже залежить не лише від техніко-технологічного типу виробничих систем, але й від тривалості ринкового періоду.

У короткотривалому ринковому періоді традиційні чинники є нейтральними до зміни ефективності функціонування виробничих систем. У довготривалому ринковому періоді традиційні чинники негативно впливають на виробничі системи, але цей негативний вплив є ще помірним. А в гіперкороткотривалому ринковому періоді виробничі системи вже значно негативно реагують на зміну інтенсивності традиційних чинників. У відповідності до цього також виділяють три типи виробничих систем:

- 1) виробничі системи з гіпонегативною традиційно-факторіальною функціонально-динамічною еластичністю (чутливістю);
- 2) виробничі системи з негативною традиційно-факторіальною функціонально-динамічною еластичністю;
- 3) виробничі системи з гіпернегативною традиційно-факторіальною функціонально-динамічною еластичністю.

За умов переходу від індустріального до постіндустріального економічного розвитку на перший план за своїм значенням та роллю і впливом на інтегральну ефективність функціонування виробничих систем поступово виходять нетрадиційні чинники, до яких відносять передусім соціально-духовні та соціально-інтелектуальні. За суттєвого впливу нетрадиційних чинників на процес функціонування виробничих систем відповідним чином модифікується рівняння гіперфункціональної рівноваги, в складі економічних витрат у цьому рівнянні з'являється такий додатковий і специфічний компонент як витрати соціально-духовного і соціально-інтелектуального порядку, пов'язані із духовним та інтелектуальним розвитком людини як основного результату будь-якої виробничої діяльності.

Відповідним чином трансформується також і економічна теорія виробничих систем: вона поступово із традиційної економічної теорії перетворюється в інтелектуальну економічну теорію [1]. Предметом останньої є вивчення найзагальніших принципів виробництва, обігу і споживання інтелектуальних благ та послуг.

Інтелектуалізація виробничих систем дозволяє у короткі терміни з високою ефективністю використати у виробництві інтелектуальний і науково-технічний потенціал країни. Основою цього процесу є трансформація інтелектуальної власності в кінцевий продукт



інноваційної діяльності, яку можна здійснити лише в інноваційному процесі [2].

Нетрадиційні чинники дещо по-іншому впливають на результативність функціонування виробничих систем, ніж власне традиційні. І цей їх вплив детермінується двома чинниками:

- 1) тривалістю ринкового періоду;
- 2) ступенем інтелектуалізації відповідних систем.

У короткотривалому, довготривалому та гіпердовготривалому ринкових періодах вплив нетрадиційних чинників на процес функціонування виробничих систем може бути, відповідно, негативним, нейтральним і позитивним.

З іншого боку, гіпоінтелектуалізовані, інтелектуалізовані, і гіперінтелектуалізовані виробничі системи реагують на зміну інтенсивності нетрадиційних чинників, відповідно, незначно, помірно, значно. У відповідності до цього виділяють різні види виробничих систем:

- 1) виробничі системи з негативною, нульовою і позитивною нетрадиційно-факторіальною еластичністю;
- 2) виробничі системи з нетрадиційно-факторіальною гіпоеластичністю, еластичністю і гіпереластичністю.

Ще одним вагомим чинником, який визначає загальний рівень і динаміку економічної ефективності функціонування виробничих систем, є інтенсифікація. Під впливом і в результаті дії цього чинника формується так звана інтенсифікаційна економічна ефективність як специфічний тип ефективності взагалі. Інтенсифікація економічної діяльності впливає на результативність функціонування виробничих систем разом із іншими чинниками як економічного, так і позаекономічного порядку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Башнянин Г. І. Ефективність соціалізації економічних систем: методологічні проблеми метрологічного аналізу / Г. І. Башнянин, Л. Я. Гончарук. – Львів : Видавництво «Новий світ-2000», 2010. – 240 с.

2. Бутнік-Сіверський О. Б. Інтелектуалізація сучасних виробничих систем / О. Б. Бутнік-Сіверський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ipdo.kiev.ua/files/articles/but1.pdf>.

**Стоволос Н.Б.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
Сумський національний аграрний університет*

## **ЗНАЧЕННЯ СЕРТИФІКАЦІЇ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ АПК ДЛЯ ВИРОБНИКА І СПОЖИВАЧА**

Створення ринку екологічно безпечної продукції АПК, виробництво органічної продукції можливо за умов ефективного використання організаційно-економічного інструментарію забезпечення стратегічного розвитку органічного виробництва, основу якого складають процедури оцінки відповідності (сертифікації) і процеси стандартизації.

Відповідно до Декрету Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію» [1], вимоги до якості продукції визначаються в нормативних документах зі стандартизації, які повинні ґрунтуватися на сучасних досягненнях науки і технології, міжнародних стандартах, правилах, рекомендаціях, прогресивних національних стандартах інших держав. Крім того, даним документом визначено правові та економічні (організаційні) основи систем стандартизації та сертифікації, встановлено організаційні форми їх функціонування на території України.

Згідно з Законом України «Про стандартизацію», стандартизація – діяльність, що полягає у встановленні положень для загального і багаторазового застосування щодо наявних чи можливих завдань з метою досягнення оптимального ступеня впорядкування у певній сфері, результатом якої є підвищення ступеня відповідності продукції, процесів та послуг їх функціональному призначенню, усуненню бар'єрів у торгівлі і сприянню науково-технічному співробітництву [2].

Важливим правовим інструментом, спрямованим на забезпечення безпеки і якості продукції є сертифікація.

Як можна зазначити, у вітчизняній нормативно-правовій базі немає єдиного визначення терміна «сертифікація». Так, в Інструкції Міністерства статистики «Про порядок заповнення звіту про виробництво та поставку на експорт сертифікованої продукції» (від 24.07.1995 року) зазначається, що під сертифікацією належить розуміти комплекс дій, за допомогою яких уповноважений державний орган перевіряє і засвідчує відповідність будь-якої продукції вимогам нормативно-технічних документів по сертифікації [3].

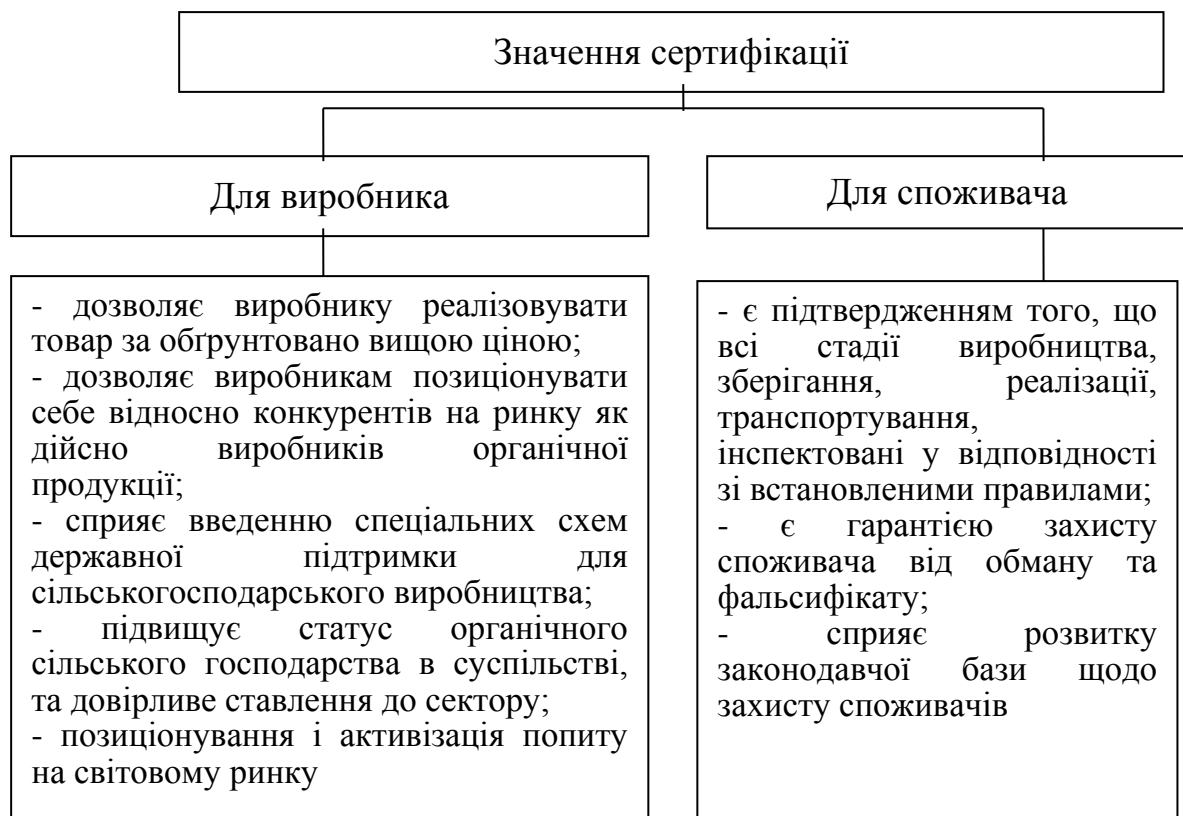
Закон України «Про підтвердження відповідності» тлумачить сертифікацію в більш широкому сенсі, звертаючи увагу не лише на продукцію, але й на системи управління якістю. Згідно з даним документом сертифікація являє собою процедуру, за допомогою якої

визнаний в установленому порядку орган документально засвідчує відповідність продукції, систем якості, систем управління якістю, систем управління довкіллям, персоналу встановленим законодавством вимогам [4].

Необхідно звернути увагу, що сертифікація – найважливіший інструмент екологічної безпеки, який здатен забезпечити запобігання надходження у товарний обіг продукції, яка є небезпечною для довкілля, життя і здоров'я людей.

Аналіз досвіду зарубіжних країн свідчить про значущість системи сертифікації у процесі становлення і розвитку ринку органічної продукції. Це обумовлено тим, що для органічного виробництва вона є невід'ємною характеристикою легітимності. Оскільки екологічно безпечна продукція АПК, яка відповідає усім фактичним ознакам, але не пройшла відповідної сертифікації, не може вважатися органічною і мати відповідне маркування.

Важливо, що сертифікація органічної продукції має дуалістичне значення, маючи певні позитивні наслідки як для споживача, так і для виробника (рис. 1).



**Рис. 1. Значення сертифікації органічної продукції АПК для виробника і споживача**

В міжнародній практиці виділяють дві основні складові сертифікації органічної продукції: інспекція і сертифікаційний процес.

Інспекція являє собою виїзну планову перевірку господарства чи підприємства на відповідність його діяльності вимогам стандартів органічного виробництва. Результатом перевірки є звіт, який використовується для подальшого сертифікаційного процесу. Слід зазначити, що виділяють декілька видів інспекції) [5]: основна (проводиться щорічно) і додаткова, яка здійснюється у наступних випадках:

- за умов виникнення у інспектора сумнівів щодо постійного додержання вимог на виробництві;
- при необхідності перевірки виконання певних умов за результатами попередньої перевірки;
- з метою додаткової неанонсованої перевірки (підприємство визначається шляхом випадкового вибору).

Необхідно підкреслити, що сертифікаційний процес – щорічна оцінка та перевірка персоналом сертифікаційної компанії інспекційних документів, виконання вимог попереднього року та прийняття сертифікаційного рішення. За результатами цього процесу на певний обсяг продукції, вирощеної в господарстві органічним методом, видається сертифікат. В ньому зазначається перелік культур, що вироблені, і можуть бути продані як органічні.

Однак здійсненню цих складових передують певні підготовчі процеси.

Отже, система сертифікації органічної продукції відрізняється від систем сертифікації якості інших виробів, оскільки в даному випадку, при визначенні їх походження, спеціальний аналіз продуктів не проводиться, однак, оцінюється спосіб та весь процес виробництва, починаючи від стану довкілля, підготовки ґрунту до постачання продукції споживачам.

Тобто система сертифікації має бути наскрізною і охоплювати весь ланцюг просування органічних продуктів від виробника до споживача (від поля до столу), включаючи контроль процесу виробництва продукції, її первинну обробку, пакування, сортування, доочистку, а також процес переробки органічної сировини та виготовлення готових харчових продуктів, транспортування, зберігання та продаж продукції.

### **Список використаних джерел:**

1. Декрет Кабінету Міністрів «Про стандартизацію і сертифікацію» (від 10 травня 1993 року) // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 27, Ст. 289.
2. Закон України «Про стандартизацію» (від 17.05.2001 № 2400-III) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon1.rada.gov.ua/cgi->
3. Офіційний сайт Асоціації органічної торгівлі (The Organic Trade Association) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ota.com>.

4. Закон України «Про підтвердження відповідності» (від 17.05.2001) // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 32. – Ст. 169.

5. Галяс А. Органічне агровиробництво: нові ринкові можливості та виклики для виробників зерна в Україні: Аналітичний документ в рамках Проекту «Якість зерна та система кредитування сільського господарства в Україні – фаза II» / А. Галяс, М. Капштик, Ю. Бакун. – К, 2008. – 71 с.

## **ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

**Денисенко А.М.**

*студентка,*

*Науковий керівник: Захарченко В.І.*

*доктор економічних наук, професор,*

*Одеський національний університет імені І.І. Мечникова*

### **РОЗВИТОК ТЕОРЕТИЧНИХ АСПЕКТІВ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Маркетингове планування являється складовою управлінського процесу створення та дотримання відповідності між цілями підприємства та його потенційними можливостями й шансами в процесах ринкової діяльності. Планування маркетингової діяльності підприємства означає розробку чіткої програми дій (маркетингового плану), завдяки якій можливо керувати чіткістю, послідовністю та результатами змін для того, щоб в майбутньому періоді отримати максимальний прибуток [1–3].

Про важливість маркетингового плану на сьогоднішній день стверджував Ф. Котлер, а саме про те що ситуація на ринку постійно змінюється і змінюється дуже швидко, і розроблений маркетинговий план сьогодні може виявитися неактуальним завтра. Тому маркетинговий план необхідно постійно модернізувати, вдосконалювати, моніторити реальну ситуацію і тенденції на ринку та своєчасно коригувати [6].

Маркетингове планування – процес розробки й опису методів застосування всіх ресурсів підприємства для досягнення маркетингових цілей, також використовується для сегментування ринку: визначення його стану, прогнозування його зростання і планування життєздатної ринкової частки всередині кожного сегмента. Планування маркетингової діяльності підприємства являється визначальною функцією маркетингового менеджменту. Необхідність планування маркетингової діяльності підприємства викликана умовами жорсткої конкуренції, крім того, ринкова ситуація й економічне середовище постійно змінюються [4, с. 15].

Без планування маркетингу ні одна компанія не в змозі домогтися успіху, а більшість просто не зможуть вижити, адже суттєво ускладнюються більшість процесів: управління дослідженнями і технологічними розробками; розвитком підприємства; управління розробкою нових продуктів; упровадження необхідних стандартів для постачальників; спрямування зусиль збутового персоналу на продаж

товарів; постановка реальних цілей збуту; уникнення впливу конкурентів або змін на ринку [5, с. 6–7].

Принципові переваги застосування маркетингового планування: краща підготовленість до змін; більш ефективне розподілення корпоративних ресурсів; краща координація роботи великої кількості працівників; поліпшення комунікації між співробітниками та зниження кількості конфліктів серед персоналу; підвищена ймовірність визначення очікуваних подій; мінімізація нераціональних дій щодо подолання несподіваних подій; систематичний аналіз перспективи; забезпечення основ для постійного контролю за діяльністю.

Відповідно до предмета та об'єкта маркетингового планування його мета полягає в поліпшенні використання наявних ресурсів підприємства відповідно до установлених цілей маркетингу, укріпленні командного духу та єдності підприємства (покращення психологічного чинника) й досягнення намічених корпоративних цілей підприємства.

Ефективна організація маркетингового планування потребує чіткого визначення: об'єкта планування та техніки планування (послідовна чи поточна, жорстка чи гнучка); конкретних працівників підприємства, які здійснюватимуть планування; терміну, на який планується маркетингова діяльність; банків статистичних даних, методик та моделей, з допомогою яких буде здійснюватися планування; послідовності дій у процесі планування та послідовності узгодження плану (після його розроблення чи одночасно з розробленням його окремих частин); спрямованості розробки плану.

Метою маркетингового планування є виявлення і створення конкурентних переваг. Досягнення її можливе при дотриманні таких основних принципів (табл. 1) [7].

Ураховуючи вищевикладене, слід зазначити, що планування маркетингу являє собою системний процес, який включає в себе оцінку маркетингових можливостей маркетингового комплексу і наявних ресурсів, визначення цілей маркетингу й розробку самого маркетингового плану. У цьому випадку маркетингова можливість являє собою сферу, що є привабливою для маркетингових дій підприємства і в якій воно буде мати конкурентну перевагу. В процесі планування має досягатися в запланованому періоді відповідність між цілями підприємства та його потенційними можливостями (ресурсами).

На рис. 1 зображено етапи процесу маркетингового планування на ПАТ «Миронівський Хлібопродукт». При цьому основні положення маркетингового планування зводяться до такого:

– планування маркетингу ґрунтується на аналізі тенденцій ринку покупців, конкуренції і можливостей. У процесі маркетингового планування виробляються стратегії, спрямовані на обслуговування найбільш корисних для підприємства споживачів;

**Принципи маркетингового планування**

Принцип	Характеристика принципу
Системність	При маркетинговому плануванні необхідно враховувати взаємозв'язки між структурними підрозділами підприємства (їх специфічні властивості)
Комплексність	Полягає у тому, що для прийняття запланованих рішень використовуються всі чинники, явища, події, ситуації у їх взаємозв'язку та відповідно до значущості, тобто реалізується комплексний підхід. При цьому план охоплює всі напрями маркетингової діяльності підприємства
Компетентність	Персонал повинен володіти достатнім рівнем знань про процес планування, рівень компетенції в плануванні повинен відповідати рівню компетенції по розпорядженню ресурсів
Обмеженість ресурсів	Необхідність оптимального використання наявних ресурсів
Реалістичність	Заплановані показники повинні бути реалістичними (для можливості їх досягнення)
Варіантність	При плануванні маркетингової діяльності необхідно розглядати декілька варіантів можливих альтернатив
Оптимальність	При оцінці альтернативних варіантів потрібно визначати найбільш ефективний, який зможе забезпечити максимальний ефект за певний проміжок часу
Динамічність і гнучкість	Гнучкість виявляється в пристосованості до змін навколишнього маркетингового середовища, що знаходить своє вираження в можливості внесення відповідних коректив у процес маркетингової діяльності
Послідовність дій	Планування повинно здійснюватись у певній логічній послідовності (в певному порядку)
Систематичність	Необхідність систематичного планування маркетингу через зміну стратегій поведінки на ринку, тактичних прийомів і т.і.
Конкретність	Плани маркетингової діяльності розробляють на конкретний період часу. Їх розраховують на чітко визначені ринки (сфери діяльності), а планові показники мають кількісний вираз із досить великим рівнем точності
Ефективність	Полягає в тому, що витрати на маркетингове планування мають окупатися відповідними доходами і давати прибуток. Якісність виконання планових функцій означає зменшення перешкод щодо діяльності підприємства, оптимізацію роботи, координацію, систематизацію тощо



- стратегії, розроблені при плануванні, мають бути сконцентровані на реальних перевагах підприємства, які сприймаються ринком;
- програма дій через маркетинг-мікс забезпечує впровадження розроблених маркетингових стратегій (на виконанні маркетингових програм концентрують усі необхідні ресурси).



**Рис. 1. Алгоритм процесу маркетингового планування з позиції системного підходу**

Отже, процес маркетингового планування повинен включати в себе виконання маркетингових досліджень усередині й зовні підприємства: проведення аналізу сильних і слабких сторін підприємства; прогнози щодо майбутньої діяльності підприємства; установлення маркетингових цілей; розробку стратегій маркетингу та визначення маркетингових програм; складання бюджетів, а також перегляд результатів і цілей, стратегій і програм.

Дану роботу виконано у межах НДР кафедри економіки та управління ОНУ ім. І.І. Мечникова «Стратегічні орієнтири модернізації економіки України та її регіонів» (№ ДР0114ИОО1554).

#### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про засади регуляторної політики у сфері господарської діяльності» // Урядовий кур'єр, 2003. – № 198.
2. Закон України «Про захист економічної конкуренції» // Інвестгазета, 2007. – № 19. – С. 4–23.
3. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» // Інвестгазета, 2007. – № 19. – С. 24–27.
4. Захарченко В. И. Стратегический маркетинг на предприятия: Уч. пособие / В.И. Захарченко, Э.А. Кузнецов. – Одесса: Наука и техника, 2005. – 236 с.
5. Захарченко В.И. Показатели эффективности службы маркетинга / В.И. Захарченко, Е.Е. Мазур // Фондовый рынок, 2001. – № 12. – С. 6–7.

6. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / Пер. с англ. под. ред. А. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. – СПб: Питер, 2000. – 752 с.

7. Ламбен Ж. Стратегический маркетинг / Ж. Ламбен. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.

**Захарченко В.І.**

*доктор економічних наук, професор;*

**Лютенко Г.-В.Г.**

*студентка,*

*Одеський національний університет імені І.І. Мечникова*

## **ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ПРОДУКЦІЇ**

Конкурентоспроможність товару та конкурентоспроможність підприємства співвідносяться між собою як частина одного цілого, при цьому конкурентоспроможність товару є лише частиною конкурентоспроможності підприємства [3, с. 64].

У своїй книзі «Міжнародна конкуренція» М. Портер зазначає, що конкуренція – динамічний і розвивинутий процес, безупинно мінливий ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси і нові ринкові сегменти [4, с. 268].

Одним із головних чинників формування конкурентоспроможності продукції є максимальне використання конкурентних переваг підприємства. Другу групу чинників становлять показники якості товару, що визначаються чинними стандартами, нормами, рекомендаціями. До третьої групи факторів, що впливають на рівень конкурентоспроможності, відносять економічні показники, що формують собівартість і ціну товару.

Конкурентоспроможність товару базується на певних принципах: принцип комплексності, принцип відносності та принцип соціальної адресності.

Принцип комплексності полягає в тому, що при оцінці конкурентоспроможності товару повинна враховуватися сукупність критеріїв, що визначають особливості товарів-конкурентів.

Відносність – припускає порівняльний характер конкурентоспроможності товару, коли обрані критерії одного товару порівнюються з критеріями іншого, товару, прийнятими за базові.

Соціальна адресність визначається ступенем задоволення за допомогою товарів конкурентів потреб конкретних соціальних груп

споживачів. Так, одні й ті ж товари можуть володіти конкурентоспроможністю для певних споживачів і не володіти нею для інших [2, с. 294].

Конкурентоспроможний товар не з'явиться без ефективного виробника, сучасної організаційної системи управління виробництвом і випуском якісної продукції, її доставкою до споживача. З іншого боку, комерційний успіх на ринку в значній мірі залежить від якості продукції та її ціни, адекватно відображають конкурентоспроможність.

Управління конкурентоспроможністю продукції є багатогранним процесом, так як цей показник характеризує не тільки певний рівень технічної бази, технології, економіки, організації виробництва та культури, але й відповідний рівень професіоналізму та культури управлінських відносин. Досягнення необхідного рівня конкурентоспроможності пов'язано з постійним, динамічним процесом вдосконалення всіх складових її елементів, що є багатофакторними характеристиками, які необхідно розглядати як складні самостійні об'єкти управління, що сприяють вирішенню наступних завдань:

- підвищення якості;
- зниження витрат виробництва;
- підвищення економічності та оперативності післяпродажного обслуговування;
- отримання прибутку, узагальнюючого показника якості менеджменту та ефективності діяльності підприємства [5, с. 504].

Конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства з урахуванням наявних ресурсів і можливостей проектувати, виготовляти та реалізовувати в конкретних умовах товари, які за своїми споживчими та вартісними характеристиками в комплексі більш привабливі для споживачів, ніж товари конкурентів.

Найбільш відомими методами оцінки конкурентоспроможності підприємства є: матричний метод; метод, що базується на теорії конкурентноздатності товару; методи, засновані на теорії ефективної конкуренції.

Матричний метод розроблений маркетинговою організацією «Бостон консалтинг груп». В основі цього методу лежить ідея розгляду процесів конкуренції в динаміці, а теоретичною базою методу служить концепція життєвого циклу товару.

Сутність оцінки конкурентоспроможності за цим методом полягає в аналізі матриці, побудованої за принципом системи координат: по вертикалі – відносна частка підприємства на ринку, а по горизонталі – темпи зростання (скорочення) продажів. Найбільш конкурентоспроможними є підприємства, що займають значну частку на швидко зростаючому ринку.

Цей метод оцінки конкурентоспроможності є ефективним за наявності достовірної інформації про обсяги виробництва та реалізації товарів і послуг.

Метод, заснований на оцінці конкурентоспроможності товару, базується на міркуванні про те, що конкурентоспроможність господарюючого суб'єкта тим вище, чим вище конкурентоспроможність його товару.

Основною перевагою цього методу є те, що він враховує найбільш важливий критерій, що впливає на конкурентоспроможність підприємства, – конкурентоспроможність товару. Недоліком – є те, що даний підхід дозволяє отримати неточне уявлення про переваги і недоліки в роботі підприємства, оскільки не враховуються чинники, що формують економічні умови виробництва і збуту продукції.

Методи, що базуються на теорії ефективної конкуренції, дають більш повну оцінку конкурентоспроможності підприємства. Відповідно до цієї теорії більш конкурентоспроможними є ті підприємства, які найкращим чином організували виробництво і збут товарів і ефективно управління фінансовими ресурсами.

Залежно від специфіки підприємства критерії та показники конкурентоспроможності можуть змінюватися [3, с. 64-65].

В умовах ринкової економіки підприємства, забезпечуючи випуск продукції необхідної споживачем якості, діють у конкурентному середовищі, що є невід'ємною рисою ринку. Суть оцінки конкурентоспроможності полягає в розрахунку комплексного показника конкурентоспроможності з урахуванням диференціації важливості окремих критеріїв і показників, що характеризують різні сторони діяльності господарюючого суб'єкта.

Дане дослідження виконано у межах роботи над НДР кафедри економіки та управління ОНУ імені І.І. Мечникова «Стратегічні орієнтири модернізації економіки України ті її регіонів» (№ ДР 011421001554).

#### **Список використаних джерел:**

1. Захарченко В.И. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий / В.И. Захарченко // Машиностроитель, 1999. – № 11.
2. Магомедов Ш.Ш. Конкурентоспособность товаров / Ш.Ш. Магомедов. – М.: Дашков и Ко, 2003. – 294 с.
3. Нуралиев С.У. Маркетинг: Учебник для бакалавров/ С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиев. – М.:Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 362 с.
4. Портер М.Е. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран / М.Е. Портер. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.

5. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность предприятия в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Маркетинг, 2002. – 892 с.

6. Формирование конкурентоспособности в контексте регионального развития: монографія / Б.В. Буршинский, В.И. Захарченко. – Одесса: ИПРЭИ НАНУ, 2009. – 334 с.

**Захарченко В.І.**

*доктор економічних наук, професор;*

**Шевченко А.О.**

*студентка,*

*Одеський національний університет імені І.І. Мечникова*

## **УДОСКОНАЛЕННЯ РИНКОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ**

Життєздатність і успішна діяльність вітчизняних підприємств все більше визначається тим, наскільки вони готові переключити свою увагу з традиційних ринків і видів продукції на наслідки майбутніх тенденцій, ймовірні небезпеки і нові можливості. Першим кроком у цьому напрямку стало впровадження стратегічного планування [5, с. 419].

