

МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ  
ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ  
СИСТЕМИ УКРАЇНИ»**  
(3-4 лютого 2017 року)

Львів  
2017

УДК 330.3(477)(063)  
ББК 65.050.9(4Укр)1я43  
А 43

**Актуальні проблеми функціонування господарської системи**  
А 43 **України.** Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції  
(м. Львів, 3-4 лютого 2017 року). – Херсон: Видавничий дім  
«Гельветика», 2017. – 116 с.  
ISBN 978-966-916-217-5

У збірнику представлені матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми функціонування господарської системи України». Розглядаються загальні питання економічної теорії та історії економічної думки, світового господарства та міжнародних економічних відносин, економіки та управління національним господарством, економіки та управління підприємствами, розвитку продуктивних сил і регіональної економіки, інноваційної та 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 330.3(477)(063)  
ББК 65.050.9(4Укр)1я43

## ЗМІСТ

### ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

<b>Прудніков Ю.В.</b> МІСЦЕ ЛОКАЛЬНИХ РИНКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В СИСТЕМІ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ .....	6
<b>Тарасович Л.В.</b> ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ: УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ .....	8
<b>Турський І.В.</b> ДО ПИТАННЯ ВИМІРЮВАННЯ ВПЛИВУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ.....	10
<b>Федуняк І.О.</b> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОЩУВАННЯ РОСЛИННИЦЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ .....	13
<b>Tsymbolista N.A.</b> STATE SUPPORT FOR AGRICULTURE IN UKRAINE: CHANGES AND CHALLENGES IN 2017.....	16

### ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

<b>Барабанова О.Ю.</b> ФІНАНСОВО-КРЕДИТНА СИСТЕМА ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	18
<b>Kuznetsova M.O.</b> HUMAN CAPITAL MANAGEMENT IN SUSTAINABLE BUSINESS DEVELOPMENT.....	20
<b>Лобань К.Б.</b> УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНОГО БАЗИСУ АУДИТУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ТА ДОВГОСТРОКОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ, ЯК ЗАСІБ КОНТРОЛЮ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ .....	23
<b>Мироненко О.П.</b> ЧИННИКИ, ЯКІ ФОРМУЮТЬ ЯКІСТЬ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ.....	26
<b>Полозенко Ю.В., Карпенко Ю.В.</b> ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	29
<b>Хондока В.А.</b> ЗМІСТ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ .....	32
<b>Шепуга М.М., Литвиненко Л.Л.</b> СУЧАСНІ АСПЕКТИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ .....	34

### РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

<b>Богданов Д.С.</b> РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....	37
<b>Смагло О.В.</b> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ .....	39

### ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

<b>Логвінова О.П.</b> КРАУДФАНДИНГ ЯК СХЕМА ФІНАНСУВАННЯ ПРОЕКТІВ.....	43
---	----

## **ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА**

**Онофриенко Н.А.**

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОЛОГИЮ ..... 45

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

**Волков В.А.**

РЕКРУТИНГ КАК ПОДХОД К ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА ..... 49

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

**Гужва Є.Д., Пушкар О.І.**

РОЗВИТОК ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ ..... 51

**Котлярчик Х.П., Пушкар О.І.**

УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО ТА УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ  
В УМОВАХ АВТОМАТИЗАЦІЇ ..... 53

**Крупко М.П.**

ЗАРОБІТНА ПЛАТА В БЮДЖЕТНОМУ СЕКТОРІ:  
АНАЛІЗ НОВОВВЕДЕНЬ 2017 РОКУ ..... 56

**Михайленко Ю.О.**

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ТА КОНТРОЛЮ  
ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ ПРАЦІВНИКІВ В УКРАЇНІ ..... 59

**Осадча Г.Г., Шляхтова А.В.**

ОБЛІК СИРОВИНИ У ВИРОБНИЦТВІ ..... 63

**Посівнич О.Р.**

МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ ..... 65

**Посівнич О.Р.**

ВІДПОВІДНІСТЬ СИСТЕМИ  
ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ УКРАЇНИ ДО МСФЗ..... 68

**Сисак Е.О.**

ОБЛІКОВІ НАСЛІДКИ ВНЕСКУ ЗЕМЕЛЬНОЇ ДІЛЯНКИ  
ДО СТАТУТНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ..... 70

**Тарганчук Н.В., Осадча Г.Г.**

ВІДМІННІСТЬ ПОНЯТЬ «ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ» ТА «ПРИБУТОК»..... 73

## **ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ**

**Братюк В.П.**

МІСЦЕ ОСОБИСТОГО СТРАХУВАННЯ  
В СИСТЕМІ СТРАХОВОГО ЗАХИСТУ ..... 76

**Гайдукова Ю.О.**

СИСТЕМА ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА  
ТОВ ГРУПА КОМПАНІЙ «ФОКСТРОТ» ..... 79

**Рекова Н.Ю., Нікешина Н.В.**

МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ РЕГУЛЮВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:  
ПРОБЛЕМИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ В УКРАЇНІ ..... 81

## **ФІНАНСИ ТА ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА**

**Дідовець О.В.**

РОЗВИТОК ЛІЗИНГОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ..... 85

**Корнієнко Ю.В.**

ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА  
В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ..... 87

## МАРКЕТИНГ

<b>Вагіна Ю.Ю., Мозгова Г.В.</b> КОНТЕКСТНА РЕКЛАМА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ .....	90
<b>Киричок С.В., Примак Т.Ю.</b> ІНТЕРНЕТ ПРОСУВАННЯ ЯК ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ БРЕНДИНГУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	93
<b>Обертайло В.І.</b> ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ РОЗВІДКИ В МАРКЕТИНГОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ .....	96
<b>Савич О.П.</b> ПЕРЕВАГИ СПОЖИВАЧІВ МОЛОДОГО ПОКОЛІННЯ НА РИНКУ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ .....	98
<b>Харченко Д.І.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	102
<b>Юрченко С.Ю.</b> ПРОБЛЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ .....	104

## СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

<b>Мандрико В.С., Мирошніченко Ю.В.</b> ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ .....	107
<b>Хіргій Д.І.</b> ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА .....	109

## ЛОГІСТИКА ТА ТРАНСПОРТ

<b>Борисюк Д.В.</b> ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНІЧНОГО ДІАГНОСТУВАННЯ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ .....	112
---	-----

## **ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ**

**Прудніков Ю.В.**

*аспірант,*

*Житомирський національний агроекологічний університет*

### **МІСЦЕ ЛОКАЛЬНИХ РИНКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В СИСТЕМІ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ**

Формування локальних ринків сільськогосподарської продукції, з метою ефективності їх функціонування в сучасних умовах, має відбуватися в рамках певної системи заходів державного впливу. У сфері виробництва та споживання сільськогосподарської продукції такою системою заходів державного впливу є аграрна політика. В якості об'єкта аграрної політики необхідно розглядати цілісний процес відтворення аграрної сфери, причому як у короткостроковому періоді, так і у стратегічній перспективі. Відтворення вимагає відповідного розвитку усієї сукупності соціально-економічних та організаційно-економічних відносин, з яких складається суспільне виробництво в аграрній сфері, тобто власне виробництво, розподіл, обмін та споживання.

Ринки безпосередньо виконують функцію обміну, а ціни, що на них формуються – є ключовим елементом відносин розподілу. Розвиток системи ринків, в т. ч. локальних, забезпечує не тільки виконання ними технічних функцій інфраструктурного, але й таких системних функцій, як розподіл та обмін. Крім того, локальні ринки відіграють значну роль у формуванні стандартів якості сільськогосподарської продукції, виступають інституційною одиницею обліку потреб у певній продукції та рівня їх задоволення.

Стратегічною метою аграрної політики є розвиток виробничих відносин, що відбуваються на всіх стадіях суспільного відтворення в аграрній сфері, в той час як поточною метою є скоординоване функціонування цих відносин [1; 3, с. 46]. Якщо «розвиток» чи «еволюцію» варто розуміти як якісне вдосконалення відносин, відповідно до їх внутрішньої логіки та об'єктивних обставин зовнішнього середовища, то функціонування відносин передбачає їх розгляд у якісно незмінній формі.

Важливою функцією аграрної політики є забезпечення контролю безпеки і якості сільськогосподарської продукції, що реалізується через мережу локальних ринків. Для цього держава на кожному такому ринку повинна вимагати створення пунктів ветеринарного, фітосанітарного, радіологічного, санітарно-гігієнічного контролю, забезпечення їх відповідним обладнанням і фахівцями, через прийняття нормативних актів уніфікувати процедури перевірки продукції і видачі відповідних документів. Ефективність діяльності

уповноважених державних органів в даній сфері не лише захистить споживачів від неякісної продукції, а й сприятиме зниженню трансакційних витрат виробників у сфері управління якістю.

Зацікавленість виробників у продажу сільськогосподарської продукції через мережу локальних ринків зростатиме в тих випадках, якщо держава сприятиме отриманню виробниками справедливих доходів при укладанні ринкових угод [2; 4]. Для цього держава може скуповувати нереалізовані на локальному ринку залишки сільськогосподарської продукції, щоб запобігти прямим втратам виробників. Держава може формувати бюджетні та позабюджетні фонди фінансової підтримки сільськогосподарського виробництва, доступ до яких надавати передусім тим виробникам, які активно реалізують продукцію через мережу локальних ринків, надавати таким виробниками кредитну підтримку через державні банки.

Інструменти аграрної політики являють собою сукупність форм і методів впливу уповноважених державних органів на процеси виробництва, розподілу та реалізації продукції сільського господарства, закріплених діючими в країні нормативними актами. До основних груп інструментів аграрної політики держави, що можуть мати безпосередній вплив на діяльність локальних ринків сільськогосподарської продукції, можна віднести наступні: 1) нормативно-правові акти (закони, положення, методики, стандарти), які дозволяють здійснити класифікацію організаційної форми локального ринку сільськогосподарської продукції, видів його діяльності, оцінки рівня ефективності такої діяльності, зокрема відповідності державним господарським інтересам; 2) економічні стимули у формі бюджетних коштів, спрямованих на розширення обсягів ефективної (відповідної державним господарським інтересам) діяльності, що виділяються на безповоротній основі; 3) фінансові ресурси, необхідні для ринкових інтервенцій (використовуються на умовах повернення коштів до бюджету); 4) заходи соціально-значущого характеру (рейтинги, відзнаки тощо), що підвищують гудвіл суб'єктів аграрного ринку, чия господарська діяльність відповідає господарським інтересам держави.

Ефективне застосування зазначених інструментів дозволить державі створити рівні умови доступу до торгівлі на локальних ринках сільськогосподарської продукції різних категорій виробників; створити ефективно діючу систему контролю за якістю сільськогосподарської продукції, що постачається для продажу на локальний ринок, забезпечити рівний доступ та уніфіковані тарифи на послуги ветеринарних і фітосанітарних служб; надавати інформаційні послуги виробникам про умови торгівлі, ставки ринкових зборів, оптимальні товарні партії і шляхи доставки; організувати ефективну взаємодію локальних ринків сільськогосподарської продукції і структур державного резерву в плані можливості викупу для потреб держрезерву надлишків сільськогосподарської продукції в окремі дні за вигідними для обох сторін цінами і непрямого впливу на регулювання ринкових цін.

Забезпечуючи ефективне функціонування локальних ринків сільськогосподарської продукції у поточному періоді, держава має

орієнтуватися одразу на два вектори: забезпечення продовольчої безпеки та збереження потенціалу сільськогосподарського виробництва. У стратегічній перспективі ці орієнтири мають доповнюватися соціальною та екологічною складовими.

### **Список використаних джерел:**

1. Беляев В. И. Локальные рынки: их роль, место и значение в развитии воспроизводственных процессов в регионах [Електронний ресурс] / В. И. Беляев. – Режим доступу: <http://izvestia.asu.ru/2012/2-1/econ/TheNewsOfASU-2012-2-1-econ-01.pdf>
2. Булыга С. Н. Концептуальный анализ локального рыночного пространства [Електронний ресурс] / С. Н. Булыга. – Режим доступу: [http://www.eprints.kharkov.ua/421/1/4255431\\_<Булыга.pdf](http://www.eprints.kharkov.ua/421/1/4255431_<Булыга.pdf)
3. Скидан О. В. Інституціональні засади формування аграрної політики України: монографія / О. В. Скидан. – Житомир: Вид-во «Полісся», 2010. – 308 с.
4. Ступникова А. В. Теоретические аспекты формирования и функционирования локальных рынков / А. В. Ступникова // Проблемы современной экономики. – 2013. – № 2(46). – С. 70-72.

**Тарасович Л.В.**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Житомирський національний агроєкологічний університет*

## **ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ: УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ**

Стратегічний курс України інтегруватися в європейський простір актуалізує необхідність підвищення ефективності господарювання у всіх сферах національної економічної системи, у т.ч. її важливого елемента – сільської економіки. Обов'язковою умовою при цьому є конвергенція соціально-економічних засад сільського розвитку в Україні до принципів, правил та норм європейських країн, які визнаються економічно виправданими і соціально орієнтованими у всьому світі. Підтвердженням прагнення нашої держави стати повноправним учасником загальноєвропейського цивілізованого суспільства є підписання Угоди про асоціацію з Європейським Союзом. Крім того, такий крок декларує згоду на інноваційні зміни майже у всіх галузях національної економіки відповідно до європейських принципів, норм і стандартів.

Економічна складова парадигми зрівноваженого сільського розвитку виступає платформою формування стратегії розвитку нашої держави. Проведені дослідження дозволяють стверджувати, що формування сучасної моделі сільського розвитку в Україні здійснюється переважно на засадах системного підходу, що проявляється поширенням політики людиноцентризму, де всі зусилля спрямовані на поліпшення якості життя сільських жителів [1; 4]. Саме на такому підході реалізується політика та практика сільського розвитку в країнах Європейського Союзу.



Політика сільського розвитку в європейських країнах здійснюється в рамках Спільної аграрної політики, яка, передусім, проявляється в конфігурації елементів різних видів державної політики: структурної, регуляторної, цінової та зовнішньоторговельної [3]. В основу європейської моделі сільського розвитку закладено інтегровані та взаємоузгоджені зв'язки всіх сфер сільської економіки з метою формування належних умов для проживання і життєдіяльності сільського населення та його активної участі в аграрному виробництві. Бюджет Спільної аграрної політики Європейського Союзу на 2014–2020 рр. складає 386,9 млрд дол., зокрема на розвиток сільських районів передбачено використання 89,9 млрд дол. (23,2%), а з метою формування продовольчих резервів на випадок кризи в аграрному секторі – 3,5 млрд дол. (0,9%) [4, с. 67]. Такі цифри вказують на належне інституційне забезпечення та державну підтримку сільського розвитку.

Державна політика розвитку сільських територій в Україні також підкріплена відповідним законодавчим забезпеченням [1]. Проте його стабільність та економічна виправданість вимагають кращого. Зазначене вказує на очевидну невідповідність загальноєвропейським стандартам Європейського Союзу, а відтак і обмеженість можливостей адаптації європейських засад до вітчизняних реалій.

Європейська модель сільського розвитку виступає основою багатофункціонального розвитку сільської економіки, інноваційність якої (передусім з позиції активізації локальних ініціатив) має проявлятися на тлі збільшення можливостей задоволення соціальних потреб місцевих громад з урахування іманентних особливостей окремих сільських територій. Забезпечення належних умов життєдіяльності населення в сільській місцевості, поліпшення якості людського капіталу, підвищення ефективності аграрного виробництва та збереження довкілля вбачаються основними пріоритетами та цілями сільського розвитку в Україні через призму конвергенції до європейської сучасності.

Отже, переміщення фокусу аграрної політики держави з підтримки аграрного сектора економіки на підтримку сільського розвитку, а також узгодження цілей аграрної політики та політики сільського розвитку виступають прерогативою сучасної загальноєвропейської практики багатофункціонального розвитку сільської економіки. Адаптація основних інструментів європейської політики сільського розвитку до вітчизняних реалій передбачає виконання щонайменше трьох ключових завдань: 1) підвищення конкурентоспроможності сільського господарства як базової основи сільської економіки; 2) створення сприятливих умов для нарощування та ефективного використання інституційного та соціально-економічного потенціалу сільських територій; 3) зрівноважений сільський розвиток за рахунок можливості повноцінної самореалізації сільського соціуму та використання переваг багатофункціональності сільської економіки.

### Список використаних джерел:

1. Єдина комплексна стратегія розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015–2020 роки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/themes/garland/pdf/7.2.%20Basic%20material%20UKR.pdf>
2. Імплементация Угоди про асоціацію між Україною та ЄС: економічні виклики та нові можливості: наукова доповідь / за ред. В. М. Гейця та Т. О. Осташко; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України». – К., 2016. – 184 с.
3. Основні пріоритети Спільної аграрної політики (САП) країн ЄС. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.amdi.org.ua/home/amdi-news/300-the-.html>
4. Політика сільського розвитку на базі громад: наукова доповідь [Електронний ресурс] / За ред. О. М. Бородіної, І. В. Прокопи, О. Л. Попової; ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАНУ». – К. – 2015. – 70 с. – Режим доступу: <http://ief.org.ua/docs/sr/291.pdf>
5. Rural development 2014–2020 [Electronic resource]. – Access mode: [http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/index_en.htm)

**Турський І.В.**

*докторант,*

*Тернопільський національний технічний університет  
імені Івана Пулюя*

### **ДО ПИТАННЯ ВИМІРЮВАННЯ ВПЛИВУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ**

Дослідженню проблем визначення економічної стійкості та сталого розвитку підприємства присвячено багато праць вітчизняних і зарубіжних вчених. Серед них Ю. Анісімов, А. Богатко, Г. Голобокова, Г. Захарова, І. Омельченко. Вивченням питань сталого розвитку економічних систем займались Г. Брантленд (G. Brundtland), Г. Кларк (G. Clark), Б. Хьюз (B. Hughes), Д. Медоуз (D. Meadows), В. Андерсон, Н. Андреев, З. Бурик, О. Веклич, Б. Данилишин, О. Карінцева, Л. Квятковська, М. Хвесик, О. Шубравська тощо. Водночас на сьогоднішній день не проводились комплексні дослідження взаємозв'язку соціально-гуманітарного розвитку підприємств та сталого розвитку країн загалом.

Згідно кібернетичного підходу, підприємство у сучасному суспільстві можна розглядати як відкриту систему. На успішний розвиток бізнесу впливають не лише ендогенні, а й екзогенні фактори: політичні, економічні соціально-демографічні, технологічні, географічні, тощо [1; 2].

Поглиблення процесів глобалізації, інтеграції та інтернаціоналізації є підґрунтям для покращення соціально-економічних умов розвитку суспільства, подолання нерівності у сфері розвитку людського потенціалу та зменшення соціальних конфліктів [2]. Визначальними конкурентними індикаторами сучасних національних економік є освіта та охорона здоров'я населення, розвиток науки, рівні можливості, забезпечення свобод та

безпеки, доступність і наповнення інформаційного середовища; якість життя населення.

Одним із найбільш авторитетних рейтингів серед багатьох міжнародних вимірників рівня розвитку людського потенціалу країни є Індекс людського розвитку (ІЛР). В його основу покладено положення про те, що основним критерієм оцінки розвитку країни є не лише економічне зростання, а й люди та надані їм можливості.

Сучасне трактування поняття «рівень життя» включає різноманітні соціально-гуманітарні чинники – соціальні, політичні, культурні, інноваційні, екологічні та інші. Окрім нього, розраховують ще низку показників для визначення рівня розвитку людського потенціалу. Зокрема, Індекс людського розвитку, скоригований з урахуванням соціально-економічної нерівності; Індекс гендерної розвитку; Індекс гендерної нерівності; Індекс багатовимірної бідності (убогості) населення для країн, що розвиваються; демографічні тенденції; рівень охорони здоров'я; рівень освіти; національний дохід і склад ресурсів; забезпечення екологічної стійкості; показники праці та зайнятості; вимірники безпеки життя людини; індикатори міжнародної інтеграції; рівень сприйняття добробуту.

Показники людського розвитку розраховують на різних рівнях: регіональному, національному та міжнародному. У загальному звіті визначають наступні індекси: HDI – індекс людського розвитку, GDI – індекс гендерної рівності, GEM – захист прав жінок, IP – індекс бідності [3].

Сьогодні для оцінювання людського розвитку використовують достатньо розроблену та науково обґрунтовану узагальнену систему індикаторів, яка дає оцінку кількісних та якісних характеристик соціально-гуманітарного та економічного розвитку регіону.

Методологія розрахунку ІЛР для звіту ООН з розвитку людського потенціалу базується на використанні мінімального набору показників, для яких відомі достовірні співвимірні емпіричні дані в усіх країнах. Ці індикатори кількісно виражають основні виміри людського розвитку, а саме: довголіття (тривалість здорового життя); освіченість (навчання та самонавчання, вдосконалення набутих знань); гідний рівень життя (доступ до засобів існування, які забезпечують матеріальний добробут).

Найскладнішим для оцінювання та пояснення рівня розвитку людського потенціалу є показник економічного добробуту населення. Рівень життя оцінює можливість отримати матеріальні ресурси, необхідні для якісного життя, зокрема здатність вести здоровий спосіб життя, забезпечення територіальної та соціальної мобільності, вільний обмін інформацією та активна участь у суспільному житті.

Рівновага між стійким зростанням і нерівністю доходів пов'язана з балансом між пропозицією і попитом на кваліфіковану робочу силу. Для визначення економічної нерівності в країні використовують коефіцієнт Джині – показник нерівності розподілу доходів домогосподарств окремої країни чи регіону.

При обчисленні ІЛР в якості його вимірника використовують значення скоригованого реального валового внутрішнього продукту (ВВП) на одну

особу. Його розраховують за паритетом купівельної спроможності національної валюти окремої країни. Нееквівалентність валют завищує реальну відмінність рівня життя населення у розвинених країнах (насамперед США) та слаборозвинених країнах. Насправді різниця є значно меншою, ніж диференціація на основі номінального ВВП на душу населення. Тому диспаритет валют потрібно враховувати при встановленні реального рівня життя в окремій країні [3].

Одним із найважливіших та водночас найсуперечливіших критеріїв встановлення рівня процвітання країни є ступінь перетворення економічного зростання в добробут. ВВП, який є одним із найсуттєвіших індикаторів при визначенні розвитку країн, придатний для вимірювання обсягів вироблених товарів і послуг, але ніяк не для оцінювання речей, які насправді важливі для більшості людей.

Дослідники з Бостонської консультативної групи (Boston Consulting Group) запропонували новий спосіб вимірювання прогресу – оцінка стійкості економічного розвитку (Sustainable Economic Development Assessment) [4]. Індекс відстежує 160 країн за трьома складовими: економіка, стійкість та інвестиції, які складаються з 10 вимірів.

Проведені дослідження довели, що економічне багатство країни не обов'язково гарантує кращу якість життя її громадян. Про це свідчать дані, отримані при визначення Індексу соціального прогресу (Index of Social Progress, SPI) [5]. Його використовують для оцінювання соціальної прогресивності країн. Соціальний прогрес розглядають як здатність суспільства задовольняти основні потреби своїх громадян, створювати для них нові можливості для поліпшення свого життя та умови використання повного потенціалу кожної окремої особи.

Індекс соціального прогресу свідчить про те, що ВВП на душу населення, значення якого для кожної з країн визначає Світовий банк не є основним вимірником соціального прогресу. Дослідженнями доведено, що існує слабка кореляція між індексом соціального прогресу від ВВП на душу населення, який можна розглядати як класичну міру нерівності доходів. На основі даних SPI компанії та роботодавці у різних країнах отримують інформацію про найбільш розвинуті галузі, приймають раціональні рішення при веденні бізнесу та виборі напрямів інвестицій.

### Список використаних джерел:

1. Маслак О. І. Особливості формування економічного потенціалу підприємства в умовах циклічних коливань / О. І. Маслак, Л. А. Квятковська, О. О. Безручко // Актуальні проблеми економіки. – № 9 – 2012 р. – С. 36-46.
2. Квятковська Л. А. Реалізація принципів концепції сталого розвитку в діяльності підприємства / Квятковська Л. А. // Вісник соціально-економічних. – № 1. – 2013. – С. 85-89.
3. Ляшенко О. М. Прогнозна модель світового людського розвитку: економетричний підхід / О. М. Ляшенко, О. Я. Ковальчук // Український журнал прикладної економіки. – 2016. – Том 1. – № 2. – С. 73-85.
4. Глобальний сайт ООН. <http://www.un.org/apps/news/subject.asp?SubjectID=9>
5. Світовий економічний форум. <https://www.weforum.org/agenda/2016>

**Федуняк І.О.**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Відокремлений підрозділ*

*Національного університету біоресурсів і природокористування України  
«Бережанський агротехнічний інститут»*

## **ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОЩУВАННЯ РОСЛИНИЦЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Базовою складовою аграрної сфери є сільське господарство, яке постійно формує та забезпечує продовольчу, економічну, енергетичну та екологічну безпеку, забезпечуючи тим самим розвиток технологічно пов'язаних секторів національної економіки зі створенням соціально-економічних умов сільського та аграрного розвитку.

В основі розвитку інноваційного підприємництва аграрної сфери України має бути покладений принцип всеохопленості, який поєднує в собі:

– впровадження сучасних технологій та підвищення рівня якості виготовленої продукції;

– комплексну автоматизацію та механізацію виробництва з удосконаленням організації процесу виробництва, управління, праці, тощо.

Інноваційний розвиток завжди передбачає узгодженість у просторі та часі на всіх стадіях процесу – науки, виробництва, а також збуту [1].

Інтеграція України у світовий економічний простір потребує переведення аграрного виробництва на якісно нову – інноваційну модель розвитку та формування сучасної ринкової технологічної і технічної політики [2].

Вихід сільського господарства на траєкторію сталого економічного зростання залежить від реалізації комплексу заходів, що передбачають максимальне використання та прискорене освоєння сучасних технологій, перехід галузі на інноваційну модель розвитку. Це зумовлює необхідність створення соціально-економічних, організаційних і нормативно-правових умов, що забезпечують ефективне відтворення, розвиток та використання науково-технічного потенціалу, належну організацію сучасної системи трансферу технологій, виробництва й реалізації нових видів конкурентоспроможної наукоємної продукції [3].

Ринок продукції рослинництва виступає одним із основних складових економіки будь-якої країни, що визначає продовольчу безпеку, а також опосередковує фінансово-економічне становище аграрних товаровиробників.

На даний час рослинництво України характеризується структурною незбалансованістю, сучасні господарства на шляху розвитку й ефективного функціонування потребують фінансової, економічної і технологічної збалансованості з переробними підприємствами та обслуговуючими організаціями, що здійснюють матеріально-технічне забезпечення. Лише за таких умов можливі докорінні зміни в соціально-економічній ситуації на селі, інноваційний розвиток, позитивні зрушення у відносинах власності, економічна свобода товаровиробників, насиченість ринку продукцією та продуктами його переробки.

Ефективність рослинно-продуктового підкомплексу має важливе значення не лише для аграрного виробництва, а й для економіки в цілому має стратегічне значення.

Як свідчать матеріали проведених досліджень, застосування інноваційних технологій на підприємствах значно підвищує ефективність діяльності підприємств, а постійне залучення нових ефективних факторів виробництва виступає невід'ємною складовою інвестиційного розширення. При цьому конкурентоспроможність капіталу в багатьох аспектах ґрунтується на готовності до впровадження інновацій. В умовах, коли вартість матеріально-технічних і енергетичних ресурсів значно зросла порівняно з вартістю сільськогосподарської продукції, проблема енерго- та ресурсозбереження стала пріоритетною й поставила перед науковцями завдання пошуку шляхів зниження витрат матеріально-технічних та енергетичних ресурсів.

В сучасних умовах господарювання необхідна комплексна оцінка ефективності інноваційної діяльності, яка передбачає проведення аналізу науково-інформаційного та технічного рівня підприємства, а також економічної ефективності інновацій.

Продовольча безпека нашої країни ґрунтується на забезпеченні її необхідною кількістю найважливіших видів продукції і, в першу чергу, зерна. Обмеженість ресурсного потенціалу, зокрема земельних і трудових ресурсів, економічна й екологічна ситуація, що склалася на сучасному етапі в Україні, вимагають вирішення питання забезпечення постійно зростаючого попиту на зерно інтенсивним шляхом. Одним із таких шляхів є використання високоякісного насіння, використання нових сортів і гібридів, роль яких полягає у збільшенні врожайів, можливості одержання якісного зерна з високими хлібопекарськими властивостями.

Впровадження нових перспективних сортів є найбільш економічно вигідним і швидко доступним заходом, спрямованим на підвищення врожайності й нарощування валових зборів.

Тому вивчення основних закономірностей інтенсифікації зерновиробництва, впливу різних факторів на підвищення ефективності виробництва і стратегічних напрямків щодо прискорення росту віддачі вкладених засобів потребує системного підходу і першочергового вирішення.

Включення інноваційних процесів до процесу перетворення ресурсів на готову продукцію дозволяє одержати більше продукції вищої якості, що підвищує ефективність діяльності виробничої системи. При розгляді підприємства як системи, необхідно з'ясувати її межі, визначити вплив зовнішнього середовища і сконцентрувати увагу на внутрішніх чинниках (інноваціях) забезпечення зовнішніх переваг конкурентоспроможності підприємства.

Здійснення інноваційного процесу в рослинництві має свої особливості:

- різноманітність сільськогосподарських культур, а відповідно, і значні відмінності в технологіях виробництва;

- значний вплив погодно-кліматичних чинників та фізико-хімічних властивостей ґрунту на результати виробництва;

- сезонність виробництва;
- тривалі терміни розробки та апробації інновацій;
- менша тривалість операційного циклу порівняно з деякими підгалузями тваринництва і, відповідно, швидша окупність інвестицій;
- вплив людини на землю як предмет праці, зумовлює його якісні параметри як засобу праці;
- необхідність дотримання черговості та термінів проведення технологічних операцій при виробництві культур;
- одержання товарної та нетоварної частини врожаю.

На сьогодні перспективними напрямками інноваційного розвитку рослинництва є біологізація землеробства, використання сучасних комбінованих агрегатів, геоінформаційних систем, що забезпечують підвищення врожайності та якості культур і дозволяють мінімізувати витрати.

Впровадження наукових розробок у рослинництво потребує додаткових фінансових ресурсів. Власні ресурси сільськогосподарських підприємств обмежені, що зумовлено зниженням рівня прибутковості сільського господарства та перманентним диспаритетом цін на сільськогосподарську і промислову продукцію. Ціна кредитів залишається високою для сільськогосподарських виробників.