Сучасний темп зміни і збільшення знань є настільки швидким, що стратегічне планування представляється єдиним способом формального прогнозування майбутніх проблем і можливостей. Формальне планування сприяє зниженню ризику при прийнятті рішення [7, с. 200-201].

Стратегія – не просто уявлення про те, як вести себе по відношенню до конкурента або противнику. Вона зачіпає більш фундаментальні аспекти природи підприємства як інструменту колективного сприйняття і дії [1, с. 134-135].

Існуюча ринкова економіка нашої країни вимагає від підприємств оперативної розробки обґрунтованих ринкових стратегій. Ринкова стратегія підприємства повинна служити основою для перерозподілу дефіцитних внутрішніх ресурсів в залежності від ринкової реакції на ті чи інші напрямки діяльності підприємства [2, с. 88].

Дослідження було проведено на прикладі ПАТ «Коблево», що є найбільшим сучасним і технічно оснащеним за європейськими стандартами підприємством первинного і вторинного виноробства в Україні.

На формування стратегії підприємства впливає багато факторів. Взаємодія цих факторів носить специфічний характер для кожної галузі і

підприємства і завжди змінюється в часі. Фактори, що визначають стратегію, завжди відрізнялися один від іншого і, як правило, дуже сильно. Тому менеджеру необхідно оцінювати всю сукупність зовнішніх і внутрішніх факторів перш ніж почати вибір стратегії при виході на зовнішні ринки [6, с. 89].

До основних факторів, що формують стратегії, можна віднести наступні: соціальні, політичні, громадянські та регулюючі норми; привабливість галузі і умови конкуренції; специфічні ринкові можливості і загрози; сильні і слабкі сторони підприємства, його конкурентні можливості; особисті амбіції, філософія бізнесу і етичні погляди менеджерів; цінності і культура підприємства [1, с. 137].

Розробка стратегії – робота, заснована на аналізі, і в цій області менеджер не може домогтися успіху лише наполегливістю і творчим підходом. Рішення про те, яку стратегію обрати, має прийматися на підставі оцінки внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, отриманої в результаті дослідження. В іншому випадку розроблена стратегія може виявитися нежиттєздатною. Дослідження проводиться за двома основними напрямками: вивчаються (1) ситуація в галузі та умови конкуренції в ній і (2) ситуація всередині самого підприємства і його власна конкурентоспроможність. Ситуація в галузі і умови конкуренції в ній в широкому сенсі відносяться до макросередовища підприємства; аналіз ситуації в самому підприємстві передбачає вивчення його мікросередовища [6, с. 108-110].

У загальному вигляді процес розробки стратегій складається з ряду послідовних етапів. На першому етапі розробки стратегії проводиться всебічний аналіз внутрішнього стану підприємства, в результаті якого виділяють його сильні і слабкі сторони, оцінюють можливості ресурсного забезпечення дій, спрямованих на досягнення поставлених цілей. При цьому враховуються як ресурси самого підприємства, так і можливість отримання цих ресурсів ззовні. На цьому ж етапі детально вивчається зовнішнє макро- і мікросередовище підприємства, проводиться оцінка ризику з урахуванням виявлених можливостей і загроз. Від ступеня опрацювання попереднього етапу багато в чому залежить ефективність майбутньої стратегії.

На другому етапі розробки стратегії формулюються стратегічні альтернативи, що враховують різні стани зовнішнього середовища, ресурсів підприємства і стратегічні цілі. Якщо стратегічною метою підприємства є географічне розширення і завоювання при цьому певної частки на кожному ринку, то з усіх можливих ринків, вимоги яких підприємство в змозі задовольнити, використовуючи наявні ресурси, як альтернатив для їх подальшої оцінки будуть відібрані тільки ті ринки, на яких може бути досягнутий цільовий обсяг продажів [1, с. 150-152].

Третій етап розробки стратегії полягає в оцінці відібраних стратегічних альтернатив. Відповідаючи зовнішньому оточенню, цілям підприємства та його ресурсам, стратегічна альтернатива не повинна суперечити іншим стратегіям підприємства. При стратегічному виборі у підприємства виникають суперечності між трьома групами орієнтирів: між довгостроковими і короткостроковими показниками рентабельності і обсягу продажів, між внутрішньою і зовнішньою гнучкістю, між гнучкістю і синергізмом. Оцінюючи стратегічні альтернативи, необхідно визначити, чи вплинуть вони на гнучкість підприємства, посилять або послаблять ступінь його уразливості, чи дозволять використовувати ефект синергії або перетворять його на гальмо розвитку.

На третьому етапі формулювання стратегії підприємство повинно оцінити перспективи свого розвитку на всіх відібраних ринках з точки зору того, яких вони вимагають витрат ресурсів, наскільки відповідають існуючим стратегіям підприємства, чи дозволяють повною мірою використовувати наявний потенціал і накопичений досвід, чи вимагають змін функціональних і управлінських можливостей підприємства [1, с. 152].

Четвертий етап розробки стратегії полягає у виборі однієї або декількох найкращих стратегій. Працюючи над вибором альтернативних рішень, слід враховувати той факт, що може не вистачити ресурсів (в тому числі і ресурсів часу) для опрацювання всіх можливих варіантів. Крім того, детальний розрахунок декількох стратегічних альтернатив може бути неефективним, якщо необхідно вибрати тільки один варіант. В цьому випадку можна здійснити роботу по двом-трьом альтернативам, почавши з їх загальної оцінки. Це дозволить зібрати більше фактичних даних і більш реально оцінити обрані альтернативи, зосередившись на одному варіанті. В принципі, можливий інший підхід, при якому глибоко опрацьовується одна альтернативна стратегія. Потім, якщо вона виявляється незадовільною, здійснюється перехід до опрацювання іншої стратегії і т.д. Безумовно, жоден з підходів не гарантує, що буде знайдено ідеальне рішення. Однак вони дозволяють врахувати той факт, що вибір здійснюється в реальному житті, в умовах обмеженості часу, фінансових, людських та інших ресурсів [1, с. 152-153].

Сформульована стратегія починає застарівати з моменту свого прийняття і оприлюднення. Це відбувається внаслідок безперервної зміни зовнішнього середовища і підприємства. У той же час безперервна адаптація стратегії була б не тільки дорогим, але і практично неможливим заняттям: занадто часто коригування курсу могло б дезорганізувати роботу підприємства. Доводиться миритися з деякою недосконалістю стратегії, проводячи її оновлення на регулярній основі, а

також в разі серйозних змін у зовнішньому і внутрішньому середовищі і напрями розвитку підприємства [3, с. 43].

Існує безліч причин, чому підприємство може розробляти міжнародний варіант стратегічного розвитку. Відомий американський теоретик менеджменту П. Коттер (1980) об'єднав їх в дві групи факторів, які визначають, чи буде для підприємства привабливим міжнародний варіант розвитку бізнесу чи ні [4].

**Фактори виштовхування.** Вони породжуються недоліком можливостей для розвитку бізнесу на місцевому ринку у зв'язку з низькими цінами на продукцію або обмеженнями з боку уряду (наприклад, антимонопольне законодавство) і часто є причиною звернення підприємства до вивчення можливостей діяльності на міжнародних ринках.

**Фактори втягування.** Вони виникають при існуванні за кордоном кращих умов для розвитку бізнесу.

Розробка стратегії – процес складний і багатогранний, його не можна звести до рутинних схем і алгоритмів. Так само як кожна людина вибирає свій життєвий шлях, так і стратег при формулюванні стратегії спирається на свою інтуїцію і професіоналізм.

Дане дослідження виконано у межах роботи над НДР кафедри економіки та управління ОНУ імені І.І. Мечникова «Соціальна відповідальність бізнесу та інституціональні новації» (№ ДР 011421001555).

#### **Список використаних джерел:**

1. Зайцев Л.Г., Соколова М.И. Стратегический менеджмент: Учебник. – М.: Экономистъ, 2002. – 416 с.
2. Захарченко В.И. Обоснование экономической стратегии предприятия // Экономические инновации, 1998. – Вып. 3. – С. 86-89.
3. Захарченко В.И. Формирование экономической стратегии предприятия // Бизнес-Информ, 1998. – № 16. – С. 42-43.
4. Kotter P. Marketing management: analysis, planning and control. Englewood, 1980.
5. Круглова Н.Ю., Круглов М. И. Стратегический менеджмент. Учебник для вузов. – М.: Издательство РДЛ, 2003. – 464 с.
6. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / Пер. с англ. под ред Л.Г. Зайцева, М И. Соколовой М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998.
7. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. – 7-е изд., испр. и доп. М.: Дело, 2005. – 448 с.



**Збириновська Ю.С.**

*студентка,*

*Університет митної справи та фінансів*

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СУЧАСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ**

Забезпечення стійкого зростання вітчизняної економіки є одним із пріоритетних завдань сьогодення. Проблема становлення та розвитку підприємництва в економіці будь-якої країни, в тому числі і України, належить до категорій особливо актуальних, оскільки вона безпосередньо пов'язана з рівнем соціальної комфортності населення. Варто зазначити що, поліпшення розвитку підприємства можливе, лише, за умови формування конкурентоспроможних підприємницьких структур, здатних зайняти своє місце у глобалізованому, складному динамічному і взаємопов'язаному економічному просторі. Для цього вони повинні бути здатними формувати вагомі та стійкі конкурентні переваги, завойовувати прихильність споживачів чутливістю до їхніх потребі пропонуючи кращі способи їх задоволення, ніж конкуренти [1].

Стан підприємства у сучасному економічному середовищі України має такі недоліки :

- нерівномірність концентрації суб'єктів малого і середнього підприємництва за регіонами;
- нерівномірність розподілу за видами економічної діяльності;
- збільшення кількості не діючих суб'єктів підприємницької діяльності.

До основних причин, що перешкоджають розвиткові підприємництва в Україні, можна віднести:

- недосконалість процедур здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності;
- нестача внутрішніх фінансових ресурсів, складність доступу до зовнішніх джерел фінансування та залучення інвестицій;
- нестабільність законодавства у сфері розвитку малого і середнього підприємництва, що не дає можливості суб'єктам підприємництва планувати свою діяльність на тривалий період;
- неналежний рівень інформаційного, консультативного та методичного забезпечення підприємницької діяльності, у тому числі з питань сертифікації продукції та послуг, а також впровадження систем управління якістю;
- незначні обсяги державної фінансової підтримки малого підприємництва;

– недосконалість пільгових схем кредитування для розвитку підприємницької діяльності.

На економічний стан країни, зокрема на розвиток підприємств значно впливає анексія Криму та військові дії на Донбасі. Внаслідок цього поглиблюються існуючі диспропорції, прискорюються падіння ВВП, скорочення об'ємів промислового виробництва, виконаних будівельних робіт, зовнішньої торгівлі, зниження обсягів освоєння капітальних інвестицій тощо. Скорочення промислового виробництва, розпочате наприкінці 2012 р., поглибилось у 2015 році з огляду на зупинку промислових потужностей Луганської та Донецької областей та втрату російського ринку збуту. Залежність країни від імпорту енергоносіїв та відсутність джерел компенсації втрати російського газу змусить підприємців перейти до режиму жорсткої економії, що значним чином позначиться на об'ємах виробництва. Зокрема, для хімічної промисловості дефіцит газу та зростання цін на газ, а також падіння світових цін на аміак та азотні добрива є передумовами згорання виробництва або переведення підприємств на менш інтенсивне використання потужностей. Це позначиться не лише на зменшенні бюджетних та валютних надходжень, а й на підвищенні рівня безробіття, що негативно вплине на рівень економічного зростання у короткостроковій перспективі [2].

Задля підвищення ефективності розвитку підприємства країни, що в результаті покращить стан економіки України, держава впровадила реформу яка стосується Деретуляції.

Деретуляція – це створення комфортного бізнес-клімату через усунення надмірного регуляторного тиску держави на бізнес та ліквідацію надмірного контролю підприємницької діяльності шляхом спрощення процедур, зменшення частоти перевірок та зменшення кількості контролюючих органів, скасування зайвих дозволів й ліцензій, побудова ефективною та зручною в адмініструванні регуляції в тих сферах, де вона необхідна.

Головні завдання реформи:

1. Зменшити регуляторний тиск на малий і середній бізнес і відповідно створити нормальні умови для роботи та зменшити вартість адміністрування бізнесу, щоб підприємці витрачали час саме на бізнес, а не на нескінченні бюрократично-корупційні процедури.

2. Створити сприятливе середовище для внутрішніх та іноземних інвестицій.

3. Створити здорову конкуренцію на ринку, прибравши штучні бар'єри [4].

Отже, в Україні на сьогоднішній день є багато проблем, що перешкоджають розвитку вітчизняного підприємництва, вирішення яких

забезпечить підвищення ефективності підприємницької діяльності, забезпечить розширення підприємницького сектора, зменшення тіньового сектору. Основну роль у подоланні цих проблем повинна відігравати держава. Сьогодні немає чітких прогнозних розрахунків щодо можливих позитивних і негативних наслідків для економіки України. Важливо, що в умовах ринкової трансформації економіки України розвиток підприємництва є основою економічного і соціального розвитку, вирішення соціальних проблем, подолання бідності та забезпечення високого рівня життя громадян.

#### **Список використаних джерел:**

1. Стадник В.В. Теоретико-методологічні основи інвестування розвитку підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 1. – С. 60-68.
2. [Електронний ресурс]. – <http://www.niss.gov.ua/articles/1635>
3. [Електронний ресурс]. – <http://nbuviap.gov.ua/>
4. [Електронний ресурс]. – <http://reforms.in.ua/ua>

**Осовский В.О.**

*студент,*

*Одесский национальный политехнический университет*

### **ПОВЫШЕНИЕ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ЗА СЧЕТ ОСВОЕНИЯ НОВЫХ РЫНКОВ СБЫТА**

Актуальность темы исследования: внешнеторговые связи получают все большее развитие в составе хозяйственной деятельности предприятий. Возрастает интерес хозяйственников к участию в экономическом, производственном и научно-техническом сотрудничестве с партнерами из зарубежных стран.

Это дает возможность использования преимуществ международной кооперации производства, что повышает эффективность функционирования предприятий и укрепляет их конкурентоспособность. Это требует глубокого изучения вопросов внешнеэкономической деятельности, разработки методических подходов к анализу и оценке ее эффективности.

Приоритетной составляющей внешнеэкономической деятельности являются экспортные операции.

Проблемы эффективного развития предприятия ученые часто связываются с формированием и использованием его потенциала. Экспортный потенциал характеризует интегральные возможности в

производстве конкурентоспособной продукции и ее реализации на внешних рынках. В условиях постоянно меняющихся рыночных условий, расширения внешнеторговых отношений и усиления конкурентной борьбы на международных рынках решение вопросов эффективного использования экспортного потенциала позволит обеспечить подготовку и принятие качественных управленческих решений, направленных на решение проблемы устойчивого развития предприятия.

В современных условиях нормально развиваться могут только те предприятия, которые располагают своевременной информацией о внешней и внутренней среде, окружающей бизнес.

Рассматривая экспорт, следует учитывать такую категорию, как экспортный потенциал. В целом он представляет собой потенциальную возможность того или иного предприятия экспортировать имеющиеся у него или производимые им ресурсы, продукты. В литературе дано множество определений данной экономической категории. Авторы все же сходятся в едином мнении, что экспортный потенциал представляет собой не только способность экономической системы производить востребованные на мировом рынке товары и услуги, но и возможность реализовывать их при благоприятном воздействии определенных факторов. При этом следует выделить положительные и отрицательные факторы, характеризующие экспортный потенциал предприятия.

К положительным факторам следует отнести – выгодное экономико-географическое положение предприятия, развитая система транспортных коммуникаций, достаточно высокий человеческий потенциал.

К отрицательным факторам, влияющим на развитие экспортного потенциала, отнесем – недостаточную эффективность производства и сложное финансовое положение значительного числа организаций реального сектора экономики, высокий уровень физического и морального износа основных средств, сильную зависимость производства от конъюнктуры цен на импортируемые топливно-энергетические и сырьевые ресурсы, ограниченность инвестиционных ресурсов и инновационных возможностей для обновления основных фондов, преодоление технического и технологического отставания существующих производств, высокий уровень налоговой нагрузки, сдерживающий деловую активность и развитие частного сектора, недостаточный уровень развития малого предпринимательства. Приоритетным направлением дальнейшего развития внешнеэкономического (экспортного) потенциала – является освоение новых рынков сбыта.

Однако для более полного решения проблемы, касающейся повышения экспортного потенциала, необходимо осуществлять

комплексный подход, но рано или поздно появляется проблема: рынок перенасыщается продукцией компании, и предложение начинает превышать спрос. Образуется так называемый кризис сбыта. Финансовое положение компании ухудшается, экономическое развитие останавливается.

Эта проблема имеет только одно решение – освоение новых рынков сбыта. Выход на новый рынок сбыта прежде всего предусматривает тщательное изучение этого рынка. Существует ряд ситуаций, при которых новые рынки сбыта должны быть изучены особенно скрупулезно.

Во-первых, это выход на новые рынки сбыта, которые еще никем не освоены. Достоинство выхода на принципиально новый рынок сбыта заключается, прежде всего, в отсутствии конкурентов. Недостатком в этой ситуации будет отсутствие нужного количества информации о деятельности на выбранном рынке, ведь Ваша компания будет здесь первооткрывателем.

Во-вторых, выход на рынки, которые отличаются новизной для Вашего региона. Здесь Вас будут поджидать конкуренты, уже устроившиеся в привычной для себя нише. К плюсам этой стратегии можно отнести то, что рынок уже разведан и активно используется, поэтому Вам не составит труда реализовать освоение нового рынка сбыта. Также внимания заслуживает увеличение рынка сбыта за счет новой для компании продукции.

Главный плюс – репутация бренда, известного на рынке, распространится и на новый товар. Минус – высокая конкуренция компаний, уже сформировавших производство и сбыт определенной продукции и известных как производители определенной группы товаров. Можно добавить к выше перечисленному, выход на новые рынки сбыта продукции, которая привычна для развитых рынков, но незнакома более старым. Освоение этих рынков может быть актуальным из-за отсутствия конкуренции. Но будет ли иметь спрос новая продукция – вопрос, на который не так-то просто ответить. Выход на новый рынок сбыта означает перспективу дальнейшего развития компании. Но сначала необходимо определить, действительно ли этот рынок нов. Возможно, Вы считаете его новым только из-за отсутствия информации о нем.

Новые рынки сбыта следует внимательно проверять. Всегда существует вероятность, что привлекающая Вас ниша уже занята. Перед выходом на новый рынок сбыта используйте все возможные источники информации, чтобы сразу выявить потенциальных конкурентов в этой области.

Если такие нашлись, опять же, собирайте информацию о своих потенциальных соперниках: что собой представляют, какова стратегия их развития, их финансовое состояние, ценовая политика – в общем, все, что может помочь Вам в борьбе за место под солнцем. Если же новый рынок сбыта все же оправдал Ваши ожидания – приготовьтесь к долгому и тщательному анализу предстоящей стратегии. Чем ярче будет появление Вашего продукта на новом рынке сбыта, тем лучше будут идти дела у компании в целом.

Теперь, когда Вы ознакомились с новым рынком сбыта, нужно его исследовать, чтобы понять, является ли он хорошей платформой для дальнейшего развития Вашей компании, или же стоит поискать нечто другое. Исследование следует начать с сегментации нового рынка выходы.

Сначала определяем, какие факторы сегментации нас интересуют. Группируем необходимые признаки и определяем перспективные для дальнейшего развития Вашей компании, группы потребителей. Далее необходимо исследовать каждый из сегментов в отдельности. Выяснить средний достаток каждого из них, потребности, ценности, жизненные ориентиры, интересы. Главной частью мероприятий по расширению рынка сбыта является определение спроса на предлагаемую Вашей фирмой продукцию. Затем следует сопоставительный анализ исследованных сегментов нового рынка сбыта.

Если новый рынок сбыта несет в себе перспективы для развития компании и ее экономического роста, то нужно выбрать наиболее привлекательный для Вас сектор. Если же нет – выход на новые рынки сбыта придется отложить до тех пор, пока Ваши поиски не увенчаются успехом. Также следует осуществить анализ новых каналов сбыта. Когда сектор, который более всего Вам импонирует, найден, нужно создать стратегию продвижения продукции Вашей фирмы на новый рынок сбыта, исходя из уже созданного имиджа компании и облика потенциального потребителя нового рынка сбыта. Как правило, изменения, которые нужно внести в уже опробованную тактику продвижения своей продукции и торговой марки, незначительны. Если же менталитет уже существующих и потенциальных потребителей кардинально различается, то необходимо пересмотреть всю концепцию продвижения бренда целиком.

Следующим этапом нужно определить мероприятия, необходимые для увеличения сбыта продукции на новом рынке сбыта. Опять же, вероятность того, что придется менять концепцию, мала. Но если такая ситуация все же затронет Вашу компанию, то придерживайтесь политики продвижения торговой марки на новом рынке сбыта продукции.

Новый рынок сбыта должен быть подвергнут анализу. Будет лучше, если Ваша компания при этом воспользуется при этом услугами знающих людей, специализирующихся на данном рынке, либо близких по профессиональной направленности. Чем опытнее эксперт, тем выше шансы Вашей компании на успешный выход на новый рынок сбыта.

Пункты, которые следует включить в бизнес-план выхода на новый рынок сбыта – оценка перспектив рынка, продукция, предложение которой существенно меньше спроса, какая продукция сможет удовлетворить потребности данного рынка, главенствующие сегменты потребителей рынка, потенциальные конкуренты, возможные посредники при увеличении рынка сбыта, возможности рекламы и PR на рынке, ограничения рынка, риск, связанный с выходом на новый рынок.

При завершении анализа всех аспектов нового рынка сбыта нужно оценить ситуацию и решить, стоит ли проводить мероприятия по расширению рынка сбыта. Если Вы все же решились на это, то будьте внимательны и не забывайте консультироваться со специалистами в данной области.

Выход на новый рынок сбыта открывает перед предпринимателями огромное количество перспектив, но существует и не меньший риск прогореть. Новый рынок сбыта должен быть тщательно изучен и проанализирован. Данные, полученные в ходе анализа, не раз выручат Вашу компанию в процессе ее деятельности и помогут ей освоить новые рынки сбыта.

#### **Список использованных источников:**

1. Ковальчук М. Б. Экспортный потенциал Украины // Вестник национального университета «Львовская политехника». – 2006. – № 554. – С. 300-304.
2. Стеценко Ж. В. Формирование экспортного потенциала в Украине // Экономика и государство. – 2008. – № 7. – С. 22-24
3. Луценко В. О. Анализ поточного состояния экспорта Украины и основные направления его повышения. – <http://www.bank.gov.ua>

**Сіньковський А.П.**

*студент,*

*Черкаський національний університет*

*імені Богдана Хмельницького*

*Науковий керівник: Денисенко В.С.*

*кандидат фізико-математичних наук, доцент,*

*Інститут економіки і права*

## **ХМАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ КОРПОРАЦІЄЮ SAP**

Хмарними обчисленнями (Cloud computing) на сьогоднішній день цікавляться всі, хто має яке-небудь відношення до програмного забезпечення, і це дійсно перспективний напрямок. Хмарні обчислення представляють собою вискоелективний інструмент підвищення прибутку і розширення каналів продажу для незалежних виробників програмного забезпечення (Independent Software Vendors), операторів зв'язку і VAR-посередників, які розширюють можливості існуючих продуктів з метою їх перепродажу кінцевим користувачам. Хмарний підхід дозволяє організувати динамічне надання послуг, коли користувачі можуть здійснювати оплату за фактом і регулювати обсяг своїх ресурсів в залежності від реальних потреб без довгострокових зобов'язань [1, с. 5].

Хмарні обчислення – інформаційно-технологічна концепція, що передбачає забезпечення зручного доступу до мережі, на вимогу користувача даного програмного продукту, до загального пулу, в якому відбувається конфігурація обчислювальних ресурсів, які можуть бути надані та звільнені з мінімальними експлуатаційними витратами або зверненнями до провайдера.

Все, що стосується Cloud computing, зазвичай прийнято називати aaS – «as a Service», тобто «як сервіс», або «у вигляді сервісу» [2].

На даний час ця концепція передбачає надання наступних типів послуг своїм користувачам [2]:

– Storage-as-a-Service – надає можливість зберігати дані в зовнішньому сховищі, в «хмарі»;

– Database-as-a-Service – надає можливість працювати з базами даних;

– Information-as-a-Service – надає можливість віддалено використовувати будь-які види інформації, яка може змінюватися щохвилини або навіть щомиті;

– Process-as-a-Service – віддалений ресурс, який може зв'язати воедино кілька ресурсів, для створення єдиного бізнес-процесу;



- Application-as-a-Service – позиціонується як «програмне забезпечення на вимогу», яке розгорнуто на віддалених серверах і кожен користувач може отримувати до нього доступ за допомогою Інтернету;
- Platform-as-a-Service – являє собою комп'ютерну платформу, яка надається користувачеві, з встановленою операційною системою і певним програмним забезпеченням;
- Integration-as-a-Service – це можливість отримувати з «хмари» повний інтеграційний пакет, включаючи програмні інтерфейси між додатками і управління їх алгоритмами;
- Security-as-a-Service – надає можливість користувачам швидко розгортати продукти, що вимагають безпечно використання веб-технологій, електронного листування, локальної мережі;
- Management / Governace-as-a-Service – дає можливість керувати і задавати параметри роботи одного або багатьох «хмарних» сервісів;
- Infrastructure-as-a-Service – являє собою комп'ютерну інфраструктуру, зазвичай віртуальні платформи (комп'ютери), пов'язані в мережу, які користувач в змозі самостійно налаштувати під власні цілі;
- Testing-as-a-Service – дає можливість тестування локальних або «хмарних» систем з використанням тестового ПЗ з «хмари» (при цьому жодного устаткування або забезпечення на підприємстві не потрібно).

Дана концепція не могла залишитись не поміченою такою компанією, як SAP – німецька корпорація-розробник програмного забезпечення, котра надає послуги консалтингу та розробляє корпоративне програмне забезпечення, забезпечуючи підтримку програм для компаній будь-якого розміру в усьому світі [3].

Ключова розробка SAP в сфері хмарних технологій – пакет HANA, що використовує особливі методи роботи з комп'ютерною пам'яттю для прискорення операцій з базами даних в порівнянні з традиційними програмами, основною метою пакету HANA є підвищення інтенсивності обміну інформації хмари з жорстким диском користувача [4].

SAP HANA – це високопродуктивна NewSQL платформа компанії SAP для зберігання і обробки даних, в основі якої лежить технологія обчислень в оперативній пам'яті з використанням принципу поколоночного зберігання даних, платформи, розробленої і виведеної на ринок компанією SAP SE HANA. Архітектура забезпечує як високошвидкісну обробку транзакцій, так і роботу зі складними аналітичними запитами, поєднуючи рішення цих задач в рамках єдиної платформи [5].

Нова платформа компанії SAP називається SAP HANA Cloud, і вона включає в себе AppServices і DBServices. На стороні бази даних продавець представив SAP HANA One, – новий варіант розгортання на Amazon Web Services (AWS).

Платформа HANA поставляється разом з обладнанням (апаратною платформою з встановленим програмним забезпеченням SAP HANA), що пропонується такими постачальниками як Huawei, HP, IBM, Dell, Hitachi, Fujitsu, Cisco. Ряд провайдерів хмарних послуг пропонують безкоштовну редакцію системи для розробників. HANA не поставляється як виключно програмне забезпечення. Для розгортання SAP HANA користувачеві потрібно мати у своєму розпорядженні аккаунт SAP. Для установки екземпляру програми HANA користувачеві необхідно увійти в свій аккаунт SAP і запустити інсталяцію з даного аккаунта. Якщо інфраструктура установки програм SAP відповідає всім вимогам, SAP створює свої віртуальні машини на засобах обраного провайдера хмарних служб. У цьому полягає відмінність від більш традиційного підходу, при якому створення віртуальних машин забезпечується безпосередньо на веб-сайті провайдера, який надає послуги хмари. Платформа HANA вимагає досить потужних апаратних ресурсів. Наприклад, екземпляр, рекомендований для Amazon, має в 8 разів більший обсяг і вимагає наявності 32 ЦП, 60 Гб пам'яті і 640 Гб дискового простору [6].

Побудувати новий або розгорнути існуючі проекти розробники можуть через стандартні протоколи на основі відкритого інтерфейсу ODBC, JDBC, ODBO, ODATA і MDX, що полегшує інтеграцію з існуючими інструментами і технологіями.

HANA може бути розгорнута на одному сервері або на кластері підвищеної доступності. Один сервер забезпечує роботу декількох примірників HANA.

Отже, така концепція, як хмарні обчислення на сьогоднішній день є досить популярною серед користувачів програмного забезпечення, адже вона дозволяє використовувати на підприємстві менш потужні машини для підтримки та коректної роботи корпоративних інформаційних систем, основний функціонал яких буде поміщений в хмару та основні процеси якого будуть оброблятися спеціалізованими компаніями котрі підтримують даний «хмарний» простір, а користувач корпоративної інформаційної системи, зокрема фірма чи підприємство, буде лише надсилати вхідні дані та отримувати кінцеві результати, що заощадить витрати на машинні ресурси. Дана технологія не залишила осторонь таку корпорацію-розробника програмного забезпечення як SAP. Її основним продуктом, розробленим з використанням даної концепції є SAP HANA Cloud, що відкриває в повній мірі основні переваги використання хмарних обчислень на підприємстві.

#### **Список використаних джерел:**

1. Джордж Риз. Облачные вычисления: Пер. с англ. – СПб.: БХВ-Петербург, 2011. – 288 с.

2. Облачные технологии для земных пользователей – [Электронный ресурс]– Режим доступа: <http://sonikelf.ru/oblachnyie-texnologii-dlya-zemnykh-polzovatelej/>

3. Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. – [Електронний ресурс]– Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/SAP\\_A](https://uk.wikipedia.org/wiki/SAP_A)

4. Энн Стил. IBM и SAP будут вместе развивать облачные сервисы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/technology/articles/2016/04/07/636743-ibm-sap-budut-vmeste-razvivat-oblachnie-servisi/>

5. Jeff Kelly. Primer on SAP HANA- [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://wikibon.org/wiki/v/Primer\\_on\\_SAP\\_HANA](http://wikibon.org/wiki/v/Primer_on_SAP_HANA)

6. SAP HANA One – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://aws.amazon.com/marketplace/pp/B009KA3CRY>

## **РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА**

**Фісуненко Н.О.**

*аспірант,*

*Науковий керівник: Чириченко Ю.В.*

*доктор економічних наук, професор,*

*завідувач кафедри,*

*Університет митної справи та фінансів*

### **ПРОБЛЕМИ СТРАТЕГІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ**

Розвиток регіонів України на сучасному етапі ринкових реформ зіткнувся з низкою об'єктивних і суб'єктивних чинників, що зумовили його розбалансування, асиметричний та диспропорційний характер. Основою цього стала невизначеність стратегічних пріоритетів регіонального розвитку у кризовий та посткризовий період, неготовність регіонів до неухильного зростання конкурентного тиску на внутрішньому та зовнішньому ринках у боротьбі за матеріальні, фінансові та людські ресурси, можливість ефективного використання геополітичних переваг регіональних систем та комплексів.

Тактичні прорахунки регіонального розвитку України (у короткостроковому та середньостроковому періоді) обумовлені переважно відсутністю чітко означених, науково обґрунтованих економічних і соціальних стратегічних пріоритетів, неврахуванням особливостей довгострокових тенденцій регіонального розвитку, що формуються та діють на посткризовому етапі модернізації економіки.

Стратегічне планування регіонального розвитку в Україні було запроваджено Законом «Про стимулювання розвитку регіонів» від 08.09.2005 року № 280-IV [1], в якому були визначені ключові проблеми розвитку регіонів:

- 1) низька інвестиційна привабливість регіонів та інноваційна активність;
- 2) нерозвинена виробнича та соціальна інфраструктура;
- 3) зростання регіональних диспропорцій у сфері соціально-економічного розвитку регіонів;
- 4) слабкі міжрегіональні зв'язки;
- 5) нераціональне використання людського потенціалу.

Вирішити комплекс цих проблем передбачається на підґрунті використання наступних стратегічних завдань: підвищення конкурентоспроможності регіонів та зміцнення їх ресурсного потенціалу; розвиток людських ресурсів; розвитку міжрегіональної співпраці; створення інституційних умов для розвитку регіонів.

Ці пріоритети були визначені домінуючими у більшості регіональних стратегій соціально-економічного розвитку регіонів України в докризовому періоді.

Але світова економічна криза, на нашу думку, поставила перед регіонами низку важливих завдань щодо необхідності внесення коректив у процес стратегічного планування регіонального розвитку.

У посткризовий період на перше місце виходять проблеми визначення стратегічних пріоритетів та напрямів розвитку регіонів з урахуванням потенціалу внутрішнього ринку та максимізації використання переваг міжрегіонального та міжнародного співробітництва регіонів; пошук «точок зростання» на регіональному рівні та дієвих інструментів їх розкриття та стимулювання. Ці пріоритети регіонального розвитку тісно пов'язані з необхідністю підвищення дієвості договірної фінансування розвитку регіонів; потребою в оптимізації застосування апробованих світовою практикою регіонального розвитку організаційних та інституційних механізмів реалізації регіональних стратегій та необхідність посилення відповідальності за їх виконання. Механізми та інструменти комплексної реалізації поставлених завдань стратегічного планування регіонального розвитку в Україні чітко не визначені, що обумовлює зростання інтересу науковців і практиків до вирішення важливих питань.

На сьогодні існують недоліки процесів інвестиційного стратегічного розвитку регіонів, зокрема [3, с. 12-27]:

- відсутність у деяких регіонів затверджених стратегій розвитку регіонів (Дніпропетровська, Харківська області);
- надмірна формалізація процедур розроблення і затвердження інвестиційних стратегій;
- декларативний характер більшості стратегій розвитку регіонів. У процесі розроблення та прийняття стратегії інвестиційного розвитку відповідного регіону переважно рішенням обласних державних адміністрацій її зміст визначається як обов'язків до виконання;
- наявність конфліктів. Конфлікти між обласними державними адміністраціями, обласними радами та групами впливу на рівні регіону, а також різне бачення пріоритетів інвестиційного розвитку регіонів, що є суттєвою перешкодою своєчасній підготовці відповідних регіональних стратегій;

- інертність центральних органів виконавчої влади щодо підготовки, тривалості процедур їх розроблення та укладання, залежність цих процедур від політичної кон'юнктури;

- пріоритет щодо розвитку лише регіонів з високим та середнім рівнем розвитку. На сьогодні більше уваги приділяють розвиненим регіонам, а щодо розвитку тих регіонів, що найбільш потребують застосування ефективних механізмів та інструментів стимулювання соціально-економічного розвитку, мають відсталу інфраструктуру, несприятливе життєве середовище та в цілому демонструють ознаки депресивності, не звертають увагу;

- різна структура джерел фінансування. Різняться частки участі держави, а також інших джерел фінансування: частки фінансування з місцевих бюджетів та інших джерел фінансування проектів. Такі структурні пропорції пов'язані і з галузевим спрямуванням проектів, із наявністю потужного приватного капіталу.

Досягнення цілей, визначених стратегіями інвестиційного розвитку регіону, має базуватися на створенні умов для вирішення існуючих проблем.

Безпосередніми виконавцями основних завдань, пов'язаних із реалізацією на практиці стратегій, є місцеві владні структури, органи місцевого самоврядування, державні установи та організації. Таким чином, реалізація інвестиційної стратегії регіону має стати результатом злагоджених загальних зусиль, консолідуючим чинником для всіх конструктивних сил.

Запровадження стратегій розвитку регіонів відбувається і процесі розроблення та реалізації на її базі комплексу заходів [2, с. 28-35]:

1. План заходів щодо реалізації стратегії, під час яких мають реалізовуватися визначені нею завдання, відповідні органи, терміни виконання, орієнтований обсяг фінансування, джерела фінансування та очікуванні результати.

2. Щорічні програми соціально-економічного розвитку регіону, перегляд виконаних стратегічних завдань, розробка та запропонування удосконалення нових заходів розвитку регіону.

3. Цільові регіональні програми, спрямовані на вирішення специфічних проблем регіональної економіки, досягнення гарантованого соціального захисту населення, розв'язання глобальних ситуацій зовнішньоекономічної діяльності та екологічній безпеки.

4. Стратегії розвитку внутрішніх територій регіону, що визначають основні пріоритети та цілі розвитку територій в рамках реалізації загальних пріоритетів та завдань, передбачених стратегією та цільовими програмами.

Керованість та ефективність реалізації стратегії інвестиційного розвитку регіонів забезпечується завдяки формуванню дієвого інформаційного супроводу:

- налагодження систем збору, узгодження та використання статистичної, аналітичної, нормативної інформації для прийняття управлінських рішень на регіональному рівні;
- системний моніторинг соціально-економічного розвитку та стану навколишнього середовища;
- відкритість та прозорість діяльності місцевих органів виконавчої влади, зокрема регульоване інформування громадськості про основні проблеми соціально-економічного та культурного розвитку регіону, та шляхи їх подальшого вирішення;
- активізація участі населення та громадських об'єднань регіону в підготовці, обговоренні та вирішенні питань розвитку регіонів.

Таким чином, успішний розвиток інвестиційної діяльності можливий за умови створення сприятливого інвестиційного клімату як в регіоні, так і в країні в цілому, що, в свою чергу, потребує проведення ефективної державної політики у сфері інвестування.

Розгляд інвестиційної діяльності тільки в методологічному аспекті не дає повного уявлення про її природу, оскільки вона складається з результатів дії безлічі факторів і вимагає формування системи регулювання, що забезпечує ряд властивостей, таких як ефективність, керованість, відповідність інтересам державного розвитку, забезпечення економічної, соціальної, екологічної безпеки та ін.

#### **Список використаних джерел:**

1. Законом «Про стимулювання розвитку регіонів» від 08.09.2005 року № 280-IV.
2. Нижній М.І. Науковий супровід соціально – економічного розвитку регіонів / М. І. Нижній // Регіональна політика України: Зб.наук.праць. – К.: Інститут регіональних досліджень НАН України, 2008. – С. 28-35.
3. Чумаченко Н.Г. Проблеми регіональної політики в Україні / Н. Г. Чумаченко // Людина і політика, № 6, 2006. – С. 12-27.

## ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

**Григораш М.С.**

*студентка,*

*Науковий керівник: Ватченко Б.С.*

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Університет митної справи та фінансів*

### **ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК РЕГІОНІВ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Інвестиційне забезпечення відіграє дедалі визначну роль в реалізації інноваційної діяльності регіону. Однак, незважаючи на велике практичне значення регіонального аспекту економічної політики інноваційного розвитку, ця проблема не стала предметом прискіпливої уваги теоретиків та практиків у галузі соціально-економічного прогнозування та програмування. В зв'язку з цим питання залучення та ефективного використання інвестиційних ресурсів для забезпечення інноваційного розвитку регіону є актуальними [2].

Проблема забезпечення конкурентоспроможності національної економіки на основі впровадження інновацій значною мірою має регіональний характер. Кожен регіон відрізняється своїми конкурентними перевагами і специфічними ресурсами, які необхідно задіяти у найкращій спосіб при переході до інноваційного типу розвитку в Україні.

Майкл Е. Портер довів, що конкурентоспроможність залежить від здатності країни впроваджувати нововведення та модернізуватися. Причому конкурентні переваги створюються та підтримуються через локалізовані процеси. В умовах глобалізації проблема конкурентоспроможності – це проблема виживання та розвитку країни. В цих умовах необхідно, щоб інноваційний розвиток став основним чинником забезпечення конкурентоспроможності її економіки та зростання валового внутрішнього продукту на душу населення (ВВП) [1].

Конкурентоспроможність України є відносно низькою: у рейтингу «Індексу глобальної конкурентоспроможності 2015–2016» Україна знаходиться на 79 місці зі 140 країн [3].

На підприємствах України низькою залишається питома вага підприємств, що впроваджують інновації (у 2014 р. – 9,8%). Низькою є також питома вага інноваційної продукції в обсязі промислової (у 2014 р. – 2,4%). Так, у 2014 році загальний обсяг фінансування



інноваційної діяльності становив 7695,9 млрд. грн. У 2014 р. спостерігалось скорочення як загальної суми інноваційних витрат на 1866,7 млн. грн., так і витрат, що припадають у середньому на одне підприємство – 6,38 млн. грн. проти 7,15 млн. грн. Зменшилася кількість інноваційно-активних підприємств не тільки в Донецькій і Луганській областях, а й в Одеській, Миколаївській та в регіонах, що не межують з гарячими точками, – в Кіровоградській, Тернопільській, Вінницькій, Хмельницькій, Чернігівській, Чернівецькій областях. Однією з головних причин зазначеного є глибока соціально-економічна криза і падіння курсу національної валюти. У 2014 р. фінансування витрат на інновації за рахунок коштів державного бюджету та позабюджетних фондів збільшилося на 319,40 млн. грн. та 30,68 млн. грн. відповідно. Збільшилися також їхні частки у загальному обсязі фінансування.

З метою здійснення нововведень у 2014 році 154 підприємства придбали нові технології (в Україні та за її межами), з них 54 підприємства придбали технології за кордоном. Найактивнішими щодо придбання технологій були підприємства з виробництва харчових продуктів – 19,5% від загальної кількості підприємств, які займалися придбанням нових технологій, з виробництва машин і устаткування – 9,1%, виробництва хімічних речовин і хімічної продукції – 6,5%. У 2014 році промисловими підприємствами придбано 426 нових технологій в Україні та 117 – за її межами (у 2013 р. – 512 та 139 технологій відповідно).

Зазначені особливості інноваційної діяльності в Україні дозволяють віднести її до інноваційних моделей розвитку, які базуються більшою мірою на запозиченні інновацій, які відтворюють фізичний капітал на основі технологій, вже існуючих у розвинутих країнах [4].

Найбільш конкурентоспроможні країни є найбільш заможними. За даними 2013 року лідери серед них – Швейцарія (1 місце), Сінгапур (2 місце), Фінляндія (3 місце), Швеція (3 місце), Німеччина (4 місце), США (5 місце). Україна, як зазначалося, за конкурентоспроможністю на 76 місці [5].

Україна має певні невикористані конкурентні переваги для активізації інноваційного процесу, в тому числі для імпорту інновацій. Зберігся значний науково-технічний потенціал у ракето- і літакобудуванні, важкому машинобудуванні тощо. Перехід економіки України до моделі інноваційного розвитку потребує подолання «елітної» корупції та переходу до економічних відносин, в яких право і закон будуть відігравати визначальну роль, захищаючи добросовісну конкуренцію та набуті у законному порядку права власності [1].

Можливості в Україні для інноваційного розвитку економіки є і вони повинні повноцінно використовуватись. Проте інноваційний

розвиток регіонів гальмується недостатністю бюджетного фінансування інноваційних проектів, слабкістю інноваційної інфраструктури, втратою творчого потенціалу кадрів. Інноваційна діяльність в Україні потребує міжгалузевого технологічного обміну, зміцнення зв'язків компаній з університетами та науково-дослідними інститутами, розвитку міжнародної науково-технічної кооперації, венчурного інвестування в нові прогресивні розробки, створення інноваційної інфраструктури, широкого застосування інформаційних технологій тощо. Спрямування сьогоднішніх інвестицій в освіту, науку і нові технології усіх без винятку регіонів стане запорукою стрімкого розвитку їх економіки і держави в цілому у найближчому майбутньому. Перехід економіки України на інноваційний тип розвитку не має альтернативи. Якщо цього не відбудеться, наша країна просто не буде мати майбутнього. Держава має враховувати конкурентні переваги і специфічні ресурси різних регіонів, сприяти формуванню їх самодостатності та конкурентоспроможності.

На сьогодні Україна продовжує розвиватися без суттєвого використання свого інноваційного потенціалу. Інноваційна продукція освоюється в основному шляхом використання науково-технічних надбань попередніх років. Такий тип інноваційного розвитку має досить вузькі межі і не дає можливості підтримувати конкурентоспроможність вітчизняних підприємств протягом тривалого періоду.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ахромкін Е. М. Інноваційний розвиток регіонів як чинник конкурентоспроможності економіки України / Е. М. Ахромкін [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/VSUNU/2010\\_11\\_2/Ahromin.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VSUNU/2010_11_2/Ahromin.pdf).
2. Беленький П. Ю. Інвестиційно-інноваційне забезпечення конкурентоспроможності регіону / П. Ю. Беленький, В. І. Шевченко-Марсель, О. О. Другов. – Львів, 2006. – 129 с.
3. The Global Competitiveness Index 2015-2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://widgets.weforum.org/global-competitiveness-report-2015>.
4. Аналітична довідка «Стан розвитку науки і техніки, результати наукової, науково-технічної, інноваційної діяльності, трансферу технологій за 2014 рік» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.mon.gov.ua/img/zstored/files.pdf>.
5. Українська туристична галузь: між Македонією та Албанією [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://vgolos.com.ua/articles/ukrainska\\_turystychna\\_galuz\\_mizh\\_makedoniieyu\\_ta\\_albaniieyu\\_108550.html?print](http://vgolos.com.ua/articles/ukrainska_turystychna_galuz_mizh_makedoniieyu_ta_albaniieyu_108550.html?print).

# ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

**Мороз А.М.**

*студентка,*

*Чернівецький національний університет  
імені Юрія Федьковича*

## **ПРОГРАМИ УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТИВНІСТЮ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Враховуючи першочергову важливість підвищення продуктивності праці для конкурентоспроможності підприємства, керівники і спеціалісти всіх рівнів у перспективних організаціях повинні розробляти і впроваджувати програми управління продуктивністю [1]. Основними функціями управління продуктивністю є визначення цілей, організація програми управління продуктивністю праці.

Ураховуючи першочергову важливість підвищення продуктивності праці для конкурентоспроможності підприємства, керівники і спеціалісти всіх рівнів повинні розробляти та впроваджувати програми управління продуктивністю.

Успішна реалізація довгострокових програм управління значною мірою зумовлена якістю процесу планування на ранніх стадіях розроблення програм.

Цілями програми є:

- ефективне використання людських ресурсів;
- мінімізація втрат виробництва;
- створення ефективної системи вимірювання продуктивності праці, тобто визначення межі й показників цілей цієї системи.

Кожен підхід до підвищення продуктивності праці охоплює:

- організаційні форми підвищення продуктивності праці;
- сфери підвищення продуктивності праці;
- засоби і методи підвищення продуктивності праці.

Програми управління продуктивністю праці на підприємстві включають такі етапи:

- вимірювання та оцінювання досягнутого рівня продуктивності на підприємстві в цілому і за окремими видами праці зокрема;
- пошук і аналіз резервів підвищення продуктивності на основі інформації, одержаної в ході вимірювання й оцінювання;

- розроблення плану використання резервів підвищення продуктивності праці, який повинен включати конкретні заходи і терміни їх реалізації, передбачати фінансування витрат на ці заходи й очікуваний економічний ефект від їх упровадження, визначати відповідальних виконавців;

- розроблення систем мотивації працівників до досягнення запланованого рівня продуктивності;

- контроль за реалізацією заходів, передбачених планом і всією програмою, й регулювання їх виконання;

- вимірювання та оцінювання реального впливу передбачуваних заходів на зростання продуктивності праці [2]. Одним із основних факторів, що впливають на підвищення продуктивності праці є підвищення технічного рівня виробництва, а саме підвищення рівня механізації і автоматизації виробничих процесів; вдосконалення технології і підвищення технологічної оснащеності виробництва; підвищення якості продукції; зміна технічно-конструктивних характеристик виробництва; введення нових видів і покращення використання сировини, матеріалів, напівфабрикатів, палива і енергії.

Важливим засобом здійснення механізації виробництва є модернізація устаткування, тобто оновлення й удосконалення функціонуючого устаткування, незначні зміни його конструкцій. Це можна досягти збільшенням потужності і робочих швидкостей устаткування, механізацією та автоматизацією допоміжних робіт (подача, зняття, транспортування і контроль виробів) і автоматизацією управління устаткування [4].

Одним із елементів вдосконалення технології є хімізація виробництва. Хімізація виробництва вносить докорінні зміни в технологічні процеси, інтенсифікує, прискорює їх, поліпшує техніко-економічні показники виробничих процесів, використання сировини, сприяє підвищенню якості продукції.

Поліпшення використання засобів праці здійснюється за двома принципами:

- екстенсивним – збільшення часу їх роботи через скорочення простоїв, введення в дію не використовуваного устаткування, підвищення коефіцієнта змінності в національних розмірах, скорочення строків ремонту тощо;

- інтенсивним – поліпшення використання машин та устаткування за одиницю часу через упровадження прогресивних технологічних процесів [3].

Узагальнюючи усе вище сказане, можна зробити висновок, що продуктивність праці – це показник, який відображає співвідношення кількості продукції, що виробляється в процесі праці, та затрат праці на

її виготовлення. Підвищення продуктивності праці повинно бути на першому плані в діяльності будь-якого підприємства, яке прагне досягти максимального результату при мінімальних затратах, а це, як відомо, – мета абсолютно усіх комерційних організацій, що функціонують в умовах ринку.

**Список використаних джерел:**

1. Електронне джерело: <http://library.if.ua/book/40/2691.html>
2. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудова відносина: підруч. / О.А. Грішнова. – К.: Знання, 2006.
3. Безтелесна Л. Удосконалення механізму мотивації продуктивності найманих працівників //Україна: аспекти праці. – 2006.
4. Вітвіцький В. В. Системна теорія продуктивності // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 6.

## **БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ**

**Борис Т.І.**

*студентка;*

**Долішня Т.І.**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

### **СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ АУДИТУ**

Становлення і розвиток ринкових відносин, поява господарських організацій, які засновані на приватній формі власності, вимагають виконання відповідних форм фінансового контролю. Після виникнення аудиту фінансовий контроль набув іншого змісту, оскільки аудит окрім контрольних, аналітичних, консультативних функцій, здійснює забезпечення підвищення ефективності функціонування системи економічного контролю. Сьогоднішні реалії господарювання об'єктивно обумовлюють необхідність подальшого розвитку аудиту. Професійної діяльності, якій притаманна така характерна риса як прийняття відповідальності перед суспільством. Остання є базисом мети аудиторської діяльності – задоволення основних потреб, які хоче отримати суспільство: довіра, професіоналізм, якість послуг, конфіденційність.

Вагомий внесок у розвиток аудиту зробили такі економісти-науковці, як Білуха М.Т. [1], Бутинець Ф.Ф. [2], Давидов Г.М. [3], Савченко В.Я. [4], Е.А. Аренс і Дж.К. Лоббек [5], Р. Адамс [6], Дж. Робертсон [7] та багато інших.

Однак серед авторів відсутнє єдине тлумачення сутності поняття аудит. Окрім цього в Законі України «Про аудиторську діяльність» дається визначення аудиту як перевірки даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності суб'єкта господарювання з метою висловлення незалежної думки аудитора про її достовірність в усіх суттєвих аспектах та відповідність вимогам законів України, положень(стандартів) бухгалтерського обліку або інших правил (внутрішніх положень суб'єктів господарювання) згідно із вимогами користувачів [8]. На нашу думку, це тлумачення не повністю розкриває сутність поняття аудиту.

Метою даного дослідження є уточнення сутності поняття аудиту в контексті сьогоднішніх економічних реалій.

На думку економістів Е.А. Аренса і Дж.К. Лоббека, аудит – це процес, за допомогою якого компетентний незалежний працівник нагромаджує і оцінює свідчення про інформацію, яка підлягає кількісній оцінці і належать до специфічної господарської діяльності, щоб визначити і виразити у своєму висновку ступінь відповідності цієї інформації встановленим критеріям [5].

Аудит – незалежна перевірка і вираження думки про фінансову звітність підприємства. Саме так тлумачить це поняття Рой Додж [9].

Бутинець Ф.Ф. схиляється до того, що аудит – це підприємницька діяльність аудиторів (аудиторських фірм) по здійсненню перевірок стану бухгалтерської звітності, документального оформлення фактів господарського життя та інших фінансових зобов'язань і вимог з метою встановлення достовірності їх фінансової звітності та відповідності здійснених ними господарських операцій нормативним і законодавчим актам; аналізу фінансового стану та виявлення можливості покращання діяльності, а також надання консультаційних послуг з різних обліково-економічних та правових питань [2].

На думку Білухи М.Т. аудит відноситься до інтелектуальної діяльності, яка передбачає дослідження фінансово-господарської діяльності з метою поліпшення її та підвищення прибутковості відповідно до замовлень, виданих за угодами між аудиторськими організаціями та суб'єктами підприємницької діяльності [1].

Савченко В.Я. вважає, що аудит – це вид підприємницької діяльності аудиторів або аудиторських фірм, які покликані захищати інтереси власників, інвесторів, держави [4].

За Давидовим Г.М. аудит – це незалежна перевірка публічної бухгалтерської звітності, обліку, первинних документів та іншої інформації щодо фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання з метою визначення достовірності звітності, обліку, його повноти і відповідності чинному законодавству та встановленим нормативам [3].

Р. Адамс наводить класичне висловлення, яке не один раз було висловлено багатьма економістами, проте заслуговує на те, щоб знову його нагадати: «Без аудиту немає надійності рахунків. Без надійності рахунків немає контролю. А без контролю, що вартує влада?» [6, с. 18].

Відомий американський фахівець у галузі теорії та практики аудиту професор Дж. Робертсон наголошує: «Аудит – це діяльність, спрямована на зменшення підприємницького ризику. Аудит сприяє зменшенню до прийняттого рівня інформаційного ризику для користувачів фінансових звітів» [7].

Рудницький В.С. вважає, що аудит – це процес, за допомогою якого компетентний працівник збирає і нагромаджує дані про господарські

явища і факти з метою їх об'єктивної кількісної й якісної оцінки, визначення відповідності встановленим критеріям та надання зацікавленим користувачам достовірної інформації про об'єкти дослідження [10, с. 7].

Узагальнюючи вищенаведені тлумачення поняття аудиту, можемо згрупувати їх в такі три групи:

1) аудит – це вид підприємницької діяльності, яка здійснюється незалежною аудиторською фірмою для перевірки фінансової звітності, відповідності діяльності підприємства чинному законодавству. Цієї думки притримуються Бутинець Ф.Ф. і Савченко В.Я.;

2) з тверджень Рудницького В.С., Аренса Е., Лоббека Дж.К., Давидова Г.М. і Доджа Р. впливає думка, що аудит являє собою незалежну перевірку або ж процес, протягом якого здійснюється перевірка бухгалтерської звітності і первинних документів фінансово-господарської діяльності підприємства;

3) аудит є діяльністю, яка спрямована на зниження підприємницького ризику і підвищення ступеня надійності діяльності підприємства для збільшення його ефективності (Р. Адамс, М.Т. Білуха і Дж. Робертсон).