Інноваційна діяльність є невід'ємною складовою діяльності сільськогосподарського підприємства, що забезпечує конкурентоспроможність продукції та стратегічний розвиток підприємства. Серед основних факторів і напрямів розвитку рослинництва, пріоритетним є освоєння ресурсозберігаючих технологій виробництва рослинницької продукції на основі техніко-технологічної модернізації виробництва, удосконалення системи селекції й насінництва основних сільськогосподарських культур, а також механізмів державної підтримки та стимулювання інноваційної діяльності у галузі.

### **Список використаних джерел:**

1. Пугач А.М. Сучасний стан інноваційного розвитку аграрного ресурсного потенціалу України / А.М. Пугач // Науковий журнал «Інвестиції: практика та досвід». – 2015. – № 18. – С. 121–124.
2. Ткачук В.І. Інновації як фактор підвищення ефективності виробництва зерна / В.І. Ткачук // Ефективна економіка. Електронне наукове видання Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету. – 2014. – № 2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2727>
3. Лупенко Ю.О. Пріоритетні напрями інноваційної діяльності в аграрній сфері України / Ю.О. Лупенко // Економіка АПК. – 2014. – № 12. – С. 5-11.

**Tsybalista N.A.**

*PhD in Economics, Researcher,  
State Institution «Institute of Regional Research  
named after M.I. Dolishniy of the NAS of Ukraine»*

## **STATE SUPPORT FOR AGRICULTURE IN UKRAINE: CHANGES AND CHALLENGES IN 2017**

The beginning of 2017 for Ukrainian agricultural producers is marked by a radical change of state support and tax policies. The first and the most topical novelty relates to the abolition of the special VAT regime, which has been a significant source of indirect financial support for agricultural producers during a period of about 17 years and helped to overcome negative trends in the sector and strengthen the growth dynamics of agricultural production and profitability.

According to the information of the Ministry of Agricultural Policy and Food of Ukraine the amount of costs accumulated on the Special VAT accounts of agricultural enterprises rose up from 19.8 billion UAH in 2014 to 28.0 billion UAH in 2015 [2]. In this manner in 2017 Ukrainian agricultural producers will lose more than 30 billion UAH, which they were able to use to finance their production and investment needs in the previous years. In particular not export-oriented producers, in such sectors as horticulture, viniculture and livestock production, will lose about 6.5 billion UAH [1]. In addition, according to the data provided by the NGO Institute of Tax Reform, the tax burden for agricultural enterprises increased in 2015-2016 by almost 40 times due to transformation of the fixed agricultural tax into the single 4<sup>th</sup> group tax, accompanied by the rise in tax rates (which will be increased by 17% more in 2017) and the value of tax basis due to annual indexation of the normative monetary valuation of land [6].

According to the State budget for the year 2017 Ukrainian agricultural sector is expected to receive state financial aid by various support programs of the total sum of almost 5.38 billion UAH, which is almost 17 times more than the amount of costs planned for these purposes in 2016 [5]. However, this amount is much less than the agricultural producers' financial losses from the abolition of the special VAT regime. Moreover, we should take into account that 61.5% of the state support measures (for the total sum of 3306.3 million UAH, 3301.3 million UAH of which are related to the new program «Financial support for agricultural producers») are planned to be financed from the special fund of the State Budget. This means that practical financing of the major part of the respective support programs will be difficult and unpredictable (for example, in 2015 the level of fulfillment of the Budget expenditures from the special fund for the support of agriculture accounted to only 6%, while the same index during the three quarter of 2016 was even less than 1% according to the official information of the Ministry of Agricultural Policy and Food of Ukraine).

During the discussion and drafting of the State Budget the Minister of Agricultural Policy announced his intention to shift the focus of state subsidies in agriculture from large enterprises and holdings to small farmers within the frame of the new support program «Financial support for agricultural producers», paying



more attention to livestock production. The procedure for allocation of subsidies under this program has not yet been approved by the government and the only fixed clause is that it will be realized automatically based on the register of recipients of budget subsidy and the information of State Fiscal Service proportionally on the amounts of VAT paid by the operations with agricultural products, which are listed in the Article 16-1 of the Law of Ukraine «On State Support of Agriculture of Ukraine» (for this purpose agricultural producers should submit a special annex to the VAT declaration) [4; 5]. This means, that the system of budgetary subsidies in agriculture in fact will be oriented to support the most efficient and successful agricultural producers (proportionally with the volumes of sold agricultural products and therefore the amount of VAT paid) instead of providing reimbursement of increased production costs and losses caused by changes in the tax policy to the most vulnerable sectors of agriculture.

Some experts rightly emphasized that undifferentiated approach to the use of tax concessions in agriculture within the frame of the special VAT regime led to misallocation of state financial support, since the bigger and the more successful and profitable an agricultural enterprise was the more it benefited from the tax incentives [3, p. 12]. But what we see now, is that after its abolition the newly adopted state support programs use the same principle, and at the same time provide much lesser amount of costs to sustain agricultural production.

The most devastating impact all the mentioned issues can have chiefly on livestock producers, especially meat and dairy cattle breeding and pig breeding. Cattle population is steadily decreasing, pig breeding has suffered losses (over 1 billion UAH) due to African swine fever since 2014, and meat consumption (especially beef and veal meat) reduces every year (because of decreasing of purchasing power) leading to decline of profitability in the respective sectors of livestock production.

### References:

1. Davydenko V. Government «fairy tale» about compensation to farmers – analysis of Budget 2017. Retrieved from: <https://agropolit.com/blog/162-uryadova-kazka-pro-kompensatsiyu-agrariyam--analiz-byudjetu-2017> [In Ukrainian].
2. Indirect state support due to special tax regimes. Retrieved from <http://minagro.gov.ua/node/20445> [In Ukrainian].
3. Lupenko Yu. O., Tulush L. D. (2016). Taxation of agriculture in terms of transformation of special tax regimes. Economics of agri-industrial complex, 1, pp. 5-17. [In Ukrainian].
4. Supreme Council of Ukraine. (2016). On Amendments to the Tax Code of Ukraine and some Laws of Ukraine to ensure the balance of the budget revenues in 2017. Law of Ukraine, adopted on 2016, December 20, 1791-VIII. Retrieved from: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1791-19/page> [In Ukrainian].
5. Supreme Council of Ukraine. (2016). On the State Budget of Ukraine for the year 2017. Law of Ukraine, adopted on 2016, December 21, 1801-VIII. Retrieved from: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1801-19> [In Ukrainian].
6. Vdovychenko A. (2016). The history of simplified taxation for agricultural enterprises in Ukraine. Retrieved from: <http://ngoipr.org.ua/blog/istoriya-sproshhenoyi-sistemi-opodatkuvannya-dlya-silskogospodarskih-pidpriyemstv-ukrayin> [In Ukrainian].

## **ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

**Барабанова О.Ю.**

*студентка,*

*Науковий керівник: Логвінова О.П.*

*кандидат економічних наук, доцент, викладач,*

*Первомайський індустріально-педагогічний технікум*

### **ФІНАНСОВО-КРЕДИТНА СИСТЕМА ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Розвиток ринкових відносин в Україні характеризується суперечливими тенденціями та процесами. Поряд з позитивними зрушеннями, яких вдалося досягти в останні роки, істотними стримуючими чинниками щодо подальшого економічного розвитку господарюючих суб'єктів все ще залишаються нестабільність національної економіки, гострий дефіцит інвестиційних ресурсів підприємств всіх форм власності, незначний рівень іноземних інвестицій через низький рейтинг інвестиційної привабливості України. Водночас потреба у інвестиційних ресурсах вітчизняних підприємств є дуже значною.

Забезпечення сталого економічного розвитку окремих суб'єктів господарювання та національної економіки в цілому значною мірою залежить від стану фінансово-кредитної системи. Саме фінансово-кредитна система має стати основою покращення економічних показників діяльності підприємств, зокрема, реального сектору економіки, і створити передумови для подальших позитивних зрушень у національній економіці [2].

Завдяки фінансовим ресурсам, які постачає фінансово-кредитна система, підприємства мають змогу дівіше вирішувати як поточні питання власної діяльності, так і розробляти й реалізовувати довгострокові стратегії і проекти економічного розвитку.

Поряд з можливістю поповнення обігових засобів за рахунок фінансових коштів, що надаються фінансово-кредитними установами, підприємства мають змогу фінансувати різноманітні інвестиційні проекти. Це дозволить підприємству істотно покращити стан основних засобів, оновити або удосконалити технологічні процеси, розширити та оновити асортимент вироблюваної продукції, істотно покращити її якість та конкурентоспроможність, освоїти нові ринки, зменшити витрати та отримати додатковий дохід і прибуток, а отже, підвищити показники економічної ефективності господарської діяльності та створити умови для розробки та реалізації майбутніх проектів розвитку.

Особливу роль у забезпеченні сталого економічного розвитку підприємства відіграють інноваційні проекти, які у разі успішної реалізації забезпечують підвищену норму прибутку на вкладений капітал, але, водночас,

є й більш ризикованими, що зумовлює більш жорсткі вимоги з боку фінансово-кредитних установ підчас розгляду питань щодо надання фінансових засобів підприємствам для реалізації цих проектів.

В той же час і окремі підприємства можуть розміщати тимчасово вільні фінансові кошти на банківські депозити, отримуючи від цього певний дохід у вигляді банківського відсотку. Це створює можливості для розширення кредитної бази банку та можливості кредитування тих господарюючих суб'єктів, які цього потребують в даний час [2]. Отже, взаємодія між фінансово-кредитними установами та підприємствами є взаємовигідною для них.

Дані Державного комітету статистики України свідчать, що в останні роки основним джерелом фінансування інвестицій та інновацій все ще залишаються власні кошти підприємств, які є вкрай обмеженими [4]. Надання кредитів вітчизняним підприємствам супроводжується встановленням ставок відсотку, які часто несумісні з очікуваною прибутковістю інвестицій. Тому для більшості вітчизняних підприємств залучення коштів фінансово-кредитних установ є економічно недоцільним, хоча й дуже потрібним.

Отже, необхідний пошук засобів найбільш раціонального використання отримуваних фінансових коштів, більш дієвої взаємодії між фінансово-кредитними установами та підприємствами, а також пошук альтернативних джерел фінансування проектів розвитку підприємств.

До таких засобів належать активніше використання закордонного досвіду управління проектами, зокрема, більш ретельне обґрунтування доцільності їх реалізації, планування і контроль всіх аспектів проектів, управління ризиками, управління персоналом та ін. Посилення уваги в галузі управління проектами дозволить підприємству спростити умови отримання кредитних ресурсів, швидше знайти приватних інвесторів, які поряд з фінансово-кредитними установами можуть сумісно фінансувати проекти, зменшуючи ризики, та створюючи передумови для зменшення ставки відсотку за кредитами. Ретельне планування всіх аспектів проекту та контроль його здійснення дозволять ощадливіше використовувати кредитні ресурси, зменшувати їх обсяг і вартість використання для підприємства [1]. Управління ризиками дозволить збільшити ймовірність успішної та своєчасної реалізації проекту та знизити втрати підчас його здійснення. Покращення економічних показників діяльності підприємств дозволить зменшити обсяг сумнівних боргів фінансово-кредитних установ та відповідні ризики.

З боку фінансово-кредитних установ необхідним є встановлення партнерських відносин з підприємствами [2]. Наразі створюються умови для зменшення кредитних ставок у зв'язку з переглядом облікової ставки Національного банку України, але все ще істотно впливає на величину відсоткової ставки високий рівень інфляції [3]. Подальше відновлення довіри з боку домогосподарств до банківських установ також сприятиме зниженню відсоткових ставок для підприємств.

Перспективним джерелом фінансування заходів економічного розвитку підприємства є краудфандинг – сучасний засіб, що передбачає об'єднання багатьох інвесторів-користувачів Інтернет, пов'язаних соціальними мережами,

з метою фінансування різноманітних проектів [4]. Краудфандинг дозволяє істотно зменшити вартість використання зовнішніх джерел фінансування проекту та частково відмовитися від послуг фінансово-кредитних установ. Однак можливості застосування краудфандингу для підприємств обмежені і значного розповсюдження в Україні практика використання цього інструменту поки не набула.

Таким чином, фінансово-кредитна система відіграє значну роль у забезпеченні сталого економічного розвитку підприємства та подальшої розбудови національної економіки.

### **Список використаних джерел:**

1. Веретенников В.І., Тарасенко Л.М., Гевлич Г.І. Управління проектами: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 280 с.
2. Гвілава Т.В., Криклій О.А. Банківське кредитування як вагомий важіль розвитку реального сектору економіки України. Фінансово-кредитна система України в умовах інтеграційних та глобалізаційних процесів: Збірник тез XIV Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та аспірантів (22-24 квітня 2015 р.) – Черкаси: ЧІБС УБС НБУ, 2015. – С. 29-31.
3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
4. Поліщук В.Г. Зарубіжний досвід фінансування проектів за схемою краудфандинг / В.Г. Поліщук, В.І. Прокоп. «Молодий вчений». № 12(15), 2014 р., Видавничий дім «Гельветика». – С. 63-66.

**Kuznetsova M.O.**

*PhD Researcher,*

*Taras Shevchenko Kyiv National University*

### **HUMAN CAPITAL MANAGEMENT IN SUSTAINABLE BUSINESS DEVELOPMENT**

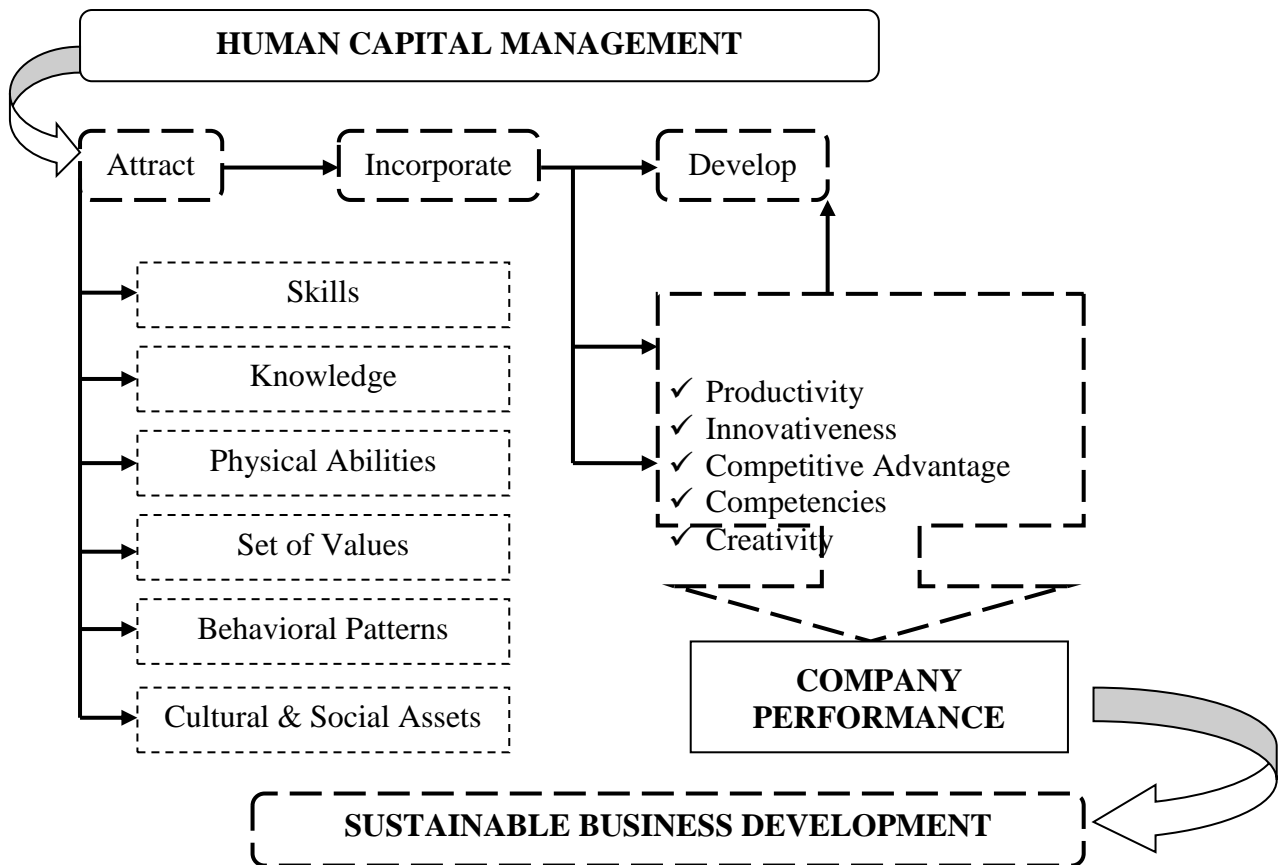
The concept of human capital has considerably changed during the last few decades. Starting from labor force notion, with the main focus put on human skills and physical abilities in achieving higher productivity in manufacturing processes, to modern definition in context of obtaining competitive advantage by means of unique competencies and practice-based knowledge, the applications of social-economic theories are different. In order to establish the highly efficient model of doing business under competitive conditions, non-standard approaches are used to attract and retain extraordinary employees with diverse range of skills and outstanding social assets in maintaining sustainable development of company in global perspective.

Human capital management is considered as an up-to-date approach towards perceiving and evaluating employees by means of their human assets – individual skills and knowledge, which could be improved through substantial investments and motivation policies. Managers as well as head office are responsible for setting such

working environment that enable each employee to fulfill commitments connected with effective delivery of personal talents and capabilities.

One of the most essential parts of human capital analysis is dedicated to underlying the current and perspective impact of its efficient management on the business performance by means of development strategies and target investment. It should be defined more precisely that it is much more important to focus on less long period (i.e. from one to three years) than to set a wide range of goals without particular instructions and approaches on how to achieve them, especially in highly unpredictable modern conditions.

The entire human capital continuum is assessed using return-on-investment analysis or cost-benefit analysis. The human capital theory is an important agent for boosting firm performance [3, p. 267]. In order to increase productivity as well as overcome market competition and uncertainty, the new vision of human capital constructs in context of business performance and, as a result, sustainable business development, is to be presented (Figure 1).



**Fig. 1. Role of human capital management in sustainable business development**

*Source: created by author*

In context of giving priorities to particular processes of human capital management in a company, the most controversial in methods and approaches is the last one – the process of developing human assets. It means that it is considerably difficult to follow only one way of organizing the personal delivery of skills and knowledge because of some business peculiarities, connected with industry and marketplace. The most widely known are such practical applications as training and

learning, but it should be grounded on detailed performance evaluation (management) and result scheme of every employee within selected time period.

Moreover, businesses – whether traditional or new – will need to be a part of designing a new social contract, including re-thinking their role as a consumer of ‘ready-made’ human capital. Companies will need to rethink jobs as bundles of skills and invest in the lifelong learning, re-skilling and up-skilling of their present employees in addition to working closely with education systems to support the development of both general and specialized employability skills. In addition, while business cycles can naturally lead to peaks and troughs in employment, any socially responsible business in today’s deeply interconnected and transparent world must consider how it can contribute to mitigating unemployment and enhancing people’s abilities to earn a livelihood [2].

In a growing number of industries, technology-enabled talent markets – operating through platforms – are offering new sources of competition. There is a list of points what companies can start from:

- take a new view of 21st-century talent;
- designate a ‘white space’ leadership team for workforce and automation planning;
- focus on acquisition – both of people and machines;
- broaden and sharpen the focus on productivity;
- develop new workforce and automation models that focus on engagement and the skills of your critical workforce [1].

To conclude, human capital is a specific resource with unstable constructs and great potential. Every company of new generation is to focus on concrete approaches of involving, organizing, optimizing, evaluating and developing non-standard talents and human assets in the 21st-century. The level of personal satisfaction from working environment and availability of opportunities for individual development are the key drivers for employees in their non-financial motivation. Higher performance of every employee leads to the total higher performance of business on its way to sustainable development in the future perspective.

### **References:**

1. Global Human Capital Trends 2016. The new organization: Different by design // Deloitte. – <https://www2.deloitte.com>
2. Human Capital Report 2016 // World Economic Forum. – <http://www3.weforum.org>
3. Marimuthu M., Arokiasamy L. and Ismail M. (2009). Human Capital Development and its Impact on Firm Performance: Evidence from Developmental Economics. In: Journal of International Social Research. – Vol. 2/8. – Pp. 265-272.

**Лобань К.Б.**

*студентка,*

*Науковий керівник: Терлецька І.В.*

*викладач,*

*Миколаївський національний університет*

*імені В.О. Сухомлинського*

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНОГО БАЗИСУ АУДИТУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ТА ДОВГОСТРОКОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ, ЯК ЗАСІБ КОНТРОЛЮ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

В умовах переходу до ринкової економіки особливої актуальності набувають облік власного капіталу, наявність якого дозволяє функціонувати підприємствам всіх форм власності, а також через появу нових організаційно-правових форм підприємств, внаслідок прийняття нормативних документів, які найближче до умов функціонування ринкової економіки.

Необхідність організації і методики проведення аудиту обумовлюється потребою користувачів інформації про реальний фінансовий стан суб'єкта господарювання. Об'єктивність аудиторського висновку є обов'язковою умовою і однією з його основних специфічних рис. Ця умова передбачається незалежністю аудиту і диктується потребами користувачів.

Власний капітал – це загальна вартість засобів підприємства, які належать йому на правах власності й використовуються ним для формування його активів. Такі активи формуються за рахунок інвестованого в них власного капіталу і є чистими активами підприємства [2].

Аудит власного капіталу проводиться з метою підтвердження аудиторським висновком інформації про власний капітал, його структуру та зміни у власному капіталі, що сталися протягом звітного періоду.

Під час аудиту власного капіталу можуть бути виявлені такі типові порушення:

1) неправильне ведення обліку (залишок за кредитом рахунку 40 «Статутний капітал» не відповідає заявленому в установчих документах; необґрунтоване збільшення статутного капіталу за рахунок підвищення вартості запасів, нематеріальних активів понад погоджену засновниками (учасниками) їх справедливую вартість; невідображення здійснених операцій; недотримання вимог нормативних документів);

2) неправильне і несвоєчасне внесення змін до установчих документів (невнесення чи неповне внесення) засновниками часток до статутного капіталу; несвоєчасне внесення змін до реєстру акціонерів; несвоєчасне документальне оформлення операцій щодо вибуття і прийому нових засновників сільськогосподарського підприємства; неправильне документування часток засновників, які були внесені до статутного капіталу або повернуті; діяльність без ліцензії);

3) неправильне оформлення та відсутність документів (використання прострочених документів і відсутність оформлених відповідно до чинного

законодавства документів; безпідставне виправлення записів у документах; відсутність оригіналів або завірених відповідно до законодавства документів; наявність фіктивних документів);

4) помилки в розрахунках (неправильне обчислення податку на прибуток: невивплата дивідендів за привілейованими акціями: неправильне обчислення дивідендів: порушення нормативних документів);

5) порушення, пов'язані з укладанням колективного договору, оформленням змін чи доповнень до нього та його виконанням [4].

Визначено, що інноваційна діяльність вітчизняних підприємств фінансується у першу чергу за рахунок власного капіталу, що зумовлено високою вартістю банківських кредитів, відсутністю доступу до державного фінансування, низькою часткою коштів інвесторів. Визначено складові власного капіталу, за рахунок яких може здійснюватись фінансове забезпечення інноваційної діяльності. Для успішної реалізації інноваційної діяльності за рахунок власного капіталу підприємствам доцільно використовувати не лише такі традиційні джерела, як амортизаційні відрахування та нерозподілений прибуток, але й таку складову власного капіталу, як персонал. Крім того, підприємствам варто збільшувати власний капітал за рахунок кооперації, злиття з іншими підприємствами [1].

Не менш важливе місце посідає і аудит довгострокових зобов'язань, тому вважаємо за доцільне дослідити стан та визначити основні проблеми обліку та організації довгострокових зобов'язань.

За своєю суттю довгострокові зобов'язання господарюючого суб'єкта це – заборгованість суб'єктів господарювання, сформована на довгострокових засадах, зокрема: заборгованість банкам за отримані від них кредити, яка не є поточними зобов'язаннями (тобто заборгованість, яка не підлягає погашенню протягом операційного циклу підприємства або протягом дванадцяти місяців); заборгованість щодо зобов'язань із залучення позикових коштів (крім кредитів банків), на які нараховуються відсотки; суми податку на прибуток, що підлягають сплаті в майбутніх періодах внаслідок тимчасової різниці між обліковою та податковою базами оцінки; заборгованість за виданими довгостроковими векселями й розповсюдженими облігаціями [3].

Можна зазначити, що в результаті розвитку господарських зв'язків в умовах ринку значно розширюється кількість користувачів облікової і звітної інформації. Ними є не тільки працівники управління, безпосередньо пов'язані з підприємництвом, але і зовнішні користувачі інформації, що мають прямої фінансовий інтерес: банки – при ухваленні рішення про надання кредитів; постачальники – при укладанні договорів на постачання товарно-матеріальних цінностей; інвестори, засновники, акціонери, яких цікавить рентабельність вкладеного капіталу і можливість одержання прибутків (дивідендів).

Кошти необхідні для забезпечення єдності виробництва й обігу, опосередковують зміну форм руху авансованого капіталу з грошової в товарну, і з товарної в грошову. В умовах ринкової економіки найбільше ліквідна частина майна організації – кошти, представляють її робочий капітал.

Тобто враховуючи важливість інформації необхідно зазначити, що завданнями обліку довгострокових зобов'язань є:



- контроль за правильністю оформлення документів по довгострокових зобов'язання;
- повна і своєчасна реєстрація операцій, пов'язаних із рухом коштів, для погашення зобов'язань;
- повне, своєчасне і правильне відображення в облікових регістрах операцій по погашенню кредитів та сплати відсотків;
- контроль за дотриманням розрахунково-платіжної і кошторисної дисципліни;
- контроль за своєчасністю повернення в банк сум та відсотків за кредит [5].

Якщо аналізувати кожне завдання то можна прийти до висновків:

1. Для здійснення контролю за правильністю оформлення необхідно, щоб законодавча система була спрощеною и не допускала двоякого трактування при оформленні;
2. Покарання за несвоєчасне внесення інформації до облікових регістрів має бути більш жорстким;
3. Система обліку та контролю має бути прозорою.

Якщо враховувати сучасний стан економіки, то необхідно зазначити, що банківська система знаходиться в «шоковому» стані тому вдосконалення облікової політики довгострокових зобов'язань дасть змогу в подальшому підняти довіру банків до підприємств та відкриє нові шляхи залучення інвестицій.

### **Список використаних джерел:**

1. Ачкасов А.В. Конспект лекцій з дисципліни «Організація обліку» / А.Є. Ачкасов, А.П. Косяк. – Х.: ХНАМГ, 2010.
2. Боднарчук А.В. Особливості розкриття інформації про власний капітал у фінансовій звітності / А.В. Боднарчук. [Електронний ресурс]. – Доступний з [http://ic. faaf.org.ua/pdf/139-osoblivosti-rozkrittuya-informacii-pro-vlasniy-kapital-u-finansoviy-zvitnosti.pdf](http://ic.faaf.org.ua/pdf/139-osoblivosti-rozkrittuya-informacii-pro-vlasniy-kapital-u-finansoviy-zvitnosti.pdf)
3. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р., № 436-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003 р., № 18, № 19-20, № 21-22.
4. Гудзенко Н.М. Звіт про власний капітал: порядок складання та шляхи удосконалення / Н.М. Гудзенко, Т.П. Горобець. [Електронний ресурс]. – Доступний з [http://www.rusnauka.com/ 8\\_NND\\_2010/Economics/60336.doc. htm](http://www.rusnauka.com/8_NND_2010/Economics/60336.doc.htm)
5. Островерха Р.Е. Організація обліку: навч. посіб. / Р.Е. Островерха – 2-ге вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури. – 2012.

**Мироненко О.П.**

*студентка,*

*Національний педагогічний університет*

*імені М.П. Драгоманова*

## **ЧИННИКИ, ЯКІ ФОРМУЮТЬ ЯКІСТЬ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ**

На сьогоднішній день індустрія туризму розвивається стрімкими темпами. Проблема якості обслуговування в туризмі є однією з найважливіших на сьогоднішній день. На міжнародному туристичному ринку якість обслуговування – найсильніша зброя в конкурентній боротьбі. Діапазон професій, необхідних у індустрії туризму, дуже великий. Однак основною рисою всіх, хто працює в сфері туризму, є постійне спілкування з людьми з усіма його позитивними і негативними аспектами. Основною метою туристичних підприємств є створення позитивної репутації за рахунок якісного обслуговування туристів. Одним з інструментів досягнення цієї мети є постійні зусилля всіх працівників певного підприємства, регулярний і якісний контроль з боку керівників, вдосконалення форм і методів обслуговування туристів, а також вивчення і впровадження інноваційних методів обслуговування.

Якість, після ціни, є другим основним інструментом, який формує структуру пропозиції на ринку. Вона є ключовим чинником, що сприяє поліпшенню конкурентоспроможності туристичних продуктів унаслідок постійного підвищення її рівня.

Якість як міждисциплінарну категорію досліджує багато наукових дисциплін, тому її визначення мають різноманітний характер. Поняття якості використовується не лише в науці, а й у повсякденному житті. У філософському значенні під якістю розуміють ступінь досконалості чогось або сукупність властивостей різноманітних предметів.

Якість – це сукупність властивостей і характеристик продукції, які надають їй здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби [4].

В економічному контексті якість трактують як одну з економічних категорій і аналізують разом з іншими категоріями, як от споживча вартість і корисність. Якщо взяти до уваги маркетингові критерії розгляду поняття якості, необхідно звернути увагу на такі визначення: якість – це сукупність ознак, цінностей, споживчих й емоційних властивостей, які надають їй здатності задовольняти потреби споживачів [3].

У визначенні особливостей туристичного продукту А. Дурович характеризує якість як невід'ємну частину його створення. Згідно з його тлумаченням, по-перше, не може бути досягнута висока якість туристичних послуг за наявності навіть щонайменших недоліків, оскільки обслуговування туристів складається з дрібниць і незначних деталей. По-друге, оцінка якості туристичних послуг вирізняється суб'єктивністю: суттєвий вплив на оцінку споживача чинять особи, що не мають безпосереднього відношення до пакета придбаних послуг (наприклад, місцеві жителі, члени туристичної групи). По-

третє, на якості туристичних послуг позначаються зовнішні фактори, що мають форс-мажорний характер (природні умови, погода, політика у сфері туризму, міжнародні події тощо) [1].