Окремо, виділимо трактування професора Давидова Г.М., який у своїх працях визначає аудиторську діяльність як гармонійне поєднання трьох сфер: окремого виду підприємницької діяльності, професії і галузі економічної науки. «Теорія освітлює шлях практиці. Без теорії практика сліпа. В свою чергу критерієм істини є практика. Тільки практика є основою для перевірки життєвості практичних наробок» [4].

Таким чином, ґрунтуючись на вищевикладеному матеріалі, прийшли до висновку, що аудит – це одна із прогресивних форм господарського контролю; незалежна перевірка, яка здійснюється аудитором відповідно до вимог договору на його проведення і передбачає проведення діагностики і застосування консультаційних дій особою, яка має професійні навички в сфері обліку, оподаткування, аналізу і в кінцевому результаті формування висновку про достовірність інформації у фінансових звітах і доведення її до відома клієнта.

Перспективи подальших досліджень вбачаються у необхідності уточнення функцій, завдань аудиту з метою розуміння сутності аудиту, його необхідності та важливості на даному етапі розвитку економіки в Україні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Білуха М.Т. Курс аудиту: підручник / М.Т. Білуха. – К.: Вища шк. – знання, 1999. – 574 с.
2. Бутинець Ф.Ф. Аудит / Ф.Ф. Бутинець. – Житомир: ПП «Рута», 2002. – 672 с.



3. Давидов Г.М. Аудит: формування теоретичних засад / Г.М. Давидов / Наукові праці Кіровоградського державного технічного ун-ту: Економічні науки, Вип. 5, Ч. II. – Кіровоград: КДТУ, 2004. – С. 26-37.
4. Савченко В.Я. Аудит: навч. посібник / В.Я. Савченко. – К.: КНЕУ, 2002. – 322 с.
5. Аренс Э.А. Аудит / Э.А. Аренс, Дж.К. Лоббек; пер. с англ.; гл. редактор сериї проф. Я.В.Соколов. – М.: «Финансы и статистика», 2001. – 560 с.
6. Адамс Р. Основы аудиту / Р. Адамс; пер. с англ. под. ред. Я.В. Соколова. – М.: Аудит: ЮНИТИ, 1995. – 398 с.
7. Робертсон Дж.: Аудит / Дж. Робертсон; пер. с англ. – М.: КРМГ, аудиторська фірма «Контакт», 1993. – 474 с.
8. Про аудиторську діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 22.04.1993 р. № 3126-ХІІІ (редакції Закону від 14.09.2006, ВВР, 2006, № 44, ст.432) (із останніми змінами від 01.01.2016, підстава 835-19). – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/3125-12>.
9. Додж Рой. Краткое руководство по стандартам и нормам аудита / Рой Додж. – М.: Финансы и статистика; ЮНИТИ, 1992. – 240 с.
10. Рудницький В.С. Методологія і організація аудиту: монографія / В.С. Рудницький. – Тернопіль: «Економічна думка», 1998. – 196 с.

**Селезньова В.І.**

*студентка,*

*Вінницький торговельно-економічний інститут*

*Київського національного торговельно-економічного університету*

## **АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ**

Станом на сьогодні, мабуть, кожне підприємство прагне знати на яку продукцію найвищий попит, які витрати йдуть на його виробництво, скільки становить дохід від його реалізації та прагне збільшити конкурентоспроможність, вдосконалюючи управління прибутками і витратами. Для керівництва підприємством і прийняття ним ефективних рішень необхідним є надання більш детальної інформації, яку не завжди містить податкова чи фінансова звітність. Підприємство має право самостійно розробити систему і форми внутрішньогосподарського (управлінського) обліку, звітності і контролю. Розробка і введення управлінського обліку на підприємствах – це частина загального процесу реформування системи бухгалтерського обліку в Україні. Часто внутрішня інформація, що міститься та обробляється у структурних підрозділах узагальнена і не містить конкретизації. Це свідчить

небажання та недостатню кваліфікацію керівників підрозділів підприємства створювати і розвивати систему інформатизації та документообігу, який забезпечував би надання точних та коректних даних для прийняття ефективних рішень на рівні відповідного підрозділу, і на рівні підприємства загалом. Тому питання впровадження управлінського обліку на підприємствах в Україні є досить актуальними.

Управлінський облік (Managerial Accounting) – це процес виявлення, вимірювання, накопичення, аналізу, підготовки, інтерпретації та передачі інформації, що використовується управлінською ланкою для планування, оцінки і контролю всередині організації та забезпечення відповідного підзвітного використання ресурсів. Управлінський облік є складником процесу управління та надає інформацію, важливу для: визначення стратегії та планування майбутніх операцій підприємства, контролювання її поточної діяльності, оптимізації використання ресурсів, оцінки ефективності діяльності, зниження рівня суб'єктивності в процесі прийняття рішень. Інформація управлінського обліку охоплює всі стадії інформаційного потоку управлінського циклу: планування, визначення реалізації планів (контроль, зворотний зв'язок), інтерпретацію результатів, визначень та узагальнення базової інформації для прийняття певних управлінських рішень і орієнтована на внутрішнього користувача – конкретного керівника підприємства, служби, відділу або функціонального підрозділу. При цьому потреба керівника в інформації для прийняття раціональних управлінських рішень і контролю за їх виконанням залежатиме, по-перше, від функціональної галузі, в якій він спеціалізується, по-друге, від його положення в організаційній структурі підприємства.

Для створення ефективної системи управлінської звітності потрібні такі ресурси: вихідні дані; форма та зміст системи звітності, узгоджені з керівництвом; метод накопичення та впорядкування інформації. Форма подання інформації має бути легкою для сприйняття користувачем і зорієнтована на те, що користувач знайомиться з питанням вперше. Регулярні й точні управлінські звіти дадуть керівництву необхідну інформацію для прийняття раціональних рішень, сприяючи таким чином успішному розвитку підприємства. Щодо фінансової звітності, то порядок і терміни подання встановлені чинним законодавством і підлягають обов'язковому виконанню.

Бухгалтерський облік дає можливість оцінити результати діяльності всього підприємства в цілому, тоді як управлінський облік – у межах окремих центрів відповідальності та залежно від мети надання управлінської інформації [1, с. 214].

Розвиток управлінського обліку на сучасному етапі полягає в поєднанні таких функцій, як планування, облік, контроль і аналіз.

Результатом такого поєднання має бути система інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень, обслуговувати яку повинен управлінський облік.

Українська економіка перебуває в перехідному стані, тобто планової економіки як такої вже не існує, а ринкова не утвердилася остаточно. Вітчизняні компанії не мають досвіду роботи, до того ж, кожна має свій. За цих умов кожне підприємство підходить до порцесу побудови системи управлінського обліку індивідуально. Через все це сфера діяльності стосовно запровадження системи управлінського обліку в українських підприємствах є галуззю тільки теоретичних знань і припущень у сукупності з намаганнями фахівців випробувати світовий досвід. Таким чином, на основі інформації про витрати сировини та матеріалів за кожну зміну в розрізі видів виробів і даних про вихід продукції можна й необхідно аналізувати результати виробничого процесу зіставлення фактичних даних із нормативними, виявити відхилення та оперативно визначити причини цього, що дасть можливість своєчасно впливати на хід того чи іншого процесу, коригувати в потрібному напрямі [2, с. 287].

#### **Список використаних джерел:**

1. Бутинець Ф.Ф. Організація бухгалтерського обліку: Навч. посібник. – Житомир: РУТА, 2001. – 214 с.
2. Василик О.Д. Теорія фінансів. – К: НІОС, 2006. – 287 с.
3. Грабова Р.Є. Енциклопедія бухгалтерського обліку. – К.: Галицькі контракти, 2004. – 832 с.

**Сліпченко Г.М.**

*аспірант,*

*Національна академія статистики, обліку та аудиту*

### **ЩОДО ЗДІЙСНЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ РОЗРАХУНКІВ З БЮДЖЕТОМ ЗА ПОДАТКОМ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ**

Теоретичні аспекти внутрішнього контролю висвітлено в працях таких вчених як: Ф.Ф. Бутинець, Т.А. Бутинець, В.Ф. Максимової, В.О. Шевчука та інших. Однак аналіз наукової літератури свідчить, про те що вчені досліджують здебільше загальні питання організації та методики внутрішнього контролю дебіторської та кредиторської заборгованості суб'єкта господарювання та проблеми організації

контролю контролюючими органами. Проте теоретичні основи організації та методики внутрішнього контролю розрахунків з бюджетом за податком на додану вартість з урахуванням діючого податкового законодавства недостатньо досліджені. Все це обумовлює актуальність даної доповіді та її цілі – розроблення ефективної методики внутрішнього контролю розрахунків з бюджетом за податком на додану вартість.

Податок на додану вартість – непрямий податок, який нараховується і сплачується у відповідності норм розділу V Податкового кодексу України (ПКУ) [1]. От же можна стверджувати, що метою внутрішнього контролю розрахунків з бюджетом за ПДВ в узагальненому вигляді є забезпечення доцільності, законності та достовірності відображення розрахунків з бюджетом за податком на додану вартість суб'єктом господарювання платником податку у відповідності до Податкового кодексу України [1].

В частині контролю розрахунків з бюджетом за ПДВ необхідно визначити об'єкти та предмети контролю (рис. 1).

<b>Розрахунки з бюджетом за ПДВ</b>
об'єкт контролю:
<b>1.Операції, пов'язані з нарахуванням податкових зобов'язань за ПДВ(ПЗ)</b>
<b>2.Операції, пов'язані з нарахуванням податкового кредиту за ПДВ(ПК)</b>
<b>3.Операції, пов'язані зі сплатою зобов'язання за ПДВ</b>
предмет контролю:
<b>1.Достовірність та правильність нарахування ПДВ</b>
<b>2.Повнота та своєчасність сплати зобов'язання за ПДВ</b>

**Рис. 1. Об'єкт та предмет внутрішнього контролю розрахунків за ПДВ**

Основними завданнями внутрішнього контролю розрахунків з бюджетом за податком на додану вартість є:

- 1) перевірка правильності визначення об'єкта та бази оподаткування;
- 2) перевірка правильності встановлення ставки податку до бази оподаткування;
- 3) перевірка правильності нарахування податкових зобов'язань за податком на додану вартість платника податку;
- 4) перевірка правильності нарахування податкового кредиту за податком на додану вартість платника податку;
- 5) перевірка повноти та своєчасності сплати зобов'язання за податком на додану вартість до Державного бюджету України;

б) перевірка правильності відображення розрахунків з бюджетом за податком на додану вартість в деклараціях за звітний (податковий) період;

7) перевірка стану бухгалтерського обліку розрахунків з бюджетом за податком на додану вартість;

8) перевірка правильності відображення розрахунків з бюджетом за податком на додану вартість в фінансовій звітності суб'єкта господарювання.

Завдання внутрішнього контролю розрахунків за ПДВ безпосередньо впливають на методикау його здійснення.

За часом проведення внутрішній контроль розрахунків з бюджетом за податком на додану вартість поділяється на попередній, поточний і наступний (табл. 1-табл. 3).

1. Попередній контроль – передбачає контроль до здійснення операцій, пов'язаних з нарахуванням та сплатою (перерахуванням) податку на додану вартість.

Таблиця 1

### Здійснення попереднього контролю розрахунків за ПДВ

№	Процедури контролю	Інформаційне забезпечення
1	Перевірка наявності контрагента в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб	Витяг, виписка або довідка з Єдиного державного реєстру юр.осіб
2	Перевірка наявності контрагента в Реєстрі платників податку на додану вартість	Довідка з реєстру платників податку на додану вартість
3	Перевірка оформлення господарських відносин з контрагентом	Договір, контракт, специфікації до контракту, рахунки, інвойси

2. Поточний контроль – передбачає здійснення контролю під час нарахування та сплати(перерахування) податку на додану вартість.

3. Наступний контроль – передбачає комплексну перевірку операцій з нарахування та сплати(перерахування) податку на додану вартість, після того як вони відбулися. Такий контроль має здійснюватися за підсумками звітного(податкового) періоду. Не можна погодитися з М.М. Шигун та К.К. Уллубієвою [2, с. 85], щодо здійснення такого контролю виключно перед поданням декларації за податком на додану вартість. Адже у відповідності до статті 50ПКУ [1] до платника податку суб'єкта господарювання не засовуються штрафи у разі виправлення помилок поданням нової звітної декларації за ПДВ до закінчення граничного строку за такий самий звітний період.

Таблиця 2

**Здійснення поточного контролю розрахунків за ПДВ**

<b>№</b>	<b>Процедури контролю</b>	<b>Інформаційне забезпечення</b>
1	Перевірка залишку коштів на електронному рахунку в СЕА ПДВ	Витяг з СЕА ПДВ щодо залишку коштів на рахунку
2	Перевірка наявності податкових накладних, розрахунків коригування	Витяг з Єдиного реєстру податкових накладних, податкові накладні, розрахунки коригування, реєстр податкових накладних та розрахунків коригування, інші документи
3	Перевірка правильності заповнення обов'язкових реквізитів податкових накладних, розрахунків коригування	податкові накладні, розрахунки коригування, витяг з ЄРПН
4	Перевірка граничного терміну для реєстрації в ЄРПН податкових накладних, розрахунків коригування	податкові накладні, розрахунки коригування, банківські виписки, платіжні доручення, накладні, акти виконаних робіт та надання послуг
5	Перевірка реєстрації податкових накладних та розрахунків коригування в ЄРПН	податкові накладні, розрахунки коригування, витяг з ЄРПН, квитанції № 1 щодо реєстрації в ЄРПН
6	Перевірка реєстраційного ліміту за ПДВ в системі електронного адміністрування ПДВ (СЕА ПДВ)	Витяг щодо суми податку, на яку платник має право зареєструвати податкові накладні та розрахунки коригування в ЄРПН

Одже вважаємо, що наступний контроль розрахунків з за ПДВ може здійснюватися як до подання звітної(податкової) декларації за ПДВ, так і після її подання до Державної фіскальної служби України (ДФСУ), але в граничні терміни подання звітності за таким податком.

За результатами доповіді з'ясовано, що правильно та своєчасно організований внутрішній контроль розрахунків дає можливість платнику податку:

- охопити перевіркою всі операції щодо розрахунків з бюджетом за податком на додану вартість та попередити порушення чинного законодавства України;

Таблиця 3

**Здійснення наступного контролю розрахунків за ПДВ**

<b>№</b>	<b>Процедури контролю</b>	<b>Інформаційне забезпечення</b>
1	Перевірка правильності відображення в бухгалтерському обліку ПЗ ПДВ	Податкові накладні, розрахунки коригування, первинні документи з продажу ТМЦ
2	Перевірка правильності відображення в бухгалтерському обліку ПК ПДВ	Податкові накладні, розрахунки коригування, первинні документи з придбання ТМЦ
3	Перевірка правильності відображення розрахунків з бюджетом за ПДВ	Декларації ПДВ з додатками за звітний(податковий) період, фінансова звітність платника податку
4	Перевірка правильності відображення сплати ПДВ	Платіжні доручення, виписки банку, витяг з СЕА щодо залишків на електронному рахунку платника податку.

• сприяє чіткому документуванню розрахунків за ПДВ та повній реєстрації даних первинного обліку в бухгалтерських регістрах, а також повному та правдивому відображенні інформації у звітності.

Порушені питання не є вичерпними та потребують доповнень, змін, уточнень та конкретизації.

**Список використаних джерел:**

1. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

2. Шигун М.М., Уллубієва К.К. «Методичний інструментарій внутрішнього контролю розрахунків за ПДВ» / М.М. Шигун, К.К. Уллубієва // Вісник ХНУ. – 2012. – С. 83-85.

**Федоришин М.М.**

*студентка,*

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ ОБЛІКУ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ В УМОВАХ ЕЛЕКТРОННОГО АДМІНІСТРУВАННЯ**

Як відомо, основним елементом наповнення державного бюджету, безперечно, є податки. Серед них важливе місце належить податку на додану вартість. При цьому, сучасні соціально-економічні умови, які склалися в Україні, вимагають законодавчого вдосконалення теоретичної та методологічної системи ведення бухгалтерського обліку, в тому числі і щодо ПДВ.

Варто зазначити, що у минулому 2015 році відбувалися безперервні податкові зміни, в тому числі й в плані оподаткування ПДВ. Податковим законодавством було введено нові правила електронного адміністрування ПДВ. Враховуючи це, актуальним є узгодження нового механізму адміністрування ПДВ з порядком відображення на рахунках бухгалтерського обліку даних операцій.

Всі податкові накладні та податкова звітність з ПДВ починаючи з 1 січня 2015 року, подаються до контролюючого органу платниками податку в електронній формі, за винятком документів, які дають право на податковий кредит без наявності податкової накладної. Принциповим моментом є те, що право на податковий кредит підтверджуватиметься тими податковими накладними, які зареєстровані в ЄРПН.

Платник податку має право зареєструвати податкові накладні в ЄРПН на суму податку ( $\Sigma$ Накл), обчислену за формулою, зазначеною в пункті 200<sup>1</sup>.3 статті 200<sup>1</sup> ПКУ [1].

Сплачується ПДВ до бюджету в нових умовах шляхом перерахування коштів в сумі податкових зобов'язань, що задекларовані до сплати у відповідний звітний період з поточного рахунку платника податку на його рахунок в системі електронного адміністрування ПДВ, який повинен бути відкритий в Казначействі.

При цьому, платник не зможе зареєструвати видану податкову накладну, якщо суми податкового кредиту на такому рахунку буде недостатньо. В даному випадку, контрагент (покупець) такого платника податку не матиме негайного права на податковий кредит. Відповідно, щоб виправити ситуацію, платник податку повинен перерахувати необхідну суму (різницю між сумою, на яку платник податку бажає виписати податкову накладну і сумою, яка перебуває на ПДВ-рахунку на час виникнення податкового зобов'язання з ПДВ) на електронний рахунок. Таким чином, платник податку повинен контролювати залишки



на електронному рахунку ПДВ та систематично його поповнювати. Також, необхідно зазначити, що формулу ліміту реєстрації податкової накладної та розрахунку коригування з 1 січня 2016 року збільшено на новий показник  $\Sigma$ Овердрафт.

Повернути зайво або помилково зараховані кошти до бюджету платники податку зможуть лише не електронний рахунок. Тільки подавши відповідну заяву такі кошти можна повернути на поточний рахунок підприємства.

Такий електронний рахунок вважається активом підприємства, при цьому в Плані рахунків йому призначено субрахунок 315 «Спеціальні рахунки в національній валюті». Сальдо даного субрахунку засвідчує право фірми на виписку податкової накладної.

Вважаємо, що потрібно, окрім цього, передбачити ведення субрахунку 641/ЕА «Розрахунки з ПДВ в системі електронного адміністрування». Кредитове сальдо такого субрахунку міститиме данні про залишок суми сплаченого податкового кредиту з ПДВ при придбанні продукції, що надає право на виписку податкової накладної, а дебетове – про суму податкового зобов'язання, що належить сплатити у звітному періоді.

Ведення бухгалтерського обліку ПДВ в нових умовах зазначено в табл. 1. При цьому, якщо коштів на електронному рахунку буде достатньо, то в такій ситуації, операція № 6 буде відсутня.

Таблиця 1

**Ведення операцій електронного адміністрування ПДВ в обліку**

№	Зміст господарської операції	Кореспондуючі рахунки		Сума
		Дт	Кт	
Коштів на електронному ПДВ-рахунку недостатньо для виписки податкової накладної				
1	Оприбутковано товар	28	631	2000
2	Відображено податковий кредит	641/ПДВ	631	400
3	Здійснено поповнення електронного рахунку	315	641/ЕА	400
4	Відвантажено товар покупцю	361	702	3600
5	Відображено податкове зобов'язання	702	641/ПДВ	600
6	Внесено кошти на електронний рахунок	315	311	200
7	Здійснено розрахунок в СЕА	641/ЕА	315	600
8	Перерахування Казначейством ПДВ до бюджету	641/ПДВ	641/ЕА	200

*Джерело: розроблено автором*

Отже, механізм електронного адміністрування ПДВ на сьогодні не відповідає тим економічним обставинам, що склалися в Україні, адже він може привести до відтоку оборотних коштів підприємств, нарахування необґрунтованих штрафних санкцій та ускладнення умов ведення бізнесу.

**Список використаних джерел:**

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI із змінами, внесеними згідно з Законом № 909-VIII від 24.12.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

## **ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ**

**Бондаренко А.О.**

*студентка;*

**Пономарьова О.Б.**

*старший викладач,*

*Університет митної справи та фінансів*

### **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ ОБОВ'ЯЗКОВОГО МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ**

Зарубіжний досвід багатьох країн із розвинутими системами охорони здоров'я свідчить про те, що медична галузь може ефективно та якісно функціонувати за допомогою існування системи загальнообов'язкового медичного страхування. Медична галузь України, на жаль, розвинута на досить низькому рівні порівнюючи з іншими країнами. Головною причиною є недофінансування цієї галузі з державного бюджету [1].

Мета: визначення можливих шляхів впровадження системи обов'язкового медичного страхування на Україні.

За визначенням Т.А. Говорушко, медичне страхування – це страхування на випадок втрати здоров'я з будь-якої причини, у тому числі у зв'язку з хворобою та нещасним випадком [5].

Сучасний стан системи охорони здоров'я України не дозволяє у повній мірі забезпечити право громадян на медичну допомогу на рівні, передбаченому міжнародними стандартами та законодавством України [6]. На сьогоднішній день страхова медицина виступає реальною альтернативою бюджетному фінансуванню [2].

Міністерство охорони здоров'я України у серпні 2014 року запропонувало Національну стратегію реформування системи охорони здоров'я в Україні на період 2015-2020 років. Мета стратегії полягає у визначенні основних проблем системи охорони здоров'я, стратегічних напрямів та шляхів їх розв'язання для формування нової державної політики у галузі, включаючи нормативні модифікації та введення нових фінансових механізмів для забезпечення прав людини у сфері охорони здоров'я [3].

Обов'язкова форма медичного страхування координується державними структурами. Страхові платежі, які сплачують фізичні та юридичні особи, мають форму податку. Держава контролює витрачання коштів і якість медичних послуг. Страхові платежі концентруються в

страховому фонді, яким керує держава. Обов'язкове медичне страхування охоплює майже все населення і задовольняє основні першочергові потреби, проте воно має певні обмеження як у фінансовому плані, так і щодо передбачення різних ризиків [1].

Однак, впровадження обов'язкового медичного страхування без створення відповідних економічних і політичних передумов у суспільстві може з'явитися безліч проблем. Серед них можна виділити відсутність системи підготовки спеціалістів, неотримання лікарями належних зарплат та премій, відмова страховиків під будь-яким приводом оплатити лікування страхувальника, відсутність законодавства, яке б регулювало медичне страхування, різні погляди чиновників, страховиків та медиків на моделі медичного страхування. Вирішення всіх цих проблем потребує часу, фінансових ресурсів, відповідних фахівців [1].

Досвід ринку добровільного медичного страхування в Україні, що функціонує вже більше як 20 років, може слугувати своєрідним випробувальним майданчиком для впровадження обов'язкового медичного страхування [3].

На сьогодні Україна активно готується до впровадження обов'язкового медичного страхування: тільки з 2000 року було підготовлено 22 законопроекти щодо обов'язкового медичного страхування, але жоден не знайшов підтримки в парламенті [2].

В даний час українські експерти сперечаються щодо двох моделей обов'язкового медичного страхування – єдиний страховий фонд (російська модель) чи послуги надаватимуть кілька страхових компаній (грузинська модель). При цьому повністю запровадити грузинську модель неможливо, оскільки у нас інші вихідні умови – наприклад, набагато більша кількість населення. Обидві моделі мають свої переваги та недоліки. Російська модель передбачає контроль держави – ми в Україні отримали б ще один соціальний фонд Мінсоцполітики. А коли ці послуги віддати страховим компаніям, це може призвести до конкуренції, але вона може бути недобросовісною і компанія збанкрутує. Тут мають діяти жорсткі критерії відбору СК [3].

Слід зазначити також основні переваги та недоліки запровадження обов'язкового медичного страхування. До основних переваг належать цільовий характер, незалежність коштів від держави; відокремленість від інших державних коштів. Однак існують також і недоліки, зокрема, можливість ухиляння платників від відрахувань; залежність від темпів економічного розвитку; недостатня економічна база [1].

Перспективи подальших розвідок за напрямом дослідження впровадження системи обов'язкового медичного страхування повинна стати розробка єдиної державної концепції щодо обов'язкового

державного страхування, яка повинна враховувати весь позитивний досвід добровільного медичного страхування в Україні та уніфікувати підходи щодо: механізмів його застосування та правил функціонування; переліку основних медичних послуг, що можуть отримати застраховані; визначення груп населення, які підлягають страхуванню; формування розміру страхового внеску тощо [4].

Отже, проаналізувавши стан обов'язкового медичного страхування в Україні можна сказати, що цей напрям знаходиться лише на початковому етапі впровадження і необхідно усіляко стимулювати його розвиток задля підвищення рівня життя у державі.

Таким чином, впровадження обов'язкового медичного страхування в Україні має важливе значення, оскільки воно має всезагальний, обов'язковий та некомерційний характер, що надзвичайно важливо в сучасних ринкових умовах функціонування медичної галузі, коли будь-який громадянин має право отримати медичну допомогу у разі втрати здоров'я незважаючи на те, чи може він цю допомогу оплатити.

#### **Список використаних джерел:**

1. Зінькова І. Впровадження обов'язкового медичного страхування в Україні / І. Зінькова // Науковий блог НаУ «Острозька Академія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://naub.oa.edu.ua/2014/vprovadzhennya-obovyazkovooho-medychnoho-strahuvannya-v-ukrajini/>.

2. Лобова М. Проблеми запровадження обов'язкового медичного страхування в Україні та заходи щодо їх розв'язання / О. М. Лобова, Д. Е. Акоюн // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2015. – № 3.

3. Обов'язкове медичне страхування в Україні – наскільки близька ця перспектива [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ronmb.org.ua/articles/obov-yazkove-medichne-strahuvannya-v-ukrayini-naskilki-blizka-tsya-perspektiva.html>.

4. Пацурія Н.Б. Науково-правовий дискурс щодо проблем та перспектив запровадження в Україні обов'язкового медичного страхування / Н.Б. Пацурія // Право і громадянське суспільство [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lcslaw.knu.ua/>

5. Лівак П.Є. Обов'язкове медичне страхування – важливий аспект забезпечення прав громадян України на медичну допомогу / П.Є. Лівак // Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право). – 2014. – № 2(65). – С. 29-34.

6. Заволока Л.О., Задорожна В.В. Впровадження та гармонізація європейських стандартів в системі українського страхування / Л.О. Заволока, В.В. Задорожна // Економіка Фінанси Право: щомісячний інформаційно-аналітичний журнал. – 2015. – № 4/1. – С. 35-38.

**Пономарьова О.Б.**

*старший викладач;*

**Артеменко В.В.**

*студентка,*

*Університет митної справи та фінансів*

## **СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ**

Становлення України як самостійної та незалежної держави зумовило створення і розвиток страхового ринку. Страхування є стабільним і довгостроковим джерелом інвестування. Воно виконує не лише компенсаційну, а й накопичувально – заощаджувальну функцію. Водночас розвиток якісного страхування – процес поступовий і тривалий. При цьому зміни економічних умов породжують нові проблеми, від вирішення яких залежить стабільність та дієвість страхового ринку [2].