На виробничих підприємствах під поняттям якості розуміють відповідність продукту встановленим критеріям.

Згідно з визначенням Європейської організації управління якістю, якість продукту є ступенем виконання нею вимог споживача. Підтвердженням цього є визначення, за яким «якість – це задоволення потреб і сподівань споживача».

Таким чином сформульоване поняття якості має лише загальний характер. Кожне підприємство на ринку повинно прагнути до визначення власних цілей і надавати конкретний вимір якості своїм продуктам. Отже, потрібно з'ясувати, що означає поняття якості стосовно продуктів певного підприємства? Для цього необхідно дати відповідь на запитання, що стосуються визначення:

- ким є (або ким буде) клієнт?
- які є (або будуть) вимоги клієнта?
- за допомогою якого продукту (послуги) фірма впливає (або має впливати) на клієнта?
- ким є конкуренти і яка їхня позиція на ринку?
- у який спосіб можна впоратися з вимогами клієнтів та конкурентами?

На основі наведених суджень можна виокремити дві складові групи визначення якості:

- якість як сукупність ознак;
- якість як рівень, на якому певний продукт виконує свої функції та задовольняє потреби.

У туристичному підприємстві якість – інтегральна складова процесу створення туристичного продукту, який забезпечує задоволення сподівань і потреб туристів. Якістю є не лише сукупність ознак, які характеризують туристичний продукт і вирізняють його з-поміж інших, а також здатність продукту до задоволення сподівань туристів і заспокоєння їх визначених потреб. Уміле управління якістю гарантує, що пропонований продукт знайде покупців і задовольнить їх потреби.

Згідно з UNWTO – якість – це виконання за певною прийнятною ціною будь-яких завдань і сподівань клієнта, які не заборонені законодавством, при одночасному дотриманні вимог безпеки, гігієни і доступності туристичних послуг, гармонії людського й природного середовища. У цьому визначенні простежується прагнення до збалансованого розвитку туризму [3].

Якість туристичних послуг є категорією суб'єктивною та відносною, її можна трактувати як відповідність ознак туристичних благ і послуг вимогам й сподіваннями споживача, який сплачує за них визначену ціну.

Якість туристичних послуг, як і якість продуктів, є поєднанням якості, типу та якості виконання. У туризмі тип якості стосується різних його видів і водночас відображає стандарт об'єктів та оточення. Тому відповідно до концепції суті туристичного продукту, яка визначається у широкому і вузькому розумінні, можна аналізувати:

– якість поодинокі (окремої) послуги або однорідної асортиментної групи туристичних послуг;

– якість туристичного продукту як комплексу послуг, що виявляється за посередництва всіх благ і послуг, які купують туристи у зв'язку з виїздом за межі постійного місця проживання як перед, так і під час подорожі та після її завершення.

Суттєвим елементом сукупності дій, спрямованих на підвищення рівня якості туристичних послуг, є якість обслуговування клієнта. Обслуговуючий персонал впливає на споживачів і допомагає налагоджувати тривалі зв'язки з фірмою. Особлива роль персоналу полягає у співпраці клієнта під час створення спільної вартості та якості продукту.

Якість обслуговування клієнта стає одним із важливих чинників, які вирізняють підприємства у конкурентній боротьбі. Пропонування туристу послуги бажаної якості вимагає застосування не лише відповідних виробничих чинників, процедур, прийомів та технології, а також відповідного рівня кваліфікації працівників.

Виконання сподівань клієнта має бути однією з основних цілей фірм, які надають туристичні послуги. Надзвичайно важлива роль у досягненні якісних цілей на туристичному підприємстві належить персоналу фірми, який безпосередньо обслуговує покупців, допоміжному персоналу, а також керівництву підприємства. Підготовка кадрів з обслуговування клієнтів виявляється у відповідному їх доборі, навчанні та мотивації.

Отже, проблематику якості у туризмі, подібно як і в інших секторах послуг, потрібно аналізувати у двох напрямках:

– якість послуги – шляхом оцінки її параметрів, формуючи потреби споживачів туристичних послуг;

– якість обслуговування – за посередництвом оцінки стану зв'язків туристичної фірми зі споживачами послуг, передусім персоналу, який обслуговує клієнтів.

При вирішенні завдань управління персоналом перед туристськими підприємствами стоїть проблема визначення кількості співробітників, необхідних для виконання заданого виду роботи, а також якісного складу фахівців, встановлення конкретних завдань і функцій, які вони повинні виконувати. Особливо це характерно для малих підприємств, як туристичні агентства, на яких функціональні обов'язки співробітників перетинаються, дублюються, і керівництву фірми часом буває дуже складно оцінити ефективність діяльності працівника. А це, в свою чергу, впливає на розподіл доходів (заробітну плату) співробітників, тобто на їх матеріальну і моральну винагороду.

Сучасна практика зарубіжних та деяких українських підприємств свідчить про тенденцію до суттєвих змін в системі мотивації персоналу. Для працівників, перш за все працюючої молоді, характерні інші ціннісні орієнтації спонукальних мотивів до трудової діяльності. При цьому на перший план висуваються самореалізація і саморозвиток (нематеріальна мотивація) [2, с. 83].

Знання психології праці, мотивації та стимулювання персоналу туристичної фірми сприяє підготовці такого персоналу, який буде орієнтований на клієнта, що в свою чергу сприятиме підвищенню якості обслуговування туристів, як наслідок – зростання конкурентоспроможності і вдалому функціонуванню туристичної фірми на ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дурович А. П. Маркетинг в туризмі / А. П. Дурович. – Мн.: Новое знание, 2001. – 496 с.
2. Клименко М. П., Філатова О. О. Мотивація управлінського персоналу в реалізації загальної стратегії підприємства / Клименко М. П., Філатова О. О. // Сталий розвиток економіки. – 2011. – № 5. – С. 81–85.
3. Кудла Н. С. Менеджмент туристичного підприємства: підручник / Н. С. Кудла. – К.: Знання, 2012. – 343 с.
4. Основні поняття і показники якості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [<http://library.if.ua/book/145/9629.html>]

**Полозенко Ю.В.**

*магістр;*

**Карпенко Ю.В.**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Одеський національний економічний університет*

### **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

В сучасних динамічних умовах, що характеризуються зростанням кількості суб'єктів ринку та загостренням конкуренції, результати діяльності вітчизняних торговельних підприємств певною мірою визначаються їх конкурентоспроможністю. Стрімкий темп дій учасників ринкових відносин вимагає від них швидкої адаптації, зайняття стійкої позиції на ринку та розвитку конкурентних переваг, що вигідно відрізнятимуть їх від конкурентів. З огляду на вищевказане проблема пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств не втрачає актуальності.

Дослідженням питань підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств сьогодні займаються багато вітчизняних науковців. Так, вчені О.І. Кондратюк, Т.В. Харчук [1] вивчили можливості виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби, О.Ю. Ляшенко [2] – механізми підвищення рівня конкурентоспроможності, В.А. Гросул, О.М. Филипченко [3] дослідили критерії оцінки конкурентоспроможності торговельного підприємства. Разом з тим дотепер не вироблено спільної думки щодо шляхів підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств.

За визначенням вчених [3] «конкурентоспроможність торговельного підприємства характеризує його позицію на ринку у певний проміжок часу, можливість максимального задоволення потреб споживачів пропонованими

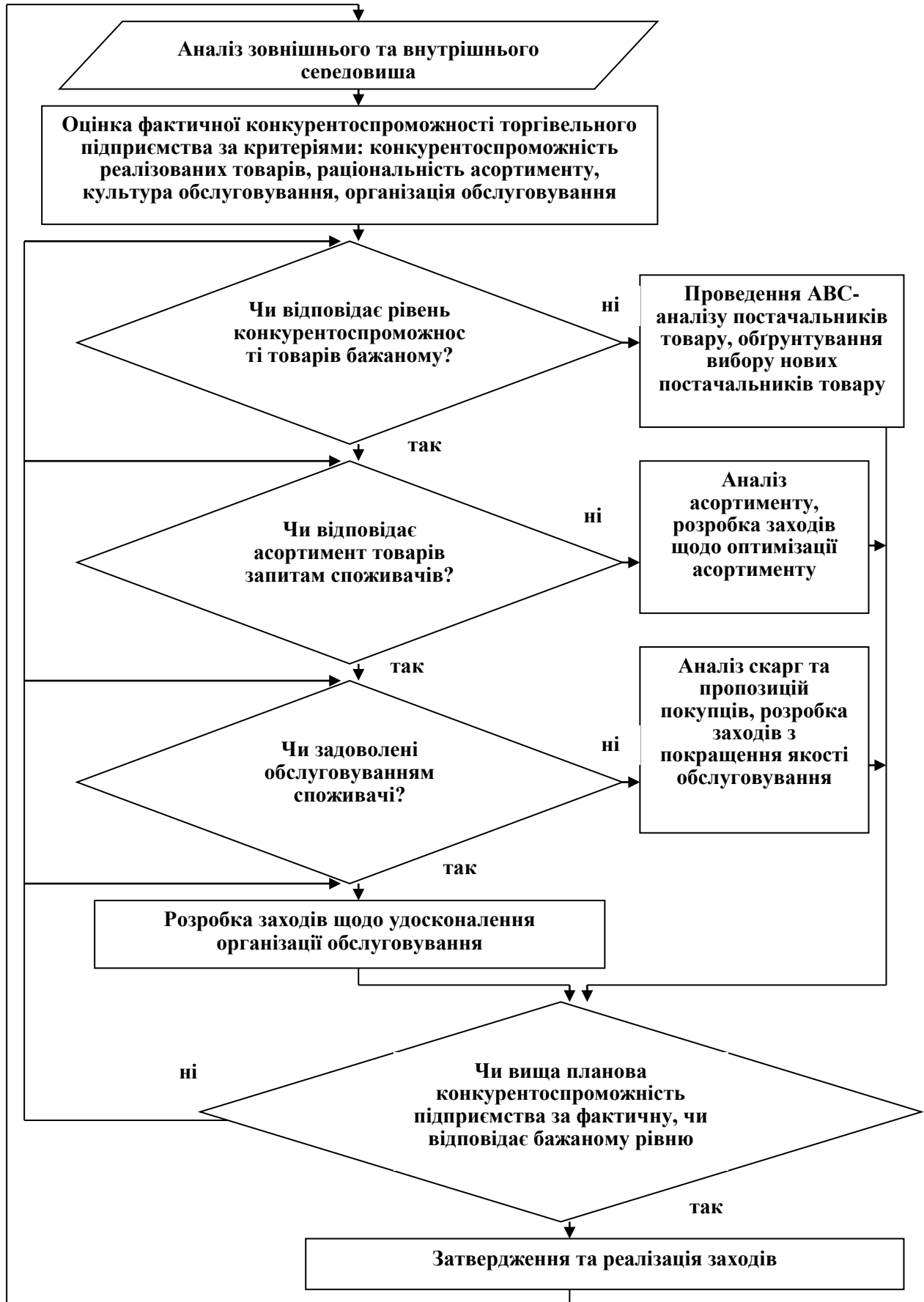
товарами та послугами, спроможність гнучкого пристосування до умов мінливої ринкової конкуренції. Вона може бути виявлена лише в межах групи підприємств, що належать до однієї галузі виробляють (реалізують) товари-замінники». З цього визначення слідує, що конкурентоспроможність не є внутрішньо притаманною ознакою підприємства, вона є порівняльною та відносною характеристикою. Крім того, конкурентоспроможність підприємства – поняття, чітко визначене у часі. Якщо підприємство не докладе певних зусиль, воно не зможе бути конкурентоспроможним у майбутньому. Тому виникає необхідність у пошуку нових шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства через здійснення процесу управління нею.

Для торгівельних підприємств основними факторами, що визначають їх конкурентоспроможність, за оцінками різних авторів, є: конкурентоспроможність товару, що реалізується; асортимент товару, у т.ч. частота оновлення; місцезнаходження підприємства; організація товарозабезпечення; якість торгівельного обслуговування; форми та методи торгівлі.

З урахуванням специфіки діяльності вважаємо за доцільне запропонувати логічну схему управління конкурентоспроможністю торгівельних підприємств (рис. 1). На підставі вхідних даних аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища здійснюється розрахунок фактичного показника конкурентоспроможності торгівельного підприємства. Він є комплексним та може включати такі показники якості торгівельної діяльності як конкурентоспроможність реалізованих товарів, раціональність асортименту, культура обслуговування, організація обслуговування. Далі виконуємо аналіз за окремими складовими. Так, визначаємо рівень конкурентоспроможності товарів та чи відповідає він бажаному. Якщо ні – здійснюємо АВС-аналіз постачальників з метою відокремлення недобросовісних контрагентів. Також пропонуємо ґрунтовний вибір нових постачальників. На наступному етапі аналізуємо асортимент товарів на відповідність запитам споживачів.

У разі необхідності пропонуємо заходи щодо оптимізації асортименту. Далі з'ясовуємо, чи задоволені обслуговуванням споживачі, та за результатами аналізу скарг та пропозицій розроблюємо заходи з покращення якості обслуговування. Потім розроблюємо заходи щодо удосконалення організації обслуговування, а саме переглядаємо режим роботи, методи продажу, дизайнерське рішення торгівельного залу тощо.

На останньому етапі здійснюємо перевірку на відповідність фактичного показника конкурентоспроможності підприємства його запланованому значенню та бажаному рівню. У разі отримання позитивних результатів порівняння пропонувані заходи затверджують та приймають до реалізації. Якщо ні – повертаються до аналізу проблем та перегляду заходів за окремими складовими конкурентоспроможності торгівельного підприємства.



**Рис. 1. Логічна схема управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств**

Процес управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств має циклічний характер та повторюється з визначеною періодичністю. Використання вищенаведеної логічної схеми дозволить виявити проблемні місця в діяльності торговельного підприємства та шляхом їх усунення підвищити його конкурентоспроможність.

### Список використаних джерел:

1. Кондратюк О.І., Харчук Т.В. Напрями підвищення конкурентоспроможності суб'єктів торговельного підприємництва // X Міжн. науково-практ. конф. «Конкурентний потенціал підприємства: методи та механізми підвищення» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mev.khnu.km.ua/load/2013/7>
2. Ляшенко О.Ю. Теоретичні основи механізму забезпечення конкурентоспроможності торговельних підприємств // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2010. – Вип. 2. – С. 275-281.
3. Гросул В.А., Филипенко О.М. Особливості оцінки конкурентоспроможності підприємств торгівлі // Теоретичні та прикладні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств: монографія у 4 т. / за ред. О.А. Паршиной. – Д.: «Герда», 2013. – Т. 3. – 365 с. (С. 94-104).

**Хондока В.А.**

*студентка,*

*Національний технічний університет України*

*«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

## ЗМІСТ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У період розвитку передових технологій, автоматизації виробництва, науково-технічного прогресу, інформатизації суспільства людський фактор, незважаючи ні на що, відіграє чи не найважливішу роль у економіці підприємств, країн і всього світу. Адже саме від якісної роботи працівника залежить майбутнє підприємства, на якому він працює, незалежно від посади, яку він займає [1, с. 224].

Сьогодні виникає необхідність визначити зміст кадрової політики, яка відповідала б сучасному стану України та досвіду успішних країн. Відсутність у нашій державі кадрової політики є умовою для зростання експлуатації робітників усіх галузей, посилення трудової міграції українців у різні країни світу, втрат держави тощо [2, с. 40].

Кадрова політика – це сукупність соціально-правових, організаційно-економічних і психологічних заходів з формування, використання і відтворення трудового (кадрового) потенціалу.

Головна мета – забезпечення сьогодні та у майбутньому кожної посади і робочого місця персоналом належної кваліфікації.

Основними завдання кадрової політики є: забезпечення підприємства персоналом необхідної якості та у достатній кількості; раціональне



використання трудового потенціалу; формування ефективної роботи трудових колективів [3, с. 207].

У невеликих підприємствах кадрову політику формально не розробляють, вона існує як система неофіційних вказівок керівництва.

У великих підприємствах – розробляється власниками, вищим керівництвом та кадровою службою під впливом комплексу зовнішніх та внутрішніх факторів. У різні періоди розвитку підприємства (формування, зростання, зрілість, розпад) застосовуються різні цілі й засоби управління персоналом.

Кадрова політика спрямована на створення відповідального, згуртованого колективу, здатного своєчасно реагувати на змінювані вимоги ринку.

Досвід показує, що в сучасних умовах важливе значення має кожен працівник, зростає вплив якості його праці на кінцеві результати діяльності всього підприємства, тому моральне та матеріальне стимулювання, соціальні гарантії повинні бути основним аспектом кадрової політики, що проводиться на підприємствах [4, с. 157].

Система мотивів і стимулів працівників до праці повинна спиратися на певну базу – нормативний рівень трудової діяльності. Працівник, знаючи вимоги, які до нього висуваються, і винагороду, яку він за це одержить при їх дотриманні, та санкції, які виникнуть у разі порушення цих вимог, буде мати чіткий мотив ефективно виконувати свою роботу.

Час від часу виникає необхідність проводити оцінювання роботи працівників на підприємстві у зв'язку з визначенням рівня заробітної плати для окремого працівника та для вираження міри значимості роботи, що є важливим при доборі персоналу.

Крім оцінки персоналу, проводять атестацію персоналу, під якою розуміють перевірку відповідності компетенцій працівника покладеним на нього завданням та оптимальному розподілу функцій між працівниками підприємства.

Атестація може проводитися за допомогою таких методів, як анкетування, бесіда, тестування, опитування, оцінка персоналу, семінари. За результатами атестації працівника визначається його подальше перебування на займаній посаді, його матеріальна забезпеченість та задоволеність роботою [1, с. 226].

Основою формування кадрової політики підприємства виступає аналіз структури персоналу, ефективності використання робочого часу, прогнози розвитку підприємства і зайнятості персоналу. Іноді цю роботу проводять за допомогою спеціальних консалтингових організацій [4, с. 158].

Враховуючи сказане, вітчизняним підприємцям необхідно засвоїти, що персонал організації є головною цінністю, що кадрова політика – основне в розумінні процесу управління підприємством.

Грамотна організація кадрової політики – дуже важливий аспект успішної діяльності кожного без винятку підприємства. Потрібно ретельно аналізувати найкращі здобутки зарубіжних країн у процесі організації кадрової політики, проте їх потрібно впроваджувати лише у тому разі, якщо вони відповідають нашій культурі та менталітету.

### **Список використаних джерел:**

1. Ясінська Ю.Р. Раціональна кадрова політика на підприємстві – успішна формула підприємницької діяльності / Ю.Р. Ясінська // Вісник Львівської комерційної академії. – 2014. – Вип. 46. – С. 224-228.
2. Сурмін Ю.П. Кадрова революція в Україні: сутність, проблеми та напрями розгортання / Ю.П. Сурмін // Ринок праці та зайнятість населення. – 2015. – № 1. – С. 38-43.
3. Мазур В.С. Сучасна кадрова стратегія підприємства / В.С. Мазур // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2011. – № 6(2). – С. 206-210.
4. Гасюк Л.М. Сутність, роль і зміст кадрової політики підприємства в ринкових умовах / Л.М. Гасюк // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2011. – № 5. – С. 155-159.

**Шепута М.М.**

*студент;*

**Литвиненко Л.Л.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
Національний авіаційний університет*

## **СУЧАСНІ АСПЕКТИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

На сьогоднішній день в умовах ринкової економіки, коли підприємства змагаються за панівне становище та виживання на ринку, корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) стала невід'ємною частиною їх стратегічного розвитку, як концепція, що допомагає покращити рівень іміджу через позитивний вплив на соціальний та екологічний добробут суспільства. Актуальним напрямком дослідження є проведення аналізу особливостей сучасної розробки механізму впровадження КСВ на підприємствах.

Визначено, що реалізація концепції КСВ передбачає неприбуткові заходи певного підприємства, які запроваджуються на добровільних засадах власниками або засновниками, спрямовані на удосконалення взаємодії як у внутрішньому, так і зовнішньому середовищі організації. Практика показує, що підприємства покращують свою ділову репутацію за рахунок впровадження КСВ, налагоджують відносини з державою й отримують прихильність суспільства.

Запровадження концепції КСВ дає організації ряд переваг, а саме:

- економію за рахунок використання екологічно чистої сировини та засобів праці; при цьому, як правило, керівництву підприємств доцільніше орієнтуватись на застосування ресурсозберігаючих технологій та раціональне використання наявних ресурсів в усіх бізнес-процесах;
- покращення іміджу за рахунок налагодження взаємозв'язків з громадськістю, державою та діловими партнерами;
- забезпечення можливості виходу підприємства на нові ринки за рахунок відповідності міжнародним вимогам і стандартам діяльності,

підвищення міжнародної конкурентоспроможності та впізнаваності підприємства на зарубіжних ринках;

– зменшення рівня плинності кадрів внаслідок досягнення більшої згуртованості колективу, стимулювання розвитку корпоративного духу та кращого усвідомлення працівниками місії і стратегічних цілей підприємства.

Взагалі, необхідність запровадження КСВ визначає ряд негативних факторів, які існують на вітчизняних підприємствах та поза ними, зокрема: відсутність нормальної корпоративної культури на підприємстві та зневажливе ставлення до морально-етичних правил, неусвідомлення ролі та значення бізнесу суспільством, закритість підприємств від громадськості, нерівномірне розподілення уваги до зацікавлених сторін, оскільки поза увагою часто залишаються дослідницькі організації [1]. Слідування принципам соціальної відповідальності дозволяє виправити ці проблеми і йти підприємству шляхом інтенсивного розвитку. Причому, дуже важливо, щоб базові стратегічні напрямки КСВ не були суто декларативними, а реально втілювались в практичну діяльність підприємства.

Особливістю впровадження КСВ на підприємстві є те, що існує необхідність взаємодії всіх елементів, а саме організаційної, правової та управлінської, завдяки яким буде досягаться синергійний ефект, оскільки КСВ представляє комплекс взаємопов'язаних елементів, які один без одного не здатні належно функціонувати.

Отже, запровадження механізму функціонування процесів КСВ на підприємстві складається із таких стадій, як: 1) підготовча – визначаються принципи функціонування КСВ і поширюється на діяльність та поведінку всіх працівників підприємства; 2) стратегічна – підприємство використовує КСВ як основу довгострокового планування та розвитку на шляху до досягнення своїх стратегічних цілей; 3) функціональна – організація впроваджує принципи КСВ в повсякденне корпоративне життя працівників; 4) правова – підприємство у своїй діяльності керується нормами чинного законодавства; 5) виконавча – підприємство бере на себе обов'язок дотримуватися та відповідати інтересам екології, що безпосередньо впливає на життя суспільства; 6) контролююча – спостереження за ефективністю функціонування КСВ та створення заходів щодо усунення проблем на етапі її функціонування.

Досліджено, що для ефективного впровадження та функціонування принципів КСВ в сучасних умовах необхідно запровадити ряд заохочувальних заходів з боку держави, а саме: створити органи, які б відповідали за формування, впровадження, функціонування та розвиток КСВ на підприємствах; створити ради з консультування та реалізації КСВ на національному рівні; розробити стратегію розвитку КСВ на державному рівні; створити ряд переваг, що стимулюють впровадження КСВ підприємствами та заохочувати такі підприємства певними пільгами; створити заходи для покращення корпоративного управління та поширення концепцій стратегії КСВ на загальнодержавному рівні; реалізувати заходи масового інформування щодо перспектив запровадження КСВ для підприємств.

Зроблено висновок, що впровадження концепції КСВ на підприємстві збільшує рівень його привабливості для споживачів, інвесторів, працівників та інших зацікавлених осіб, підвищуючи рівень прибутковості та дозволяючи розширити частку ринку у довгостроковій перспективі. Орієнтація на суспільні цінності є важливою передумовою для функціонування та виживання організацій в сучасних умовах.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гальчак Х.Р. Соціальна відповідальність бізнесу в ринкових умовах господарювання / Х.Р. Гальчак // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Секція: Проблеми економіки та управління. – 2011. – № 698. – 146 с.

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

**Богданов Д.С.**

*аспірант,*

*Миколаївський національний аграрний університет*

### **РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ**

В сучасних умовах основою активізації соціально-економічного зростання в сільських регіонах є багатофункціональність їх розвитку.

Трансформація економіки сільських територій створює нові рамки сільського розвитку, які передбачають не лише інвестиції у нові агротехнології, а й такі ключові аспекти, як диверсифікація економічних структур і підвищення якості життя. В той же час, сільські території України характеризуються серйозними проблемами у сфері розвитку людських ресурсів, які пов'язані з низькою якістю харчування, медичного обслуговування, освіти тощо. Виходячи із соціально-економічної ситуації, характерної для більшості сільських населених пунктів, маємо всі підстави вважати, що вирішення соціально-економічних проблем сільських територій поза рамками відповідних державних програм є маловірогідним (це підтверджується дослідженням особливостей регулювання соціальної сфери у розвинених країнах, де ринкові механізми доповнюються державним втручанням, спрямованим на досягнення соціального ефекту) [1, с. 389].

Глибокі якісно-структурні перетворення в сільських регіонах, які б значно покращили рівень життя через підвищення доходів і забезпечення соціального захисту, потребують державного регулювання, і в той же час вони не можуть бути ефективними без ринкового регулювання. Наприклад, субсидії на оплату комунальних послуг будуть набагато ефективнішими, якщо ці послуги матимуть належну якість і якщо платники зможуть скористатися своїм правом на відшкодування збитків, заподіяних неякісними послугами. При розробці політики соціально-економічного розвитку сільських регіонів необхідно встановити раціональне співвідношення державного та ринкового регулювання, а також чітко визначити сфери впливу держави та ринку.

Зокрема, забезпечення раціонального та ефективного використання ресурсів в сільських регіонах є можливим лише завдяки опосередкованому державному впливу, що має відродити (через механізми власності, цін і заробітної плати) економічний інтерес до проживання і ведення економічної активності в сільській місцевості.

Також важливо визначити роль агропідприємств як каталізаторів (нарівні з іншими структурами) розвитку сільських територій. На державному рівні необхідно визначити, що аграрне підприємство є, перш за все, виробником

сільськогосподарської продукції, а розвиток села є загальнодержавною проблемою, у вирішенні якої аграрне підприємство має брати участь лише нарівні з іншими структурами і лише за умови створення сприятливого середовища для такої діяльності.

Основною метою регулювання розвитку сільських територій є забезпечення збалансованості механізмів державного регулювання і ринкових важелів, що сприятиме створенню необхідних передумов для підвищення якості життя населення, ефективної зайнятості та покращення демографічної ситуації на основі стабільного та ефективного матеріального виробництва і розвитку сфери послуг. При цьому важливо, щоб система державного регулювання стимулювала збільшення обсягу надання суспільних благ у сільській місцевості, удосконалення інфраструктури соціальної сфери та підтримку регіонального економічного розвитку.

Реалізація зазначених цілей в Україні гальмується неефективністю та незбалансованістю державної політики в сфері агровиробництва та розвитку сільських територій. Державне фінансування галузевих програм є недостатнім. У той же час, досить незначна їх кількість була взагалі доведена до логічного завершення. У даному контексті критичного значення набуває така аграрна політика, що забезпечуватиме ефекти у плані сільського розвитку. На жаль, в Україні така системна політика відсутня, оскільки існуюча аграрна політика спрямована, в основному, на створення сприятливих умов для розвитку сільськогосподарського сектора через механізми оподаткування та бюджетні програми.

Працівники місцевих органів державної виконавчої влади та місцевого самоврядування мають вільно орієнтуватися у проблемах розвитку громад, адміністративного району, цілях, завданнях і стратегії їх розвитку. При цьому організаторська робота є важливим фактором управління розвитком соціальної сфери села – особливу увагу слід приділяти підвищенню якості управлінських кадрів, підготовці та підвищенню кваліфікації працівників органів місцевого самоврядування [2, с. 120].

Слід гармонізувати цілі у сфері розвитку сільського господарства та сільських територій, оскільки на сучасному етапі домінують галузеві інтереси, що особливо проявляється при вирішенні питань бюджетного фінансування сільського розвитку. Важливе значення має формування та реалізація цілеспрямованої політики розвитку сільських територій, і, очевидно, комплекс пов'язаних з цим завдань має бути окремо виділений в рамках аграрної, соціальної та регіональної політики.

### **Список використаних джерел:**

1. Михайлова Л.І. Регулювання соціально-економічного розвитку сільських територій // Соціально-економічні проблеми розвитку українського села і сільських територій: матеріали 15-х річних зборів Всеукраїнського конгресу вчених економістів-аграрників. – К., 2015. – С. 389-394.
2. Кропивко М.Ф. Організація державного та самоврядного управління розвитком сільських територій // Соціально-економічні проблеми розвитку українського села і сільських територій: матеріали 15-х річних зборів Всеукраїнського конгресу вчених економістів-аграрників, Київ. – 2015. – С. 120-123.

**Смагло О.В.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
Вінницький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету*

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

Процеси трансформаційного поступу ринкових відносин в економіці України значною мірою визначаються економічним розвитком як держави в цілому, так і її регіонів зокрема. Тому актуальності набуває проблема розробки цілісного механізму й виявлення тих його складових, які забезпечують ефективний регіональний економічний розвиток. Внаслідок дії різноманітних темпів проведення реформ, змін у системі господарювання та структурі власності в регіонах України збільшилася територіальна диференціація рівня економічного розвитку та можливостей соціального забезпечення громадян. Значною мірою така ситуація пов'язана також з відсутністю належних механізмів регулювання цього процесу, стимулювання діяльності місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування і населення щодо прискорення розвитку регіонів на основі повнішого використання їх природного, економічного, людського, науково-технічного потенціалу.

Регіональний економічний розвиток є одним з основних результатів регіональної економічної політики, що формується з урахуванням територіальних переваг та особливостей. При цьому вибір основних елементів регуляторного механізму, що забезпечують економічний розвиток регіону вирішується як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях. Важливим аспектом є структурування ролі органів державної влади на загальнонаціональному та регіональному рівнях у забезпеченні регіонального економічного розвитку. Дієвість місцевих органів влади, у формування сучасної регуляторної політики є вагомим чинником стабільного економічного розвитку регіону.

Теоретико-методологічні аспекти проблем регіонального економічного розвитку висвітлені у працях як у вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Питання регуляторної політики в сфері регіонального економічного розвитку досліджувалися українськими науковцями: А. Амоша, Є. Бойко, З. Варналій, А. Гальчинський, В. Геєць, Б. Данилишин, Я. Дяченко, В. Кравченко, І. Лукінов, О. Руденко, І. Чугунов, А. Чухно, а також зарубіжними вченими: Джеймс Д. Гвортні, Річард Л. Страуп, М. Лендшел, Дж. Хансен, Д. Юлл, Е. Блеклі, П. Фок, Р. Грін, Г. Хаммер.

Однак недостатньо приділяється уваги теоретичним та методологічним аспектам дослідження механізмів реалізації регуляторної політики забезпечення економічного розвитку регіону, стратегічного планування у сфері малого і середнього підприємництва, інвестиційного та бюджетного регулювання, визначення ролі органів державного управління та місцевого самоврядування у цих процесах. Зазначене обумовлює актуальність

дослідження системи регуляторних механізмів реалізації політики регіонального економічного розвитку, визначення шляхів забезпечення зростання добробуту населення і підвищення якості життя в регіонах.

Зростання економічного добробуту населення регіону виражається через показники економічного зростання, до яких можна віднести рівень валової доданої вартості на душу населення, середній дохід на одного працівника або на одного жителя регіону, показники бюджету тощо. Запорукою ефективного використання можливостей регіонального розвитку є вдосконалення функції регулювання як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях. Зміни економічних умов вимагають відповідних змін регулюючих функцій органів державного управління і місцевого самоврядування з метою повернення економічних процесів до стабілізації та подальшого економічного зростання. В цьому контексті досліджено основні регуляторні механізми, що забезпечують регіональний економічний розвиток та на їх основі сформована структурно-функціональна модель системи регуляторних механізмів регіонального економічного розвитку.

Однак, регулювання соціально-економічних методів для єдиним цілим передбачає використання різноманітних методів для забезпечення взаємопов'язаного розвитку економічної і соціальної складової з метою виконання одного з основних завдань регуляторної політики – підвищення добробуту населення регіону. Виходячи з системного підходу, система розглядається як сукупність взаємопов'язаних елементів, які утворюють єдине ціле та в певному порядку взаємодіють між собою для досягнення забезпечення регіонального економічного розвитку. Найбільш важливими є економічні методи регулювання, які визначають структуру господарського комплексу регіону, динаміку виробництва, обміну, розподілу та споживання через систему інструментів та важелів. У комплексі ці заходи становлять регіональну регуляторну політику, метою якої є досягнення відповідних показників соціально – економічного розвитку регіону. Якщо темпи досягнення цих показників є незадовільними, необхідно передбачити перегляд чи скасування певних видів регуляцій, що стосуються економічної діяльності суб'єктів господарювання в регіоні. Взаємозв'язок зазначених регуляторних впливів під час реалізації регіональної соціально-економічної політики запропоновано показати у вигляді структурної моделі.

У разі досягнення основної мети регіонального регулювання під час застосування дерегулюючих норм та законів слід здійснювати регуляторну реформу, яка повинна покращити якість регулювання за рахунок зміни законодавчих та нормативних актів, що визначають процес регулювання, а також зміни кількості і якості інститутів, що реалізують регуляторну політику.

Оцінка стану адміністративно-територіального устрою країни є необхідною в сенсі визначення пріоритетних видів економічної діяльності в територіях, оптимізації використання наявних природних ресурсів та прогнозування інвестиційної привабливості окремих ареалів розвитку. Слід зазначити, що єдиного підходу до вирішення цієї проблеми не існує. Так, відомий російський вчений Гранберг О.Г. вважає, що така оцінка дає змогу побудувати стратегію і тактику регіонального розвитку на перспективу



[3, с. 109]. для цього він пропонує розрахувати коефіцієнт спеціалізації видів економічної діяльності територій, або показник локалізації виробництва. Українські вчені [4, с. 45] пропонують дещо інший підхід, заснований на визначенні макроекономічних показників в індексах, які включають: забезпеченість регіону природними ресурсами; рівень соціального розвитку територій, динаміка валової доданої вартості, рівень зайнятості і безробіття населення, а також рівень інвестиційної привабливості регіону.

Наведені підходи не є ідеальними, а тому необхідність їх поєднання чи корегування на предмет визначення більш логічної структурно-логічної схеми оцінки. В цьому випадку технологія здійснення оцінки може мати такий вигляд [5, с. 45].

На першому етапі економічної оцінки адміністративно-територіального устрою визначається місце регіону в адміністративній ієрархії національної економіки.

На другому етапі проводиться оцінка якості і рівня життя населення територій для вибору в майбутньому програм їх оздоровлення (депресивні території).

На третьому етапі проводиться аналіз основних напрямів економічної діяльності регіону – промисловість, сільське господарство, підприємництво, інфраструктура для визначення диспропорцій розвитку та майбутнього планування їх усунення методами регіонального управління.

На четвертому етапі визначаються території регіону, які мають інвестиційну привабливість для формування концепцій і програм залучення внутрішніх і зовнішніх інвестицій.

На п'ятому етапі оцінюється рівень розвитку об'єктів соціальної інфраструктури регіональних утворень на предмет раціоналізації просторового облаштування територій регіону (показники протяжності газових, парових, каналізаційних магістралей, кількість газифікованих територій тощо).

На шостому етапі проводиться прогнозування пріоритетних напрямів розвитку регіональних економічних систем з урахуванням екологічних, соціальних і економічних чинників. В результаті визначаються ті види економічної діяльності, які характеризують спеціалізацію господарської діяльності.

На сьомому етапі відводяться підсумки соціально – економічного стану того чи іншого регіону та проводиться ранжування регіонів за основними показниками розвитку.

Пропоновані вище методичні підходи щодо стану функціонування регіональних економічних систем дозволяють визначити багатовекторність розвитку економіки регіонів, обґрунтувати доцільність і ефективність кожного із них та слугувати науково – методичним підґрунтям для керуючих регуляторних дій з боку державних та регіональних органів влади і управління.

**Список використаних джерел:**

1. Бакум В.В. Особливості формування системи управління регіоном / В.В. Бакум / Економіка АПК, – 2007. – № 4. – С. 27-33.
2. Бондаренко О.В. Проблеми змін і розвитку системи управління діяльністю підприємств / О.В. Бондаренко / Економіка і держава. – 2007. – № 8. – С. 39.
3. Соціально-економічне регулювання в Україні / М.І. Долішній, М.М. Паламарчук, О.М. Паламарчук, Л.Г. Шевчук. – Львів: Ін-т рег. досл. НАН України, 2008. – 150 с.
4. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку. За ред. Гейця В.М. – К.: Інститут економіки і прогнозування: Фенікс, 2003. – 820 с.
5. Герасимчук З.В. Регіональна політика сталого розвитку: методологія, формування, механізми реалізації; Монографія-Луцьк: Над студія, 2001 р. – с. 528.

# ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

**Логвінова О.П.**

*кандидат економічних наук, доцент, викладач,  
Первомайський індустріально-педагогічний технікум*

## **КРАУДФАНДИНГ ЯК СХЕМА ФІНАНСУВАННЯ ПРОЕКТІВ**

Сучасний етап розвитку національної економіки характеризується потребою у залученні значних обсягів інвестицій для подолання проблем у діяльності господарюючих суб'єктів і забезпечення подальшого сталого економічного розвитку на основі реалізації проектів. Однак вітчизняні підприємства мають вкрай обмежені власні кошти для фінансування проектів, а залучення коштів з зовнішніх джерел є ускладненим. Водночас стрімкий розвиток мережі Інтернет, зокрема різноманітних соціальних мереж, формування на цій основі віртуальних спільнот, які мають бажання та спроможність до спільного вирішення певних проблем на основі громадської участі, створює передумови для дієвого реагування на виникнення нових «викликів».

Світовий досвід показує, що забезпечення сталого економічного розвитку можливе шляхом застосування нової схеми залучення та ефективного використання фінансових ресурсів, що отримала назву «краудфандинг». Ця схема фінансування останніми роками набуває все більшого поширення у всьому світі. Тому слід докладніше вивчити її сутність і можливості практичного застосування на вітчизняних підприємствах.

Краудфандинг – це новітня технологія залучення коштів великої кількості інвесторів-користувачів Інтернет, пов'язаних соціальними мережами, з метою фінансування різноманітних проектів [2]. Сутність краудфандингу полягає у залученні через спеціально створений майданчик у мережі Інтернет коштів багатьох людей для реалізації певних проектів, які можуть стосуватися найрізноманітніших галузей суспільного життя або господарської діяльності окремих суб'єктів.

Відмітною рисою проектів, що фінансуються шляхом краудфандингу, є те, що вони переважно є некомерційними, тобто основним мотивом до участі у цих проектах є не прагнення до отримання максимального прибутку на вкладений капітал, а усвідомлення необхідності вирішення тих чи інших питань, часто соціальної або екологічної спрямованості. Наприклад, на основі краудфандингу можуть фінансуватися проекти створення нового бізнесу, зйомки фільму, розробки відеоігор, організації музичних турів, створення притулків для тварин, збір пожертв на допомогу окремим людям та т. ін.

Краудфандинг передбачає залучення соціальних інвестицій, що здійснюють особи, які не є інституційними інвесторами, фінансування проектів на основі краудфандингу базується на спільній праці людей з метою

підтримки зусиль певних осіб або організацій на основі раціонального використання залучених ресурсів. До участі у проектах краудфандингу часто долучаються люди, які не є фахівцями у певній галузі, зокрема, у фінансовій сфері, але мають велике прагнення до участі у вирішенні певних проблем, навіть на безоплатній основі. Участь у проектах краудфандингу для цих осіб є тимчасовою і додатковою щодо інших видів активності.

Краудфандинг може набувати різних форм. Це може бути збирання коштів без будь-якої віддачі тим, хто жертвує кошти. Може бути передбачене оприлюднення імен тих, хто надає кошти. Також кошти можуть братися як позика. Може використовуватися простий акціонерний капітал або квазіакціонерний капітал. Можуть бути передбачені певні винагороди в обмін на пожертвування. Додатково може бути встановлено граничний розмір пожертвувань, при недосягненні якого до зазначеної дати всі пожертви анулюються.

Характеристиками краудфандингу є багатосуб'єктність, мікрофінансування, глобальний простір соціального фінансування, мережевий принцип організації, забезпечення економії на посередниках та трансакційних витратах, зменшення ризиків та ін.

Краудфандинг є різновидом краудсорсингу, водночас окремим різновидом краудфандингу є краудінвестинг, які поряд з краудлендінгом є різновидами крауд-технологій.

Існує багато прикладів успішної реалізації краудфандингу для здійснення різноманітних проектів. Однак поширенню краудфандингу в Україні перешкоджають відсутність відповідних законодавчих актів у цій сфері, недостатні можливості для переведення грошей через Інтернет, недостатня довіра людей до підприємців-початківців поряд зі схильністю до фінансування соціальних проектів.

Умовами успішного застосування краудфандингу є цікавість ідеї для потенційних спонсорів, забезпечення прозорості при зборі та використанні коштів, зручність внесення коштів і доступність отримання інформації про хід реалізації проекту.

Отже, краудфандинг має широкі перспективи розвитку як специфічний засіб фінансування проектів та забезпечення сталого економічного розвитку окремих суб'єктів господарювання, вирішення некомерційних завдань тощо.

### Список використаних джерел:

- 1 Марченко О.С. Краудфандинг: соціально-економічний зміст та види / О.С. Марченко // Вісник національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – № 4(15). – 2013. – С. 26-35.
- 2 Поліщук В.Г. Зарубіжний досвід фінансування проектів за схемою краудфандинг / В.Г. Поліщук, В.І. Прокоп. «Молодий вчений». № 12(15), 2014 р., Видавничий дім «Гельветика». – С. 63-66.
- 3 Фоменко А.О. Сучасні умови розвитку краудфандингу в Україні / Фоменко А.О. // Вісник Бердянського університету менеджменту та бізнесу. – № 3(23). – 2013. – С. 93-96.

## **ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА**

**Онофриенко Н.А.**

*преподаватель,*

*специалист высшей квалификационной категории,*

*Горный колледж*

*ГВУЗ «Криворожский национальный университет»*

### **ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОЛОГИЮ**

Экономика имеет с экологией общее человеческое начало. Они тесно взаимосвязаны между собой.

Конфликт между человеком и природой, существовавший на всем протяжении развития человечества, приобрел в наше время универсальный характер и определил характер экономико-экологической проблемы; экономический прогресс за счет экологического регресса.

Украина унаследовала глубокий экономический и экологический кризис с обретением государственной независимости. Структура экономики деформирована, богатый природно-ресурсный потенциал используется неэффективно, техногенная нагрузка на окружающую среду чрезмерна.

Развитие производственного потенциала экономики бывшей союзной республики осуществлялось без оглядки на все ухудшающееся состояние окружающей среды. Объективная экологическая информация замалчивалась, права граждан на экологически безопасные условия жизни игнорировались.

Украине досталась в наследство экономика, перенасыщенная химическими, металлургическими, горнодобывающими производствами с устаревшими технологиями – одна из наиболее «грязных» (в экологическом отношении) экономик европейских стран. Основной природный ресурс – вода используется всеми отраслями промышленности крайне неэффективно.

Очень изношенные и устаревшие производства, среди которых построенные еще в прошлом веке или в начале текущего, отсталые технологии требуют значительных объемов воды – в 2-5, а некоторые в 10-13 раз больше, чем это необходимо при современных технологиях. В процесс общественного производства ежегодно вовлекается около 1,5 миллиарда тонн природных веществ. В расчете на душу населения это составляет 30 тонн.

Такие большие объемы первичного ресурсоиспользования в значительной степени обусловлены экстенсивным характером эксплуатации богатого природно-ресурсного потенциала.

Объем накопленных отходов добывающей, энергетической, металлургической и других отраслей промышленности по самым минимальным оценкам достигает 15 млрд. тонн и продолжает ежегодно

увеличиваться более чем на миллиард тонн. Уровень антропогенной нагрузки на окружающую природную среду чрезвычайно высок практически на всей территории Украины.

Как показывают наблюдения и расчеты, не менее 30 процентов добытого угля теряется на пути к потребителям, попадая в окружающую среду в виде пыли, загрязняя воздух, воду и почву. Эффективность использования твердого топлива в промышленности составляет лишь 40-42 процента. Потребление электроэнергии в дуговых печах более чем на 20 процентов превышает европейский уровень, а при производстве ферросплавов – на 38 процентов. Вследствие этого перерасходование энергии на предприятиях черной металлургии эквивалентно количеству производимой электроэнергии всеми атомными АЭС бывшего СССР.

Интенсификация земледелия, увеличение техногенной нагрузки на земельные ресурсы, бесконтрольное использование средств химизации в условиях низкой технологической культуры, другие воздействия приводят к ускоренной деградации грунтов, снижению их плодородия. На территории Украины практически не осталось водоносных подземных горизонтов питьевого назначения, где бы не были обнаружены пестициды, а в отдельных регионах – даже на 400-метровой глубине. Нитраты, пестициды и другие вредные вещества все чаще встречаются в продуктах питания, в том числе и детского.

В современных условиях мы имеем неэффективный, устаревший эколого-экономический производственный потенциал, недостаточную правовую природоохранную базу, недостаточную систему управления, в недостаточной мере действующие экономические стимулы рационализации природопользования. Такая ситуация является следствием многолетнего хозяйствования затратного ресурсоемкого воспитания членов общества.

Экологическая ситуация в мире, которую можно охарактеризовать как состояние экологического кризиса, наряду с обострением глобальных социально-экономических и политических проблем, требует остановки опасных тенденций и изменения курса развития современной цивилизации. Одно из основных противоречий – столкновение между экономическим ростом и необходимостью ограничения его природоемкости.

Единой оценки экологизации экономики в обществе нет, и наверное никогда не будет. Преобладают полярные точки зрения.

1. Экологические проблемы – неизбежное зло, решать их надо так же, как и экономические.

2. Экологизация экономики – единственное спасение человечества от катастрофы, и ради него можно пойти на любые меры.

Представляется, что истина лежит где-то посередине, универсальной формулы экономической эффективности не существует.

Для подтверждения сказанного приведем некоторые факты о загрязнении и вреде окружающей среде Украины от основных видов производственной на ее территории.

Предприятия металлургии и энергетики ежегодно выбрасывают в воздух соответственно 35% и 32% всех загрязнений от стационарных источников,

являются главными загрязнителями Украины (города Макеевка, Мариуполь, Коммунарка, Харцызск, Днепр, Запорожье, Днепродзержинск и др.). Металлургические предприятия оснащены очистительными сооружениями лишь на 30-50%, которое и вдобавок устаревшее или бездействует совсем.

Главными источниками окружающей среды тяжелыми металлами, в особенности мышьяком и свинцом являются предприятия цветной металлургии; они же загрязняют окружающую среду серной и азотной кислотами (г. Константиновка – завод «Укрцинк», г. Запорожье – Днепропетровский, Микитовский ртутный комбинаты и др.).

Черная металлургия – основной загрязнитель вод фенолами, нефтепродуктами, сульфатами.

На сегодня Кривой Рог является бесспорным лидером по загрязнению окружающей среды во всей Днепропетровской области. По сути, сейчас Кривбасс – это город экологического бедствия. Днепропетровская область держит пальму первенства по масштабам негативного влияния на экологию. В минувшем году количество выбросов в атмосферу по Днепропетровской области в целом составило 3 млн. 274 тыс. тонн, или 17% от общегосударственного количества выбросов. Сброс загрязненных обратных вод составил 600 млн. метров кубических, или 20% от общеукраинского объема. Если говорить о Кривом Роге, то в списке главных загрязнителей водного бассейна ОАО «АрселорМиттал Кривой Рог» и «Кривбассводоканал», хотя у последнего есть все возможности этот список покинуть.

Согласно законодательству, предприятия должны финансировать работу природоохранных программ, вместе с тем зачастую руководство этих предприятий жалуется на тяжелые экономические условия, которые не позволяют масштабно подходить к решению вопросов экологии.

Вместе с тем, предприятия предпочитают направлять средства на модернизацию и увеличение объемов производства, и не очень спешат уделять должное внимание экологическим проблемам, которые, к слову, сами и создают. Поэтому часто собственников и руководителей предприятий приходится убеждать, пока они не находят средства, необходимые для выполнения всех необходимых природоохранных мероприятий.

Казалось бы, страна, избравшая путь демократического развития, должна иметь адекватную экологическую политику, направленную на возрождение окружающей среды, повышение экологической безопасности людей, сохранение природных ресурсов для будущих поколений. Экологические приоритеты и цели должны присутствовать также при решении экономических и политических проблем.

При этом необходимо отметить, что в процессе реформирования экономики за три последних года практически ничего не сделано для радикального повышения эффективности использования природных ресурсов, что является продолжением бывших тенденций в деятельности центрально-плановой системы. Экологические последствия этих тенденций для Украины плачевны – около 15 процентов потерь валового национального продукта.

На основании всего вышеизложенного нужно сказать, что экономический рост требует к себе значительного внимания, т.к. стремление к развитию и

росту непосредственно влияет на окружающую среду и в большей степени это влияние – загрязнение и уничтожение природы, среды в которой живет сам человек.

Данный вопрос встает очень остро и поэтому страны на мировом уровне стараются найти оптимальные пути решения проблем, связанных с экономическим ростом (увеличивающимся производством) и удовлетворением бесконечных потребностей человека, а также при росте в мире общего числа населения.

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

1. Заржицкий О.В. «Концепция региональной экологической политики Украины: какой ей быть» «Право Украины» № 7, 2016, с. 70-75.
2. Химич А.А. «Экологическая безопасность, как элемент национальной безопасности» «Право Украины» № 11, 2015, с. 45-47.



## ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

**Волков В.А.**

*студент,*

*Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут  
імені Ігоря Сикорського»*

### РЕКРУТИНГ КАК ПОДХОД К ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА

Значимость термина «рекрутинг» исходит от французского «recruter», «вовлекать», т.е. залучать кого-либо, нанимать, пополнять, вербовать, приглашать на службу за деньги. Так для лаконичности сегодня называют подбор умелых профессионалов [1].

Главный ресурс любого предприятия – это его персонал, без которого не может осуществляться деятельность и от персонала в сущности, и зависит успех всех процессов. Рекрутинг является важным в области экономики труда. Выражаясь в более грубой форме, можно сказать что рекрутер имеет свойство распределять людей на несколько классов.

Образно говоря – своего рода законный расизм. В целом – в моем видении рекрутинг имеет несколько сторон для восприятия.

С точки зрения людей, которые хотят устроиться на работу, можно говорить, что они пациенты работодателей. Цель этих людей показать умение в определенном направлении по которому они пришли устраиваться. Не дать нервам овладеть собой, излагая информацию последовательно.

С противоположной стороны – предприниматель не должен быть слабохарактерным, должно быть умение отказывать людям и способность деликатно общаться с людьми. Должен обращать внимание на способности и потенциал кандидата, и стараться к минимуму свести поправки.

Если глобальнее посмотреть на данную профессию, в ней есть недостаток, как минимум один, который бросается в глаза. Вам придется отказывать людям, что не каждому оптимисту придется по душе, но ради справедливости можно сказать, что в каждой сфере есть недостатки.

Рекрутер однозначно может поспособствовать продвинуть шансы любого человека, раскрывая его потенциальные данные, реагируя на их проблемы, выделяя нужную информацию. Кандидаты при взаимном общении с рекрутером успокаиваются и чувствуют себя комфортно. Я представляю, что даже если работодателю не подошел кандидат, и если это действительно хороший рекрутер, он укажет на проблемную часть, чем данный человек их не устроил и в будущем данная личность, будет себя в этом направлении усовершенствовать.

А если есть желание выучиться по данному направлению, эта профессия дает шанс человеку развиваться, становится коммуникабельным, выявляет и воспитывает лидерские качества.

В целом люди подыскивают другую работу, то бишь деятельность несколько раз в жизни, практически любой подразумевает, как важно быть непрерывным с рекрутером. В конечном счете, большинство людей, которые наталкиваются на рекрутера, будут стремиться поддерживать с ним контакт, как в деловой так и в личной сфере, с надеждой, что если вдруг произойдет что-то с прежней работой, он всегда поспособствует в поисках новой работы. И так можно постоянно выискивать способных личностей. Деятельность рекрутера заключается – в построении сети контактов.

Можно выделить, что профессия рекрутера позволяет постоянно взаимодействовать с руководством той или иной компании. В результате не только вы сами будете неплохо понимать их, но и высшие чины заметят ваш характер и особенности вашей деятельности непосредственно, в итоге осуществится улучшение репутации и будет повышаться ранг, день за днем. В последствии, вы востребованы!

В итоге, что мы имеем на поверхности? Профессию, которая явно не для слабовольных. Но с другой стороны, как компенсация одного недостатка, [если этот пункт можно считать таковым] затмевает большой кругозор влиятельных людей, которые будут своей работой, показывать свой опыт. И в конечном итоге будет расширять грани вашей профессии. Точнее можно сказать, вы уйдете за рамки своей профессии, познавая другие. Вторым не менее важным аспектом является то, что люди будут прислушиваться к вашему мнению. И третье, люди, которым вы будете помогать, будут радостно воспринимать, и тем самым дарить вам позитивные эмоции. Другими словами, вы попросту будете делать добро.

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

1. Рекрутинг [Электронный ресурс] // Википедия – Режим доступа к ресурсу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Подбор\\_персонала](https://uk.wikipedia.org/wiki/Подбор_персонала)
2. Баскина Татьяна. Техника успешного рекрутинга [Электронный ресурс].
3. Формальнова Марина. Для чего нужны рекрутеры и как с ними работать [текст] / Справочник карьериста, 2014 г.
4. Иванова С. 50 советов по рекрутингу. – М.: Альпина Паблишер, 2014. – 256 с.

## БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

**Гужва Є.Д.**

*студент;*

**Пушкар О.І.**

*кандидат економічних наук, викладач,  
Кременчуцький льотний коледж  
Національного авіаційного університету*

### РОЗВИТОК ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ

Передумовою забезпечення стабільності економіки України є ефективне функціонування податкової системи, яка дозволяє здійснення органами державної виконавчої влади внутрішньої та зовнішньої політики, регулювання і стимулювання економіки, фінансування соціальних заходів. Однак позитивний ефект досягається лише за умови ефективної податкової політики, яка проявляється у забезпеченні виконання податками не лише фіскальної, але й стимулюючої функції, у встановленні та належному обґрунтуванні податкових правил, у стабільності та передбачуваності, в досягненні необхідного рівня збалансованості інтересів держави і платників податків [1].

Важливим інструментом податкової політики є податковий облік, правильність ведення якого та своєчасне відображення податкових операцій у податковій звітності є однією з основних умов ефективної діяльності підприємств. Враховуючи, доволі жорстоку систему фінансових санкцій, що застосовуються до підприємств за умов виявлення помилок при здійсненні податкового обліку та формуванні податкової звітності, очевидно, що ефективна податкова система передбачає чітке законодавче обґрунтування усіх елементів податкового обліку [2].

Становлення і функціонування системи податкового обліку в Україні характеризується відсутністю чітко сформульованої концепції, непослідовністю здійснюваних кроків в зміні податкового законодавства, надмірною орієнтованістю на інтереси державних фіскальних органів. Необґрунтованість та поспішність в прийнятті рішень щодо змін в облікових процедурах призвели до недовіри користувачів до звітної інформації, знизили її значення як важливого чинника прийняття управлінських рішень. Тому виникає необхідність поглибленого дослідження теоретичних та практичних аспектів організації і функціонування інституту податкового обліку як складової частини податкового менеджменту на підприємствах.

Вперше був використаний термін «податковий облік» і описані правила ведення податкового обліку валових витрат, валових доходів і визначення прибутку до оподаткування в Законі України «Про внесення змін до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» від 22.05.1997 року. Поняття «податковий облік» зустрічалось і в Законі «Про податок на додану

вартість» від 03.04.97 р. Але визначення терміну «податковий облік» в обох вищезазначених законах немає. Цей факт призвів до того, що серед науковців і практиків з бухгалтерського обліку України до сих пір ведеться дискусія відносно правомірності використання самого терміну «податковий облік». Ряд економістів вважають, що замість терміну «податковий облік» повинен використовуватися термін «податкові розрахунки», які є складовою бухгалтерського обліку. Окремі вчені вважають, що податковий облік є окремим видом бухгалтерського обліку, і, оскільки цей термін використовується в законах України, він має право на юридичне існування.

До 1997 року не було суттєвих відмінностей у визначенні об'єктів оподаткування за даними бухгалтерського обліку і за даними податкового законодавства. Більшість економістів вважають, що податковий облік включає в себе облік розрахунків з бюджетом з ПДВ, податку на прибуток, єдиного податку, розрахунків за ЄСВ та органами соціального страхування з відповідних нарахувань та утримань із заробітної плати [3, с. 9].

Реформування економіки України зумовило необхідність приведення вітчизняного обліку у відповідність до загальноприйнятих світових принципів організації обліку, оскільки відмінності вітчизняної системи від діючої в економічно розвинутих країнах світу ускладнюють інтеграцію нашої держави у міжнародну економіку, не сприяють залученню іноземних інвестицій в Україну. Тому прийнято ряд кардинальних заходів щодо реформування методології організації бухгалтерського обліку на підприємствах. Одним з напрямів такого реформування є прийняття Податкового кодексу України, який набув чинності 1 січня 2011 року.

Податковий кодекс України регулює відносини, що виникають у процесі встановлення, зміни та скасування податків і зборів що справляються в Україні, визначає їх вичерпний перелік та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки, компетенцію контролюючих органів, повноваження і обов'язки їх посадових осіб під час здійснення податкового контролю, а також відповідальність за порушення податкового законодавства.

З прийняттям Податкового кодексу повністю змінена система оподаткування в Україні. Кількість податків зменшилася майже вдвічі. Передбачено поетапне зниження базових ставок по основних податкових платежах протягом декількох років [1].

Вважаємо доцільним максимально наблизити та інтегрувати бухгалтерський та податковий облік для спрощення сприйняття та використання даних обліку для ефективного функціонування податкової системи та збільшення надходжень до державного бюджету.

#### **Список використаних джерел:**

1. Далевська Т.А., Гороховська Ю.І., Чигрин В.В. Податок на прибуток підприємств як джерело наповнення бюджету // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 5.
2. Словінська Л.Г. Методологічне, методичне та організаційне забезпечення складання податкової звітності в Україні // Фінанси України. – 2008. – № 1.

3. Задорожний З.В., Гугул Г.І. Лещинин Л.Г. Податковий облік Навчальний посібник. – Тернопіль: Економічна думка. – 2005.

**Котлярчик Х.П.**

*студент;*

**Пушкар О.І.**

*кандидат економічних наук, викладач,  
Кременчуцький льотний коледж  
Національного авіаційного університету*

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО ТА УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В УМОВАХ АВТОМАТИЗАЦІЇ**

В сучасних умовах господарювання для підприємств надзвичайно важливим для удосконалення своєї роботи є використання даних обліку, зазвичай бухгалтерського обліку. Проте для вирішення управлінських задач, бракує аналітичних та оперативних даних обліку, які характеризують реальні фінансові та виробничо-економічні процеси, тому різко зростає роль засобів автоматизації обліку, що дозволяють практично повністю вирішити проблему точності та оперативності інформації. Загальновідомо, що фінансовий та управлінський облік – різні форми однієї і тієї ж системи, але управлінський облік є поняттям більш ємним, ніж фінансовий облік, хоча і базується на обліковій інформації. Тому завданням удосконалення організації обліку в умовах автоматизації можна назвати організацію збирання, реєстрації, трансформації та передачі інформаційних ресурсів для прийняття управлінських рішень.

Використання сучасних інформаційних технологій в управлінні змінило функції облікового апарату у виконанні первинного обліку: при ручному веденні бухгалтерського обліку витрачається до 70% часу облікового персоналу лише на відображення операцій в облікових регістрах; за умов автоматизації обліковому персоналу немає потреби втручатися в інформаційний процес [5].

Найбільш перспективним є автоматизація планово-управлінських функцій на базі персональних електронно-обчислювальних машин, установлених безпосередньо на робочих місцях фахівців (автоматизованих робочих місць), які набули широкого поширення в організації управління підприємством. Це дозволить використовувати систему спеціалістам, які не мають спеціальних знань в області програмування, але приймають управлінські рішення на основі аналізу облікових даних. Автоматизовані робочі місця (АРМ) це комплекс інформаційних ресурсів, програмно-технічних та організаційно-технологічних засобів індивідуального та колективного користування, об'єднаних для виконання певних функцій професійних працівників управління.