Страховий ринок – це особлива сфера грошових відносин, де об'єктом купівлі-продажу виступає специфічна послуга – страховий захист, формується пропозиція і попит на неї.

Як відомо, 2015 рік виявився суперечливим для українського страхового ринку. З одного боку, військовий конфлікт, який то спалахував, то вщухав у східних регіонах протягом року, сприяв девальвації гривні та посилив кризові явища в економіці країни, що зародилися ще в 2013. З іншого боку, більш очевидною стала необхідність реформування економіки, що спричинило за собою значні зміни на ринку.

У порівнянні з I півріччям 2014 року на 2 425,2 млн. грн. (22,0%) збільшився обсяг надходжень валових страхових премій, обсяг чистих страхових премій у 2015 році збільшився на 2 111,8 млн. грн. (24,2%). Збільшення валових страхових премій відбулося з таких видів страхування, як: страхування вантажів та багажу (збільшення валових страхових платежів на 898,8 млн. грн. (151,1%)); автострахування (КАСКО, ОСЦПВ, «Зелена картка») (збільшення валових страхових платежів на 681,2 млн. грн. (22,7%)); страхування фінансових ризиків (збільшення валових страхових платежів на 529,3 млн. грн. (51,7%)); страхування майна (збільшення валових страхових платежів на 292,6 млн. грн. (21,8%)); авіаційне страхування (збільшення валових страхових платежів на 161,0 млн. грн. (125,2%)). Проте, порівняно з I півріччям 2014 року, зменшився обсяг валових страхових премій з таких видів страхування, як: страхування від нещасних випадків (зменшення валових страхових платежів на 267,2 млн. грн. (51,8%),

страхування кредитів (зменшення валових страхових платежів на 68,0 млн. грн. (23,1%), страхування від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ (зменшення валових страхових платежів на 60,0 млн. грн. (5,9%), страхування життя (зменшення валових страхових платежів на 37,4 млн. грн. (3,8%).

Станом на кінець вересня 2015 року, розмір валових страхових премій виріс більше ніж на 30%. Номінально – це колосальне зростання. Але в реальності за цими цифрами стоїть чинник інфляції, про що явно свідчать сегменти ринку, що показали найбільший темп зростання, а це – ДМС, «зелена карта» та ЦВ, адже ціни на них дуже швидко реагують на стрибки валютного курсу.

Сама структура ринку залишилася практично незмінною. За підсумками третього кварталу на ринку функціонують 368 страхових компаній, з яких 318 працюють в ризиковому сегменті, а решта 50 – у лайфовому. У порівнянні з кінцем 2014 року кількість страховиків зменшилася на 39. Тим не менше, більше 57% страхових премій досі акумулюють топ-20 ризикових страхових компаній, і майже 99% премій йде в топ-20 компаній страхування життя.

Восени 2015 року завершилися три великі угоди по злиттю і поглинанню, що саме по собі є досягненням, оскільки в минулому році не було укладено жодної подібної угоди.

На початку листопада 2015 року American Life Insurance Company остаточно покинула український ринок, передавши 99,9% своїх акцій страховій компанії MetLife, яка є незмінним лідером лайфового сегмента страхового ринку України, швейцарської Swiss MetLife Global Holding Company II GmbH.

В цей же час International Insurance Consortium BV (Нідерланди) придбав контрольний пакет акцій одного з трійки лідерів українського страхового ринку – СК «ПРОВІДНА», яка раніше входила до групи російської «РОСГОССТРАХ». За підсумками операції більше 99% акцій перейшли у власність голландців.

У жовтні 2015 року, «QBE Україна», що входить до числа топ-30 ризикових страховиків на ринку, була повністю продана австралійською материнською компанією канадському холдингу Fairfax Eastern Europe.

2015 рік також ознаменувався кількома ключовими законодавчими ініціативами, націленими на згладжування недоліків страхового ринку. Очікується, що їх результати будуть втілені у життя вже цього року. Сьогодні два основні законопроекти очікують схвалення парламента:

- впровадження електронних полісів ОСЦПВ і процедури прямого врегулювання. Згідно з ним, також передбачається поступове збільшення лімітів відповідальності до рівня, прийнятого в країнах ЄС. Мова йде про

5 мільйонів євро і 1 мільйонів євро по збитку, нанесеному відповідно – життю, здоров'ю та майну.

- другий законопроект вносить поправки до Закону України «Про страхування» з метою гармонізації його з відповідними директивами Європейського Союзу. Зміни переважно стосуються вимог до форми організації та діяльності страховиків, перестраховиків та брокерів, а також їх фінансової звітності та розкриття даних на вимогу регулюючих органів [3].

Укладання угоди про асоціацію між Україною та ЄС є дуже великим кроком становлення держави в історії Незалежної України. Економічна частина Угоди в тій чи іншій мірі охоплює основні сфери і галузі економіки, в тому числі і страховий ринок. Угода про асоціацію між Україною та ЄС передбачає можливість встановлювати заходи нагляду на ринку страхових послуг з метою захисту інвесторів, страхувальників та вигодонабувачів, а також забезпечення цілісності та стабільності фінансової системи. Відповідно до змісту Угоди Україна зобов'язується почати поступове зближення національного законодавства з питань страхування нормам відповідного регулювання ЄС. Таким чином, підписання Угоди про асоціації між Україною та ЄС суттєво вплине на подальший розвиток вітчизняного страхового ринку [1].

Наявні проблеми розвитку інвестиційної діяльності страховиків та інвестиційного потенціалу страхового ринку в Україні дають підстави для розробки напрямів розвитку як самого страхового ринку, так і ефективного використання інвестиційних можливостей страховиків [5].

Потрібно зазначити і позитивні тенденції: зменшення обсягів перестраховування у нерезидентів та зменшення обсягів перестраховування у сукупному обсязі отриманих страхових премій [4].

Проаналізувавши 2015 рік, можна виділити такі тенденції розвитку страхового ринку в 2016 році:

- сегменти страхування життя, транспорту та заставного майна, швидше за все, продовжуватимуть зменшуватися у зв'язку із загальним зниженням купівельної спроможності як юридичних, так і фізичних осіб.

- премії по обов'язковому страхуванню ОСЦПВ, безперечно, поповзуть вгору, за умови прийняття відповідного законодавства.

- велика кількість страховиків випаде з обойми внаслідок банкрутства. Це особливо ймовірно, якщо Національний банк України, відомий своїми безапеляційними діями, що стосуються очищення ринку від сумнівних гравців, візьме в руки кермо регулятора ринку страхових послуг.

Таким чином, у перспективі, перш за все, варто очікувати позитивних законодавчих змін, які відкриють для страхових компаній нові можливості в їх бізнесі.



### Список використаних джерел:

1. Стратегія розвитку страхового ринку України на 2012-2021 роки – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ufu.org.ua/files/strateg>
2. Кот О.В., Пірштук В.О Особливості функціонування міжнародного та вітчизняного ринку страхування / О.В. Кот, В.О. Пірштук// Збірник наукових праць з актуальних проблем економічних наук, Наукова організація «Перспектива». – Дніпропетровськ: Видавничий дім «Гельветика», 2013. – Ч. 2. – 248 с.
3. Український страховий ринок: підсумки 2015 і перспективи 2016: огляд [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://brit-mark.com/ua/press-centre/brit-mark-media/2015/ukrainskiy-strahovoy-rynok-itogi-2015-i-perspektivi-2016>
4. Лой Ю.В. Страховий ринок та перспективи його розвитку / Ю.В. Лой // Національна бібліотека України імені Вернадського. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>
5. Заволока Л.О. Фінансово-економічні чинники розвитку ринку страхових послуг України / Л.О. Заволока // Міжнародна наукова-практична Інтернет-конференція «Фінансово-економічні чинники соціально-економічного розвитку країни та регіонів». – 27-29 березня 2013 р. – Дніпропетровськ: ДДФА. – С. 23-24.

**Пономарьова О.Б.**

*старший викладач;*

**Циганок Т.А**

*студентка,*

*Університет митної справи та фінансів*

## МЕДИЧНЕ СТРАХУВАННЯ ТА ЙОГО РОЗВИТОК В УКРАЇНІ

Розвиток сфери охорони здоров'я є надзвичайно важливим для кожної держави, адже життя та здоров'я людини виступають найбільшими цінностями [5].

Медичне страхування – невід'ємний компонент системи охорони здоров'я розвинутих країн та одна з найголовніших соціальних гарантій. Страхування здоров'я дозволяє отримати компенсаційні виплати при настанні страхового випадку.

Сьогодні в Україні активно функціонує лише добровільна форма медичного страхування, що дозволило сформувати певну структура ринку ДМС. Добровільне медичне страхування здійснюється згідно із Законом України «Про страхування» [2] у вигляді «медичне страхування

(безперервне страхування здоров'я)», «страхування здоров'я на випадок хвороби» і «страхування медичних витрат».

В останні роки частка добровільного медичного страхування на ринку страхових послуг України неухильно зростала, і у 2015 р. склала 8,5% у валових страхових преміях за всіма видами страхування та 10,9% у валових страхових преміях з добровільних видів страхування (крім життя) [1].

Починаючи з 2002 року в Україні щорічно пропонуються законопроекти, які в тій чи іншій мірі стосувалися саме обов'язкового медичного страхування (ОМС). Однак, головною проблемою, яка не дозволяє в кінцевому варіанті прийняти той чи інший законопроект полягає у не сформованості цілісного комплексного підходу до реформування сучасного механізму фінансування вітчизняної галузі охорони здоров'я на засадах обов'язкового медичного страхування [5].

Саме тому, в країні важливо створити умови, які б сприяли безболісному впровадженню ОМС. Для цього необхідно змінити 49 ст. Конституції України, яка стосується «безкоштовної медицини». За ринкових умов медицина не може бути безкоштовною, а система Семашко, декларована ще в радянські часи, сьогодні не діє. У свою чергу, держава може фінансувати лише окремі стратегічні програми, решта видів покриття повинні підпадати під страхове забезпечення. Тому треба чітко визначити, які статті підлягають державному забезпеченню, а які – страховому покриттю [3].

Необхідно створити чіткий перелік базових медичних послуг, які повинні надавати медичні установи застрахованим за ОМС і розрахувати їх вартість. Краще всього, якщо ця вартість буде єдиною на всій території України, але залежить від рівня медичної установи. Все інше, що вийде за межі цього переліку, доцільно віддати для покриття за програмами ДМС [3].

З метою активізації роботи як в галузі охорони здоров'я так і в сфері медичного страхування, у серпні 2014 року Міністерством охорони здоров'я була розроблена та прийнята до реалізації «Національна стратегія реформування системи охорони здоров'я в Україні на період 2015–2020 років» [4]. Відповідно до цієї стратегії передбачено, що під час першої фази реформи охорони здоров'я не рекомендується вдаватися до збору коштів (наприклад, запровадження загальнодержавного соціального медичного страхування). Однак створення сприятливих умов для розвитку медичного страхування у довго-строковій перспективі є обов'язковим. Із цією метою важливим є перенесення внесків роботодавців на медичне страхування з графі оподаткованого прибутку до графі витрат. З часом надходження, отримані від

медичного страхування, повинні покращити фінансову ситуацію в системі охорони здоров'я та полегшити навантаження на бюджет [4].

Протягом кількох років, коли необхідно зосередитися на реформуванні принципів і механізмів розподілу ресурсів й реформі платежів, в стратегії рекомендується суттєво не змінювати джерела фінансування. Протягом цього періоду часу необхідно підготувати розрахунки для двох пакетів послуг, які можуть фінансуватися за рахунок державних коштів (табл. 1).

Таблиця 1

**Послуг, які можуть фінансуватися за рахунок державних коштів у рамках Національна стратегія реформування системи охорони здоров'я в Україні на період 2015–2020 років**

Послуга	Характеристика
1. «Універсальний нестраховий пакет» (УНП)	Включає профілактичні програми та медичну допомогу, які фінансуються державою незалежно від місця проживання чи фінансової спроможності громадян. Універсальні нестрахові послуги включатимуть у себе ряд медичних послуг, які історично фінансувалися державою, галузь громадського здоров'я, випадки хронічних захворювань, що не покриваються страховим полісом, а також ризики, пов'язані з катастрофічними витратами на лікування. Покриття пакету може включати: а. Громадське здоров'я (щеплення, туберкульоз, ВІЛ); б. Психічне здоров'я; с. Рідкісні захворювання; d. Ургентне лікування незастрахованої частини населення; e. Покриття катастрофічних витрат на охорону здоров'я, що перевищують певний поріг;
2. «Державний страховий пакет»	У межах цього пакету держава забезпечує ширше медичне страхування для вразливих верств населення у рамках наявних ресурсів. На першому етапі, Міністерство розробить розрахунки для УНП, зокрема: список послуг, що фінансуються державою; визначення ринкової ціни УНП; визначення суми спільних платежів із урахуванням соціально-економічного статусу тих, хто отримує допомогу (наприклад, пенсіонери, безробітні, інваліди). Наступним кроком після розрахунку Універсального нестрахового пакету є розрахунок бюджетних ресурсів для придбання пакетів послуг із медичного страхування для вразливих груп населення. Бенефіціари (пацієнти) зможуть вільно обирати страхові компанії, що беруть участь в урядовій програмі; уряд і страховики погодять мінімальний набір послуг та стандарти послуг страхового пакету.

При проведенні реформ в галузі охорони здоров'я та введення соціального медичного страхування можна звернутися до досвіду зарубіжних країн, зокрема Грузії, яка за п'ять років повного перезапуску

системи охорони здоров'я досягла позитивних результатів для своїх пацієнтів.

Таким чином, в короткостроковій перспективі (2015- 2016 рр.) держава має ухвалити Закон України «Про соціальне медичне страхування», однак паралельно з цим на співіснування з ОМС заслуговує і добровільне медичне страхування (ДМС), ефективний розвиток якого буде тільки на користь населенню країни. ОМС – забезпечить стандарти медичних послуг, а ДМС – підвищений сервіс [4].

#### **Список використаних джерел:**

1. Ніколаєнко С. М. Основні тенденції розвитку ринку медичного страхування в Україні [Електронний ресурс] / С. М. Ніколаєнко. – Режим доступу : <https://docviewer.yandex.ua>.
2. Закон України «Про страхування» від 07.03.1996 р. № 86/98 – ВР зі змінами і доповненнями // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
3. Кияшко А. Медицинское страхование. Как страховой компании выжить в кризис? [Електронний ресурс] / А. Кияшко. – Режим доступу: <http://forinsurer.com/public/15/04/09/47164>.
4. Національна стратегія реформування системи охорони здоров'я в Україні на період 2015 – 2020 років [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://healthsag.org.ua/wp-content/uploads/2014/11/Strategiya\\_UKR.pdf](http://healthsag.org.ua/wp-content/uploads/2014/11/Strategiya_UKR.pdf).
5. Заволока Л.О. Сучасний стан страхування життя в Україні / Л.О. Заволока, Ю.О. Терьошина, А.М. Животун // Економічні студії: науково-практичний економічний журнал. – 2015. – № 2(06). – С. 156-159.

**Скоробогач Д.Д.**

*студент,*

*Науковий керівник: Галушка Є.О.*

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Чернівецький торгово-економічний інститут*

*Київського національного торговельно-економічного університету*

## **АНАЛІЗ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В СУЧАСНИХ ПОЛІТИЧНИХ ТА ЕКОНОМІЧНИХ РЕАЛІЯХ**

Банківська система виступає загальнодержавним індикатором економічного розвитку. Вагоме значення для БС має політична та економічна криза, яка в поєднанні з військовими діями та неефективною системою управління чинять серйозний тиск на макроекономічну стабільність та безпеку України. Нерозв'язаними залишаються

проблеми: підвищення рівня капіталізації банків; ефективності функціонування банківської системи та способів оцінювання цієї ефективності; удосконалення державної стратегії розвитку банківської системи, яка б сприяла її надійній та ефективній діяльності, впровадження стабільної грошово-кредитної політики. Відтак банківська система потребує постійного удосконалення, розробки фундаментальних та прикладних засад її подальшого зміцнення, усунення негативних проявів, які мають місце в сучасній банківській практиці. У зв'язку з цим виникає об'єктивна необхідність проаналізувати теоретичні основи, охарактеризувати банківську систему, запропонувати практичні рекомендації для поліпшення управління її розвитком, спрямувати цей розвиток у необхідне для економіки та суспільства русло.

На сучасному етапі банківська система, як і вся економіка в цілому зазнає потужного тиску негативних політичних та економічних факторів, які в поєднанні із структурними хронічними проблемами економіки, створює умови для глибокої її стагнації, що супроводжується стрімким падінням рівня платоспроможності населення. Цілий ряд показників БС отримали негативну динаміку це – погіршену ліквідність банків, знижену рентабельність, зростання рівня збитковості та погіршення фінансових результатів, зменшення активів банків тощо. Ключовим чинником який постійно впливає на банківський сектор – це недовіра населення до банків, високий рівень тіньової економіки та недостатній рівень розвитку банківської інфраструктури.

Стан банківської системи характеризується даними наведеними в таблиці 1.

Дані в табл. 1, демонструють негативні тенденції в банківській системі України протягом останніх років. В 2015 постає чітка негативна динаміка щодо зменшення кількості діючих банків, скорочення доходів, погіршення рівня рентабельності, прибутковості банків та регулятивного капіталу. Так, максимальна кількість банків була зареєстрована станом на 1 січня 2014 року – 180, а станом на кінець 2015 рік, їх кількість скоротилась до 117. Також, вкрай негативним явищем є величезні збитки які зазнає банківський сектор – 66,6 млрд грн. станом на 1 січня 2016 року, як і стрімке падіння рівня рентабельності активів (-5,5%) та рентабельності капіталу (-51,9%). Все це свідчить про неефективну модель управління банками, погіршення ринкової кон'юнктури та падіння попиту на банківські послуги. Станом на 2015 рік погіршилися показники регулятивного капіталу та його адекватності (H2) до 12,34%. Вони коливаються в межах норми однак, зберігають небезпечну тенденцію до зниження третій рік поспіль, що сигналізує про негативні настрої та динаміку в економіці.

Таблиця 1

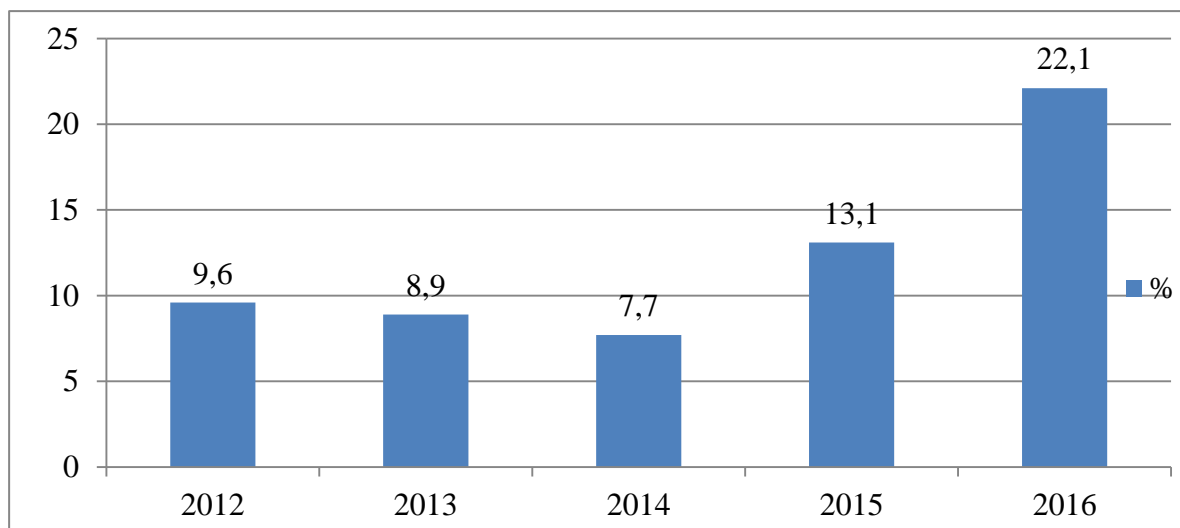
## Основні показники розвитку банківської системи за 2011–2015 рр.

№	Назва показника	станом на 01.01					відхилення		відхилення 2015 р.	
		2 011р.	2 012р.	2 013р.	2 014р.	2 015р.	к-сть	%	к-сть	%
1.	Кількість банків	176	176	180	163	117	-46		-63	
<b>АКТИВИ</b>										
2	Активи банків	1 054 280	1 127 192	1 278 095	1 316 852	1 254 385	-62 467	-4,74	-23 710	-1,86
3	Готівкові кошти та банківські метали	27 008	30 346	36 390	28 337	34 353	6 016	21,23	-2 037	-5,6
4	Кошти в НБУ	31 310	33 740	47 222	27 554	27 392	-162	-0,59	-19 830	-41,99
5	Кореспондентські рахунки	78 395	99 472	78 106	99 752	129 512	29 760	29,83	51 406	65,82
6	Кредити надані	825 320	815 327	911 402	1 006 358	965 093	-41 265	-4,1	53 691	5,89
<b>ПАСИВИ</b>										
7	Пасиви, усього	1 054 280	1 127 192	1 278 095	1 316 852	1 254 385	-62 467	-4,74	-23 710	-1,86
8	Капітал	155 487	169 320	192 599	148 023	103 713	-44 310	-29,93	-88 886	-46,15
9	Зобов'язання банків	898 793	957 872	1 085 496	1 168 829	1 150 672	-18 157	-1,55	65 176	6
10	Регулятивний капітал	178 454	178 909	204 976	188 949	130 974	-57 975	-30,68	-74 002	-36,1
11	Адекватність капіталу (H2), %	18,9	18,06	18,26	15,6	12,34				
12	Доходи	142 778	150 449	168 888	210 201	199 193	-11 008	-5,24	30 305	17,94
13	Витрати	150 486	145 550	167 452	263 167	265 793	2 626	1	98 341	58,73
14	Результат діяльності	-7 708	4 899	1 436	-52 966	-66 600	-13 634	-25,74	-68 036	-4737,88

Джерело: розроблено авторами за даними НБУ [1]

Дослідження банківської системи у розрізі традиційних послуг, які вона надає, показує чітку негативну тенденцію до зниження активності суб'єктів господарювання, зокрема попиту на кредитні ресурси. Основною причиною цього, є стагнація економіки, значне процентне навантаження на обслуговування кредитів, неготовність економіки України до економічних та політичних перетворень, що спонукали цілий ряд макроекономічних потрясінь, девальвацію та нестабільний курс гривні. Так, станом на початок 2016 року банківський сектор надав кредитів на суму 965 млрд грн., що на 4,1% або 41,3 млрд грн. менше ніж на аналогічну дату минулого року. Якщо, досліджувати структуру кредитного портфеля банківської системи України, за даними останньої фінансової звітності за III квартал 2015 року, то найбільшу частку займають кредитні портфелі ПАТ КБ «Приватбанк» – 132,4 млрд грн. або 31,69%, ПАТ «Ощадбанк» – 69,2 млрд грн., або 12,08%, і ПАТ «Укрексімбанк», 10,07% ринку із обсягом кредитного портфеля у 57,7 млрд грн. [2].

Негативним явищем на ринку кредитування є високий рівень простроченої заборгованості за кредитами у загальній сумі кредитів, який і призводить до величезного обсягу збитків банківської системи України. Детальніше проаналізувати динаміку частки простроченості кредитів допоможе рисунок 1.



**Рис. 1. Частка простроченої заборгованості за кредитами у загальній сумі кредитів**

*Джерело: розроблено авторами за даними НБУ [3]*

Як видно із рис.1 частка простроченої заборгованості за кредитами станом на 1 січня 2016 року, набула максимального значення за останні 5 років, і становила 22,1%, що є критичним для всієї банківської системи, пояснюючу величезні сумарні збитки банківського сектору у 66,6 млрд грн. В умовах високої кредитної заборгованості суб'єктів

господарювання, неможливо уявити ефективне прибуткове функціонування банківської системи.

Проблема оптимізації кредитних портфелів завжди була актуальною, для вітчизняних банків, як орієнтувалися на високий прибуток, нехтуючи фінансовою безпекою та грамотним ризик-менеджментом. Однак в періоди економічної стабільності вона не стояла так гостро, як в період серйозної економічної кризи. Погоня за надприбутками приспала пильність цілого ряду банків, які не переймалися за формування якісного та надійного кредитного портфеля. Однак не слід скидувати із рахунку, і неефективну грошово-кредитну та економічну політику держави, що в кінцевому результаті, із поєднанням різних зовнішніх та внутрішніх факторів, призвела до катастрофічного падіння рівня доходів населення, що в свою чергу відбилося і на кредитоспроможності громадян, викликавши проблеми з кредитним портфелем навіть у самих стійких та надійних банків.

Отже, банківський сектор переживає одну із найсерйозніших криз за весь період незалежності, неграмотна та неефективна грошово-кредитна політика яка проводилась десятиліттями, в поєднанні із диспропорційно нерозвиненою економікою України сировинного типу, створили умови, для збереження слабкої банківської системи. Політика національного банку, із завищеною ставкою рефінансування, створили несприятливий інвестиційний клімат в Україні. Наразі, фундаментальної та масштабної реформи потребує не тільки банківська система України, а увесь комплекс національного господарства, а особливо грошово-кредитна система. Для створення конкурентоспроможної економіки потрібно зробити її прозорою, відкритою та створити всі умови для вільного та ефективного провадження бізнесу. Ці реформ не обіцяють бути легкими, безболісними та швидкими, потрібно багато зусиль для трансформації як економічної так і політичної системи, подолання корупції, зниження бюрократичних бар'єрів, перетворення економіки в гнучку систему здатної швидко адаптуватися до зміни кон'юнктури ринку.

### **Список використаних джерел:**

1. Основні показники діяльності банків України. НБУ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?categoryId=64097>

2. Дані фінансової звітності банків України за 2014-2016 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?articleId=36807&categoryId=36798>

3. Показники банківської системи України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?articleId=17867471&categoryId=17823459>



**Царенков О.О.**

*студент,*

*Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана*

## **РОЗВИТОК ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Розглядаючи структуру видатків на місцевий бюджет Житомирської області, розглянемо її особливості. Площа Житомирської області станом на 1 січня 2016 р. складала 2982,70 тис. га., що складає 4,90% до загальної площі України [1, с. 152].

Чисельність населення Житомирської області складає 1256,0 тис. осіб, що складає 2,93% до загального показника населення України, чисельність міського населення в середньому по області в 2015 р. складала 730,90 тис. осіб, сільського населення – 525,10 тис. осіб., чисельність пенсіонерів складала 406,60 тис. осіб. Загальні дані представлені в табл. 1 [5, с. 224].

Таблиця 1

### **Загальні дані про Житомирську область, 2015 р.**

№	Показник	Одиниця виміру	Дані
1	Природний приріст (скорочення) населення	тис. осіб	-6070,0
2	Міграційний приріст (скорочення) населення	тис. осіб	-0,50
3	Економічно активне населення у віці 15-70 років	тис. осіб	581,40
4	Зайняте населення у віці 15-70 років	тис. осіб	514,80

Наведені в табл. 1 дозволяють сформулювати загальне уявлення про соціально-економічну ситуацію в Житомирській обл., стан соціально-трудої сфери, стан сфери освіти та охорони здоров'я, потребу в соціальному забезпеченні [8, с. 211]. Показники, необхідні для визначення ролі господарського комплексу Житомирської обл. в економіці України представлені в табл. 2 [5, с. 67].

Показники Житомирської обл., відображені в табл. 2 відповідають середнім значенням по Україні за аналізований період 2011-2015 рр. Позитивною тенденцією є щорічне зростання обсягів прямих іноземних інвестицій в економіку області [2, с. 27].

Для визначення ролі Житомирської області у прискоренні економічно-соціального розвитку країни, розглянемо дані, представлені в табл. 3 [9, с. 49].

Таблиця 2

**Роль господарського комплексу Житомирської області  
в економіці України, 2011-2015 рр.**

Найменування показника	Рік				
	2011	2012	2013	2014	2015
Прямі іноземні інвестиції, всього (млн. дол. США)	238,10	258,10	337,70	362,80	388,70
Обсяги експорту товарів, млн. дол. США	394,00	480,00	550,00	606,10	664,30
Обсяги імпорту товарів, млн. дол. США	428,40	400,10	384,50	384,20	285,90
Інвестиції в основний капітал (у порівняних цінах 2014 р.), млн. грн.	2011,00	2520,00	2893,00	3005,00	2905,00
Кількість малих промислових підприємств, од.	1161,00	1143,00	1153,00	1242,00	1235,00
Кількість селянських (фермерських) господарств	1286,00	1300,00	1325,00	1329,00	1269,00
Продукція сільського господарства (у постійних цінах 2010 року; млн. грн.)	2081,30	2766,20	3274,30	3712,10	4094,10
Грошові витрати населення, грн./міс.	2465,65	2712,22	2983,44	3029,94	3297,44
Кількість малих підприємств, од.	5806,00	5717,00	5769,00	6210,00	6177,00
Роздрібний товарообіг, млн. грн.	11494,00	14439,00	17384,00	19338,00	23250,00
Валова додана вартість, млн. грн.	18743,00	21928,00	24849,00	27678,70	28536,80
Грошові доходи населення, млн. грн.	26124,00	30069,00	34110,00	34947,00	37010,00

Таблиця 3

**Роль Житомирської області у прискоренні економічного  
і соціального розвитку країни**

№	Найменування показника	Рік				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Електроенергетика, млн. кВт год	17,0	17,0	16,0	21,0	23,0
2	Легка промисловість	14807,9	14050,3	11324,8	13537,6	13023,5
3	Харчова промисловість, млн. грн.	9313,2	9126,9	8847,5	9272,2	8568,1

Індикатори, які характеризують зовнішньоекономічні зв'язки Житомирської області наведені у табл. 4.

Індикатори, що характеризують інвестиційну привабливість Житомирської області наведені у табл. 5.

Співвідношення ВДВ і обсягів капітальних вкладень Житомирської області наведено в табл. 6 [6, с. 38; 7, с. 93].

Отже, результати проведеного нами дослідження свідчать, що Житомирська область займає середні позиції серед регіонів України за більшістю своїх соціально-економічних показників. Аналізуючи приведені індикатори, необхідно звернути увагу на негативні тенденції в сфері формування, використання та збереження людського капіталу, низькі темпи зростання промислового виробництва, низькі обсяги експорту та низькі доходи статей бюджету Житомирської області [1, с. 154].

Таблиця 4

**Індикатори, що характеризують зовнішньоекономічні зв'язки  
Житомирської області, 2011-2015 рр.**

№ з /п	Найменування показника	Рік				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Питома вага експорту регіону у загальнодержавном у експорті, %	0,77	0,78	0,80	0,96	1,23
2	Основні товари, які експортувалися, тис. дол. США:					
2.1	молоко та молочні продукти, яйця птиці; натуральний мед	14079,3	10120,7	13177,7	9048,2	18037,8
2.2	зернові культури	13453,2	16816,5	14097,6	19535,3	63750,0
2.3	какао та продукти з нього	21797,8	22329,4	21266,1	21547,0	14339,7
2.4	сіль; сірка; землі та каміння	115166,8	117517,1	108247,4	126786,8	114963,7
2.5	деревина і вироби з деревини	92919,4	88494,6	97344,1	107093,8	119268,5
2.6	одяг та додаткові речі до одягу, текстильні	24397,3	26837,0	26031,9	30986,3	36152,2
2.7	вироби з чорних металів	33704,8	34365,7	33043,9	33032,1	31234,7
2.8	реактори ядерні, котли, машини	61381,3	60773,5	62013,8	64891,9	52921,0

Таблиця 5

**Інвестиційна привабливість Житомирської області**

№	Найменування показника	Рік				
		2010	2011	2012	2013	2014
1	Прямі іноземні інвестиції в Україну, млн. дол. США	40053,0	44806,0	50333,9	55296,8	57056,4
2	Прямі іноземні інвестиції в регіон, млн. дол. США	238,1	258,1	337,7	362,8	388,7
3	Темп росту прямих іноземних інвестицій до попереднього періоду для України, %	111,9	112,3	109,9	105,2	80,5
4	Темп росту прямих іноземних інвестицій до попереднього періоду для регіону, %	108,4	130,8	107,4	106,9	73,6
5	Питома вага прямих іноземних інвестицій регіону у загальному обсязі по Україні, %	0,59	0,58	0,67	0,66	0,68
6	Місце регіону серед інших областей України	18	19	19	17	19
7	Прямі іноземні інвестиції на душу населення в Україні, дол. США	873,1	980,6	1105,6	1217,6	1327,8
8	Прямі іноземні інвестиції на душу населення по регіону, дол. США	184,4	201,1	264,4	285,2	306,9
9	Місце регіону серед інших областей України за показником надходження прямих іноземних інвестицій на душу населення	15	19	16	15	17

Таблиця 6

**Співвідношення ВДВ і обсягів капітальних вкладень**

№	Найменування показника	Рік				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Темп приросту ВДВ до попереднього року по Україні, %	1,207	1,123	1,096	1,106	1,149
2	Темп приросту капітальних вкладень до попереднього періоду по регіону, %	1,159	1,078	1,004	1,004	1,180
3	Коефіцієнт співвідношення	1,042	1,042	1,091	1,101	0,974

Валова додана вартість на душу населення в Житомирській області складає в середньому 60,0% від аналогічного показника по Україні, що свідчить певною мірою про депресивність даного регіону. Для ефективного розвитку даного регіону необхідна розробка дієвої програми регіонального розвитку, спрямованої на збалансований, сталий розвиток [3, с. 167].

**Список використаних джерел:**

1. Калашнікова Т. М. Житомирська область у дзеркалі статистики людського розвитку / Калашнікова Т. М. // Вип. 10, ч. 1. // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки / Херсон. держ. ун-т. – Херсон, 2015. – Вип. 10, ч. 1. – С. 152-155.
2. Макаренко О. В. Житомирська область : 75 р. / [упоряд.: О. В. Макаренко, В. О. Погорелова]. – Харків : Макаренко О. В., 2012. – 135 с.
3. Матвійчук В. В. Роль Житомирської області в економіці України / В. В. Матвійчук // № 48 // Наукові праці Національного університету харчових технологій / Нац. ун-т харч. технологій. – К., 2013. – № 48. – С. 165-168.
4. Статистичний збірник «Регіони України» – 2015. Частина I. Київ: Державна служба статистики України, 2015 – 305 с.
5. Статистичний збірник «Регіони України» – 2015. Частина II. Київ: Державна служба статистики України, 2015 – 681 с.
6. Статистичний щорічник України за 2010 рік / За редакцією О. Г. Осауленка. – Київ, 2011. – 566 с.
7. Статистичний щорічник України за 2011 рік. – К.: Видавництво «Консультант», 2012. – 559 с.
8. Статистичний щорічник України за 2013 рік / За редакцією О. Г. Осауленка. – Київ, 2014. – 534 с.
9. Статистичний щорічник України за 2014 рік / За редакцією Жук І. М. – Київ, 2015. – 586 с.

## **ФІНАНСИ ТА ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА**

**Загородня Н.І.**

*студентка,*

*Інститут післядипломної освіти  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка*

### **ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Фінансова безпека є однією із складових економічної безпеки держави. В даний час фінансова безпека України знаходиться під загрозою. Адже не всі складові забезпечення фінансової безпеки знаходяться в задовільному стані. Банківська система України функціонує в умовах ризику ліквідності, не визначеними залишається податкова політика, значною є частка зовнішнього боргу та низькою залишається інвестиційна активність. Все це призводить до розбалансованості державного бюджету та створює загрозу фінансовій безпеці України.

В процесі дослідження використовувались загальнонаукові методи досліджень, зокрема: абстрактно-логічний, абстрагування і порівняння для уточнення поняття «фінансова безпека», співставлення, аналітичний, графічний, абстрактно-логічний, внутрішній та зовнішній аналіз, використана система показників, які відображають фінансову безпеку України. Інформаційною базою є Постанови Кабінету Міністрів, з питань економіки та фінансів, дані науково-дослідних установ, праці вітчизняних та зарубіжних науковців.

Дослідженням питання фінансової безпеки займались вітчизняні та зарубіжні науковці, такі як: В. М. Геєць, В. Т. Шлемко, І. Ф. Бінько, О. І. Барановський, Мартинюк В. П., О. М. Марченко, М. М. Єрмошенко та інші. За визначенням О. І. Барановського фінансова безпека – це важлива складова частина економічної безпеки держави. Вона базується на незалежності, ефективності і конкурентоспроможності фінансово-кредитної сфери України, яка відображається через систему критеріїв і показників її стану, що характеризують збалансованість фінансів, достатню ліквідність активів і наявність необхідних грошових і золотовалютних резервів, ступінь захищеності фінансових інтересів на усіх рівнях фінансових відносин, стан фінансових потоків в економіці, що характеризується збалансованістю і наявністю апробованих механізмів регулювання і саморегулювання [1].

Фінансова безпека залежить як від внутрішніх, так і від зовнішніх факторів. Щодо зовнішніх, то це, передусім, фінансова залежність від країн-кредиторів, залежність національної фінансової системи від впливу міжнародних фінансово-кредитних організацій і транснаціонального капіталу, фінансова глобалізація, зростання рівня інтеграції та консолідації фінансових ринків, зростання масштабів мобільності капіталу й підвищення інтенсивності його обертання. Внутрішніми факторами фінансової безпеки в Україні є правова база, політична стабільність, стан банківського сектора, рівень ризиків ринкової кон'юнктури, рівень інфляції, стабільність національної валюти, масштаби тіньової економіки та рівень корупції в державі [2; 3]. Таким чином, фінансова безпека – це надзвичайно складна багаторівнева система, яка включає бюджетну, податкову, валютну, грошово-кредитну, інвестиційну, боргову безпеку, фінансову безпеку банківського, страхового та фондового ринків [4].

Для визначення стану фінансової безпеки використовують науково обґрунтовану систему індикаторів які вимірюються у % від ВВП країни і мають порогові значення. Офіційні показники рівня фінансової безпеки України – індикатори та порогові значення індикаторів, передбачено Методикою розрахунку рівня економічної безпеки України, яка затверджена Наказом Міністерства економіки України № 60 від 02.03.2007 р. [2].

Таблиця 1

**Динаміка показників фінансової безпеки України, 2009–2015 рр.\***

Роки	Дефіцит бюджету, у % до ВВП	Зовнішній борг, % до ВВП	Внутрішній борг, % до ВВП	Доходи державного бюджету, % до ВВП	Видатки державного бюджету, % до ВВП
2009	3,89	23,18	11,51	22,96	26,54
2010	5,94	25,56	14,36	22,23	28,04
2011	1,79	22,74	13,19	23,9	25,33
2012	3,79	21,93	14,66	24,56	28,08
2013	4,45	20,62	19,53	23,31	27,73
2014	4,98	39,04	31,20	22,78	27,45
2015	2,30	52,66	26,75	27,01	29,14
Порогові значення, % від ВВП	< 3%	< 20%	< 30%	-	-

*Джерело: складено автором на основі [6]*

Аналіз рівня показників фінансової безпеки (табл. 1) за 2009-2015 роки свідчить про те, що значну загрозу фінансовій безпеці становив високий рівень зовнішнього боргу, значення якого у 2015 році перевищувало порогові на 22,66%, що є свідченням високої залежності української економіки від іноземного капіталу. Але в той же час бюджетний дефіцит у 2015 році знаходиться в межах норми, доходи і видатки зросли, а розрив між ними зменшився. Як бачимо, для динаміки основних показників бюджетного сектору, державного боргу та фінансової безпеки спостерігаються негативні довгострокові тенденції.

Проведене дослідження показало, що фінансова безпека держави – це система показників співвідношення яких до ВВП є індикаторами стану фінансової безпеки. Останнім часом найбільшу загрозу фінансовій безпеці України складає позитивна динаміка державного зовнішнього боргу, високої вартості банківських кредитів, значного рівня доларизації економіки. Підвищення рівня фінансової безпеки держави потребує системних дій, які мають містити в собі механізми у сфері бюджетної та монетарної політики, фондового ринку, а також у сфері регулювання корпоративного сектору економіки, тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення) / О. І. Барановський. Київський національний торговельно-економічний ун-т. К. : КНТЕУ, 2004. – 760 с.
2. Івашко О. Фінансова безпека України в умовах кризових явищ в економіці / О. Івашко // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. РОЗДІЛ V. Гроші, фінанси та кредит. – 2, 2015. – С. 61-66.
3. Смоквіна Г.А. Фінансова безпека як стратегічна складова економічної безпеки України [Електронний ресурс] / Г.А. Смоквіна // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 3 (13). – С. 30-36. – [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>.
4. Коваленко О. Ю. Аналіз та оцінка рівня фінансової безпеки України / Коваленко О. Ю. / Економіка. Наукові праці. Том 133. Випуск 120, 2010. – С. 56-61.
5. Методика розрахунку рівня економічної безпеки України // Офіційний сайт Міністерства економіки України / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=97980&cat\\_id=38738](http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=97980&cat_id=38738).
6. Виконання державного бюджету України / [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua/budget/>.



**Нагорний В.С.**

*студент;*

**Маслій Н.Д.**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Одеський національний університет імені І.І. Мечникова*

## **СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ ФІНАНСУВАННЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ**

Система вищої освіти є основою людського розвитку та прогресу суспільства, яка здійснює вплив на соціальний, політичний, духовний та культурний розвиток суспільства і є одним з провідних інструментів, що сприяють економічному зростанню. Саме тому вищу освіту вважають «двигуном розвитку» в сучасній економічній системі, основним складовим елементом якої є вищі навчальні заклади, що вирішують важливі питання щодо професійної підготовки фахівців, забезпечення інтелектуального, морального, економічного розвитку суспільства та особистості. На даний час, успішне функціонування вищих навчальних закладів є неможливим, оскільки фінансування вищої освіти в Україні не здійснюється у повному обсязі. Проблема об'єктивного визначення обсягів фінансування залишається актуальною, оскільки нормативний метод фінансування освіти створює передумови для раціонального використання коштів державного бюджету і забезпечення якості підготовки спеціалістів на рівні вимог освітнього стандарту.

Аналіз наукової літератури показав, що вітчизняні вчені дедалі більше приділяють уваги дослідженню даної проблематики. В Україні дослідженням теоретичних та практичних аспектів фінансування вищої освіти займалися наступні автори: В. Андрущенко, Й. Бескида, В. Боброва, Є. Бойко, Т. Боголіб, О. Василик, Д. Грішнова, М. Євнух, В. Євтушевський, І. Каленюк, К. Корсак, В. Кремень, В. Куценко, О. Навроцький, Ю. Ніколенко, С. Ніколаєнко, К. Павлюк, О. Падалко, О. Сидоренко, А. Чухно, Г. Штейн, В. Юхименко, В. Яблонський та ін. Високо оцінюючи вклад українських авторів у вирішення питань фінансування діяльності вищих навчальних закладів, слід звернути увагу на об'єктивну необхідність подальшого дослідження проблемних питань заданої теми.

Метою даної роботи є дослідження стану та тенденцій фінансового забезпечення системи вищої освіти в Україні в умовах реформування.

Сьогодні вища освіта в Україні знаходиться в процесі трансформації, що зумовлено як світовими тенденціями (в т.ч. становлення економіки знань, інформаційного суспільства, нові вимоги

виробництва до освітнього капіталу), так і реформаційними перетвореннями в державі та українському суспільстві.

Згідно з новим Законом України «Про вищу освіту» від 1 липня 2014 року, вища освіта визначається як сукупність систематизованих знань, умінь і практичних навичок, способів мислення, професійних, світоглядних і громадянських якостей, морально-етичних цінностей, інших компетентностей, здобутих у вищому навчальному закладі (науковій установі) у відповідній галузі знань за певною кваліфікацією на рівнях вищої освіти, що за складністю є вищими, ніж рівень повної загальної середньої освіти [1].

Загальною ознакою для країн із ринковою економікою стала різноманітність джерел фінансування освіти та використання кредитних ресурсів. В умовах трансформаційної економіки та обмежених доходів більшості сімей переважають форми державного фінансування. Перешкодою фінансовій допомозі освіті з боку підприємств та фінансових структур є непрозорість бюджетного процесу як на рівні окремих навчальних закладів, так і на рівні району чи міста.

#### *Державне фінансування вищої освіти*

- Асигнування центрального уряду (державного бюджету), місцевого уряду (місцеві бюджети) виділені на основі бюджетних запитів, кошторисів та нормативів.
- Додаткові асигнування на специфічні програми, заходи (наприклад, програма підтримки кращих студентів, кредитування навчання).
- Фінансування центральними органами виконавчої влади.

#### *Недержавне фінансування вищої освіти*

- Кошти, одержані за навчання, підготовку підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів відповідно до укладених договорів.
- Плата за надання додаткових освітніх послуг.
- Кошти, одержані за науково-дослідні роботи (послуги) та інші роботи, виконані навчальних 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 з місцевих бюджетів та дивіденди від цінних паперів.
- Валютні надходження та добровільні грошові внески, матеріальні цінності, одержані від підприємств, установ, організацій, окремих громадян, інші кошти.

**Рис. 1. Джерела фінансування вищих навчальних закладів**

Фінансування вищої освіти в Україні здійснюється за допомогою кошторисно-бюджетного методу. Тобто державний вищий навчальний заклад (ВНЗ) здійснює свою діяльність на основі кошторису, який дає йому право на отримання доходів та повноваження щодо здійснення видатків, визначає обсяг та напрямки використання коштів для виконання визначених функцій та досягнення поставлених цілей. Згідно

закону України «Про вищу освіту» фінансування вищої освіти в Україні здійснюється за рахунок різноманітних джерел, які поділяють на державні та недержавні [1; 2] (рис. 1).

В Україні переважає державне фінансування вищої освіти, що в основному здійснюється за рахунок бюджетних коштів. Тим часом, в країнах з розвинутою ефективною ринковою економікою, в процесі саморозвитку соціально-економічної системи, склалася структура спільного державно-підприємницького фінансування вищої освіти, особливо в частині технічного та технологічного оснащення навчального процесу і виконання наукових досліджень. Причому ця система будується на комплексі мотивацій, які забезпечують її вигідність, корисність як для держави та підприємницьких структур, так і для суспільства в цілому.

Таблиця 1

**Основні показники рівня фінансування освіти в різних країнах**

Показники	Україна	Росія	США	Німеччина	Франція	Японія	Китай	Індія	Польща
ВВП на душу населення, дол. США	7519	25411	55805	46893	41181	38054	14107	6162	26455
Загальні витрати на освіту, % ВВП	5,3	4,1	5,4	4,6	5,9	3,8	4	3,2	5,1
Державні витрати на вищу освіту, % ВВП	1,6	1,2	1,0	1,1	1,3	0,5	-	1,3	1,1
Загальні витрати на освіту на душу населення, дол. США	664,8	813,1	2515,7	1721,8	2021,1	1283,8	300,8	106,8	1015,3
Витрати на одного студента за рік, дол. США	3 121	7 749	29 201	15 711	14 642	15 957	-	-	19 269
Кількість ВНЗ в країні, од.	803	689	3301	250	586	721	1135	579	286
Чисельність населення, осіб	46,6 млн.	142 млн.	316 млн.	80 млн.	65 млн.	127 млн.	1,3 млрд.	1,2 млрд.	38 млн.

Джерело: [3]

Загальноприйнятою є практика, коли обсяг фінансування освіти встановлюють у відсотках від ВВП. Однак цей показник має пряму

залежність від рівня розвитку економіки країни: чим більша величина ВВП, тим більший обсяг фінансових ресурсів має вища освіта. Тому, незважаючи на те, що номінально затрати на освіту в Україні мають високий рівень в порівнянні з іншими країнами, фактичні суми загальних витрат на освіту на душу населення є низьким (табл. 1).

За результатами аналізу статистичних даних за 2012–2015 роки (табл. 2), можна зазначити, що фінансування вищої освіти зі зведеного бюджету України збільшилось із 29335,9 млн. грн у 2012 році до 30003,1 млн. грн у 2015 році. Варто також зазначити, що зростання видатків зведеного бюджету спостерігалось протягом усього аналізованого періоду, проте динаміка не мала тенденції до рівномірного зростання – найбільше зростання спостерігалось у 2015 році, а от найменше у 2014 році. Із проаналізованих даних видно, що обсяг бюджетного забезпечення вищої освіти у відсотках до ВВП не має стабільної тенденції до зростання, оскільки у 2015 році він нижчий, ніж у 2012-2014 роках і складав лише 1,6%. Загалом цей показник відповідає світовим тенденціям фінансування вищої освіти. Щодо 2016 року, то видатки на вищу освіту є досить розпорошені [4], це пов'язано з децентралізацією влади в Україні та наданням ВНЗ більшої автономії. Тому не є доцільним порівнювати показники видатків бюджету попередніх періодів з показниками 2016 року.

Таблиця 2

### Обсяги бюджетного забезпечення вищої освіти

Показники	Роки			
	2012	2013	2014	2015
Видатки зведеного бюджету на вищу освіту, млн. грн	29335,9	30003,1	28343,0	30980,0
Видатки у % до видатків на освіту	28,9	28,4	28,5	27,13
Видатки у % до загальних видатків зведеного бюджету	6,0	5,9	5,6	4,56
Видатки у % до ВВП	2,0	2,1	1,8	1,6

*Джерело: [5]*

Отже, сьогодні фінансове забезпечення вищої школи в Україні є незбалансованим та не відповідає сучасним вимогам. Вища освіта в Україні все ще перебуває під загрозою руйнування (мають місце непродумані дії щодо її реформування, безконтрольна комерціалізація). В результаті ослаблення державної підтримки Україна втрачає передові позиції щодо рівня освіченості громадян, відбуваються скорочення масштабів і зниження якості підготовки й ефективності використання науково-педагогічних кадрів, помітно погіршилися умови для творчої

роботи вчених та викладачів, а також реальні бюджетні асигнування на вищу освіту не відповідають вимогам і нормам законів України.

Тому з метою стабілізації галузі, необхідно вжити рішучих заходів щодо збільшення та диверсифікації фінансування вищої освіти в Україні, а відтак удосконалити науково-методичне забезпечення освітнього процесу та створити умови для проведення фундаментальних та прикладних досліджень у ВНЗ, які в свою чергу виступатимуть додатковим джерелом фінансування вищої освіти в Україні, довести фінансування освіти до 10% від ВВП; посилити контроль уряду за виконанням у повному обсязі норм Конституції України, вимог законів України «Про освіту» і «Про вищу освіту» та інших нормативно-правових актів, що стосуються сфери вищої освіти, щоб не допустити безконтрольної комерціалізації вищої освіти та активізувати пошук альтернативних джерел фінансування ВНЗ, тобто інвесторів зацікавлених у сучасній вищій освіті.

#### **Список використаних джерел:**

1. Чала Н.Д. Бюджетна система : навч. посіб. / Н.Д. Чала, Л.В. Лазоренко. – К. : Знання, 2010. – 223 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uchebnikionline.ru>
2. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
3. OECD [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oecd.org/>
4. Аналітичний центр CEDOS. Когут І., Стадний Є. Бюджет освіти та науки 2016: що прийняли депутати / І. Когут, Є. Стадний. Бюджет освіти та науки 2016: що прийняли депутати [Електронний ресурс]. – <http://www.cedos.org.ua/uk/osvita/biudzheth-osvity-ta-nauky-2016-shcho-pryinialy-deputaty>
5. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>

**Царенков О.О.**

*студент,*

*Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана*

## **КІЛЬКІСНА ОЦІНКА ПЛАНОВИХ ПОКАЗНИКІВ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНОЇ КАЗНАЧЕЙСЬКОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ В ПОДІЛЬСЬКОМУ РАЙОНІ**

Державна казначейська служба України (Казначейство України) (колишнє Державне казначейство України (Держказначейство)) – це центральний орган виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра фінансів України. Сьогодні Казначейство України входить до складу системи органів виконавчої влади та створюється для ефективної реалізації ведення державної політики в сфері проведення казначейського обслуговування бюджетних коштів. Казначейство України виступає учасником системи проведення електронних платежів Національного банку України.

Таблиця 1

### **Основні надходження до Управління Державної казначейської служби України у Подільському районі м. Києва у 2011-2015 рр. (млн. грн.)**

	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	
					план	факт
Надходження до зведеного Бюджету України	2823,89	3047,36	3241,23	3542,69	3845,1	3969,4
Надходження до державного бюджету	2258,14	2458,36	2645,11	2846,78	3245,12	3083,6
Податок на додану вартість	1012,87	1058,74	1152,47	1359,47	1452,23	1575,8
Податок на прибуток підприємств	524,17	535,44	542,36	544,12	548,1	560,9
Податок на доходи фізичних осіб	710,23	715,66	725,41	732,56	735,87	750,1
Соціальні внески	1432,2	1542,0	1678,0	1874,55	1974,3	2025,9
Військовий збір	100,8	101,3	102,4	104,6	105,12	110,4
Надходження до місцевого бюджету	550,28	720,36	780,4	878,1	882,5	885,8

В табл. 1 відображено основні надходження до Управління Державної казначейської служби України у Подільському районі м. Києва у 2011-2015 рр. (млн. грн.).

В табл. 2 відображено аналіз планових показників основних надходжень до Управління Державної казначейської служби України у Подільському районі м. Києва у 2015 році (млн.грн.).

Таблиця 2

**Аналіз планових показників основних надходжень  
до Управління Державної казначейської служби України  
у Подільському районі м. Києва у 2015 р. (млн. грн.)**

	2015 р.		Відносне відхилення	Абсолютне відхилення
	план	факт		
Надходження до зведеного Бюджету України	3845,1	3969,4	124,3	3,23
Надходження до державного бюджету	3245,12	3083,6	-161,52	-4,98
Податок на додану вартість	1452,23	1575,8	123,57	8,51
Податок на прибуток підприємств	548,1	560,9	12,8	2,34
Податок на доходи фізичних осіб	735,87	750,1	14,23	1,93
Соціальні внески	1974,3	2025,9	51,6	2,61
Військовий збір	105,12	110,4	5,28	5,02
Надходження до місцевого бюджету	882,5	885,8	3,3	0,37

До факторів, що впливають на обсяг надходжень до Управління Державної казначейської служби України у Подільському районі м. Києва, відносять макроекономічні чинники: розмір ВВП, структура платіжного балансу, рівень інфляції, рівень зайнятості населення, платоспроможність населення, нормативно-правове поле діючої законодавчої бази. Крім цього, на обсяг податкових надходжень до Управління Державної казначейської служби України у Подільському районі м. Києва впливають і мікроекономічні чинники: вибір підприємствами виду свого оподаткування (спрощена система, єдиний податок тощо), наявність у підприємств податкових пільг, рівень прибутковості суб'єктів господарювання, розмір їх валового доходу, витрати на оплату праці в структурі собівартості продукції підприємства, середньооблікова чисельність працюючих, ефективність податкового менеджменту підприємств тощо.