Автоматизовані інформаційні системи сприятимуть створенню інфраструктури і сектору послуг, здатних підтримувати економіку. Недостатнє їх формування полягає в тому, що вони використовуються, головним чином, для поліпшення діяльності адміністративних систем, але не спрямовані на вирішення творчих завдань, які забезпечують їхні найбільші потенційні можливості. Однак зростання ролі автоматизованих інформаційних систем зовсім не означає, що будуть усунені людські методи аналізу і прийняття управлінських рішень: оцінка інформації, вибір альтернатив, неоднозначність процедур дослідження, використання модельних і цифрових форм. Вони збережуть своє значення і надалі, але будуть збагачені і посилені завдяки тим можливостям, які відкриває інформаційна система [4, с. 92-109].

Спираючись на програмно-апаратні засоби автоматизації процесів інформаційного обміну, на методи математичного моделювання, автоматизована система обліку дозволяє значною мірою впорядкувати рух інформаційних потоків усередині підприємства, знизити загальну трудомісткість управлінської діяльності, істотно підвищити інформативність, обґрунтованість і своєчасність прийняття управлінських рішень.

Побудова інтегрованої автоматизованої системи обліку, яка б об'єднувала всі інформаційні процеси і процедури, здатна істотно підвищити загальний рівень керованості, сформувати найбільш повну картину організаційно-технологічного й інформаційно-аналітичного стану підприємств. Це, у свою чергу, матиме безпосередній позитивний вплив на рівень здійснення всіх без винятку управлінських операцій й надасть можливість у повному обсязі контролювати всю роботу підприємства на будь-який момент із необхідним ступенем деталізування.

Таким засобом для вирішення проблем в управлінському обліку є обліково-аналітична система з урахуванням «важкої» ERP- системи типу SAP R/3, Oracle Applications, BAAN IV, яка дозволяє прискорити процедури прийняття рішень: відкриває перед користувачами потужні можливості з отримання, зберігання, пошуку та аналізу інформації про усі процеси на підприємстві. Зокрема, за допомогою SAP R/3 стає можливим спростити ведення бухгалтерського обліку на підприємствах, установах та організаціях будь-якої сфери діяльності: аерокосмічна, обробна, автомобільна, гірничо-видобувна промисловість, банківська сфера, високі технології та електроніка, вища освіта та наукові дослідження, державний сектор, залізнична галузь, охорона здоров'я, логістичні послуги, машинобудування, нафтова та газова промисловість, оборона та національна безпека, торгівля, зв'язок, професійні послуги, ЗМІ, страховий бізнес, фармацевтика та біотехнології, хімічна промисловість, енергетика та сфера ЖКГ [6].

Система SAP R/3 складається з набору прикладних модулів, які підтримують різні бізнес-процеси компанії та інтегровані між собою в масштабі реального часу. Компонентами ERP SAP R/3, які супроводжують ведення бухгалтерського та управлінського обліку є модулі «Фінанси» (FI) та «Управлінський облік і звітність» (CO) відповідно. Різниця між модулями полягає у тому, що облік в них ведеться на різних рівнях: у «Фінансах» – на рівні балансової одиниці, тобто юридичної особи, а в «Управлінському обліку

і звітності» – на рівні об'єктів контролінгу. Це пояснюється різницею між природою управлінського та фінансового обліку. Проте, саме управлінський облік визначає, збирає, вимірює, класифікує та повідомляє інформацію, яка буде корисною для внутрішніх користувачів у процесах планування, контролю та прийняття рішень.

Отримувати і аналізувати управлінську звітність можна з допомогою системи з урахуванням OLAP –технології. Основоположниками реляційного підходу до побудови баз даних є Едгар Кодд з партнерами, які у 1993 році опублікували статтю «Забезпечення OLAP (оперативної аналітичної обробки для користувачів – аналітиків)». Термін OLAP означає не тільки багатомірний погляд на дані з боку кінцевого користувача, але й багатомірне подання даних у цільовій БД. Саме з цим пов'язана поява самостійних термінів «Реляційний OLAP» і «Багатомірний OLAP». Програмні засоби OLAP – це інструмент оперативного аналізу даних, що знаходяться в сховищі. Головною особливістю є те, що ці засоби орієнтовані на використання не фахівцем в області інформаційних технологій, а професіоналом у прикладній області керування – менеджером відділу, департаменту, керування, і, нарешті, директором.

Отже, на сучасному етапі розвитку економіки автоматизація обліку відіграє важливу роль як на підприємстві, так і в економіці в цілому, адже підвищується продуктивність праці, скорочуються витрати для отримання необхідної інформації, надається більша ефективність передачі даних та їх більша точність і достовірність. Тому обов'язковим складовим елементом в системі заходів, спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємств є автоматизація системи бухгалтерського обліку, що дає можливість економити підприємству свій час та кошти, а головне своєчасно приймати ефективні управлінські рішення.

### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» № 40-IV від 4 липня 2002 року // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 36 (з наступними змінами й доповненнями).
2. Волков О. І. Інноваційний розвиток промисловості України / О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін. – К.: КНТ, 2006. – Наука й економіка / 2016, № 1(41). – 648 с.
3. Івахненко С. В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку: наук. вид. / С. В. Івахненко. – Житомир, 2009. – 241 с.
4. Мних Є. В. Організація автоматизованих робочих місць облікового персоналу / Є. В. Мних, Є. І. Цікало, Р. М. Бунь. – Львів: Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2004. – 167 с.
5. Муравський В. Документування в умовах повної автоматизації обліку / В. Муравський // Бухгалтерський облік і аудит – 2008. – № 5. – С. 48-52.
6. Застосування модулю «Управлінський облік і звітність» (CO) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://magazine.faaf.org.ua>
7. OLAP – технології [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://studopedia.eu/8\\_54574\\_OLAP-tehnologii.html](http://studopedia.eu/8_54574_OLAP-tehnologii.html)

**Крупко М.П.**

*студентка,*

*Національний університет водного господарства  
та природокористування*

## **ЗАРОБІТНА ПЛАТА В БЮДЖЕТНОМУ СЕКТОРІ: АНАЛІЗ НОВОВВЕДЕНЬ 2017 РОКУ**

В умовах ринкових відносин визначальним чинником, котрий впливає на ефективність праці виступає «якість» існуючої системи заробітної плати. Якщо вітчизняний приватний сектор вже давно переконався у правдивості цього твердження, перетворивши оплату праці в надійний стимулюючий чинник для підвищення результатів своєї діяльності, то в бюджетній сфері питання матеріальної мотивації працівників залишається не вирішеним. Незважаючи на безперервний процес реформування системи оплати праці в бюджетному секторі, державі досі не вдалося втілити в життя по-справжньому дієві заходи, котрі реально покращили б матеріальне становище працівників, а також посилили б стимулюючу роль заробітної плати. Починаючи з 2017 року набула чинності серія чергових змін у сфері оплати праці «бюджетників», закріплена на законодавчому рівні. Отож, доцільним є проведення аналізу таких нововведень для того, щоб переконатися в їх доречності, ефективності та здатності реально вирішити існуюче коло проблем.

На сьогодні в Україні оплата праці в бюджетній сфері здійснюється за двома системами. Перша з них ґрунтується на використанні Єдиної тарифної сітки розрядів і коефіцієнтів з оплати праці працівників, закладів та організацій окремих галузей бюджетної сфери» (далі – ЄТС), що затверджена відповідною постановою КМУ [1]. Інша базується на основі схем посадових окладів, що регулюється спеціальними нормативно-правовими актами (оплата праці державних службовців, працівників правоохоронних органів, суддів, органів прокуратури тощо). Паралельне існування двох систем є негативним явищем, оскільки не забезпечує уніфікованого підходу до оцінювання складності робіт і диференціації тарифних умов оплати праці всіх працівників [2, с. 12]. Отже, наслідуючи досвід зарубіжних країн, доцільно було б відмовитися від диференціації заробітної плати деяких категорій працівників.

Серед нововведень у сфері оплати праці, котрі набули чинності з 1 січня 2017 року найбільш вагомим є підвищення мінімального розміру заробітної плати до 3 200 грн [3]. Однак, таке підвищення не свідчить про суттєве покращення матеріального становища абсолютно всіх категорій працівників. Практичне зрівняння тарифною сіткою окладів працівників 1-11 тарифних розрядів призвело до того, що відтепер працівники з вищою освітою, котрі мають 11 тарифний розряд отримуватимуть таку ж заробітну плату як і некваліфіковані працівники 1-го розряду (табл. 1).



Таблиця 1

## Єдина тарифна сітка [4]

Розряд	Тарифний коефіцієнт	01.12.2016 – 31.12.2016		з 01. 01. 2017	
		Оклад згідно розряду, грн	Оклад (тарифна ставка), грн	Оклад згідно розряду, грн	Оклад (тарифна ставка), грн
1	1,00	1335,00	1600	1600,00	1600
2	1,09	1455,15	1605	1744,00	1744
3	1,18	1575,30	1615	1888,00	1888
4	1,27	1695,45	1695	2032,00	2032
5	1,36	1815,60	1816	2176,00	2176
6	1,45	1935,75	1936	2320,00	2320
7	1,54	2055,90	2056	2464,00	2464
8	1,64	2189,40	2189	2624,00	2624
9	1,73	2309,55	2310	2768,00	2768
10	1,82	2429,70	2430	2912,00	2912
11	1,97	2629,95	2630	3152,00	3152
12	2,12	2830,20	2830	3392,00	3392
13	2,27	3030,45	3030	3632,00	3632
14	2,42	3230,70	3231	3872,00	3872
15	2,58	3444,30	3444	4128,00	4128
16	2,79	3724,65	3725	4464,00	4464
17	3,00	4005,00	4005	4800,00	4800
18	3,21	4285,35	4285	5136,00	5136
19	3,42	4565,70	4566	5472,00	5472
20	3,64	4859,40	4859	5824,00	5824
21	3,85	5139,75	5140	6160,00	6160
22	4,06	5420,10	5420	6496,00	6496
23	4,27	5700,45	5700	6832,00	6832
24	4,36	5820,60	5821	6976,00	6976
25	4,51	6020,85	6021	7216,00	7216

Найбільш відчутно реформа позначилася на працівниках освітньої сфери. Завдяки підвищенню тарифних розрядів вчителів з 8-12 до 10-14 розряду [1], помітно зростуть посадові оклади, а отже доплати і надбавки, які безпосередньо залежать від розміру посадового окладу. У підсумку, зростання їх заробітної плати складатиме приблизно 50%. Однак для переважної більшості галузей бюджетного сектору підвищення окладів не стало настільки разючим як в освітній, зокрема, незмінними залишились тарифні розряди у сфері охорони здоров'я [1]. Отже, рішення про зростання мінімальної заробітної плати, хоч і оцінюється загалом позитивно, однак має певні не доопрацювання, в частині недостатнього стимулювання певних категорій працівників.

Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України» було встановлено вимоги до мінімального посадового окладу

(тарифної ставки) працівника – не менше прожиткового мінімуму працездатної особи на 1 січня календарного року, який станом на 01 січня 2017 року складає 1600 грн [5]. До 2017 року мінімальний посадовий оклад встановлювався на рівні мінімальної заробітної плати.

Постановою КМУ «Про оплату праці працівників установ, закладів та організацій окремих галузей бюджетної сфери» встановлено, що з 1 січня 2017 р. посадові оклади розраховуються виходячи з розміру посадового окладу (тарифної ставки) працівника 1 тарифного розряду, встановленого у розмірі прожиткового мінімуму для працездатних осіб на 1 січня календарного року [6]. До 2017 року посадовий оклад (тарифна ставка) працівника 1 тарифного розряду мав дорівнювати розміру мінімальної заробітної плати, хоча фактично встановлений оклад 1 розряду був меншим (в грудні 2016 року при мінімальній заробітній платі 1600 грн. він становив 1335 грн.) Таким чином, для 1-го тарифного розряду і решти розрядів, оклади яких, розраховані за встановленою схемою (оклад 1 тарифного розряду помножений на відповідний тарифний коефіцієнт) не досягали рівня мінімальної заробітної плати тарифні ставки автоматично «підтягували» до цього рівня із незначною диференціацією (табл. 1). Із впровадженням нововведень цього не доведеться робити, адже мінімальна заробітна плата не застосовується як розрахункова величина для визначення посадових окладів та заробітної плати працівників та інших виплат [5]. Головною особливістю реформування оплати праці є те, що відтепер з'являється категорія працівників (головною мірою, ті, хто має 1-11 тарифний розряди), у яких тарифна ставка не досягає розміру мінімальної заробітної плати. Однак відповідно до Закону України «Про оплату праці», розмір заробітної плати працівника за повністю виконану місячну (годинну) норму праці не може бути нижче мінімальної заробітної плати [7]. Тому для працівників, тарифна ставка яких не сягає 3200 грн і які не мають доплат, надбавок, премій, що включаються до розміру мінімальної заробітної плати необхідно провести донарахування до мінімальної заробітної плати. Для бюджетних установ таке нововведення ускладнить здатність максимальної економії бюджетних коштів, адже відбудеться суттєве зростання видатків на оплату праці.

Разом з тим, законодавством прописано положення про забезпечення керівниками установ, закладів і організацій окремих галузей бюджетної сфери диференціації заробітної плати працівників, які отримують заробітну плату на рівні мінімальної у межах фонду оплати праці, шляхом встановлення доплат, надбавок, премій з урахуванням складності, відповідальності та умов виконуваної роботи, кваліфікації працівника, результатів його роботи [6]. Таким чином, згадані нормативні акти ставлять доволі непрості завдання, виконання яких ускладнюється жорсткою регламентацією діяльності бюджетних установ, зокрема необхідністю дотримання меж запланованого фонду оплати праці.

Отже, проаналізувавши зміни в оплаті праці для бюджетної сфери слід відзначити неоднозначність їх наслідків. Суттєве підвищення розміру мінімальної заробітної плати хоч і окреслює позитивні тенденції, проте з урахуванням процесів інфляції та нестабільного політичного і економічного

становища в нашій країні все ж не здатне забезпечити гідний життєвий рівень для громадян. Процес практичного втілення законодавчих призначень супроводжується низкою суперечливих моментів, котрі значно ускладнюють діяльність бюджетних установ. Тому наразі законодавець повинен подбати про розробку конкретних шляхів максимально ефективної організації системи оплати праці в бюджетному секторі, аби перетворити її на запоруку гідного життя та економічного зростання в країні.

### **Список використаних джерел:**

1. Про оплату праці працівників на основі Єдиної тарифної сітки розрядів і коефіцієнтів з оплати праці працівників установ, закладів та організацій окремих галузей бюджетної сфери: Постанова КМУ від 30.08.2002 № 1298 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1298-2002-%D0%BF>
2. Цимбалюк С. Оплата праці працівників бюджетної сфери: проблеми та перспективи поліпшення / С. Цимбалюк // Україна: аспекти праці. – 2012. – № 3. – С. 10–15.
3. Про державний бюджет України на 2017 рік: Закон України від 21.12.2016 р. № 1801-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1801-19>
4. Salary.net.ua [Електронний ресурс]: [Інтернет-портал]. – Режим доступу: <http://www.salary.net.ua/downloads/--/17---.html>
5. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України: Закон України від 06.12.2016 р. № 1774-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1774-19/page2>
6. Про оплату праці працівників установ, закладів та організацій окремих галузей бюджетної сфери: Постанова КМУ від 28.12.2016 № 1037 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1037-2016-%D0%BF/paran2#n2>
7. Про оплату праці: Закон України від 24.03.1995 № 108/95-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80>

**Михайленко Ю.О.**

*студентка,*

*Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка*

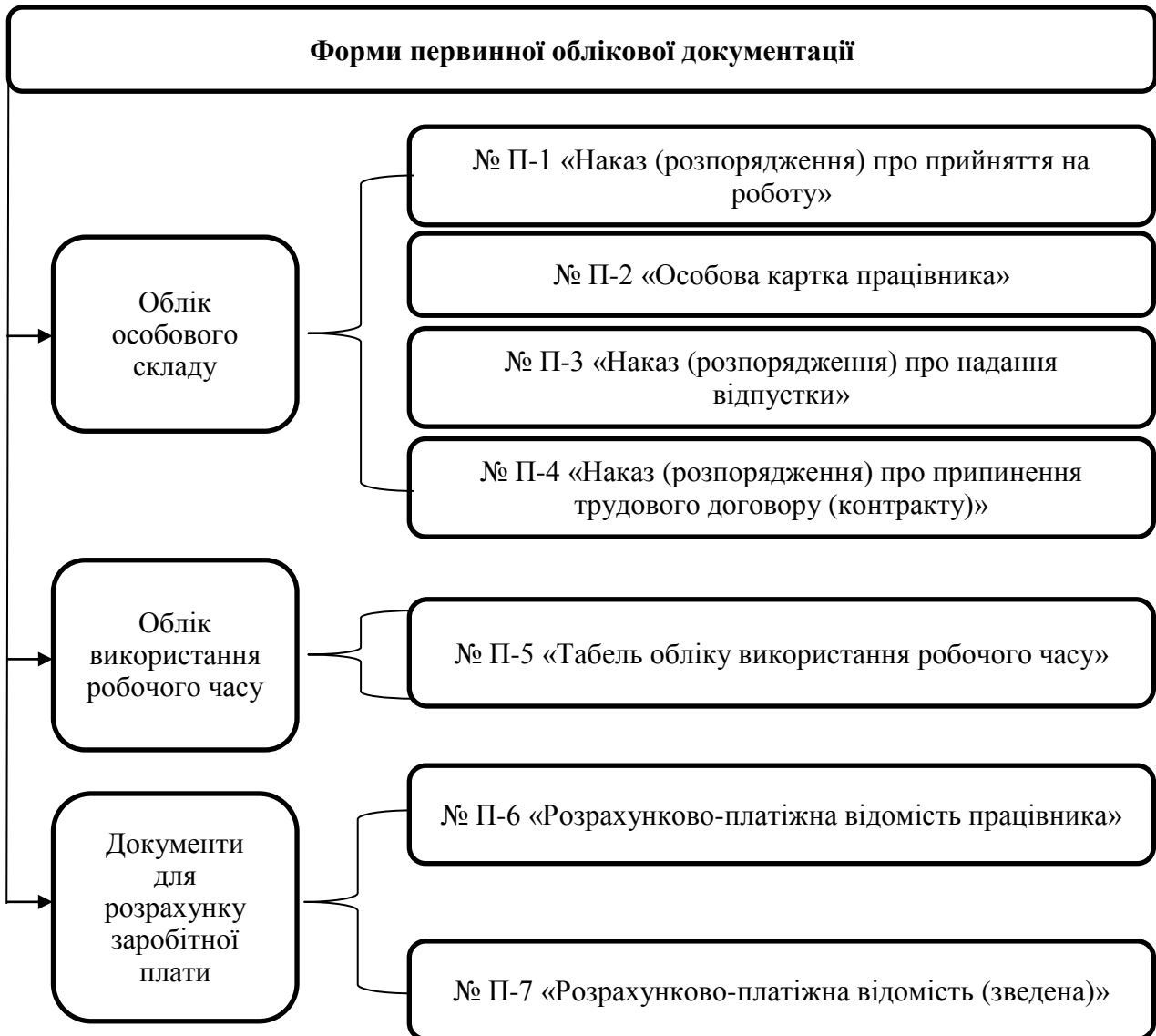
## **ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ТА КОНТРОЛЮ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ ПРАЦІВНИКІВ В УКРАЇНІ**

Конституцією України визначено, що кожен має право на працю, що включає можливість заробляти собі на життя працею, яку він вільно обирає або на яку вільно погоджується [1]. Відповідно до Закону України «Про оплату праці» заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором роботодавець виплачує працівникові за виконану ним роботу [2]. Розмір заробітної плати залежить від складності та умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства.

Організація обліку виплат працівникам на рівні підприємства передбачає розроблення, затвердження й застосування внутрішніх (локальних) нормативних документів, зокрема положень: про оплату праці, про преміювання за виконання виробничих завдань і функцій, про винагороду за підсумками роботи за рік тощо. Ці положення розробляються відділом організації праці й заробітної плати та затверджуються, як правило, наказом керівника підприємства.

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про виплати (у грошовій і не грошовій формах) за роботи, виконані працівниками, та її розкриття у фінансовій звітності підприємствами, організаціями, іншими юридичними особами незалежно від форм власності (крім бюджетних установ) визначені П(С)БО 26 «Виплати працівникам», затверджено наказом Мінфіну України від 28.10.2003, № 601 [3].

Типові форми первинних документів з обліку праці та її оплати можна згрупувати таким чином (рис. 1).



**Рис. 1. Типові форми первинних документів з обліку праці та її оплати за групами**

*Джерело: розроблено автором*

Об'єктами контролю за розрахунками з оплати праці є стан роботи з кадрами, використання фонду робочого часу та дотримання штатної й трудової дисципліни підприємства, стан бухгалтерського обліку та звітності за операціями з нарахування та виплати заробітної плати.

Суб'єктами внутрішнього контролю за розрахунками з оплати праці виступають особа або група осіб, які наділені відповідними правами та обов'язками зі здійснення контрольних функцій над об'єктами контролю.

Суб'єктами внутрішнього контролю виступають:

- суб'єкти організації (керівник, власник або підпорядкований йому орган – на них покладено обов'язок організувати контрольну діяльність на підприємстві);
- суб'єкти здійснення контролю (працівники підприємства, які підпорядковані керівнику підприємства; підрозділи апарату управління, яким делеговано контрольні функції адміністрацією).

Важливою умовою ефективного здійснення внутрішнього контролю є визначення його мети. Метою внутрішнього контролю операцій з обліку витрат на оплату праці є встановлення достовірності первинних даних щодо накопичення та списання витрат на оплату праці, повноти і своєчасності відображення первинних даних у зведених документах та облікових регістрах, правильності ведення обліку витрат на оплату праці та його відповідності прийнятій обліковій політиці, достовірності інформації щодо витрат на оплату праці, наведеної у звітності господарюючого суб'єкта [4, с. 153].

Слід зазначити, що організація системи внутрішнього контролю вимагає від працівників необхідної професійної підготовки, раціонального розподілу прав та обов'язків. Ефективність функціонування системи внутрішнього контролю багато в чому залежить від якості інформаційного забезпечення суб'єктів контролю, отримання якісної і своєчасної інформації про стан діяльності, яка, у тому числі залежить від надійності комп'ютерних програм, що забезпечують збір, вимірювання і реєстрацію, обробку, зберігання і передачу різних видів інформації [5, с. 147].

Основні напрямки внутрішнього контролю операцій за розрахунками з оплати праці представлені на рис. 2.

Завданнями системи контролю розрахунків з оплати праці є:

- 1) дотримання встановлених штатним розкладом посадових окладів працівників установи;
- 2) перевірка реальності операцій по заробітній платі, що відображені в обліку; правильність оплати за формами та видами заробітної плати;
- 3) правильність нарахувань на заробітну плату та утримань з неї;
- 4) правильність нарахування виплат з тимчасової непрацездатності;
- 5) своєчасність індексації заробітної плати з урахуванням росту цін в умовах інфляції;
- 6) перевірка синтетичного та аналітичного обліку заробітної плати; – відповідність показників аналітичного обліку по рахунку 66 «Розрахунки за виплатами працівникам» записам синтетичного обліку і журнал-головної книги;

7) перевірка повноти, правильності та достовірності відображення інформації про розрахунки з оплати праці у звітності тощо [6, с. 60].



**Рис. 2. Напрямки внутрішнього контролю операцій за розрахунками з оплати праці**

*Джерело: розроблено автором*

Подальше дослідження внутрішнього контролю ефективності формування витрат на оплату праці має бути спрямоване на розробку заходів щодо використання його превентивної функції, адже на сучасному етапі в більшості випадків контроль виступає переважно реєстратором порушень (в частині трудового законодавства, бухгалтерського обліку операцій за виплатами працівникам, звітності тощо), а не інструментом їх попередження.

#### **Список використаних джерел:**

1. Конституція України: Закон від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
2. Про оплату праці: Закон України від 24.03.1995 № 108/95-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80>
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам»: Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 28.10.2003 № 601 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1025-03>
4. Арап Г.В. Шляхи вдосконалення контролю оплати праці / Г.В. Арап, І.Г. Пахомова // Вісник Дніпропетровського університету: Серія «Економіка». – 2010. – Вип. 4(2). – С. 149–155.

5. Бурденко І.М. Виплати працівникам: облік, аудит і автоматизація [Текст]: навчальний посібник / І.М. Бурденко, О.В. Кравченко, О.В. Шипунова – Суми: Університетська книга, 2009. – 283 с.

6. Гончар Л.В. Організація внутрішньогосподарського контролю операцій з оплати праці та шляхи його вдосконалення / Л.В. Гончар // Вісник Житомирського державного технічного університету. – № 33. – 2010. – С. 59-61.

**Осадча Г.Г.**

*кандидат економічних наук, доцент;*

**Шляхтова А.В.**

*студентка,*

*Національний університет харчових технологій*

## **ОБЛІК СИРОВИНИ У ВИРОБНИЦТВІ**

В умовах ринкової економіки важливе значення має поліпшення якісних показників використання матеріальних ресурсів.

Однією з обов'язкових вимог здійснення процесу виробництва є забезпечення його виробничими запасами – сировиною, матеріалами, комплектуючими виробами тощо, з яких або за допомогою яких здійснюється виробництво продукції. Їхньою особливістю є одноразове використання в процесі виробництва, перенесення всієї вартості на собівартість готової продукції, тому контроль за збереженням матеріальних ресурсів, раціонального використання їх у виробництві займає значне місце. В матеріалоемних галузях матеріальні витрати становлять близько 56-68% собівартості продукції. Від достовірності та об'єктивності відображення в бухгалтерському обліку, звітності операцій із виробничими запасами залежить правильність визначення основних показників, які характеризують результати господарської діяльності та реальний фінансовий стан підприємства (залишки оборотних коштів, темпи їх обігу, прибуток, собівартість, рентабельність, та інші), тому дослідження теми є актуальним.

Сировина – природні, антропогенні або техногенні речовини та матеріали безпосередньо з яких виробляється продукція. Зазвичай сировиною не називають складні високотехнологічні вироби для яких використовують термін «комплектувальні вироби» тощо.

Сировина є номенклатурною одиницею виробничих запасів. Відповідно до П(С)БО 9 запаси – це активи які: утримують для подальшого продажу, утримують для їх використання у виробництві продукції або в адміністративних цілях; знаходяться в процесі виробництва з метою наступного продажу готової продукції [1].

Запаси визначають активи, якщо існує ймовірність, що підприємство отримає в майбутньому економічну вигоду, пов'язану з її використанням та їх вартість може бути достовірно оцінена.

Для обліку сировини, основних та допоміжних матеріалів, купованих напівфабрикатів, комплектуючих виробів та деталей, тари і тарних матеріалів, мінеральних добрив і отрутохімікатів, матеріалів, переданих для переробки на сторону призначений субрахунок № 201 «Сировина і матеріали» За назвами цих матеріальних цінностей можуть бути відкриті відповідні субрахунки.

Узагальнення інформації по надходженню запасів і своєчасного розрахунку за них проводиться в журналі № 5 по рахунках 201, 902 та в журналі № 3 по рахунку 902, по реалізації запасів – в журналі № 5 по рахунках 361, 702, 23. Дані журналів по вище наведених рахунках узагальнюються в оборотних відомостях, згідно яких складається головна книга підприємства, а потім і звітність: ф. № 1 – баланс (звіт про фінансовий стан), ф. № 2 – звіт про фінансові результати (звіт про сукупний дохід), ф. № 3 – звіт про рух грошових коштів (за прямим методом), ф. № 4 – звіт про рух грошових коштів (за непрямим методом), та ф. № 5 – звіт про власний капітал [2].

Однією із основних умов ефективної організації обліку сировини та матеріалів на підприємствах є правильна та економічно обґрунтована їх класифікація. Матеріальні запаси можна класифікувати за двома основними ознаками: за призначенням та роллю у процесі виробництва та за технічними ознаками і властивостями. На підставі класифікації матеріалів за призначенням та роллю у процесі виробництва здійснюється їх синтетичний облік.

Виділяють наступні методи оцінки вибуття запасів: ідентифікована собівартість одиниці запасів; середньозважена собівартість; собівартість перших за часом надходження запасів (ФІФО); нормативні затрати; ціна продажу. Для всіх одиниць бухгалтерського обліку запасів, що мають однакове призначення та однакові умови використання, застосовується тільки один із наведених методів. Списання виробничих запасів оформляється на підставі Лімітно-забірних карток. У лімітно-забірних картках визначається місячний ліміт по відповідному цеху матеріалів певного номенклатурного номеру.

Ліміт визначається виходячи із виробничих програм цеху та діючих норм витрат матеріалів з урахуванням існуючих у цехах залишків невикористаних матеріалів на початок місяця. Ліміт може встановлюватися на кожне замовлення окремо.

Лімітно-забірні картки виписуються у двох примірниках: один до початку місяця передається цеху споживачу, другий – складу.

Перед складанням річної фінансової звітності підприємства зобов'язані проводити інвентаризацію дані якої заносяться в Інвентаризаційний опис. Залишки виробничих запасів зараховують в дохід операційної діяльності, а недостачі і втрати від псування цінностей з вини МВО відносяться на їх рахунок. Повна забезпеченість потреби в матеріальних ресурсах є важливою умовою безперервної роботи підприємства. Для стабільного здійснення процесу виробництва продукції на підприємстві, постійно мають бути оборотні засоби в матеріальній формі. Так, підприємство повинне мати в необхідних розмірах запаси сировини і матеріалів, палива та інших цінностей.



При їх витрачанні збільшуються витрати на виробництво, результатом якого є створення готової продукції. Існують певні відмінності в облікових підходах щодо запасів у вітчизняній та міжнародній практиці. Оскільки, запаси посідають особливе місце у складі майна та домінуючі позиції у структурі витрат підприємства різних сфер діяльності і визначенні результатів господарської діяльності та при висвітленні інформації про фінансовий стан виникає необхідність постійного удосконалення їх обліку та аналізу.

Надходження і вибуття запасів здійснюється на підставі договорів, контрактів, що обумовлюють конкретні умови приймання сировини і їх відвантаження, складання відповідних супроводжувальних документів і порядку розрахунків. Порядок документального оформлення визначається відповідними нормативними документами – інструкціями, положеннями, наказами. Міністерства фінансів, Національного банку України та інших.

Документами, що відображають продаж (передачу) сировини і матеріалів є: видаткова накладна; накладна вимога тощо.

Ефективність використання матеріальних ресурсів в кінцевому характеризується витратами на одиницю виробленої продукції, та рівнем витрат на одну гривну, а тому раціональне управління витрачанням матеріальних ресурсів прямо пов'язане з кінцевим фінансовим результатом діяльності підприємства.

### **Список використаних джерел:**

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 Запаси – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kodeksy.com.ua/buh/psbo/9.htm>
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/RE22868.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/RE22868.html)

**Посівнич О.Р.**

*студентка,*

*Львівський торговельно-економічний університет*

## **МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ**

За останніх 20 років підходи до регулювання системи бухгалтерського обліку і звітності в Україні змінилися. Адже вдосконалення всієї системи бухгалтерського обліку та зокрема фінансової звітності є об'єктивною умовою інтеграції України з країнами Європейського Союзу.

Метою статті є дослідження впровадження Міжнародних стандартів фінансової звітності (далі МСФЗ) і удосконалення бухгалтерського обліку та фінансової звітності в Україні шляхом гармонізації та стандартизації.

Дослідженням проблеми розробки, практичного використання та впровадження Міжнародних стандартів в Україні займалися відомі науковці, серед яких – Ф. Бутинець, М.Білуха, В.Швець, В. Озеран, В. Сопко,

В. Пархоменко. Серед закордонних науковців слід виділити – Р. Антоні, Дж. Блейка, Я. Вільямса, С. Мюллера, Я. Соколова та ін.

МСФЗ виступають ефективним інструментом підвищення прозорості і зрозумілості інформації, яка розкриває діяльність суб'єктів господарювання, створює достовірну базу для визнання доходів і витрат, оцінки активів і зобов'язань звітуючих суб'єктів.

Нині діюча система регулювання обліку і звітності в Україні має багато спільних рис із регулюванням, прийнятим, у континентальних країнах Європи, де перевагу надано державному регулюванню [1, с. 173].

У Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» перелічено цілі державного регулювання бухгалтерського обліку та фінансової звітності:

- створення єдиних правил ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності, які є обов'язковими для всіх підприємств та гарантують і захищають інтереси усіх користувачів;

- вдосконалення бухгалтерського обліку та фінансової звітності.

Згідно Закону про бухгалтерський облік, органом на який було покладено розробку проектів положень (стандартів), інструкцій та іншого нормативного методичного забезпечення бухгалтерського обліку та фінансової звітності є Методологічна рада з бухгалтерського обліку при Міністерстві фінансів України.

Існує ряд чинників, що свідчать про необ'єктивність процедури формування Методологічної ради, через що знижується ефективність її роботи та пригальмовується виконання поставлених перед нею завдань.

Дослідники Нової Зеландії М.Р. Метьюс та М.Х.Б. Перера, стверджують що «прийнятність стандарту залежить від таких факторів, як ясність стандарту; чітке керівництво із застосування; відкритість процесу встановлення стандарту; чітко визначені цілі органу-розробника; участь зацікавлених сторін. Недолік будь-якої з складових робить стандарт менш прийнятним» [2].

Оскільки функції основного координатора у сфері впровадження МСФЗ в правове поле України покладено на Міністерство фінансів, то на початковому етапі роль держави, у першу чергу в організаційному аспекті, є дуже важливою.

В. Пархоменко пояснював вибір реформування бухгалтерського обліку в напрямку його гармонізації із міжнародними стандартами наступним чином: «вони відображають умови ринкової економіки, мають міжнародне визнання, сформувались на основі компромісу системи обліку, що застосовується в країнах з розвинутою ринковою економікою, і дають змогу забезпечити більшу порівнянність обліково-звітної інформації...» [3, с. 4].

Не зважаючи на скептичне сприйняття практиків, протягом багатьох років, щодо переходу до Міжнародних стандартів, на сьогодні Україна зробила свій вибір на користь МСФЗ.

Головними причинами переходу на МСФЗ є:

- доступність більш дешевих і значних фінансових ресурсів;
- розширення експортних можливостей;

- забезпечення прозорості та надійності інформації, що наводиться у фінансових звітах;
- зміцнення українського ринку капіталу й підвищення його привабливості;
- посилення захисту прав власності та інтересів акціонерів, інвесторів та кредиторів [1, с. 194].

Також, не секретом є те, що у впровадженні МСФЗ присутній і політичний фактор, оскільки Україна взяла курс на євроінтеграцію. Але українська професійна спільнота зустріла впровадження МСФЗ неохоче. Для більшості бухгалтерів МСФЗ є незрозумілими, а також вони стверджують що такі запровадження невчасні.

Не зважаючи на те, що МСФЗ набувають все більшого значення в міжнародному співтоваристві, як за рахунок прямого впровадження в національну практику, так і за рахунок конвергенції вимог міжнародних та національних стандартів, мета та їх вплив залишаються предметом дискусії.

Європейські парламентарі вважають, що Рада з МСФЗ сьогодні знаходиться під сильним впливом зі сторони бухгалтерської професії, а самі стандарти стали неоднозначними [4]. Англійські експерти звинуватили міжнародні стандарти фінансової звітності, у сприянні фінансовій кризі, дозволяючи банкам завищувати прибуток та дивіденди.

Голова консультативної дорадчої групи при раді з Міжнародних стандартів аудиту, Д. Дамант, стверджує: «Фінансова звітність, складена відповідно до МСФЗ – не буде корисною абсолютно у всіх випадках. Використовувати один набір стандартів для будь-якої мети – це поширена хибна думка, яка призвела, особливо у період фінансової кризи 2008 року, до жорстокої критики МСФЗ. Цифри затребувані фінансовими ринками, не є цифрами, які необхідні банківським регуляторам» [5].

Але все таки, попри переваги МСФЗ залишаються науковці та практики. які наводять багато аргументів проти їх застосування.

Підсумовуючи вищесказане, можна висловити таку думку, що для підвищення якості формування фінансових звітів – доцільною стане модель взаємодії державних та громадських професійних організацій у нормативному регулювання системи бухгалтерського обліку. Повинен бути створений наддержавний незалежний орган, до функцій якого будуть відноситися: розробка проектів НП(С)БО, методичних рекомендацій та роз'яснень із окремих питань ведення бухгалтерського обліку та формування фінансової звітності, а також методологічна підтримка застосування МСФЗ.

Можна зробити висновки щодо необхідності уточнення сфери і механізму застосування МСФЗ в Україні, а також наряду подальшого реформування системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Але все таки, я вважаю, що Україні потрібно продовжувати у напрямку реформування системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності шляхом розробки національних стандартів, гармонізованих з МСФЗ.

### **Список використаних джерел:**

1. Озеран А.В. Теорія та методологія формування фінансової звітності підприємств. Монографія / А.В. Озеран. – К.: КНЕУ, 2015. – 471 с.
2. Метьюс М.Р. Теория бухгалтерского учета: учебник / М.Р. Метьюс, М.Х.Б. Перера [под ред. Я.В. Соколова, И.А. Смирновой; пер. с англ.]. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1999. – 663 с.
3. Пархоменко В. Про реформування бухгалтерського обліку в Україні / В. Пархоменко // Бухгалтерський облік і аудит. – 1998. – № 10. – С. 4-6.
4. Голов С.Ф. Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку: монографія / С.Ф. Голов. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 552 с.
5. Дамант Д. Финансовая отчетность – новые задачи и перспективы развития / Д. Дамант // журнал «Аудит». – 16 июня 2014. – № 5.

**Посівнич О.Р.**

*студентка,*

*Львівський торговельно-економічний університет*

## **ВІДПОВІДНІСТЬ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ УКРАЇНИ ДО МСФЗ**

У зв'язку із інтеграцією економіки України у світові господарські відносини необхідною стала умова удосконалення вітчизняної системи підготовки фінансової звітності. Одним із правильних шляхів стала її гармонізація з міжнародними стандартами фінансової звітності.

Такий підхід забезпечить формування однакового алгоритмічного поля для того хто укладає звітність та для її користувачів.

Очікувалося, що розроблені у процесі реформування положення (стандарти) бухгалтерського обліку будуть гармоніювати з основними принципами міжнародних стандартів, а це означає, що між звітністю складеною за МСФЗ та П(С)БО, не повинно бути суттєвих розбіжностей. Проте порівняння текстів зазначених документів, аналіз їхнього практичного застосування та результатів досліджень науковців свідчать про непорівнянність звітної інформації [1, с. 204].

Існуючі розбіжності можна об'єднати у три великі групи:

– нормативні – невідповідність норм П(С)БО певним положенням МСФЗ;

– декларативні – норми П(С)БО та МСФЗ співпадають, однак не дотримуються на практиці;

– концептуальні – цільова спрямованість фінансової звітності, використання професійного судження та інші.

Неузгодженість фінансової звітності за П(С)БО та МСФЗ може спричинити серйозні наслідки у прийнятті управлінських рішень. Оскільки, до прикладу, коефіцієнтний аналіз, що здійснюється на підставі показників звітності, складених згідно положень МСФЗ та вимог П(С)БО, призведе до різних результатів.

За роки реформування системи бухгалтерського обліку в Україні створилася нова нормативно-правова база. У процесі її розроблення і вдосконалення, поступово вдалося усунути розбіжності між вітчизняними та міжнародними стандартами.

Серед основних факторів які перешкоджають гармонізації системи фінансової звітності до МСФЗ, наступні:

- намагання максимального врахування «пострадянських» облікових правил;
- наявність окремих операцій та фактів господарського життя;
- податкова «інвазія» в бухгалтерський облік;
- перманентна зміна окремих МСФЗ.

Проте деякі вчені сприймають як позитив, те що НП(С)БО не є копіями міжнародних стандартів. Вони стверджують, що у різних країнах існує різне законодавство, економічні умови, традиції та культура.

На практиці часто спостерігаються випадки, коли П(С)БО та МСФЗ співпадають, але фінансова звітність за НП(С)БО, міжнародним стандартам не відповідає. Так наприклад, при формування фінансової звітності, підприємства не створюють забезпечення на виплату відпусток, хоча така норма передбачена П(С)БО 11 «Зобов'язання», а також не здійснюють розрахунок відстрочених податків, хоча НП(С)БО 17 «Податок на прибуток» повністю відповідає МСБО 12 «Податки на прибуток». І таких прикладів ще багато.

Причинами виникнення концептуальних розбіжностей є традиційні і культурні розбіжності в системах обліку. І. Чалий зазначав: «Українські стандарти, які регулюють облік деяких особливостей національної економіки, як правило, не відповідають системі МСФЗ. Наша система обліку у своїх національних традиціях не споріднена з англо-саксонською традицією» [2, с. 45].

Концептуальні розбіжності лежать у площині особливого трактування якісних характеристик та окремих припущень фінансової звітності, а також класифікації, визнанні та оцінці фінансових звітів.

Наприклад до таких розбіжностей можна віднести відмінність щодо моменту визнання основних засобів. Згідно вітчизняної практики, основним засобом об'єкт визнається тоді, коли він фактично почав використовуватися, а не з дня його готовності до використання.

Згідно Концептуальної основи МСФЗ, вимоги, щодо розкриття інформації про доходи і витрати, у звіті про фінансові результати, не співпадають із вітчизняними стандартами. З точки зору МСФЗ доходи і витрати можуть виникати у результаті звичайної діяльності та інших подій суб'єкта господарювання, а у НП(С)БО діяльність підприємства поділять на звичайну, операційну та основну. Тоді виникає запитання, як розглядати фінансову та інвестиційну діяльність для цілей складання звіту про фінансові результати.

Можемо зробити висновок, що незважаючи на досягнення у результаті реформування бухгалтерського обліку, на сьогодні залишається відкритим питання відповідності фінансової звітності України до МСФЗ. Тому

пріоритетним напрямом для України у процесі реформування системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності, що забезпечить прозорість і надійність даних, фінансову стабільність підприємств, так і залишається подальша гармонізація вітчизняної нормативної бази бухгалтерського обліку з міжнародними стандартами.

### **Список використаних джерел:**

1. Озеран А.В. Теорія та методологія формування фінансової звітності підприємств. Монографія / А.В. Озеран. – К.: КНЕУ, 2015. – 471 с.
2. Чалий І. Бухоблік для дорослих. МСФЗ-трансформація. Управління прибутком. Податки / І. Чалий. – Х.: Фактор, 2011. – 400 с.
3. Концептуальна основа фінансової звітності (2010) [Електронний ресурс]. – [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929\\_009](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_009)

**Сисак Е.О.**

*аспірант,*

*Подільський державний аграрно-технічний університет*

## **ОБЛІКОВІ НАСЛІДКИ ВНЕСКУ ЗЕМЕЛЬНОЇ ДІЛЯНКИ ДО СТАТУТНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Земля – один із найцінніших поновлюваних природних ресурсів, що мають стратегічне значення для виробничої діяльності. Вона може бути продана чи куплена, узята в оренду, передана в постійне користування. Звичайно для будь-якого підприємства працювати на власних потужностях економічно вигідніше ніж на орендованих та питання купівлі-продажу землі в Україні тільки починають набирати необхідної законодавчої бази. Земельне законодавство містить великий перелік нормативних документів, що регламентують операції із землею та її схоронність.

Одним із шляхів отримання землі у власність підприємства є отримання останньої як внесок до статутного капіталу від власника (засновника, учасника).

Публікації останніх років показують, що проблеми набуття земельних ділянок у власність підприємства та основні аспекти відображення в бухгалтерському обліку таких операцій є достатньо актуальними і досліджуються багатьма вченими-економістами, зокрема: М.Я. Дем'яненко, В.М. Жук, Г.Г. Кірейцев, Б.В. Мельничук, В.М. Метелиця, П.Т. Саблук, Л.К. Сук, А.М. Третьяк, Д.О. Шютц та іншими вченими.

Метою даної публікації є розкриття обліково-податкових наслідків операції з віднесення до статутного капіталу земельної ділянки в юридичної особи.

Спершу розглянемо правомірність внесення земельної ділянки до статутного капіталу. Юридичні особи (засновані фізичними чи юридичними особами) можуть набувати у власність земельні ділянки для здійснення

підприємницької діяльності в разі внесення їх засновниками до статутного капіталу, що вказано у п. «б» ч. 1 ст 82 ЗКУ. Також відповідно до ч. 2 ст. 115 ЦКУ та ст. 13 Закону про господарські товариства вкладками можуть бути нерухомі речі, до яких зг ст 181 ЦКУ належать і земельні ділянки.

Під час внесення земельної ділянки до статутного капіталу її оцінюють, дану оцінку погоджують між учасниками, оформлюють актом оцінки земельної ділянки і зазначають в установчих документах. Для усунення в подальшому будь-яких непорозумінь між засновниками до процесу оцінки краще залучати професійного оцінювача.

У бухгалтерському обліку отримувача земельної ділянки, як внеску до статутного капіталу, що керується національними стандартами, включають до складу основних засобів групи «Земельні ділянки» (пп. 5.1.1. П(С)БО 7 «Основні засоби» [6]. Надходження землі можна оформляти або Актом приймання-передачі (внутрішнього переміщення) ОЗ або іншим первинним документом розробленим на підприємством.

На баланс підприємства земельна ділянка вноситься за первісною вартістю, яку погоджено засновниками. Ця вартість і є справедливою вартістю земельної ділянки, яка може бути збільшена на супутні витрати, наприклад адміністративний збір за проведення державної реєстрації та інші витрати. Для підприємств, що ведуть облік за МСФЗ у п. 37 МСБО 16 «Основні засоби» земля є серед окремих класів основних засобів, тому підприємство може обліковувати земельну ділянку на субрахунку 101.

У листі Мінфіну України від 17.11.2003 р. № 31-04200-04-5-/5570 вказано, що вартість основних засобів, внесених до статутного капіталу підприємства його засновниками, до складу капітальних інвестицій не включається і на рахунку 15 не відображають.

Порядок відображення в бухгалтерському обліку надходження земельної ділянки як внесок до статутного капіталу підприємства показано у таблиці № 1.

Дана операція в податкову обліку підприємства не матиме ніяких наслідків. Для цілей оподаткування податком на прибуток, нагадаємо, що земельні ділянки в бухгалтерському обліку не амортизують (п. 22 П(С)БО 7). Під час передачі інвестору корпоративних прав (в нашому випадку частки в статутному капіталі) пп.196.1.1 ПКУ [5]. така операція не є об'єктом обкладення ПДВ.

У підсумку слід зауважити, що описані нами основні засади бухгалтерського обліку земельної ділянки як внеску до статутного капіталу не виключають, що на практиці підприємство наштовхнеться на інші проблемні аспекти цього питання. Тому актуальними залишаються питання шляхів набуття права власності на земельні ділянки та відображення цих операцій в обліку підприємств.

Таблиця 1

**Відображення в обліку земельної ділянки  
як внесок до статутного капіталу**

№ п/п	Зміст операції	Бухгалтерський облік		Сума, грн
		Дт	Кт	
1	Відображено зареєстрований статутний капітал підприємства	461	40	100 000,00
2	Внесено земельну ділянку до статутного капіталу засновником	101	461	100 000,00
3	Сплачено супутні витрати	377	311	200,00
4	Відображено супутні витрати	152	377	200,00
5	Збільшено первісну вартість земельної ділянки на супутні витрати	101	152	200,00

**Список використаних джерел:**

1. Міжнародні стандарти фінансової звітності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.minfin.gov.ua./control/publish/artide/main?art\\_id=92410&cat\\_id=92408](http://www.minfin.gov.ua./control/publish/artide/main?art_id=92410&cat_id=92408)
2. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.minfin.gov.ua./control/publish/artide/main?art\\_id=92410&cat\\_id=92408](http://www.minfin.gov.ua./control/publish/artide/main?art_id=92410&cat_id=92408)
3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні, Закон України від 16.07.99 р. № 996-XIV: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua./cgi-bin/laws/main.cgi?nreq=996-14>
4. Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», Закон України від 12.05.2011 р. № 3332-VI: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua./cgi-bin/laws/main.cgi?nreq=996-14>
5. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI // Все про бухгалтерський облік. – 2016. – № 34-35. – 434 с.
6. Основні засоби [Електронний ресурс]: положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7, затверджене наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>



**Тарганчук Н.В.**

*студент;*

**Осадча Г.Г.**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Національний університет харчових технологій*

## **ВІДМІННІСТЬ ПОНЯТЬ «ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ» ТА «ПРИБУТОК»**

Фінансовий результат виступає тим комплексним показником, який узагальнює усі результати виробничо-господарської діяльності підприємства та визначає її ефективність. Оскільки величина фінансового результату визначає можливість подальшого розвитку підприємства та створює запас фінансової стійкості, який дозволяє підприємству оперативно реагувати на зміни у ринковій кон'юнктурі, то питання зниження собівартості набувають особливої актуальності в сучасний період ринкових реформ та економічних перетворень.

В українському виданні «Фінансового словника» фінансовий результат розглядається із двох позицій:

- 1) як різниця між доходами і витратами підприємства або його підрозділів за певний час;
- 2) як приріст або зменшення вартості власного капіталу підприємства внаслідок діяльності у звітному періоді.

При цьому відзначається, що в бухгалтерському обліку фінансовий результат визначають, обчислюючи та балансуючи всі прибутки та збитки (втрати) за звітний період [3, ст. 381].

Фінансовий результат має таку назву тому, що він являє собою певну суму (фонд) коштів, що формується в процесі всіх видів діяльності підприємства, а потім розподіляється між підприємством, державою, інвесторами, кредиторами, власниками й ін. контрагентами. Його розмір, ефективний розподіл та використання забезпечують зміцнення державного бюджету, визначають економічне благополуччя власників, сприяють росту інвестиційної привабливості і ділової активності підприємства як у виробничій, так й у фінансовій сферах. Фінансовий результат також як і прибуток визначається як різниця між доходами та витратами. У силу того, що видів доходів та витрат досить багато, та їх значимість у господарській діяльності підприємства різна, відмінності фінансових результатів від прибутку варто розглядати поетапно.

Насамперед, при розрахунку фінансових результатів ураховуються тільки поточні доходи й поточні витрати. Поточні витрати – це збільшення зобов'язань або зменшення активів у процесі поточної діяльності для одержання доходу звітного періоду. Величина прибутку, крім цього, зв'язана й з капітальними (незавершеними) витратами, які розглядаються як збільшення зобов'язань або зменшення активів у процесі поточної діяльності для одержання доходу або іншої вигоди в майбутніх періодах. Так, капітальні

витрати можуть зменшити фінансові результати поточного року, але збільшити прибуток у майбутніх періодах. І навпаки низькі поточні витрати (невеликий рівень амортизаційних відрахувань, скорочення витрат на рекламу й обслуговування покупців та ін.) і високі фінансові результати поточного періоду можуть негативно відбитися на розмірах прибутку в майбутньому.

Різниця лежить також у площині відмінностей між бухгалтерськими та економічними витратами підприємства. Ці положення стосуються й змісту доходів. Так, не всі доходи, що беруть участь у формуванні фінансових результатів можна вважати джерелом прибутку, наприклад: приріст майна при переоцінці з метою протидії інфляційним процесам, надзвичайні доходи та ін. Фінансові результати утворюються в результаті всіх видів діяльності підприємства за певний період часу, звичайно за квартал або рік і визначаються на основі бухгалтерських оцінок, тобто на основі реалізованих доходів і зроблених витрат (принцип нарахування або касовий) у поточних цінах. У зв'язку із цим вони істотно залежать від облікової політики підприємства та не враховують зміну вартості грошей у часі. Фінансові результати є джерелом поповнення власного капіталу підприємства, беруть участь у формуванні чистого прибутку підприємства, але не ідентичні останньому [2, ст. 148].

Як елемент господарювання прибуток знаходить своє кількісне вираження в конкретних показниках за допомогою певної системи обліку. У даному напрямку також існують різні підходи до його оцінки. Насамперед, можна умовно виділити економічний та бухгалтерський підходи. Для економіста прибуток відповідає сумі приросту (зменшення) капіталу власників, що мало місце у звітному періоді. Економіст зосереджує свою увагу на порівнянні сальдо рахунку власного капіталу на різні моменти часу. Він затверджує, що цінність капіталу можна виміряти за допомогою поточної вартості майбутніх чистих надходжень. Але такі надходження базуються на дуже суб'єктивних оцінках, які постійно змінюються, щодо майбутньої ймовірності відносно до величини чистих надходжень, і до факторів дисконтування, застосовуваного до них» [1, ст. 220].

Більше реалістичним представляється бухгалтерський підхід до оцінки прибутку як різниці між доходами, під якими розуміють збільшення сукупної вартісної оцінки активів підприємства, що супроводжується збільшенням капіталу власників, і витратами, під якими розуміють зниження сукупної вартісної оцінки активів, що супроводжується зменшенням капіталу власників, за винятком операцій, пов'язаних з навмисною зміною цього капіталу. Даний підхід дає можливість оцінювати всі елементи, що формують остаточне значення чистого доходу [4, ст. 13].

Процес визначення прибутку включає два основних кроки:

- 1) правильне визначення доходів, що відносяться до звітного періоду;
- 2) співвіднесення відповідних витрат з доходами за цей період.

У зв'язку із цим, бухгалтерський підхід в оцінці прибутку відрізняється від економічного по наступних параметрах:

– наявністю об'єктивної інформаційної бази для розрахунку різних показників прибутку в силу чіткого відособленого обліку доходів та витрат, що спрощує розрахунки й забезпечує однозначність оцінок;

– використанням у розрахунках тільки реалізованих доходів, відповідно до принципу обережності, коли «витрати завжди очевидні, а доходи завжди сумнівні» [1, ст. 213].

Отже, якщо прибуток, особливо економічний, є більш об'єктивним показником ефективності та конкурентоздатності підприємства в довгостроковій перспективі, то фінансові результати, визначені на основі бухгалтерських даних, не завжди дають адекватну поточному положенню інформацію. Проте, фінансові результати є мірою абсолютної економічності та впливають на загальну ефективність господарсько-фінансової діяльності підприємства. Вони є реальним внутрішнім джерелом фінансових ресурсів, засобом досягнення різних цілей підприємства (економічних, технічних, соціальних, екологічних та ін.).

#### **Список використаних джерел:**

1. Бернстайн Л.А. Аналіз фінансової звітності: теорія, практика та інтерпретація: [пер. з англ.] / наук. ред. перекладу чл.-кор. РАН І.І. Єлісеєва; гол. ред. серії проф. Я.В. Соколов. – М.: Фінанси та статистика, 2002. – Ст. 213-225.

2. Власова Н.О., Мелушова І.Ю. Ефективність формування фінансових результатів підприємств роздрібною торгівлі. – Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. – Х., 2008. – 256 с. – Бібліогр.: с. 148-158. – укр.

3. Загородній А.Г., Возник Г.Л., Смовженко Т.С. Фінансовий словник. – 4-те вид., випр. та доп. – К.: Т-во «Знання», КОО; Л.: Вид-во Львів. банк. Ін.-ту НБУ, 2002. – Ст. 381.

4. Лепейко Т.І., Котлик А.В. Методичний підхід до вимірювання результативності діяльності компанії при оцінці її ефективності // Економіка розв. – 2005. – № 2 – С. 13-16.

## ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

**Братюк В.П.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
Мукачівський державний університет*

### **МІСЦЕ ОСОБИСТОГО СТРАХУВАННЯ В СИСТЕМІ СТРАХОВОГО ЗАХИСТУ**

Особисте страхування – галузь страхування, що являє собою форму захисту від ризиків, які загрожують життю, здоров'ю і працездатності людини. Страховим випадком виступають наступні події: дожиття до визначеної дати, смерть, здоров'я, працездатності, у тому числі в результаті нещасних випадків.

Вцілому особисте страхування можна визначити як галузь страхової діяльності, яка забезпечує страховий захист громадян або підтримання досягнутого ними сімейного добробуту.

Особисте страхування має багато спільного з соціальним, насамперед це стосується у об'єктів страхового захисту громадян. Щодо відмінності між цими видами страхування, то вона полягає у підходах до джерел формування страхових фондів: для соціального основну частину складають кошти підприємств, установ, організацій, і лише в незначній частці – індивідуальні доходи, а для особистого страхування індивідуальні доходи є головним джерелом.

Особисте страхування регламентується законом України «Про страхування» [1].

При настанні в житті громадян несприятливих подій (хвороба, непрацездатність, інвалідність, смерть) турботу по підтримці певного рівня життя постраждалих та близьких бере на себе держава за рахунок соціального страхування. Проте держава не може повністю задовольнити соціальні потреби людей враховуючи обмеженість наявних фінансових ресурсів. За рахунок державного соціального страхування виплати здійснюються в розмірах, що не вистачає для забезпечення існуючих потреб. У міру зростання фінансових можливостей держави ці виплати збільшуються, проте їх величина в Україні далека від потреб страхувальників або застрахованих. Така ситуація створює об'єктивні умови для організації додаткового страхового захисту населення за рахунок їх власних ресурсів.

Додатковий страховий захист населення може бути організована як в індивідуальному порядку (наприклад, у вигляді накопичення засобів окремими громадянами на банківському вкладі), так і в колективній формі, у тому числі за допомогою укладення договору особистого страхування. Перший варіант доступний для обмеженого числа громадян, що мають достатньо високий рівень доходів, тоді як другою (за рахунок перерозподілу

невеликих сплачених внесків на користь осіб, з якими настав страховий випадок) може охопити мільйони людей з середніми і навіть низькими доходами. Тим самим особисте страхування виступає як доповнення до соціального страхування і забезпечення, підвищуючи ступінь страхового захисту громадян при настанні в їх житті несприятливих подій.

Проте цим призначення особистого страхування не обмежується. У його складі є велике коло видів страхування, які дозволяють накопичити необхідні суми до визначеного договором моменту шляхом сплати страхових внесків (платежів). Таким чином, за рахунок особистого страхування можна реалізувати інтереси заощадження населення. Поєднання ощадного і ризикового інтересу в особистому страхуванні дає певні переваги страховикам перед банками в залученні грошових коштів громадян. Акумуляовані ресурси страхові організації інвестують в розвиток економіки і отримують від цього великі доходи, істотна частина яких виплачується страхувальникам і іншим вигодонабувачами.

Особисте страхування об'єднує велике число видів, об'єктами яких є майнові інтереси, пов'язані з життям і здоров'ям застрахованих. Як галузь страхування воно може бути підрозділене на дві підгалузі страхування життя і страхування здоров'я. У основу такого ділення покладені об'єм зобов'язань страховика і термін страхування. Для *страхування життя* характерні страхові виплати при дожитті застрахованого до обумовленого моменту або в разі його смерті протягом дії договору, який полягає на тривалій термін (зазвичай 5-10 і більше років). Ці особливості зумовили специфіку розрахунку Тарифів по страхуванню життя з використанням таблиць смертності і норми прибутковості. Страхування життя отримав широкий розвиток в зарубіжних країнах, на нього доводиться приблизно половина всіх страхових премій, що збираються страховими організаціями. У економічно розвинених державах внески особистого страхування на душу населення коливаються від 1500 до 4000 дол., а страхові надходження складають від 4% ВВП (у США) до 10% (у Японії). Що стосується страхування здоров'я, то тут виплати проводяться при спричиненні шкоди здоров'ю застрахованого. Договори страхування полягають зазвичай на термін один рік і менш, а визначення страхових тарифів не зв'язане, як правило, з актуарними розрахунками.

У свою чергу, в кожній з названих підгалузей можуть бути виділені наступні групи страхування (рис. 1).

Страхування на випадок смерті об'єднує види страхування, умови яких передбачають страхову виплату тільки в разі смерті застрахованого. Страхування на дожиття включає види страхування, по яких передбачена виплата у зв'язку з дожиттям застрахованого до певного моменту (до закінчення терміну страхування, до певного віку або події). Для страхування від нещасних випадків та захворювань характерні виплати у зв'язку з втратою здоров'я, що настала в результаті нещасного випадку або хвороби. У медичне страхування (страхування медичних витрат) входять види страхування, по яких виплата у розмірі вартості лікування здійснюється при зверненні застрахованих по медичну допомогу.