Податкові доходи бюджету визначаються також і суттю податкової політики, яку проводить держава на конкретному етапі її розвитку, адже надходження до Управління Державної казначейської служби України у Подільському районі м. Києва та інших Управлінь казначейської служби України є фактором впливу на економічну діяльність підприємств, держави, вони можуть змінювати структуру діяльності окремих підприємств, структуру галузей економіки, структуру національної та регіональної економіки загалом. Зокрема надходження можуть бути застосовані для вирівнювання доходів громадян та забезпечення певного рівня соціальної рівності, сприяти створенню нових робочих місць через надання преференцій розвитку малого бізнесу та індивідуального підприємництва, бути інструментом стримування інфляції, а також бути регулятором експортно-імпортних операцій [1, с. 117].

В табл. 3 відобразимо прогностичні показники основних надходжень до Управління Державної казначейської служби України у Подільському районі м. Києва у 2016 р. (млн. грн.)

Таблиця 3

**Прогностичні показники основних надходжень  
до Управління Державної казначейської служби України  
у Подільському районі м. Києва у 2016 р. (млн. грн.)**

	2015р.		План 2016 р.
	план	факт	
Надходження до зведеного Бюджету України	3845,1	3969,4	4097,72
Надходження до державного бюджету	3245,12	3083,6	2930,12
Податок на додану вартість	1452,23	1575,8	1709,88
Податок на прибуток підприємств	548,1	560,9	574,00
Податок на доходи фізичних осіб	735,87	750,1	764,61
Соціальні внески	1974,3	2025,9	2078,85
Військовий збір	105,12	110,4	115,95
Надходження до місцевого бюджету	882,5	885,8	889,11

Можливості планування в економічній організації підприємства обмежені рядом об'єктивних і суб'єктивних причин. Підприємство не володіє достатніми (повними) даними про своє теперішнє та майбутнє і не в змозі передбачити всі зміни, які можуть відбутися в зовнішньому середовищі. Проте, навіть дуже потужному підприємству не по силам повністю усунути невизначеність, а значить і цілком спланувати свою діяльність. Тому що усунути невизначеність – значить усунути і ринок, різноманітність не співпадаючих інтересів і дій суб'єктів ринку.



Звісно, підприємства намагаються упорядкувати свої зовнішні відносини шляхом витиснення впливу ринка на свою діяльність, і такі зусилля приносять певний успіх. Контроль над ринком може здійснюватись де кількома засобами: вертикальна інтеграція, контроль над попитом, контрактні відносини, створення підприємницьких мереж. Велику роль в стратегічному управлінні в умовах невизначеності відіграють резерви: страхування на підприємстві – наявність запасів сировини, вільних потужностей, грошових резервів та інше.

Таким чином, підприємствам необхідно точно планувати свою діяльність, згідно вибраних цілей і прогнозувати її результати в контексті конкретної ринкової ситуації. Приймаючи обґрунтовані і систематизовані планові рішення керівництво знижує ризик прийняття неправильного рішення через помилкову та неперевірену інформацію про можливості підприємства чи про зовнішню ситуацію.

Вирішення проблем планування діяльності підприємств, що діють в невизначеному ринковому середовищі, лежать в побудові адаптивної системи планування. Таке планування дозволяє підприємству моделювати чисельні можливі зміни не тільки для того, щоб вибрати з них найбільш прийнятні, але і щоб мати в своєму розпорядженні запасні рішення, забезпечуючи швидку і раціональну реакцію у випадку, коли непередбачувані події не дозволять дотримуватися прийнятого рішення. Головним результатом такого планування є визначення цілей, стратегій і програм, а також розподіл ресурсів, дозволяючи підприємству найуспішніше зустріти невизначене майбутнє і вплинути на нього [2, с. 106].

#### **Список використаних джерел:**

1. Єршова, Н.Ю. Особливості обліку доходів автоматизованою системою Державного казначейства України // Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». – Х., 2013. – Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. – С. 117-122.

2. Петришина, Н.С. Особливості проведення попереднього контролю державним казначейством. // Стан і проблеми трансформації фінансів та економіки регіонів у перехідний період. – Хмельницький, 2003. – С. 106-108.

# МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

**Адаменко В.В.**

*студент,*

*Черкаський національний університет  
імені Богдана Хмельницького*

## ДОЦІЛЬНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ З ДЕФІЦИТОМ

Поняття запасу пронизує всі сфери матеріального виробництва та торгівлі, тому що матеріальний потік на шляху переміщення від первинного джерела сировини до кінцевого споживача може накопичуватися у вигляді запасу на будь-якій ділянці. Причому, управління запасами на кожній з ділянок має свою специфіку.

До економічних збитків призводить як надмірне перевищення рівня запасів, так і недостатній їх рівень. Так, у разі, коли певна компанія має надлишкові товарні запаси, то капітал, вкладений у ці товари, заморожується. Більш того – капітал, який не можна використовувати, є для компанії втраченою вартістю у формі неоплачених відсотків або невикористаних можливостей інвестування. Крім того, запаси, особливо товари, які швидко псуються, вимагають створення спеціальних умов для їх зберігання. Для цього необхідно виділити певні площі, найняти додатковий персонал, застрахувати ці запаси. Все це призводить до додаткових витрат. З другого боку, зменшення рівня запасів є джерелом виникнення дефіциту, тобто, збільшує невикористані можливості фірми, що може призвести до збитків внаслідок втрати клієнтів, зупинки виробничого процесу тощо. Крім того, за малого рівня запасів доводиться часто поставляти нові партії товарів та ресурсів, що призводить до додаткових витрат на транспорт та обслуговування поставок. Таким чином, актуальним для деяких компаній може бути питання визначення доцільності використання моделей управління запасами без дефіциту або з дефіцитом з метою зниження логістичних витрат.

Моделі управління запасами досить різноманітні і це обумовлено відмінностями реальних умов реалізації логістичних процесів, наявністю великої кількості зовнішніх збурень, різноманіттям екзогенних і ендогенних параметрів, що створюють безліч можливих варіантів вирішення цих завдань.

Для здійснення порівняння можливого досягнутого економічного ефекту від використання моделей без дефіциту і з дефіцитом будемо використовувати запропоновану в 1915 р. Ф. Харрісом [1] класичну модель теорії управління запасами, – модель оптимального розміру замовлення (EOQ– Economic Optimal Quantity), названу також моделлю Уілсона, оскільки формула оптимального розміру замовлення широко застосовується на різних етапах виробництва і розподілу продукції, часто виявляється практично корисною для прийняття рішень при управлінні запасами і приносить помітний економічний ефект [2].

Введемо позначення:  $T$  – період зберігання запасів;  $D$  – попит;  $q$  – розмір замовлення;  $q^*$  – економічний розмір замовлення;  $q_1$  – точка замовлення;  $T_d$  – час доставки замовлення;  $n$  – число замовлень за період  $T$ ;  $C_1$  – вартість доставки одного замовлення;  $C_2$  – вартість зберігання одиниці продукції за одиницю часу;  $C_3$  – вартість одиниці продукції;  $C_4$  – штраф за відсутність одиниці продукції в одиницю часу (штраф за дефіцит);  $C$  – вартість логістичної системи за період  $T$  (логістичні витрати).

Тоді формули розрахунків основних показників моделі Харрісона-Уілсона без дефіциту матимуть вигляд [2]- [3]:

1. Економічний розмір замовлення:  $q^* = EOQ = \sqrt{\frac{2C_1D}{C_2}}$ .

2. Число замовлень за час  $T$ :  $n = D/q^*$ .

3. Інтервал часу між замовленнями:  $t = T/n$ .

4. Точка замовлення або рівень повторного замовлення:  $q_1 = ROP = t_d D/T$ , де  $D/T$  – потреба за одиницю часу.

5. Мінімальна вартість логістичної системи управління запасами:

$$C^* = \frac{C_1 D}{q^*} + \frac{C_2 q^*}{2}$$

За наявності дефіциту можливі два випадки:

- попит на продукцію, що виникає в період відсутності запасів, задовольняється за рахунок наступного замовлення;
- попит на продукцію, що виникає в період відсутності запасів, залишається незадоволеним.

І в тому, і в іншому випадках в період відсутності запасів на складі знижується об'єм продажів, а також можлива втрата клієнтів та їх довіри до даного магазину. Ці витрати, як було зазначено вище, називаються штрафом за дефіцит. Слід зіставити ці витрати і можливу величину економії, пов'язану з відсутністю запасів на складі.

Основні показники моделі управління запасами з дефіцитом за умови покриття дефіциту за рахунок нового замовлення розраховуються за такими формулами [2]-[3]:

1. Оптимальний розмір замовлення:  $q = EOQ \sqrt{\frac{C_2 + C_4}{C_4}}$ .
  2. Максимальний рівень дефіциту:  $s^* = \sqrt{\frac{2C_1D}{C_4}} \sqrt{\frac{C_2}{C_2 + C_4}}$ .
  3. Максимальний розмір запасу:  $q^* - s^* = \sqrt{\frac{2C_1D}{C_2}} \sqrt{\frac{C_2 + C_4}{C_4}} - \sqrt{\frac{2C_1D}{C_4T}} \sqrt{\frac{C_2}{C_2 + C_4}}$ .
  4. Число замовлень за період  $T$ :  $n = \frac{D}{q^*}$ .
  5. Інтервал часу між замовленнями:  $t = T/n$ .
  6. Точка замовлення або рівень повторного замовлення:  $q_1 = ROP - S^*$ .
  7. Мінімальна вартість логістичної системи:
- $$C^* = \frac{C_1D}{q^*} + \frac{C_2(q^* - s^*)^2}{2q^*} + \frac{C_4(s^*)^2}{2q^*}.$$

Розглянемо академічний приклад застосування на агрофірмі моделі управління запасами з дефіцитом.

Нехай річний попит на комбікорм агрофірми становить 3000 т. і рівномірно розподіляється протягом року. Рік містить 300 робочих днів. Припускається, що для виготовлення 3000 т. комбікорму потрібно також 3000 т. зернових. Ціна закупки 1 т. зернових становить 50 у.о. Вартість доставки одного замовлення (однієї партії) зернових для виготовлення комбікорму також дорівнює 50 у.о. і займає 6 днів, а середньорічні витрати зберігання 1 т. комбікорму складають 20% від ціни 1 т. зернових. Начальник логістичного відділу агрофірми розглядає питання про скорочення запасів комбікорму на складі з метою вивільнення відповідних грошових коштів. За його оцінкою витрати, пов'язані з відсутністю запасу на складі, зниженням обсягу продажів, часткової втратою довіри клієнтів і терміною доставкою замовлення складають 5 у.о. в рік на 1 т. комбікорму. Визначити оптимальні показники логістичної системи без дефіциту і з дефіцитом (за умови, що дефіцит буде покриватися з нових поставок). Визначити величину економії, яка досягається при введенні системи планування дефіциту.

Розв'язання:

$$D = 3000 \text{ (т.); } T = 300 \text{ (дн.); } C_1 = 50 \text{ (у.о.);}$$

$$C_2 = 0,2 \cdot 50 = 10 \text{ (у.о.); } C_4 = 5 \text{ (у.о.); } t_d = 6 \text{ (дн.)}$$

I. Розрахунок за наведеними вище формулами для логістичної системи без дефіциту має вигляд.

$$1. \text{ Економічний розмір замовлення: } q^* = EOQ = \sqrt{\frac{2 \times 50 \times 3000}{10}} \approx 173 \text{ (м).}$$

$$2. \text{ Число замовлень за час } T: n = 300/173 \approx 18 \text{ (з.)}$$

$$3. \text{ Інтервал часу між замовленнями: } t = 300/18 = 17 \text{ (дн.)}$$

4. Точка замовлення або рівень повторного замовлення:

$$q_1 = ROP = 6 \times 3000/300 = 60 \text{ (м).}$$

5. Мінімальна вартість логістичної системи управління запасами:

$$C^* = \frac{50 \times 3000}{173} + \frac{10 \times 173}{2} \approx 1732 (\text{y.o.}).$$

II. Розрахунок за формулами для логістичної системи з дефіцитом має вигляд.

$$1. \text{ Оптимальний розмір замовлення: } q^* = EOQ = 173 \sqrt{\frac{10+5}{5}} \approx 300 (\text{т.}).$$

$$2. \text{ Максимальний рівень дефіциту: } S^* = \sqrt{\frac{2 \times 50 \times 3000 \times 10}{5(10+5)}} = 200 (\text{m.}).$$

$$3. \text{ Максимальний розмір запасу: } q^* - S^* = 300 - 200 = 100 (\text{m.}).$$

$$4. \text{ Число замовлень за період } T: n = 3000/30 = 10 (\text{з.}).$$

$$5. \text{ Інтервал часу між замовленнями: } t = 300/10 = 30 (\text{дн.}).$$

6. Точка замовлення або рівень повторного замовлення:

$$q_1 = 60 - 200 = -140 (\text{т.}).$$

Від'ємне значення відповідає тому, що повторне замовлення робиться, коли розмір дефіциту досягає 140 одиниць.

7. Мінімальна вартість логістичної системи управління запасами:

$$C^* = \frac{50 \times 3000}{300} + \frac{10 \times 100^2}{2 \times 300} + \frac{5 \times 200^2}{2 \times 300} \approx 1000 (\text{y.o.}).$$

Таким чином, більш доцільно застосовувати модель управління запасами з дефіцитом, оскільки річна економія від впровадження логістичної системи планування дефіциту становить:

$$E = 1732 - 1000 = 732 (\text{y.o.}).$$

Розглянуті моделі управління запасами є лише наближеним описом логістичних процесів, які спостерігаються в дійсності. Отримані при розрахунках даних моделей значення, що є оптимальними при ряді обмежень, слід використовувати в якості «відправної точки», науково-обгрунтованої оцінки кінцевого рішення. Остаточне рішення з управління запасами і закупівлями має прийматися на основі практичного досвіду і використання результатів розрахунку економіко-математичних моделей.

### Список використаних джерел:

1. Harris F. W. «How Many Parts To Make At Once» Factory / Harris F. W. // The Magazine of Management, 10(2), 135-136, 152 (1913).

2. Стерлигова А.Н. Оптимальный размер заказа, или загадочная формула Вильсона / Стерлигова А.Н., Семенова И.В. // Логистик & система. – 2005, № 2. – С. 64-69. – № 3. – С. 62–71.

3. Лотоцкий В.А. Модели и методы управления запасами / Лотоцкий В.А., Мандель А.С. – М.: Наука, 2006. – 324 с.

**Довбиш О.В.**

*студент,*

*Черкаський національний університет*

*імені Богдана Хмельницького*

## **ВИКОРИСТАННЯ ЕНТРОПІЇ ШЕННОНА ПРИ ДОСЛІДЖЕННІ ВАЛЮТНОГО РИНКУ**

Валютний курс є вагомим інструментом державної політики, ефективно регулювання якого є суттєвим фактором створення сприятливих умов для нарощування виробництва та зростання чистого експорту – визначального фактору економічного розвитку країни. Валютний курс відображає взаємодію національної та світової економік, а також регулює діяльність багатьох економічних сфер. Проте зміни валютного курсу не завжди є явищем позитивним і можуть призвести до непередбачуваних наслідків у різних сферах економіки.

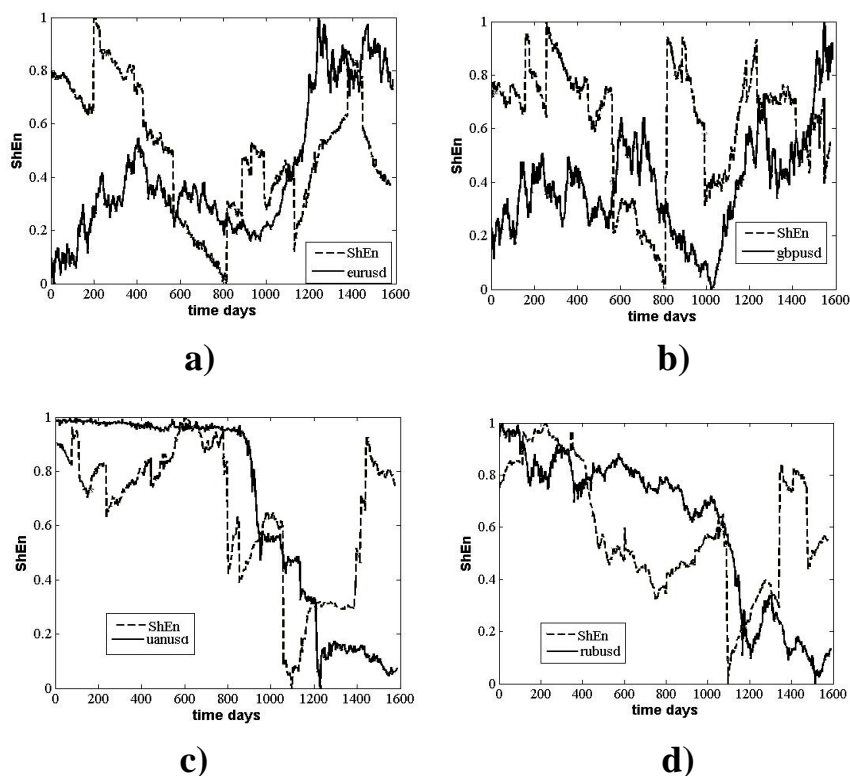
Лібералізація плаваючих валютних курсів, інтенсифікація процесів переміщення капіталу між країнами призвели до того, що держава майже повністю втратила контроль над процесами, що відбуваються на валютних ринках. Як наслідок, проблеми дослідження та моніторингу динаміки валютних курсів та їх прогнозування для забезпечення ефективного проведення державної політики набувають особливої актуальності.

Використання методів теорії складних систем для аналізу соціально-економічних систем є сучасним трендом. Так різноманітні міри складності використовувались для здійснення порівняльного аналізу динаміки валютних курсів з відповідним значенням ентропії в умовах валютної нестабільності [1]. При цьому вбачається за доцільне використати ентропію Шеннона [2] для аналізу та моніторингу валютного ринку.

Введена ентропійна міра є статичною характеристикою часових рядів. Але зрозуміло, що з плином часу в системі відбуваються зміни. Варто дослідити ці зміни шляхом розрахунку введеної міри у рамках процедури ковзного вікна [3]. В цьому випадку міра розраховується для підряду заданої довжини, після чого вікно зміщується у додатному напрямку і процедура повторюється до вичерпання значень часового ряду [2]. Для зручності та спрощення аналізу дієвості введеної міри порівняємо її з відповідною динамікою вихідного часового ряду.

Для економічних систем інформативною величиною є прибутковість, тому розрахуємо її та розглянемо порівняльну динаміку прибутковостей та ентропії Шеннона на прикладі щоденних значень валютних пар за період 15.04.2011 р. – 13.04.2016 рр. На рис. 1

зображено вихідні ряди та значення ентропії Шеннона відповідних логарифмічних прибутковостей.



**Рис. 1. Порівняльна динаміка курс-курсів валют з відповідним значенням ентропії Шеннона (ShEn) для:** а) валютна пара євро/долар США (eurUSD); б) валютна пара англійський фунт стерлінгів/долар США (gbpUSD); в) українська гривня/долар США (uahUSD); г) валютна пара російський рубль/долар США (rubUSD)

При порівнянні динаміки рядів прибутковостей та відповідних значень ентропії Шеннона видно, що ця ентропія є чутливою до змін на валютному ринку. З рис. 1 легко бачити, що значення ентропії Шеннона у період кризи та часто задовго до неї помітно спадають, а в період рецесії – зростають. Це дає змогу застосовувати даний метод для моніторингу несприятливих явищ на валютних ринках, тобто використовувати ентропію Шеннона в якості індикатора-передвісника критичних та кризових явищ на валютному ринку.

Відмітимо, що на рисунку 1d), де зображено динаміку російської валюти по відношенню до долара, показники ентропії Шеннона останнім часом спадали, потім спостерігалось незначне їхнє зростання і знову спад, що може говорити про подальше послаблення рубля. В той час, як ентропія для української гривні (рис. 1c)) відновлює свої докризові значення, що слугує індикатором зупинення обвалу гривні, але не її повернення до докризового рівня.

Отже, розглянувши ентропію Шеннона було проілюстровано результати застосування віконної процедури для ідентифікації кризових

явищ на реальних часових рядах світових крос-курсів валютних пар. Показано можливість використання ентропії Шеннона в якості індикатора-передвісника критичних та кризових явищ на валютному ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Данильчук Г.Б. Ентропійний аналіз стану світової банківської системи / Г.Б. Данильчук, О.С. Лук'янчук, В.М. Соловйов // Проблеми моніторингу, моделювання та менеджменту емерджентної економіки: Монографія / За заг. ред. Соловйова В.М. – Черкаси: Брама-Україна, 2013. – С. 122-153.

2. Shannon C. E. A Mathematical Theory of Communication / C. E. Shannon // Bell System Technical Journal. – 1948. – V. 27. – №. 3. – No. 4.

3. Шамбадаль П. Развитие и приложения понятия энтропии / П. Шамбадаль ; пер. с франц. – М. : Наука, 1967.

**Сергієнко Т.М., Кіндратів В.А.**

*студенти,*

*Науковий керівник: Гусак Л.П.*

*кандидат педагогічних наук, доцент,*

*Вінницький торговельно-економічний інститут*

*Київського національного торговельно-економічного університету*

### **МАТЕМАТИЧНІ РОЗРАХУНКИ В СПОРТИВНИХ ДОСЯГНЕННЯХ**

Математика та спорт, здавалося б, речі далекі один від одного. Але це тільки на перший погляд. Адже це обумовлено тим, що більшість людей малодосвідчені у даному питанні. Ми б хотіли підтвердити, що математика відіграє значну роль у спорті.

Методами математичної статистики встановлюють перспективність спортсменів, найбільш сприятливі умови для тренувань, їх ефективність, обробляють показники датчиків, що контролюють навантаження спортсменів. Теорія інформації дозволяє оцінити ступінь завантаженості зорового апарату при заняттях різними видами спорту (гірськолижним, настільним тенісом і ін.).

За допомогою елементарних підрахунків, можна виявити переможців.

Наприклад, один із світових рекордів у плаванні було встановлено російським плавцем Борисом Девяткиним, який проплив 30 –



кілометрову дистанцію лише за 9 годин 6 хвилин. Підрахувавши його швидкість за формулою

$$v = S/t,$$

отримаємо  $v = 30/9.1 = 3.3$  км.

Це означає, що за годину він просунувся більш, ніж на три кілометри.

За допомогою математичного апарату можна побудувати математичні моделі ігор:

- тенісу, в якій використовується геометрична прогресія та елементи комбінаторики для спорудження тенісних кортів, вибору ракетки і м'ячів, рахунку матчів, тощо [1];

- баскетболу, з використанням елементів лінійної алгебри та теорії ймовірностей;

- волейболу, де використовуючи принцип математичної індукції, можна зробити заміну місцями розташування гравців.

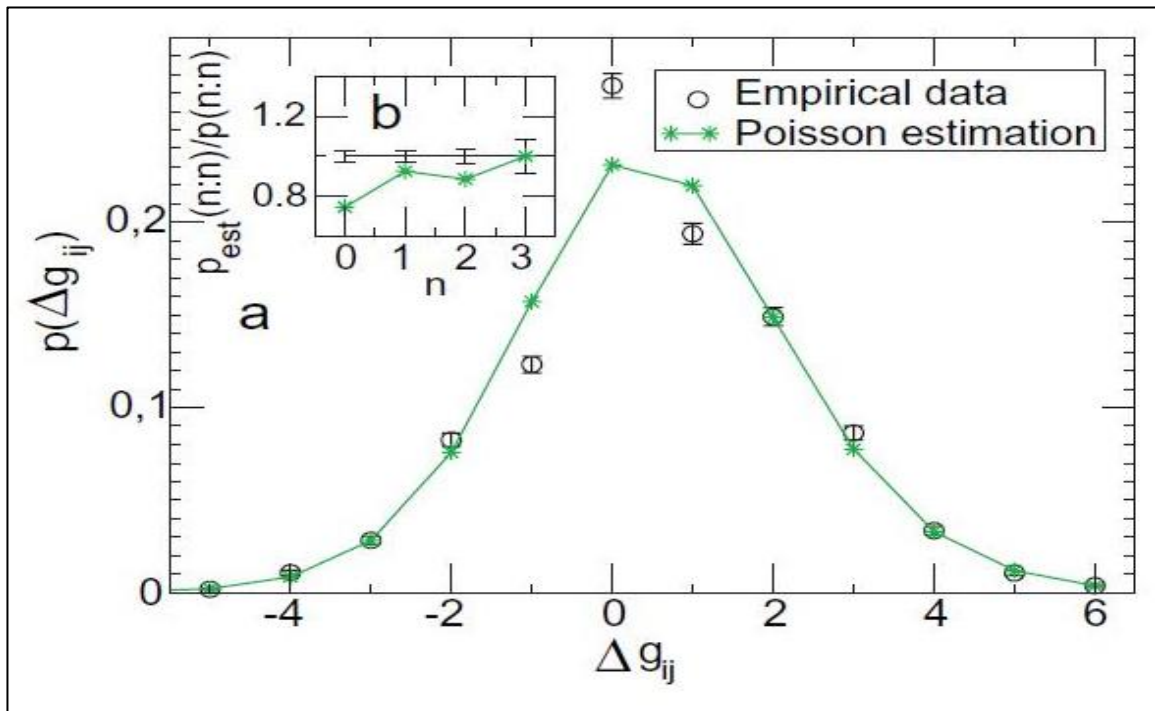
І футбол, як і будь-який інший вид спорту, сповнений несподіванок і сюрпризів. Зрештою, якщо б можна було точно визначити результат матчу, не було б сенсу його дивитися, але команда сучасних вчених заявляє, що результат матчу можна передбачити. Для розрахунку очікуваного результату різниці голів у конкретному матчі, вчені використовують формулу Пуассона, виведену для випадкових подій, що не залежать одна від одної:

$$N(t) = \sum_{k=1}^{\infty} w(t - t_k); 0 \leq t_1 \leq t_2 \leq \dots,$$

де  $w(t)$  – одинична функція включення  $w(t) = \frac{1}{2}(1 + \text{signt})$ . Таким чином, випадкове значення  $N(t)$  еквівалентно числу точок включення між 0 та  $t$ . Процес може бути охарактеризован ймовірністю події  $[N(t) = n]$ , для кожного  $t \geq 0$  та  $n = 0, 1, 2, \dots$ . Виходячи з цього, отримаємо загальну формулу:

$$P_n(t) = P [N(t) = n]$$

Нижче неводняний графік порівнює розраховану за допомогою рівняння різницю голів (зірочки) з реальними результатами ігор (порожні кулі). Збіг спостерігається скрізь, крім тих місць, де різниця становить: -1, 0 або 1. В цих випадках частіше відбувається нічия і рідше різниця в один гол. Тут проявляється математичний феномен, який веде до більш частим нічийм [2].



Джерело: [1]

Останнім часом все більшого значення набувають математичні методи вибору найкращих альтернатив. Вони полягають в тому, що враховуються результати всіх зустрічей кожного спортсмена (команди) з різними супротивниками в різних турнірах на протязі визначеного (класифікаційного) періоду часу і видається інтегрована оцінка у вигляді рейтингу спортсмена (команди) – умовний числовий коефіцієнт.