**Рис. 1. Класифікація особистого страхування [7]**

Кожна з названих груп страхування існує в чистому вигляді і використовується на практиці. Разом з тим широко поширено поєднання різних страхових зобов'язань в одному договорі. Наприклад, за договором страхування від нещасних випадків і хвороб страховик, як правило, не обмежується компенсацією збитків при втраті здоров'я і зобов'язаний проводити виплату і в разі смерті застрахованого. Для страхової практики характерне так зване змішане страхування життя, яке сполучає в одному договорі страхування на випадок смерті, страхування на дожиття і страхуванні від нещасних випадків і хвороб.

#### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про страхування» № 2665-III (2665-14) від 12.07.2001, ВВР, 2001, № 50, ст. 262.
2. Заїка Ю.О. Українське цивільне право. Навч. посіб. – К. Істина, 2010. – 312 с. (с. 113, 114-115).
3. Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В.В. Галюк, О.Х. Юлдашев. – К.: МАУП, 2005. – 240 с. – Бібліогр.: с. 232-233.
4. Харитонов Є.О., Старцев О.В. Цивільне право України: Підручник. – Вид. 2, перероб. і доп. – К.: Істина, 2011. – 816 с.
5. Бланд Д. Страхування: принципи і практика / Пер. з англ. – М.: Фінанси і статистика, 1998.
6. Журавльов Ю.М., Секерж І.Т. Страхування і перестраховка. – М.: АНКІЛ, 1993. – 298 с.
7. Шахов В.В. Страхування: підручник для вузів. – М.: ЮНІТІ, 2003. – 311 с.

**Гайдукова Ю.О.**

*студент,*

*Національний університет харчових технологій*

## **СИСТЕМА ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ ГРУПА КОМПАНІЙ «ФОКСТРОТ»**

Система фінансового менеджменту є частиною загальної системи управління підприємством, тому його організаційне забезпечення, яке включає сукупність внутрішніх структурних служб підприємства, пов'язаних з розробкою і реалізацією управлінських рішень щодо окремих напрямків його фінансової діяльності, повинно відповідати загальній організаційній структурі управління [1].

У системі управління діяльністю ТОВ Групи компаній «Фокстрот» найбільш складною і відповідальною ланкою є управління фінансами, оскільки на нього покладено розв'язання таких завдань:

- забезпечення необхідного рівня рентабельності;
- забезпечення зростання фінансового потенціалу товариства;
- збільшення обсягів консультацій з питань оподаткування;
- максимізація прибутку;
- мінімізація витрат;
- запобігання банкрутству;
- виживання підприємства в умовах підвищеної конкуренції;
- максимізація ринкової вартості товариства тощо.

Основною метою фінансового менеджменту ТОВ Групи компаній «Фокстрот» є зміцнення конкурентних позицій підприємства у сфері бухгалтерського обліку і аудиту через механізм формування й ефективного використання прибутку для забезпечення максимізації ринкової вартості товариства, тобто забезпечення максимального доходу власникам підприємства.

Основними функціями фінансових відділів ТОВ Групи компаній «Фокстрот» є:

- регулювання грошового обігу;
- управління активами підприємства;
- формування оптимальної структури підприємства;
- організація ефективних взаємовідносин з банками;
- управління фінансовими ризиками;
- пошук нових джерел фінансування;
- оцінка і реалізація інвестиційних проектів;
- аналіз і оцінка ефективності використання та вкладення капіталу;
- контроль за надходженням і витратою коштів;
- аналіз фінансових результатів і фінансового стану підприємства та його клієнтів.

Таким чином, фінансовий менеджмент ТОВ Групи компаній «Фокстрот» пов'язаний з різними об'єктами управління і передбачає наявність в товаристві відповідного організаційного забезпечення.

Зі зростанням фінансових можливостей підприємства ТОВ Групи компаній «Фокстрот» функції фінансової служби розширюються. Для роботи залучаються як фінансові менеджери широкого профілю, так і функціональні фінансові менеджери (наприклад, фахівець сектору корпоративного обліку, фахівець відділу залучення фінансування і т.д.).

Загальне керівництво фінансовим менеджментом здійснює фінансовий директор, який вирішує такі завдання:

- визначає загальний фінансовий розвиток товариства;
- працює в складі вищого керівництва із загального управління діяльністю підприємства;
- забезпечує дотримання законодавства, що регулює фінансову діяльність підприємства;
- розробляє принципи і правила управління фінансами підприємства;
- готує загальні аналітичні розрахунки керівництву підприємства для прийняття стратегічних рішень у сфері фінансів;
- працює в тісній взаємодії з безпосередньо підпорядкованими йому начальниками фінансових відділів, що входять до структури фінансової служби підприємства тощо [1].

Відділ внутрішнього контролю сприяє організації єдиної системи планування, здійснює контроль фінансової діяльності підприємства, визначає відповідність оперативних планів стратегічним, слідкує за правильністю і повнотою податкових платежів у бюджет і позабюджетні фонди тощо.

Фінансовий та економічний аналіз діяльності підприємства проводить відділ фінансово економічного аналізу, який здійснює фінансовий аналіз результатів господарської діяльності підприємства, готує фінансові звіти, необхідні для прийняття стратегічних рішень та інші операції.

Головним завданням відділу казначейських операцій підприємства ТОВ Група компаній «Фокстрот» є оперативне управління фінансовими потоками товариства, засноване на організації взаємовідносин з банками та іншими фінансовими інститутами, з метою мінімізації фінансових ризиків і операційних витрат і максимізації прибутковості від інвестування вільних фінансових ресурсів.

Основними функціями відділу казначейських операцій товариства, виконання яких необхідно для вирішення головного завдання, є:

- організація системи взаємовідносин з банками, тобто відкриття і ведення рахунків товариства, проведення всіх видів розрахунків, інвестування вільних грошових коштів тощо;
- оперативне планування і оптимізація грошових потоків включає в себе формування платіжного календаря, тобто занесення заявок на здійснення платежів і планованих надходжень по операційній, фінансовій та інвестиційній діяльності, визначення необхідності додаткового фінансування у разі дефіциту або можливості короткострокового інвестування в разі профіциту грошових коштів, а також формування підсумкового сальдо грошових коштів;
- контролінг – контроль виконання бюджету руху грошових коштів і встановлених лімітів, контроль коректності виконання платежів і своєчасності



надходжень, постійний моніторинг і контроль дебіторської та кредиторської заборгованостей;

– управління фінансовими ризиками, тобто валютні, кредитні ризики, ризики зміни процентних ставок і ризики ліквідності.

Функціями відділу інвестиційної оцінки є аналіз інвестиційних пропозицій, проведення аналізу інвестиційних проектів, визначення необхідні обсяги фінансових коштів для здійснення інвестиційної діяльності та інші.

Відділ бюджетного планування здійснює планування фінансової діяльності підприємства, розробляє довгострокову стратегію фінансування підприємства і займається пошуком нових джерел фінансування діяльності підприємства.

Отже, управління та організація фінансових відділів на підприємстві ТОВ Група компаній «Фокстрот» знаходиться в постійному розвитку, що зумовило посилення впливу зовнішніх чинників, збільшенням фінансових потоків і використанням більш складних фінансових інструментів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Організаційне забезпечення фінансового менеджменту [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://helpiks.org/5-103402.html>

**Рекова Н.Ю.**

*доктор економічних наук, професор;*

**Нікешина Н.В.**

*аспірант,*

*Донбаська державна машинобудівна академія (м. Краматорськ)*

### **МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ РЕГУЛЮВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ПРОБЛЕМИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ В УКРАЇНІ**

Підходи до регулювання банківських ризиків вимагають постійного оновлення. Це є наслідком постійного ускладнення банківської діяльності у зв'язку з появою нових банківських продуктів і технологій та зростанням обсягів фінансових операцій. Органам банківського нагляду став необхідним спосіб, за допомогою якого було б можливо контролювати діяльність комерційних банків у нових умовах. Із кінця 1980-х років органи банківського контролю різних країн почали консультації, наслідком яких стала ініціатива Банка міжнародних розрахунків і Базельського комітету з банківського нагляду щодо розробки єдиних стандартів прийняття банківських ризиків («Базель I», «Базель II», «Базель III») [1, с. 293].

Видання у 2004 році документу «Базель II» («Міжнародна конвергенція щодо вимірювання та вимог до капіталу: переглянуті підходи») призвело до заміни «Базель I» при збереженні базових положень останнього стандарту. Суть положень «Базель II» сформульована у вигляді 3 опор: 1 – вимоги щодо

мінімального розміру власного капіталу; 2 – перевірка з боку органів банківського нагляду; 3 – прозорість та ринкова дисципліна.

В умовах глобалізації локалізовані заходи в окремих країнах перестають бути дієвими, тому що банки все більше виходять за межі економіки однієї країни чи навіть одного регіону. Тому особливо важливим вбачається розглядання заходів регулювання міжнародного банківського бізнесу у світовому масштабі. Найважливішим таким заходом є прийнятий в 2010 р. Базельським комітетом з банківського нагляду стандарт Базель III. Найбільш суттєві його відмінності з попередньою версією полягають у введенні показників ліквідності і коефіцієнтів співвідношення власних і позикових коштів, а також у збільшенні мінімальних вимог до розміру капіталу.

Як показала практика, принциповим недоліком Базеля II і всієї сформованої системи банківського нагляду було недостатнє врахування загрози наростання системних ризиків в результаті дії негативних екстерналій і надмірної схильності до ризику великих фінансових посередників, що підсилюється прямим і непрямим протекціонізмом. Державна підтримка банківського сектора сьогодні побудована таким чином, що зменшення загрози реалізації системних ризиків супроводжується небезпекою їх потенційного посилення, що й покликаний вирішити Базель III. Він, як і до нього Базель II і Базель I, не є нормативно обов'язковим до впровадження, скоріше він має рекомендаційний характер. Проте саме Базель III визначається як головний шлях вирішення сучасних проблем у світовій банківській сфері через його всеохоплюючий характер. Загальні наслідки від впровадження стандартів Базеля III, які безумовно торкнуться всіх банків, однак ступінь змін залежатиме від типу і розміру конкретного банку. Для більшості банків актуальними будуть збільшені вимоги за розміром і якістю капіталу, ліквідністю і часткою позикового капіталу левериджу, зміни у Другому компоненті і нормах збереження капіталу. Банки з більш складною структурою зіткнуться із змінами щодо кредитного ризику контрагентів, жорсткішим механізмом за ринковими ризиками і, деякою мірою, змінами з сек'юритизації.

Також розрізняється впровадження Базеля III за країнами та регіонами. Для регуляторів на Заході важливішим є збільшення буферів капіталу і ліквідності, в той час як на Сході більш значимими є всебічне покриття управління ризиками, вдосконалення підходів до стрес-тестування і необхідність відповідності управління капіталом і ризиками та їх інтеграції в стратегію компанії. Розбіжності щодо підходів до впровадження призвели до того, що окремі деталі визначатиме індивідуальний підхід регулюючого органу. Відповідно, у окремих юрисдикцій з'явиться можливість застосовувати більш жорстку інтерпретацію Базель III.

Вже сьогодні більшість держав визнала підвищення світових стандартів за необхідне і пішла далі, затвердивши значно вищі вимоги для своїх провідних банків. Так, у Швейцарії встановили вдвічі вищі вимоги, ніж за Базелем III, пояснюючи це тим, що сумарні активи двох їхніх найбільших банків – UBS та Credit Suisse – в чотири рази перевищують ВВП країни. В США також вже застосовуються більш жорсткі вимоги, описані раніше.

У свою чергу, це спричинить ситуацію, за якої при введенні Базелю III європейські банки повинні будуть здійснити більше поступок та обмежень, аніж американські, що завідомо надасть більше конкурентних переваг останнім.

Однак більшість банків з розвинених країн, навпаки, вважає Базель III занадто жорстким – вказуючи, що його введення у дію призведе до зростання вартості банківських продуктів, зокрема споживчих кредитів та іпотеки. Внаслідок цього відбудеться уповільнення темпів економічного зростання при збереженні високого рівня безробіття. Ситуація ускладнюється також тим, що в більшості країн світу ще не здійснився, або тільки здійснюється перехід до стандарту Базель II.

Отже, норми Базелю III одночасно є для банків як проблемою, так і можливістю. З одного боку, зміни, викликані впровадженням Базель III, призведуть до того, що навіть досить капіталізовані банки в Європі та США можуть зазнати труднощів з досягненням необхідного рівня капіталу. Це, в свою чергу, може призвести до скорочення доступного кредитування і збільшення вартості кредитування в цілому. Також високі вимоги до акціонерного капіталу можуть призвести до значних змін у бізнес-моделях і формах ведення бізнесу банками. Можливе навіть повернення до режиму обмеженої конкуренції, коли невеликі банки були буквально витіснені з ринку, а інновації у фінансовому секторі скоротилися.

У зв'язку із задекларованими НБУ намірами перейти в майбутньому до нагляду на основі вдосконалених методів оцінки достатності капіталу, у банків виникає необхідність розпочати підготовку до цього процесу вже зараз. У цьому контексті варто відзначити, що імплементація рекомендацій Базельського комітету з банківського нагляду буде можлива у разі вирішення таких проблем у банківській системі України [2, с. 294]: підвищити інформаційну прозорість, оскільки недостатній обсяг статистичних даних по втратах внаслідок дії кредитних, операційних та ринкових ризиків не дає можливостей у повному обсязі оцінити рівень ризиків; сформувані загальні підходи до вибору методів оцінки достатності капіталу для покриття ризиків та їх адекватності видам та умовам діяльності конкретної банківської установи; посилити інформаційну насиченість ринку банківських послуг через встановлення стандартизованих підходів до мінімального розкриття інформації; визначити джерела фінансування витрат, пов'язаних із впровадженням рекомендацій міжнародних Базельських стандартів; створити умови для використання сучасних систем управління ризиками.

У подальшому необхідно посилювати державне регулювання банківської діяльності в національних економіках, проте воно має бути виваженим і гнучким задля чіткої відповідності інституціональним умовам його проведення. Разом із тим, національні нормативи управління банківською діяльністю мають бути узгоджені із колективними міжнародними угодами в цій сфері, оскільки вони представлені провідною світовою практикою.

**Список використаних джерел:**

1. Береславська О. І. Перспективи імплементації рекомендацій Базельського комітету в практичну діяльність банків України / О. І. Береславська // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Економіка. – 2013. – Вип. 23. – С. 262-266.
2. Сирчин О. Л. Окремі питання стандарту «Базель III» і нові вимоги до банківських установ / О. Л. Сирчин // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Вип. 2. – С. 290-297.

## ФІНАНСИ ТА ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА

**Дідовець О.В.**

*студент,*

*Університет економіки та права «КРОК»*

### РОЗВИТОК ЛІЗИНГОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ

Прогресивним інструментом інвестування в оновлення матеріально-технічної бази та фінансування реального сектору є фінансовий лізинг. Ринок лізингових послуг в Україні поки що перебуває в процесі формування, що визначається рівнем економічного розвитку, станом ринкової інфраструктури, характером державної політики, національними, правовими та іншими чинниками. Значення лізингу в технічній модернізації виробництва, структурної перебудови української економіки вимагає пошуку шляхів активізації та ефективного розвитку лізингового ринку.

На сьогодні лізинг, як спосіб реалізації продукції та здійснення інвестицій, набув значного поширення в усьому світі. Для всебічного розвитку економічних процесів в країні, активізації підприємницької діяльності, розвитку малого та середнього бізнесу необхідно впроваджувати нові для нашої економічної системи методи фінансування реального сектору економіки, оновлення матеріально-технічної бази.

Лізингові послуги, перш за все, є найефективнішими у галузях, продукція яких перебуває на високому технологічному та якісному рівні, вирізняється високою конкурентоспроможністю.

Предметом договору лізингу може бути неспоживна річ, визначена індивідуальними ознаками та віднесена відповідно до законодавства до основних фондів. Не можуть бути предметом лізингу земельні ділянки та інші природні об'єкти, єдині майнові комплекси підприємств та їхні відокремлені структурні підрозділи (філії, цехи, дільниці). Майно, що перебуває в державній або комунальній власності та щодо якого відсутня заборона передачі в користування та/або володіння, може бути передане в лізинг [1, с. 123-124].

Лізингодавець за договором лізингу зобов'язується придбати у власність зазначене лізинго-одержувачем майно у визначеного ним продавця і надати лізинго-одержувачу це майно за плату у тимчасове користування для підприємницьких цілей. При цьому він не несе відповідальності за вибір предмета лізингу і продавця.

Лізингодавець, купуючи майно для лізинго-одержувача, повинен повідомити продавця про те, що майно призначене для передачі його у фінансову оренду певній особі.

Ризик випадкової загибелі або випадкового псування орендованого майна переходить до лізинго-одержувача в момент передачі йому орендованого майна, якщо інше не передбачене договором лізингу.

Лізинго-одержувач має право пред'явити безпосередньо продавцю майна, що є предметом договору, вимоги, що впливають з договору купівлі-продажу, укладеного між продавцем і лізингодавцем, зокрема щодо якості і комплектності майна, термінів його поставки та в інших випадках невиконання договору продавцем належним чином. Однак лізинго-одержувач не може розірвати договір купівлі-продажу з продавцем без згоди лізингодавця.

У відносинах із продавцем лізингодавець і лізинго-одержувач є солідарними кредиторами, тобто будь-який з них має право пред'явити продавцю вимогу в повному обсязі. До пред'явлення одним із солідних кредиторів продавець має право виконувати зобов'язання будь-якому з них на власний розсуд.

Лізингодавець не відповідає перед лізинго-одержувачем за виконання продавцем вимог, що впливають з договору купівлі-продажу, крім випадків, коли відповідальність за вибір продавця лежить на лізингодавцю, якщо інше не передбачене договором. Якщо ж відповідальність за вибір продавця лежала на лізингодавцю, то лізинго-одержувач може на власний розсуд пред'явити вимоги, які впливають з договору купівлі-продажу як безпосередньо продавцю майна, так і лізингодавцю, які несуть солідарну відповідальність.

Таким чином, лізинг – це специфічний вид майнових відносин, за якого одна сторона (лізингодавець) на замовлення іншої сторони (лізинго-одержувач) зобов'язується набути у власність і передати лізинго-одержувачу у тимчасове користування за періодичну платню певне майно з подальшою можливістю переходу права власності до лізинго-одержувача (опціон на купівлю).

Відповідно до рівня окупності майна розрізняють фінансовий (капітальний) і оперативний лізинг. Ценайбільш поширені види лізингу. Існує кілька критеріїв для їх розмежування: це і тип орендованого майна, і обсяг обов'язків лізингодавця, і термін використання об'єкта лізингу [2, с. 142].

Фінансовий лізинг – це угода, яка передбачає протягом своєї дії виплату лізингових платежів, котрі покривають повну вартість амортизації обладнання або більшу його частину, додаткові витрати і прибуток орендодавця.

Оперативний лізинг – це орендні відносини, за яких витрати лізингодавця пов'язані з придбанням та утриманням майна, що здається в оренду, не покриваються орендними платежами протягом одного лізингового контракту [1, с. 124-125].

Аналізуючи ринок лізингових послуг в Україні, на сьогодні він перебуває на стадії становлення, і очевидним є необхідність збільшення обсягів лізингових операцій, оскільки багато вітчизняних підприємств характеризуються несприятливим станом матеріально-технічної бази. Проте темп росту лізингового ринку в Україні не відповідає потребам промисловості та економіки в цілому.

З огляду на нинішню економічну ситуацію в Україні, зокрема на стан фінансового сектору, неможна не визнати, що потреба в лізингу стоїть дуже гостро. Адже активне впровадження лізингових операцій сприятиме оновленню основних фондів завдяки збільшенню доступу підприємств до зовнішніх джерел фінансування інвестицій. Крім цього, розвиток лізингу стимулюватиме підвищення ефективності кредитної політики банків у результаті створення конкурентного середовища між джерелами фінансування.

Розвиток лізингу в Україні допоможе розвитку малого та середнього бізнесу. Це, у свою чергу, призведе до багатьох позитивних змін в економіці. Зокрема, до лізингових операцій залучаться великі кошти банківських установ, страхових, акціонерних та інших товариств. Відбудеться стовідсоткове кредитування, яке не вимагатиме негайного початку платежів. Контракт з лізингу буде набагато простіше отримуватися, ніж позика.

Отримання необхідного обладнання в лізинг стане вигіднішим, ніж за контрактом купівлі-продажу. Також виникне можливість отримати додаткові інвестиції від іноземних партнерів, причому не в грошовому вираженні, а в машинах та устаткуванні. Через лізинг можна буде оперативно реконструювати виробництво та направляти зекономлені кошти на інші потреби.

#### **Список використаних джерел:**

1. Горбатенко О.А. Проблеми та перспективи розвитку лізингових відносин в Україні / О.А. Горбатенко // Фінанси України. – 2011. – № 13. – С. 123-126.
2. Капроні Р. Лізинг в Україні / Капроні Р., Кисіль С., Рязанова Н. та ін. – МФК, 2007. – 142 с.

**Корнієнко Ю.В.**

*студентка,*

*Університет Державної фіскальної служби України*

### **ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ**

Державне регулювання економіки – це діяльність держави щодо створення правових, економічних і соціальних передумов, необхідних для функціонування економічного механізму відповідно до цілей й пріоритетів державної економічної політики.

Існують два методи, за допомогою яких держава може впливати на економіку: прямий та непрямий. Переважання прямих методів є ознакою адміністративно-централізованої економіки, а пряме втручання може відбуватись за рахунок встановлення державних цін, обсягів виробництва або імпортування товарів, рентабельності, тощо. Непрямі методи економічного регулювання застосовуються в умовах ринкових відносин, і включають в себе досить багато інструментів. Зокрема, Дж. Стігліц вирізняє такі регулятивні

блоки: грошово-кредитний; бюджетно-податковий; зовнішньоекономічний; соціальний. В свою чергу, кожний з цих блоків містить певні складові елементи, які можна використовувати для втручання в економічні процеси.

Так, до грошово-кредитних важелів впливу на економіку відносять: механізм встановлення розмірів відсоткових ставок та резервів банківських установ; операції національного банку з державними цінними паперами, емісія, тощо. Бюджетно-податкові важелі включають в себе податкову і видаткову політику, політику фінансування бюджетного дефіциту, тощо. Серед зовнішньоекономічних важелів найбільше значення мають валютна та митна політика. До соціальних інструментів відносять соціальну політику держави у сфері освіти, охорони здоров'я, пенсійного і соціального забезпечення, тощо. Виділення цих важелів в окремих блоках від бюджетної політики зумовлене тим, що ці проблеми вирішуються не лише за допомогою бюджетних коштів, а і за рахунок відповідних фондів, формування яких може здійснюватись як в обов'язковому, так і добровільному порядку.

Податкову політику можна визначити як діяльність держави у сферах запровадження, правового регламентування та організації справляння податків та податкових платежів, які є знаряддям розподілу і перерозподілу частини ВВП та формування централізованих фондів грошових ресурсів держави [1, с. 78].

Таким чином, податкова політика є одним із багатьох інструментів втручання в економічні процеси, але одним із найважливіших. Це є наслідком постійно зростаючої ролі держави в житті суспільства, що потребує додаткових фінансових ресурсів.

Виходячи із соціально-економічної природи податкової політики, слід розглядати податки не просто як засіб для наповнення державного бюджету, але й як джерело коштів, необхідних для функціонування держави.

Рівень перерозподілу валового внутрішнього продукту через загальнодержавні фонди є дуже суттєвим в економічно-розвинутих країнах, а тому здійснення податкової політики, яка оперує величезними коштами суспільства здійснює значний вплив на економічний розвиток, навіть якщо держава і не використовує податкову політику для активного втручання у відтворювальний процес.

Податкова політика держави повинна будуватися з урахуванням суперечності інтересів платників податків і держави. Підприємець воліє сплатити якомога меншу суму податків, оскільки основною його метою є отримання прибутку, що є можливим як через збільшення обсягів виробництва, так і через зниження витрат, в тому числі і витрат на сплату податків. Держава, якій належать функції регулювання процесу суспільного виробництва в цілому, намагається шляхом застосування фіскальних інструментів перерозподілити прибуток, одержаний підприємцем і, за рахунок виділеної частки, досягти якомога повнішого забезпечення суспільних, в першу чергу – соціальних потреб. Однак, якщо виходити з того, що ефективність податкової політики визначається чіткістю її функціонально-цільового призначення, звуження поняття інтересів держави до наповнення бюджету є помилковим. Адже держава, в кінцевому рахунку, також



зацікавлена в ефективному господарюванні і розвитку господарюючого суб'єкту, що спричиняє стабільні податкові надходження і їх зростання в майбутньому, а отже – економічний та соціальний прогрес. Усвідомлення цього моменту дозволяє максимально наблизити інтереси держави та суб'єктів господарської діяльності, досягти їх соціально-економічного партнерства стосовно результатів суспільного виробництва [1, с. 87].

Головним завданням податкової політики є встановлення балансу між двома чинниками, якими визначається потреба в податках: необхідністю фінансового забезпечення виконання державою притаманних їй функцій та вирішенням соціально-економічних завдань. Ці чинники, в процесі реалізації податкової політики, проявляються через функції податків, пріоритетною з яких є фіскальна, що виступає базисом для реалізації соціально-економічної функції, яка, в свою чергу об'єднує регулюючу, контрольну та соціальну функції.

Суть регулювання економічних процесів шляхом застосування засобів податкової політики полягає в стимулюванні зміни поведінки учасників процесу суспільного виробництва, яка полягає в переорієнтуванні ресурсів на виконання завдань, які стоять перед економічною системою в цілому.

Переорієнтація державної стратегії на розбудову соціально-орієнтованої економіки ставить нові вимоги до податкової політики, вимагаючи пріоритетності реалізації соціально-економічних функцій податків в оптимальному співвідношенні з фіскальною функцією. В таких умовах першочерговими завданнями податкової політики, на ряду з традиційним забезпеченням дохідної частини державного бюджету, стають: регулювання попиту і пропозиції, стримування інфляції, стимулювання інвестиційно-інноваційних процесів, накопичення збережень, забезпечення конкурентного середовища для залучення і стимулювання підприємницької діяльності.

Отже, при здійсненні оцінки тієї чи іншої податкової політики необхідно виходити із наступних критеріїв: задоволення фіскальних потреб держави, що включає достатність та еластичність податкових надходжень, яка трактується в даному випадку як можливість швидкого збільшення абсолютної суми податкових надходжень без значної зміни податкової системи; вплив податкової політики на відтворювальні процеси та вирішення соціальних завдань.

### **Список використаних джерел:**

1. Податкова система: Навчальний посібник / [Баранова В.Г., Дубовик О.Ю., Хомутенко В.П. та ін.]; за ред. В.Г. Баранової. – Одеса: ВМВ, 2014. – 344 с.

## МАРКЕТИНГ

**Вагіна Ю.Ю.**

*студентка;*

**Мозгова Г.В.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
Харківський національний університет  
імені В.Н. Каразіна*

### **КОНТЕКСТНА РЕКЛАМА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ**

Швидкий розвиток електронного ринку, кардинальні зміни во взаємодії між продавцем та споживачем, що викликані появою нових засобів Інтернет-комунікацій, призводять до необхідності пошуку нових інструментів просування товарів та послуг в Інтернет-середовищі.

Реклама – це ефективний механізм донесення інформації про певний продукт від виробника до споживача. Будь-якому товару необхідне успішне просування для максимізації прибутку його продавця. На сьогоднішній день існує безліч видів реклами, але, одним з найефективніших видів є контекстна реклама [1].

Контекстна реклама – тип інтернет-реклами, що з'являється згідно зі змістом самої інтернет-сторінки. Оголошення показуються користувачеві саме в той момент, коли він сам виявив цікавість до товару або послуги і, можливо, готовий до покупки. Поданий вид реклами направлений безпосередньо на цільову аудиторію, на споживачів зацікавлених у певному товарі чи послугі. Оплата при цьому здійснюється не за демонстрацію сайту, а за клік на його посилання. Перш за все, це підвищує результативність самої реклами і є її значною перевагою.

Контекстна реклама буває пошуковою і тематичною. Пошукова контекстна реклама демонструється під час пошуку певної інформації у системах Яндекс, Google, або по сайту в тому випадку, якщо запит користувача збігається з ключовими словами контекстного оголошення. Тематична контекстна реклама працює на основі партнерства, коли під час користування одним сайтом, споживачеві надається додаткова інформація у вигляді реклами.

Згідно досліджень [2] сьогодні контекстна реклама є одним із найбільш дієвих інструментів просування товарів і послуг. Вона розповсюджується як на B2C так і на B2B стратегії функціонування бізнесу. Основними перевагами контекстної реклами є те, що вона, перш за все, направлена на цільову аудиторію, тобто на клієнтів, які вже мають інтерес і потребу у певних товарах і послугах. Також контекстна реклама демонструється одразу у пошуковій видачі. Особливістю є те, що не існує обов'язкової оптимізації

сайту під вимоги пошукових систем. Є можливість відстежувати видатки, так як оплата здійснюється за перехід на сайт. А також немало важливою перевагою є швидкий результат. Доведено, що після запуску контекстної реклами об'єми продажів і кількість замовлень зростає в декілька разів протягом тижня.

Варто зазначити, що механізм роботи контекстної реклами базується на ключових словах. Добираються такі слова, які можуть співпадати із запитами споживачів. Для автоматизації цього процесу доцільно використовувати спеціальне програмне забезпечення. Прикладом однієї зі найбільш зручних програм для добору та систематизації ключових слів є Xmind [2]. У формі зручної карти він надає можливість візуалізувати ключові слова, додавати нові, редагувати.

Контекстна реклама має досить просту структуру:

- Заголовок.
- Посилання.
- Текст.
- Контакти (додаткова інформація).

Основна мета заголовку – привернути увагу потенційного споживача, розкрити сутність товару або послуги. Він має бути оригінальним, нестандартним, відрізнитися від конкурентів, але в той час змістовним.

Текст контекстної реклами має розкривати переваги, які отримає споживач, по можливості має бути вказаний термін, за який буде виконане замовлення або доставлений товар.

Заголовки і текст контекстного оголошення мають бути написані за принципом 4U: корисність (usefulness), унікальність (uniqueness), ультраспецифічність (ultra specificity), терміновість (urgency). Тобто, демонструвати вигоду, яку при цьому отримає споживач, унікальність пропозиції, конкретні цілі, яких зможе досягти споживач і час, за який це буде здійснено [3].

Також варто зазначити, що від змісту і тексту залежить ціна контекстної реклами. Якщо оголошення є стандартним, то існує висока конкуренція і перші позиції будуть дуже дорого коштувати. Тому замовники контекстної реклами мають бути зацікавлені у оригінальному формулюванні оголошення з метою мінімізації затрат.