Прогнозування спортивних результатів здійснюється за допомогою математичних методів, які поділяються на методи моделювання процесів руху (розвитку) і екстраполяції. Вони включають методи попередньої обробки числового ряду, впливають на вибір виду функції (кривої) і на визначення границь зміни її параметрів.

Для об'єктивності спортивного суддівства введено сучасні методи математичної теорії експертних оцінок, яка базується на використанні принципу математичної індукції.

Отже, як бачимо, математика і спорт мають багато спільного. Уміння прорахувати дії противника і скласти алгоритм дозволяє досягти більш високих результатів у спорті.

#### Список використаних джерел:

1. Олимпийские математика и информатика. Математика в плавании [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sport-38.blogspot.ru> – Назва з екрану.
2. Математика как предсказатель результата футбольного матча [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://globalscience.ru/article/read/17328/> – Назва з екрану.

**Теливань В.О.**

*студент;*

**Гадецька З.М.**

*кандидат технічних наук, доцент,  
Черкаський національний університет  
імені Богдана Хмельницького*

## **РОЗРОБКА ПРОЕКТУ АВТОМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Для покращення роботи підприємства будь-якої сфери діяльності та форми власності необхідно дослідити основні бізнес-процесів на цьому підприємстві та розробити проект автоматизації цих бізнес-процесів.

Модель управління такими проектами включає наступні складові:

- 1) параметри проекту;
- 2) цілі та завдання створення та управління проектом, зокрема стосовно таких основних його характеристик, як час, якість, вартість;
- 3) модель життєвого циклу (етапи проведення);
- 4) структуру проекту та деталізацію основних етапів робіт по проекту;
- 5) організаційну структуру проекту (OBS);
- 6) робочу структуру проекту (WBS);
- 7) витратну структуру проекту (CBS).

Одним із програмних засобів, що дозволяє програмно реалізувати таку модель управління проектами є пакет Microsoft Project. MS Project – засіб для автоматизації управління проектами – створений для їх планування та управління ними. За стилем оформлення і методами роботи сумісний з Microsoft Office. Сьогодні Microsoft Project став фактично стандартом серед засобів автоматизації індивідуальної роботи менеджерів проектів. Свою популярність він заслужив завдяки вдалому поєднанню простоти використання, дружнього інтерфейсу і найбільш необхідних інструментів управління проектами [1].

На рис. 1 представлена узагальнена схема дій у процесі роботи над проектом в Microsoft Project.

На основі узагальненої схеми авторами був розроблений в Microsoft Project проект автоматизації бізнес-процесів купівлі-продажу нерухомості для однієї із черкаських будівельних фірм – ТОВ «Приватбуд-3». Для цього була досліджена діяльність будівельної фірми «Приватбуд-3», описано її структуру, сферу діяльності, оцінено стан інформатизації об'єкту, досліджені основні бізнес-процеси будівельної фірми та визначена необхідність розробки проекту. Проект

розбитий на етапи, задачі, з вказівкою ресурсів; розроблена діаграма Ганта та мережевий графік робіт.



**Рис. 1.** Узагальнена схема дій у процесі роботи над проектом

Вхідними даними для розробки проекту є наступні параметри: база клієнтів; база об'єктів нерухомості; база забудовників; база укладених договорів.

Більшість проектів, зокрема і даний, починається зі списку задач, які потрібно виконати по проекту. Також вводяться в проект ресурси і призначаються до задач. Задачі, які потрібно виконати для розробки системи автоматизації купівлі-продажу нерухомості, об'єднані в 5 етапів: постановка задачі; складання алгоритму; написання програми; налагодження програмного продукту; дослідницька експлуатація програми.

Після того, як визначений обсяг і задачі проекту, для аналізу проекту автоматизації бізнес-процесів створено: календар, в якому – інформація виводиться у вигляді календаря по днях тижня, задачі відображаються відрізками; діаграму використання задач; діаграму використання ресурсів; різні звіти по проекту, наприклад звіт по трудовитратам, звіт про терміни завершеності проекту та ін.

Але частіше за все в процесі аналізу проекту використовується саме діаграма Ганта. Діаграма Ганта – це один з найбільш популярних способів графічного подання плану проекту, застосовуваний у багатьох програмах управління проектами. З діаграми можна одержати інформацію про послідовності задач, їхньої відносної тривалості й тривалості проекту в цілому. Діаграма Ганта являє собою графік, на якому по горизонталі розміщена шкала часу, а по вертикалі розташований список задач [2].

MS Project дозволяє не тільки створювати план проекту, а й має у своєму складі можливість його супроводження. Протягом виконання завдань можна встановлювати процент їх виконання та відстежувати використані фінанси, змінювати строки та тривалість. Відповідно до реальної ситуації, що складається під час реалізації проекту, можливе внесення оперативних змін до проекту. Це стосується всіх елементів проекту (робіт, ресурсів, часу).

Розроблений в роботі проект, а надалі на його основі і система автоматизації бізнес-процесів купівлі-продажу нерухомості, значно полегшують та спрощують роботу менеджерів з житлової нерухомості та дозволяють підвищити ефективність роботи комерційного відділу ТОВ «Приватбуд-3».

#### **Список використаних джерел:**

1. Милошевич Д. Набор инструментов для управления проектами / Драган Милошевич: пер. с англ. Е. В. Мамонтова; под ред. С. И. Неизвестного. – М. : компания АйТи; ДМК Пресс, 2006. – 729 с.
2. Уокер Ройс Управление проектами по созданию программного обеспечения / Уокер Ройс. – М.: Лори, 2007.

## СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

**Бершадський А.О.**

*студент,*

*Науковий керівник: Малік Л.В.*

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Донецький національний університет*

### ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА

У даний час менеджер є престижною та високооплачуваною професією, саме тому багато молоді обирає саме цю професію. Водночас це і є проблема, адже існує велика кількість менеджерів, але ефективність та результати їхньої діяльності є далекою від бажаних на підприємствах, фірмах і компаніях де вони працюють. Чому ефективність діяльності менеджерів не є на відповідному рівні та як покращити їхню діяльність? Саме на розв'язання цих питань зосереджені мої дослідження. Сьогодні актуальним стає підвищення рівня ролі менеджера в організації та поліпшенні ефективності його діяльності. Актуальність проблеми полягає в тому, що на сьогодні менеджер є важливою складовою діяльності будь-якого підприємства.

Дослідженнями питання важливості ефективності діяльності менеджера займалися такі вчені, як Дж. Максвелл, С. Філонович, У. Демінг, Р. Ділтс, В. Байхем, О. Сміт, М. Пізі, Г. Альтманн, Я. Морено, І. Кузьмін, Хмельов І.Б., А. Козинцев, Л. Серова, Яковлев О.Ю. та ін.

Метою дослідження є дослідити ефективність діяльності менеджера. Завдання – визначити проблеми та шляхи їх вирішення, які виникають у менеджера під час його управління на підприємстві.

Перед тим, як розглядати ефективність діяльності менеджера потрібно визначити основні поняття даного питання «менеджер» та «ефективність діяльності».

Визначень поняття «менеджер» існує безліч. Наприклад: менеджер – це керівник, який має спеціальну управлінську освіту і відповідає за розробку і прийняття рішень щодо організаційних питань менеджменту. Деякі визначають, що менеджер – це людина, що складає систему поточного і перспективного планування, прогнозування й орієнтації виробництва, реалізації продукції і послуг з метою одержання прибутку. Суть у них однакова – менеджер повинен планувати певні процеси.

Перейдемо до поняття «ефективність діяльності» – це комплексне відбиття кінцевих результатів використання засобів виробництва і робочої сили за певний проміжок часу. Тобто, ефективність діяльності менеджера означає, на скільки якісно менеджер виконує свої функції і як саме це впливає на кінцевий результат, тобто прибуток або збиток підприємства.

На сьогодні професія менеджера є дуже важливою, адже від ефективності діяльності та професійних навичок менеджера залежить, наприклад, як підприємство буде працювати та чи отримає прибуток чи збиток. Роль менеджера пов'язана з його знаннями і досвідом в конкретній галузі практичної діяльності, здатністю сформулювати критерії оцінки діяльності, здійснити її планування, провести інструктаж, аналізувати хід виконання рішення, нарешті, в разі необхідності самостійно ефективно здійснити професійну діяльність, вирішити конкретну професійну задачу, показавши особистий приклад підлеглому.

Змістом діяльності менеджера є процес реалізації функцій планування, організації, координації, мотивації і контролю. Успішне управління організацією, перш за все, ґрунтується на систематичному обліку та аналізі впливу навколишнього світу, адаптації виробництва до зовнішніх впливів.

Кожен менеджер несе величезну як моральну, так і матеріальну відповідальність. Це визначає і його роль на всіх управлінських рівнях, – насамперед, залежно від виявленого вміння приймати рішення в конкретних і часто змінних ситуаціях.

Для підвищення ефективності діяльності менеджер повинен [1, с. 150-151]:

- забезпечувати життєздатність свого підприємства в умовах зростаючої конкуренції, незважаючи на будь-які зміни ринку;
- домагатися максимізації прибутку в конкретних умовах ринку;
- розробити і послідовно реалізовувати програму розвитку колективу підприємства, включаючи соціальні проблеми, організувати роботу на базі сучасних ефективних методів;
- удосконалювати роботу підприємства на основі застосування сучасних методів управління, покращувати організаційну структуру підприємства, домагаючись ефективної роботи кожного співробітника окремо і всього колективу як єдиної взаємодіючої системи;
- розробляти і впроваджувати в практику більш досконалі форми бізнесу, освоюючи нові галузі та сфери;
- визначати цілі, що відповідають інтересам фірми, виходячи з запитів ринку і споживача [2, с. 195-198];
- впроваджувати теоретичні розробки вітчизняної і зарубіжної науки після адаптації до конкретних умов;

- вміти запобігати та успішно долати кризові явища в процесі діяльності організації [3, с. 39-42].

Підводячи підсумок та проаналізувавши усі аспекти діяльності менеджера, я вважаю що вирішити проблему ефективності діяльності менеджера, тобто підвищити тим самим його результати діяльності, менеджер повинен:

1. Бути висококваліфікованим та освітченим спеціалістом.

2. Налагоджувати атмосферу в колективі. Бути другим, вчителем, психологом та лідером для своїх підлеглих.

3. Досконально знати організацію в якій працює (її діяльність, кадри, організацію виробництва).

4. Бути творчим та вміти в розумних межах йти на ризик і бути здатним нейтралізувати його вплив.

Не від одного менеджера залежить ефективність діяльності самого підприємства. Підлеглі та всі особи, які пов'язані з діяльністю повинні не уклінно та сумлінно виконувати свою роботу та накази керівника. Організація та технології виробництва повинні «йти» в ногу з часом, тобто повинне бути найсучасніше обладнання. Та головне все повинно бути злагоджено та гармонійно, саме це є запорука ефективної діяльності усього підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Хмельов І.Б. Промислова політика як фактор модернізації економіки Росії. У світі наукових відкриттів. – 2010. – № 4-16. – С. 150-151.

2. Яковлев О.Ю. Приклади успішних венчурних фірм. Інновації в науці. – 2013. – № 28. – С. 195-198.

3. Яковлев О.Ю. Рекомендації підприємцям по створенню венчурних проектів. Актуальні питання економічних наук. – 2014. – № 36. – С. 39-42.

**Верницький Б.В.**

*студент,*

*Научный руководитель: **Малик Л.В.***

*кандидат экономических наук, доцент,*

*Донецкий национальный университет*

## **СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИИ**

Переход экономики Украины к рыночным условиям хозяйствования привел к радикальным изменениям в планировании, учете и контроле производственно-хозяйственной деятельности, трансформации системы



управления предприятиями и организациями. Вместе с этим существенные изменения претерпели цели предпринимательства, средства их достижения, экономическая основа общества.

Учитывая данное утверждение, лучшим инструментом оптимизации деятельности отечественных предприятий в соответствии с требованиями рыночной экономики выступает внедрение эффективной системы внутреннего контроля. В связи с этим существует объективная необходимость в формировании основных принципов внутреннего контроля, его составляющих элементов и частей для обеспечения стабильности функционирования украинского сектора предпринимательства и национальной экономики в целом.

Внутренний контроль определяет закономерность этих операций и их экономической целесообразности для того или иного предприятия [2, с. 62–65].

Проблемам развития внутреннего контроля на предприятиях Украины посвятили свои труды многие авторы, в частности Гавришко И., Грилицкая А., Егармин В., Ивануса Н., Сокин А., Футорангська Ю. и другие, однако результаты их исследований требуют дальнейшего обновления.

Таким образом, основной целью статьи является изучение состояния внутреннего контроля на предприятиях и организациях Украины, определение основных проблем его введения, а также предоставление конкретных предложений по повышению его эффективности для улучшения функционирования отечественных предприятий.

В современных условиях внутренний контроль приобретает все большее значение, ведь выступает средством улучшения показателей деятельности предприятий и организаций, их дальнейшего развития и совершенствования.

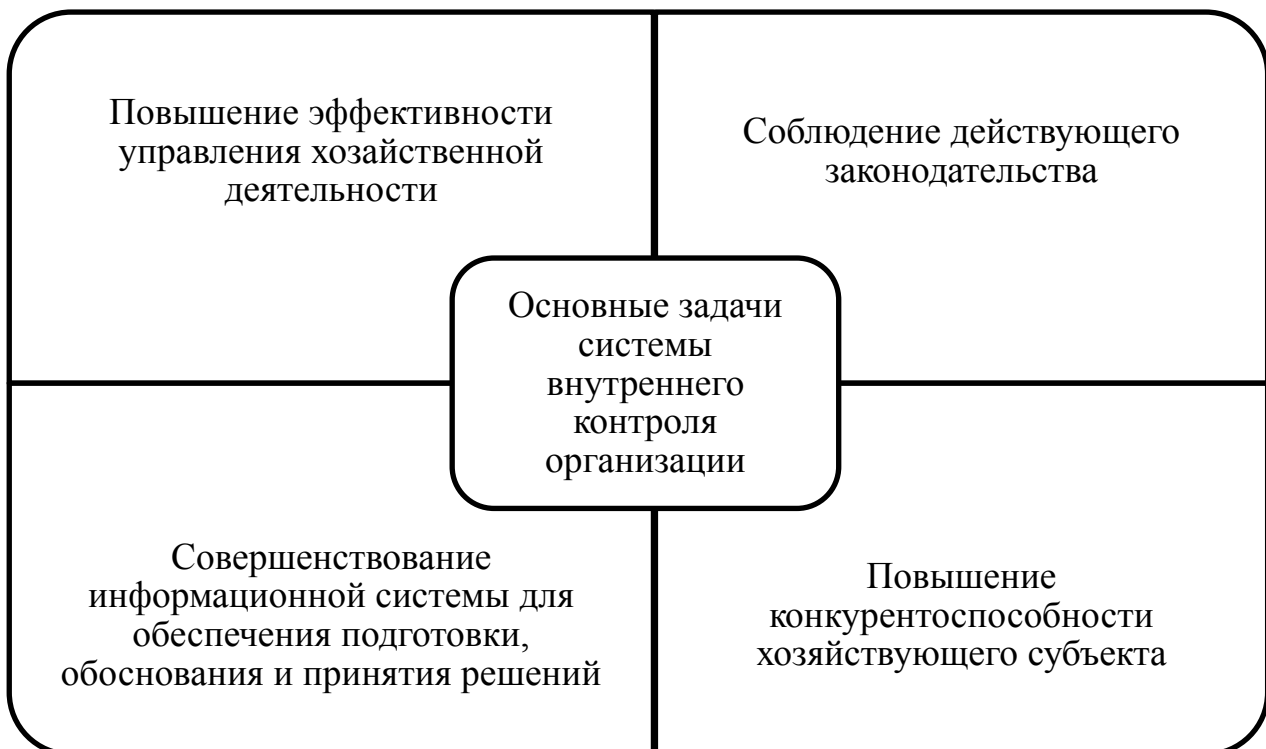
Внутренний контроль фиксирует и отслеживает соблюдение субъектами контроля требований действующих законодательных и нормативных актов по эффективности и целевого использования бюджетных или собственных средств, сохранности имущества; правомерности и эффективности использования финансовых, материальных и трудовых ресурсов, достоверности бухгалтерского учета и отчетности и т.д. [3, с. 163–171]. Основные задачи системы внутреннего контроля организации представлены на рис. 1.

Не менее важным аспектом внутреннего контроля является обеспечение обратной связи между субъектом и объектом управления по оценке эффективности принимаемых управленческих решений. Обратная связь благодаря функционированию подразделений системы внутреннего контроля позволяет представить состояние не только отдельных ее элементов, но и всей системы в целом.

Среди методов повышения эффективности системы внутреннего контроля на современных предприятиях наиболее целесообразными и эффективными являются методы распределения полномочий и ответственности между работниками, ротация кадров, осуществление контроля по отдельным направлениям предпринимательской деятельности, совершенствование контроля при планировании продаж, формирования дела-досье на покупателей и заказчиков, диагностика и прогнозирования проблем [2, с. 62–65].

Особенно важным методом оптимизации контрольной системы предприятия является бюджетный контроль, который обеспечивает своевременное выявление отклонений фактических показателей от запланированных, их причины и обеспечивает соответствующую реакцию на них. Результаты осуществления такого контроля должны отражаться в ежедневных, еженедельных, декадных, месячных и квартальных контрольных отчетах.

Формирования новой стратегии внутреннего контроля на отечественных предприятиях с учетом опыта и требований мирового сообщества станет залогом их эффективной деятельности и улучшения состояния всего сектора национальной экономики Украины в целом.



**Рис. 1. Основные задачи системы внутреннего контроля организации**

*Источник: разработано автором Верницьким Богданом Викторовичем*

#### **Список использованных источников:**

1. Гавришко И.К. Требования к оценке качества внутреннего контроля // Бухгалтерский учет и аудит. – 2010. – № 1. – С. 56–62.

2. Егармин В. Внутренний контроль: современность и перспективы // Вестник налоговой службы Украины. – 2009. – № 21. – С. 62–65.

3. Марченко Д.М. Совершенствование организации внутреннего финансового контроля предприятий // Актуальные проблемы экономики. – 2010. – № 2. – С. 163–171.

**Пахниць О.О.**

*студентка,*

*Науковий керівник: Місько Г.А.*

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Одеський національний економічний університет*

## **КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ЇЇ ФОРМУВАННЯ НА ЗАСАДАХ ПІДХОДУ ГАЛУЗЕВОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ**

У сучасних умовах розвитку економіки України на підприємствах гостро постають проблеми підвищення їх конкурентоспроможності та безперервності стратегічного розвитку. Ускладнення та постійні зміни бізнес-середовища примушують підприємство постійно шукати способи адаптуватися до цих змін.

Основою формування конкурентної стратегії підприємства є його пристосування до чинників зовнішнього середовища. Обираючи конкурентну стратегію необхідно враховувати вплив зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Вибір та формування стратегії мають базуватися на аналізі фінансового стану підприємства та оцінці конкурентоспроможності. На сьогоднішній день правильність вибору конкурентної стратегії є актуальним питанням, тому що саме це дозволяє досягти значного успіху підприємству у своїй діяльності та підтримувати конкурентні переваги.

Питання формування конкурентної стратегії були відображені у працях Г. Азоева, О. Віханського, Ф.Котлера, М. Портера, Р. Румельта, Дж. Стрікланда, А. Томпсона та інших вчених.

Мета роботи полягає у систематизації поняття «конкурентна стратегія підприємства» на засадах підходу галузевого позиціонування.

Успіх будь-якого підприємства залежить від того, яку позицію воно зайняло у своїй галузі. Якщо підприємство займає лідируючі позиції, то воно має кращі ресурси, компетенції. Але для зайняття такої позиції необхідно правильно обрати конкурентну стратегію.

На сьогоднішній день сутність поняття «конкурентна стратегія» досліджувалась багатьма авторами. За допомогою даних табл. 1 проведемо систематизацію поняття.

Отже, можна зробити висновок, що у науковій літературі немає єдиного підходу щодо визначення поняття «конкурентна стратегія». Так автори роблять акцент при визначенні поняття на: спосіб протистояння конкурентам, спосіб формування та використання конкурентних переваг, метод адаптації, сукупність процесів та заходів. Ми приєднуємося до колективу авторів Ф. Котлера, М. Портера, А.А. Томпсона, А.Дж. Стрікланда, та вважаємо, що конкурентна стратегія – це певний комплекс рішень в сфері управління підприємством, який враховує галузь, у якій воно діє, та дозволяє якомога повніше задовольнити потреби споживачів за рахунок забезпечення кращих конкурентних переваг.

Таблиця 1

### Систематизація поняття «конкурентна стратегія»

Автор	Визначення терміну «конкурентна стратегія»
Конкурентна стратегія як спосіб протистояння конкурентам	
А.А. Томпсон, А.Дж. Стрікланд [10, с. 205]	Конкурентна стратегія компанії – це підходи до бізнеса та ініціативи, які компанія використовує для приваблення клієнтів, ведення конкурентної боротьби та зміцнення своєї позиції на ринку.
М. Портер [9, с. 25]	Конкурентна стратегія – це прагнення компанії зайняти конкурентну ринкову позицію в галузі. Вона спрямована на те, щоб досягти стійкої та вигідної позиції, яка дозволяє протистояти натиску тих сил, які визначають конкурентну боротьбу у галузі.
Ф. Котлер [6]	Конкурентні стратегії – ті стратегії, які дозволяють компанії отримати міцні позиції у боротьбі з конкурентами та дають найсильніші конкурентні переваги.
Конкурентна стратегія як спосіб формування та використання конкурентних переваг	
Р. Румельт [7, с. 114]	Конкурентна стратегія – це насамперед мистецтво створення та використання таких переваг, які мають найбільшу вагу, найбільшу стабільність та які важко відтворити.

## Закінчення таблиці 1

Г. Азоєв [1, с. ]	Конкурентна стратегія організації – це основа конкурентної поведінки підприємства на ринку, яка описує схему забезпечення переваг над конкурентами та є центральним моментом у стратегічній орієнтації підприємства.
Конкурентна стратегія як метод адаптації	
А.Бранденбургер, Б. Нейлбафф [2, с. 91]	Конкурентна стратегія – це здатність проводити гнучкі комбінації: поєднувати чисте суперництво з співпрацею.
Ю. Іванов [5]	Конкурентна стратегія – це ретельно розроблена програма заходів, які повинні бути реалізовані підприємством, з метою досягнення вигідної конкурентної позиції на ринку та адаптації організації до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі.
Конкурентна стратегія як сукупність процесів та заходів	
О.С. Віханський [3, с. 17-18]	Конкурентна стратегія – це динамічна сукупність п'яти взаємозалежних управлінських процесів, які логічно витікають один з одного: аналіз середовища, визначення місії та цілей, вибір стратегії, виконання стратегії, оцінка та контроль реалізації стратегії.
М. Зайцев [4, с. 66]	Конкурентна стратегія – це сукупність економічних заходів, спрямованих на забезпечення зростання реалізації за встановленою ціною товарів, які постачаються на ринок.

Більшість з дослідників згодні з підходом М. Портера, який виділяв три конкурентні стратегії: стратегія мінімізації витрат (лідерства у витратах), стратегія диференціації та стратегія фокусування. Проте М. Портер не тільки виділив конкурентні стратегії, а й розробив модель п'яти конкурентних сил у галузі, що стали ядром підходу галузевого позиціонування. Вчений вважав, що найбільш впливові сили визначають прибутковість галузі та мають велике значення для правильного формулювання стратегії [8, с. 44-45]. Це конкуренція в галузі, загроза появи нових конкурентів, загроза появи товарів-замінників, залежність від постачальників, залежність від споживачів.

Кожна галузь має свою сукупність певних характеристик, які впливають на ті чи інші сили, які формують конкуренцію. Тому при розробці стратегії та визначенні позиції підприємства необхідно дослідити чинники, які утворюють галузеве середовище. Також

необхідним є вибір такої стратегії, яка дозволить підприємству успішно чинити опір конкурентним силам.

Так, Томпсон і Стрікланд у своїй праці «Стратегічний менеджмент» [10] навели схему проведення аналізу галузі та конкурентного середовища:

1. Основні економічні характеристики галузі (темпи росту ринку, географічні характеристики ринку, структура галузі, можливість економії на масштабах виробництва та інші).

2. Аналіз конкурентного середовища (жорсткість конкурентної боротьби між продавцями, загроза виходу нових підприємств на ринок, ступінь впливу постачальників та покупців).

3. Рушійні сили.

4. Конкурентна позиція основних підприємств.

5. Аналіз конкурентів.

6. Ключові фактори успіху.

7. Перспективи галузі та її загальна привабливість [10, с. 157].

Отже, можна зробити висновок, що конкурентна стратегія є основою поведінки підприємства на галузевому ринку, тому що вона містить у собі певну схему забезпечення конкурентних переваг. Від правильно обраної конкурентної стратегії залежить майбутній фінансовий результат підприємства. Для правильного вибору конкурентної стратегії необхідно проаналізувати місце підприємства у галузі. Саме тому використання підходу галузевого позиціонування у процесі формування конкурентної стратегії є доцільним та актуальним для підприємства. Аналіз структури галузі дає змогу визначити її загальну привабливість для підприємства та визначити правила конкурентної поведінки. Отже, формування ефективної конкурентної стратегії дозволить підприємству досягти стійких конкурентних переваг та отримати прихильність цільової групи покупців.

#### **Список використаних джерел:**

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – Москва: ЦЭИМ, 2001. – 207 с.

2. Бранденбургер, А. Co-opetition. Конкурентное сотрудничество в бизнесе / А. Бранденбургер, Б. Нейлбафф; пер. с англ. – Москва: Омега-Л, 2012. – 352 с.

3. Виханский О.С. Стратегическое управление / О.С. Виханский. – М.: Гардарики, 1998. – 164 с.

4. Зайцев Н.Л. Краткий словарь экономиста / Н.Л. Зайцев. – 4-е изд., доп. – Москва: ИНФРА-М, 2007. – 224 с.

5. Иванов Ю.Б. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: Монографія / Ю.Б. Иванов та ін. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 383 с.

6. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг. – 2-е европ. изд. – Москва: Вильямс, 2001. – 943 с.

7. Минцберг Г. Стратегический процесс: Концепции, проблемы, решения / Г. Минцберг, Д.Б. Куинн, С. Гошал. – СПб.: Питер, 2001. – 567 с.

8. Портер М. Конкуренция. – [пер. с англ.]. – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.

9. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М.Портер. – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.

10. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – Москва: ЮНИТИ, – 1998. – 576 с.

*Наукове видання*

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ НАУК**

**МАТЕРІАЛИ ІІІ МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

*Матеріали друкуються в авторській редакції*

Дизайн обкладинки: А. Юдашкіна  
Верстка: Н. Кузнецова

Контактна інформація організаційного комітету:  
73005, Україна, м. Херсон, а/с 20,  
Науковий журнал «Молодий вчений»  
Телефон: +38 (0552) 399 530  
E-mail: [info@molodyvcheny.in.ua](mailto:info@molodyvcheny.in.ua)  
[www.molodyvcheny.in.ua](http://www.molodyvcheny.in.ua)

Підписано до друку 27.05.2016. Формат 60x84/16.  
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.  
Умовно-друк. арк. 6,51. Тираж 100. Замовлення № 0516-263.  
Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видавничий дім «Гельветика»  
E-mail: [mailbox@helvetica.com.ua](mailto:mailbox@helvetica.com.ua)  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.