Механізм запровадження і організації контекстної реклами включає декілька етапів:

1 етап – підготовчий: вивчення ніші і специфіки бізнесу клієнта, аналіз конкурентів, визначення пріоритетних категорій товарів, збір семантичного ядра, узгодження його з клієнтом, розробка стратегії рекламної кампанії, прорахунок місячного і денного бюджету рекламної кампанії.

2 етап – налаштування: налаштування сервісів аналітики, фільтрів, зв'язків для відстеження трафіку, аналіз взаємодії відвідувачів з сайтом за допомогою карти кліків.

3 етап – супровід рекламної кампанії: оптимізації стратегії, ціни, позицій показу оголошення, розширення і деталізація рекламної кампанії.

Таблиця 1

**Порівняльна характеристика систем  
Yandex Direct, Google Adwords і Begun**

Критерії порівняння	Ресурси, які надають послуги з контекстної реклами		
	Yandex Direct	Begun	Google Adwords
Як виглядає реклама	Заголовок – 33 символи, текст – 75 символів	Заголовок – 30 символи, текст – 70 символів	Заголовок дві строчки по 35 символів, текст – 25 символів.
Де розміщується оголошення	До 3-х оголошень в спецрозміщенні (над результатами пошуку) і до 9 оголошень в гарантованих показах праворуч від результату пошуку	До 3-х оголошень над результатами пошуку і до 8 оголошень праворуч від результату пошуку	До 3-х оголошень над результатами пошуку і до 8 оголошень праворуч від результату пошуку і в пошті.
Де показують оголошення	Пошуковий сервіс Яндекс, Яндекс каталоги, Яндекс адреси і блоги.	Пошукова система Рамблер, форуми, дошки оголошень, тематичні і пошукові каталоги, поштові розсилки.	Сторінки результатів пошуку Google
Термін надання статистики	1 день	1-7 днів	Онлайн
Формат реклами	Текст	Текст	Текст і відео
Надання таргетингу	Безкоштовно	Договірна ціна	Безкоштовно
Аудиторія	26,6 млн осіб	15 млн осіб	36 млн осіб
Термін появи оголошення	1-3 дні	1-3 дні	Декілька хвилин
Знижки	є	Немає	Немає

*Джерело: розроблено авторами за даними [5, 6, 7]*

Сьогодні український ринок контекстної реклами фактично поділений між трьома компаніями: Yandex Direct, Google Adwords, Begun. За результатами 2016 року найбільш популярною в Україні є компанія Google Adwords, яка займає 70% від загального об'єму. На компанію Yandex Direct прийшлося 21% української контекстної реклами, і приблизно 10% на компанію Begun [4].

Кожна з систем має певні особливості, переваги і недоліки. Результати порівняльного аналізу систем Yandex Direct, Google Adwords і Begun наведено в таблиці 1.

В результаті проведеного дослідження можна зробити висновок, що контекстна реклама може стати одним з найрезультативніших інструментів просування товарів і послуг в електронному середовищі як в B2C, так і в B2B сфері. Серед основних гравців українського ринку, які представляють послуги контекстної реклами лідирує Google Adwords. За терміном надання статистики, форматом реклами, аудиторією, терміну появи оголошення цей ресурс випереджає Yandex Direct та Begun.

### **Список використаних джерел:**

1. Контекстна реклама // Аналітично-консалтингова компанія ФінІнКом: Рішення для бізнесу. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.firm.ua/ua/article\\_context\\_advertising.html](http://www.firm.ua/ua/article_context_advertising.html)
2. Бойчук І.В., Музика О.М. Інтернет в маркетингу: Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 512 с.
3. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет-маркетинг: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.
4. Forbes. Україна. Контекстна реклама. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/tags/all/5046-kontekstnaya-reklama>
5. Офіційний сайт GoogleADwords [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.google.com.ua/adwords/>
6. Офіційний сайт YandexDirect [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://direct.yandex.ru/>
7. Офіційний сайт Begun [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.begun.ru/>

**Киричок С.В.**

*студент;*

**Примак Т.Ю.**

*кандидат фізико-математичних наук, доцент,  
Національний університет харчових технологій*

## **ІНТЕРНЕТ ПРОСУВАННЯ ЯК ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ БРЕНДИНГУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Завдання, яке вирішує бренд – це спрощення вибору продукту для споживача, який стикається з безліччю схожих туристичних пропозицій, зокрема туристичних і готельних продуктів, і просто фізично не має часу порівнювати всі анотації, переваги і недоліки, асортимент послуг і їх якість. У цій ситуації брендинг є просто «рятівним кругом», – на кожному продукті «наклеюються» прості, ясні, зрозумілі неспеціалісту ярлички: «дорого, але престижно», «економічно», «для новачків», «молодим і розкріпаченим» тощо.

Бренд – це послідовний набір функціональних, емоційних і проникливих обіцянок цільовому споживачу, які є унікальними, значущими і важко імітованими, і найкраще задовольняють його потреби. Бренд можна охарактеризувати як комплекс певних характеристик даного продукту, що легко сприймаються споживачем. Проте це різностороннє і багатозначне поняття слід розглядати в різних аспектах.

Як юридичний інструмент брендинг є інвестиціями з боку туристичної фірми, що направлені на отримання будь-яких економічних результатів [1, с. 35]. Культура, співробітники і програма розвитку компанії, що створює продукт, також є чіткою відмінністю і цінністю для споживачів і є базою для створення відносин зі споживачами.

Продукт брендингу створює в уяві споживачів безліч унікальних для кожної людини асоціацій (образів), які цілком ймовірно, не зовсім відповідають реаліям самого турпродукту. Кожен сприймає його по-своєму і створює собі свій власний образ турпродукту.

Людам властиво приписувати речам, що їх оточують, людські, особистісні характеристики. При виборі того або іншого турпродукту покупець віддає перевагу тому, який, як йому здається, відповідає його характеру, та смаку.

Зі всього спектру завдань, що стоять перед туристичним брендом одними з найважливіших є: відмінність його від інших, досягнення конкурентних переваг і можливість встановлювати підвищену ціну. Це все стає можливим, коли покупець переконується в перевазі певного турпродукту. Споживач готовий заплатити велику ціну за кращу (реальну або сприйнятту ним) якість.

Туристичний брендинг є процесом додавання вартості до турпродукту, який досягається його рекламою, використанням торгової марки, заходів щодо стимуляції продажу і просування, і позиціонування в думках споживачів.

При формуванні і реалізації позиції бренду необхідно ретельно аналізувати інформацію, що поступає, про потреби, інтереси споживачів, сильні і слабкі сторони бренду (компанії і конкурентів), мету зростання, стратегії конкурентів і так далі.

При орієнтації на покупця необхідно формувати критерії відбору цільових споживачів, а не лише критерії вибору правильної маркетингової позиції. Вже на етапі формування образу бренду можна скласти декілька позиційних сценаріїв і протестувати їх на ринку. Позиція, складена без використання складових образу бренду, є лише хорошим заголовком, і в той же час чимось другорядним, не важливим [2].

Туристичні фірми орієнтуються на широку аудиторію споживачів для того, щоб забезпечувати постійний попит на туристичні послуги, тому доцільно створювати їхні профілі у таких соціальних мережах як VK.com Facebook та Instagram. Наявність профілю туристичної фірми в певній соціальній мережі є лише першим, проте невід'ємним кроком до ефективного використання такого інструменту брендингу як інтернет технології.

Профіль у соціальній мережі можна вважати певним прототипом веб-сайту туристичної фірми, але тут оновлення та актуалізація інформації здійснюється лише одним виконавцем.

Основні переваги просування туристичної фірми в соціальних мережах:

- Індивідуальне спрямування (демографічні показники, інтереси, сімейний статус, регіон). Є можливість максимально точного визначення потенційних клієнтів.

- Масштаби охоплення. Понад 66% усього населення України, а отже і потенційних клієнтів, є користувачами соціальних мереж.

- Відсутність мінімального бюджету. Всі пропозиції розробляються індивідуально і мають свої неповторні «фішки».

- Фактор вірусного маркетингу. Люди самі показують рекламу фірми [3].

- Таргетинг – демонстрація реклами чітко визначеній аудиторії.

- Трекінг – можливість аналізу поведінки відвідувачів сайту і вдосконалення сайту, продукту і особливостей проведення маркетингової діяльності відповідно до висновків такого аналізу.

- Доступність (за принципом 24 години на добу, 7 днів на тиждень) і гнучкість (почати, редагувати і перервати рекламну кампанію можна миттєво).

- Забезпечення доступної інформації про фірму або послуги для значної за чисельністю кількості людей, у тому числі – для географічно від-далених об'єктів.

- Інтерактивність – споживач взаємодіє з продавцем і з продуктом, вивчає його.

- Можливість розміщення великої кількості інформації (графіки, звуку, відео тощо).

- Оперативність поширення і отримання інформації.

- Швидкий зворотний зв'язок з цільовою аудиторією, рівного якому немає в жодній з традиційних форм реклами.

- Порівняно низька вартість.

- Значний візуальний канал впливу на людину, можливість більш пильної уваги користувача перед комп'ютером, концентрації на деталях.

- Створення віртуальних груп за інтересами.

- Автоматичне отримання рекламодавцем інформації, яка у традиційній рекламі потребує дорогих досліджень [4].

Недоліки просування послуг туристичної фірми у соціальних мережах:

- Збільшення недовіри інтернет-рекламі через бурхливий розвиток фіктивних пропозицій у перші роки існування такої послуги.

- Приховування реальної статистики власниками веб-сайтів або банерних мереж, тобто штучно підвищують статистичну кількість відвідувань інтернет-ресурсів.

- Складність знайдення потрібного сайту з потрібною рекламою [5].

- Залучення великої кількості користувачів розцінюється як спам.

- Блокування сторінки адміністратором на підставі скарг користувачів.

Дослідження і практичний досвід показують, що зараз успішна туристична компанія повинна мати стратегію туристичного бренду, націлену на формування відданості споживача. «Цінність» туристичного бренду

визначається готовністю споживача набувати турпродукт за вищою ціною, за наявності на ринку аналогічних туристичних продуктів інших торгових марок.

Поява та розвиток Інтернету призвели до створення окремої складової брендингу – Інтернет-брендингу. Це пов'язано з тим, що особливості віртуального середовища потребують використання нових методів розвитку брендів та, окрім того, в Інтернеті значення бренду становиться ще більшим, аніж в традиційному житті.

Нажаль, на сьогоднішній день небагато керівників туристичних підприємств розуміють значення Інтернету для розвитку бізнесу в той час, коли Інтернет- мережа з кожним роком пропонує все більш широкі можливості для розвитку ділових відносин між виробниками та споживачами туристичних послуг.

Загалом, підводячи підсумок, можна відзначити, що Інтернет-брендинг – це складний процес, який на сьогодні більш ефективний, ніж традиційний брендинг. Інтернет- брендинг по праву стає самостійною маркетинговою технологією сучасного підприємства. Традиційний брендинг уже міцно увійшов до арсеналу сучасних маркетологів і топ-менеджерів компаній, Інтернет-брендинг лише розвивається на українському ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Поліщук Т. В. Перспективні напрямки розробки успішних брендів в Україні / Т. В. Поліщук // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 7(97). – С. 129–137.
2. Водолазька С. Соціальні мережі як інноваційний спосіб просування та популяризації видавничої продукції / С. Водолазька [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1\\_1/vodolazka\\_s\\_v\\_sotsialni\\_merezhi\\_yak\\_innovatsiyni\\_sposib.pdf](http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_1/vodolazka_s_v_sotsialni_merezhi_yak_innovatsiyni_sposib.pdf)from:[http://ebusiness.mit.edu/research/papers/2011.08\\_Tucker\\_Social%20Networks%20Personalized%20Advertising%20and%20Privacy%20Controls\\_314.pdf](http://ebusiness.mit.edu/research/papers/2011.08_Tucker_Social%20Networks%20Personalized%20Advertising%20and%20Privacy%20Controls_314.pdf)
3. Ладик С. Первые шаги в интернет-брендинге / С. Ладик // Маркетинг и реклама. – 2011. – № 1(173) – С. 69–73.
4. Реклама в соціальних мережах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://webkraser.biz/reklama-v-socialnix-merezhax>
5. Особливості реклами в соціальній мережі «Вконтакті» (Vkonakte.ru) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/11459/1/64.pdf>

**Обертайло В.І.**

*студент,*

*Навчально-науковий інститут інформаційної безпеки  
Національної академії Служби безпеки України*

## **ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ РОЗВІДКИ В МАРКЕТИНГОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

Стрімкі зміни в економіці змушують підприємців відповідати жорстким вимогам, які пропонують сучасні ринкові умови, а також спонукають до пошуку нових форм конкурентних переваг і перегляду старих методів і



стратегій. Наступає нова епоха, «головною рисою якої є гнучкість керування й швидкість реакції на зовнішні фактори» [1]. Тому на перший план виходить потреба в максимально повній реалізації всіх наявних ресурсів, їхньому збереженні, а також у пошуку й реалізації нових.

При інтеграції у світову економіку, повна й своєчасна інформація про ділове й конкурентне оточення дозволяє ефективно управляти активами, опираючись у прийнятті рішень на глибоке знання зовнішнього й внутрішнього середовища.

Найчастіше маркетинг не може впоратися з усіма поставленими перед ним завданнями, тому виникає необхідність у використанні нестандартних методів аналізу й прогнозування. У таких випадках особлива роль в інформаційному забезпеченні підприємств приділяється конкурентній розвідці.

Конкурентна розвідка слугує засобом забезпечення керівництва компанії актуальною інформацією (насамперед, попереджувального характеру) з метою збільшення доходів, уникнення невиправданих витрат, збереження положення на ринку або одержання іншої комерційної вигоди.

Розвідка не заборонена законом, тобто збирати інформацію може кожен, єдина умова – не використовувати заборонених методів, таких як прослуховування телефонів, приховані фото- та відеозйомка, тобто не порушувати гарантованих конституцією прав і свобод людини.

Конкурентна розвідка отримує інформацію цілком з відкритих джерел:

- від людей, які працюють у компанії;
- з офіційних документів компанії;
- з інформації у ЗМІ та Інтернеті;
- навіть зі сміття, що так не уважно було викинуте конкурентами;
- з баз даних (електронних та друкованих);
- з аналізу реакції об'єкта на слова і поведінку різних людей у звичайних та екстремальних обставинах;
- з джерел патентної інформації;
- з офіційних вітчизняних, зарубіжних та міжнародних джерел (орган влади, посольства, благодійні організації);
- від інформаційно-аналітичних, соціологічних агентств та центрів;
- з спеціальної інформації про галузь чи ринок загалом;
- з інформаційних джерел про компанії цієї галузі чи ринку взагалі тощо [2].

У сучасному економічному просторі, що характеризується жорсткістю міжнародної й національної конкуренції, регулярними кризами, стихійними лихами, терактами й іншими нестандартними ситуаціями, керівникам бізнесу вже не можна управляти наявними ресурсами й активами без глибокого знання зовнішнього й внутрішнього середовища своєї компанії, тобто без своєчасної, достовірної й достатньої бізнес-інформації. Забезпечення компаній подібною якісною бізнес-інформацією й покликана вирішувати прогресуюча в сучасній економіці конкурентна розвідка [3].

Конкурентна розвідка – складний процес, що вимагає спеціальної підготовки та серйозних аналітичних здібностей. Помилковою є думка, що для отримання реальної картини щодо конкурента досить мати під рукою результати маркетингових досліджень, які є лише складовою конкурентної розвідки, або попереднім етапом перед конкурентної розвідкою.

#### **Список використаних джерел:**

1. Семь нот менеджмента // Эксперт. – 1997. – № 32.
2. Ховис Д. Конкурентна розвідка. Уроки з окопов / Д. Ховис. – Альпина Паблишер, 2003. – 532 с. С. 82.
3. Ткачук Т.Ю. Базові засади функціонування конкурентної розвідки // Бизнес и безопасность. – 2011. – № 2. – С. 55-62.

**Савич О.П.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана*

### **ПЕРЕВАГИ СПОЖИВАЧІВ МОЛОДОГО ПОКОЛІННЯ НА РИНКУ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ**

За останні роки спостерігається зміна структури споживачів та маркетингові інструменти, які варто використовувати для впливу на молоде покоління. Поведінка споживача на ринку автомобілів поступово змінюється. Більшість покоління «Millenium» вже не вважає пріоритетом номер один купівлю автомобіля, а активно використовує БІО-транспорт, спортивний та громадський транспорт, «живе» в мережі Інтернет.

Тому автовиробники змушені впливати на поведінку споживача за допомогою інтернет-маркетингу та приймати до уваги уподобання клієнтів і підлаштовуватись під «життя» клієнтів в мережі при розробці маркетингової стратегії, а також розробляти свої продукти під кожний конкретний ринок, що і визначає актуальність теми.

Поняття «споживчі переваги та цінності» одне з основних в маркетингу, яке досліджували та вивчали багато вітчизняних і зарубіжних вчених. Проведений нами аналіз останніх публікацій засвідчив, що увагу науковців привертало питання створення цінності, управління нею та її розвитку. Слід зазначити, що економічну сутність цих категорій визначали як зарубіжні, так і вітчизняні вчені. Так, серед закордонних вчених слід відзначити дослідження М. Портера [5], який досліджував цінності споживача у контексті ланцюга створення вартості; Д. Андерсен [8] визначив цінності та переваги споживачів з точки зору аналізу доданої цінності, яку отримують споживачі від споживання певного товару та послуги; Ф. Котлер [4] вивчав цінності з точки зору їх споживчого ефекту; К. Прахалад, В. Рамасвами [6] досліджували питання формування цінності, аналізуючи складові процесу її творення.

Науковці Д. Хлебніков [7] та І. Альошина [1] вважають, що факторами, які обумовлюють формування споживчої цінності, є ті, що впливають на споживчий вибір: фізичні, соціальні, економічні властивості товару/послуги, доступність благ і особисті установки щодо придбання, уподобання споживача. Аналіз наукових праць з питань маркетингової діяльності підприємств дозволив виявити, що доцільним є проведення дослідження, направлене на вивчення особливостей споживчих переваг.

Споживчі пріоритети на автомобільному ринку розвинених країн і країн, що розвиваються відрізняються в силу різниці культури, структури населення, інфраструктури, географії, багатства та історичного минулого.

Таблиця 1

### Споживчі переваги на автомобільному ринку

	<b>Ринки, що розвиваються</b>	<b>Зрілі ринки</b>
<b>Безпека</b>	MIN	MAX
<b>Рациональне споживання та ціна</b>	MAX	MAX
<b>Технологія</b>	AVR	MAX
<b>Преміальні автомобілі</b>	MAX	MIN
<b>Природоорієнтованість</b>	MIN	MAX
<b>Економічність</b>	AVR	MAX
<b>Локальний виробник</b>	AVR	MAX
<b>Дизайн</b>	MIN	AVR
<b>Інтернет</b>	MAX	MAX
<b>Якість</b>	AVR	AVR

*Джерело: власні дослідження автора*

Де, MAX – максимальна споживча перевага

AVR – середня споживча перевага

MIN – мінімальна споживча перевага.

За дослідженнями компанії Deloitte, світовому автопрому загрожує демографічна криза. Автомобіль, для нового покоління, так називаємого «Міленіум», яке народилося на стику тисячоліття, вже не є мрією чи символом престижу, як до сих пір вважається в суспільстві. Опитування двадцятирічних показує, що вони не купували б автомобіль, бо дуже зайняті, або ж використовують «carsharing», або ж вважають автомобілі, як товар, який не є «крутим» [9]. Така тенденція зафіксована на розвинених ринках, таких як США та Західна Європа. На інших ринках, особливо в країнах, що розвиваються, де попит був відкладений, автомобіль – це символ статусу для молодого покоління. Інша річ, що на таке покоління необхідно впливати новими засобами комунікацій, наприклад використовуючі інтернет.

Наші висновки підтверджує своїми дослідженнями і компанія Deloitte. Вони визначили основні причини сповільнення споживання автомобілів молодим поколінням. Хоча в той же час для всіх груп споживачів все ще існує основна ціль життя – придбання автомобіля. Так, серед всіх опитаних, 85%

споживачів нового покоління ставить за мету придбати автомобіль, що навіть більше, ніж покоління 45-річних і старше, серед яких тільки 75% готові придбати автомобіль. Тобто, ці нові тенденції споживання та цінностей покупців фактично однакові для всіх поколінь та країн.

Таблиця 2

**Основні причини, які гальмують придбання автомобіля**

<b>Стримуючі причини покупки автомобіля</b>	<b>США</b>	<b>Німеччина</b>	<b>Японія</b>	<b>Китай</b>	<b>Індія</b>	<b>Бразилія</b>
<b>Найважливіша</b>	Доступність	Перевага ходити пішки	Доступність	Доступність	Перевага ходити пішки	Доступність
<b>Важлива</b>	Вартість ремонту	Вартість ремонту	Складність парковки	Перевага ходити пішки	Доступність	Вартість ремонту
<b>Середньої важливості</b>	Перевага ходити пішки	Доступність	Вартість ремонту	Вартість ремонту	Обирають вело-мото транспорт	Біоспоживання

*Джерело: [9]*

Отже, можна зробити висновок, що основною причиною відмови від покупки автомобіля є все-таки ціна автомобіля, а також її складові та похідні: вартість запчастин та ремонту. І тільки вже потім – такі цінності споживача, як здорове життя, біо-споживання, історичні традиції тощо.

Дослідження споживчих переваг нового покоління доводять, що воно має інші споживчі цінності і на нього необхідно буде впливати іншими, ніж класичні, засобами комунікацій. Воно вже не дуже хоче володіти автомобілем, а більше націлено на аренду та поділ автомобіля з друзями

Автовиробники повинні розуміти, що сьогодення дуже динамічне і споживачі весь час поспішають, тому вони, перед усім, цінують оперативну комунікацію автомобільного дилера з ними, а також швидке проведення всіх робіт: починаючи від отримання інформації про автомобіль та закінчуючи оперативним і якісним сервісним обслуговуванням. Більше того, споживачі розвинених країн очікують більшу оперативність роботи автомобільного дилера, ніж з країн, що розвиваються. Це пояснюється більш зрілими ринками та історично високою конкуренцією на розвинених ринках.

Але необхідно відмітити, що переваги споживачів в різних країнах та частинах світу мають і свої особливості. Так, досить схожі переваги споживачів щодо довіри джерелу інформації при купівлі автомобіля в Китаї та Індії, де більше довіряють незалежним джерелам інформації, а от в Японії більше довіряють інформації автовиробників, як ніде інше в світі, в Бразилії довіряють більше новинам та СМІ, а поведінка українських споживачів, за

нашими дослідженнями, дуже схожа на поведінку споживачів США. Особливостями поведінки українських споживачів при виборі та довірі джерелам інформації є те, що у наших споживачів на другому місці по довірі знаходяться соціальні мережі та відсутність довіри до інформації автовиробників і продавців автомобілів. Тобто, відбувається більше пасивний пошук інформації та самостійне прийняття рішення щодо покупки автомобіля.

Отже, на споживача впливають вже інші засоби комунікацій, так в топ-6 інформаційних джерел немає взагалі реклами, а довіра до інформації автовиробників мінімальна. Тому, автовиробникам необхідно більше працювати над лояльністю до бренду, в тому числі підвищувати якість, надійність автомобіля та покращувати післяпродажний сервіс для отримання кінцевої винагороди – рекомендації близьких до споживача людей.

### Список використаних джерел:

1. Алешина И. В. Поведение потребителей / И. В. Алешина – М.: Экономистъ. – 2008. – 528 с.
2. Золтнерс А. А., Прабхаканат С., Лоример С. Э. Стратегия продаж: организация продуктовой работы торгового персонала / А. А.Золтнерс, Прабхаканат С., С. Э. Лоример – Пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 512 с.
3. Каплан Р., Нортон Д. Организация, ориентированная на стратегию / Каплан Р., Нортон Д. – Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004 – 416 с.
4. Котлер Ф. 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филип Котлер: пер. з англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006. – 224 с.
5. Портер М. Конкуренция: пер. з англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
6. Прахалад К. К. Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільно з клієнтами / Прахалад К. К., Рамасвами, Векант.: пер. з англ. – К.: Видавництво «Агенція «Стандарт», 2005. – 258 с.
7. Хлебников Д. В. Ценность и факторы ценности. — Режим доступа: <http://www.zubry.ru/articles/2009/01/cennost-i-factory-cennosti-chast-1,2,3> – С. 51-57.
8. Anderson J. C. Customer Value Proposition in Bussines Markets / J. C. Anderson, J. A. Narus, W. van Rossum: Harward Business Review. – 2006, 455 p.
9. Global automotive consumers study//<http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/au/Documents/manufacturing/deloitte-au-mfg-2014-global-automotive-consumer-study-changing-nature-mobility-290914.pdf>
10. Falk R. Predatory Globalization. – New York: Harper & Row, 1999, 321 p.

**Харченко Д.І.**

*студентка,*

*Київський національний університет*

*імені Тараса Шевченка*

## **КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ МАРЕКТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Процес управління маркетингом охоплює такі сторони діяльності підприємства, як організація збуту та його стимулювання, рекламні кампанії й дослідження маркетингу, управління товарами і ціноутворення, тобто фактично всі ті засоби, що впливають на ефективність діяльності компанії. Ефективність управління маркетинговою діяльністю фірми визначається досягненням концепцією маркетингової взаємодії таких цілей: максимально можливого рівня споживання; максимально широкий вибір товарів, які надаються споживачам; максимальне підвищення якості життя суспільства в цілому та його окремих членів [2, с. 26]. Інтерес до маркетингової діяльності і, відповідно, зацікавленість у найефективнішому маркетинговому управлінні посилюються в міру усвідомлення все більшою кількістю організацій у сфері підприємництва, міжнародній і некомерційній сферах того, як саме маркетинг сприяє їхній успішній діяльності на ринку. Виходячи з цього, необхідно приділяти достатньо уваги управлінню маркетингом на підприємстві, що є необхідною умовою маркетингової й управлінської діяльності в умовах ринку.

Сьогодні термін «управління маркетингом» визначається як «аналіз, планування, реалізація і контроль за виконанням програм, розрахованих на встановлення, зміцнення й підтримку вигідних обмінів із цільовими покупцями заради досягнення певних завдань організації, таких, як одержання прибутку, ріст обсягу збуту, збільшення частки ринку [1, с. 24].

Враховуючи сучасну ринкову ситуацію підприємствам рекомендується для активізації власної маркетингової діяльності здійснювати заходи щодо вдосконалення основних інструментів маркетингу: товарної, асортиментної та цінової політики.

Слід зазначити, що формування та реалізація маркетингових заходів зумовлені специфікою ринку, на якому працює підприємство. Враховуючи специфіку діяльності підприємств, зазначимо, що більшість із них не впорядковують маркетингову діяльність, а основні зусилля спрямовують на виробничо-збутову діяльність. На підприємствах в більшості випадків відсутня маркетингова служба, функції маркетингу виконують працівники відділу збуту. Також існують підприємства, в яких маркетингова служба є централізованою та територіально розформованою, а на підприємство вона надсилає конкретні вказівки щодо їхньої роботи. Чимало підприємств не вважають за потрібне створення маркетингових служб. Тому для проведення ефективної діяльності таким підприємствам слід зосередити свою увагу на формування маркетингової діяльності [3, с. 14].

Під формуванням маркетингової діяльності розуміють процес її становлення та розвитку на підприємстві.

Можна виділити такі етапи, за якими відбувається формування маркетингової діяльності на підприємстві [4, с. 178]:

1. Дослідження ринку підприємства – передбачає вивчення середовища, в якому працює підприємство, визначення попиту на продукцію, місткість ринку та його сегментів, стан потенційних конкурентів та вподобань споживачів.

2. Аналіз діяльності підприємства, його сильних і слабких сторін, загроз і можливостей для розвитку, а також визначення концепції маркетингу.

Існує п'ять концепцій маркетингу, на основі яких підприємство здійснює управління маркетинговою діяльністю [5, с. 27]:

1) концепція удосконалення виробництва (виробнича концепція, 1900–1920 рр.). Її суть полягає в тому, що якщо товар користується попитом на ринку, необхідно розширювати його виробництво. І як результат – збільшення продажів товару за низькими цінами та отримання більшого прибутку. Однак при цьому спостерігається низький рівень обслуговування покупців;

2) концепція удосконалення товару (продуктова концепція, 1920–1930 рр.). У покупців виникає бажання купувати більш якісний, надійний і функціональний товар на ринку. В свою чергу, виробник повинен постійно вдосконалювати товар, слідкувати за конкурентами та розвитком науки, техніки і технології виробництва продукції. Разом з цим, приділяючи велику увагу товару, необхідно зважати на потреби споживачів;

3) концепція інтенсифікації комерційних зусиль (концепція збуту, 1930–1950 рр.). Підприємство повинно докласти максимальних зусиль щодо просування та збуту товару. Для стимулювання збуту продавці використовують такі заходи як: реклама, знижки, доставка додому, відповідний сервіс, «психологічна робота» з покупцями.

4) концепція маркетингу (інтегрований маркетинг, 1960–1980 рр.). Ця концепція спрямована на дослідження та аналіз ринку, вивчення потреб споживачів за допомогою маркетингових інструментів і контроль маркетингової діяльності підприємства, застосування комплексу маркетингу;

5) концепція соціально-етичного маркетингу («зеленого» маркетингу). Підприємство націлене на визначення потреб споживачів і задоволення цих потреб краще, ніж це зроблять конкуренти для підвищення добробуту суспільства через екологічно чистий товар, який не шкодить довкіллю та населенню. Основне завдання підприємства – завоювання довіри споживачів.

3. Визначення цілей та завдань діяльності маркетингової структури - передбачає формування маркетингової служби: функціональної, ринкової, товарної, товарно-ринкової.

4. Розподіл функцій між виконавцями – для чіткого розподілу функцій між окремими працівниками можна використати матричний метод, тобто побудову відповідних лінійних карт з інформацією про те, хто і якою мірою бере участь у розв'язанні тих чи інших питань.

5. Підбір працівників – формування кадрового потенціалу підприємства, здатного реалізувати його цілі.

6. Розробка і впровадження системи мотивації праці.

7. Контроль. Контроль маркетингової діяльності передбачає: контроль за реалізацією продукції, визначення частки ринку збуту підприємства, інформацію про витрати виробництва за кожним товаром, оцінювання ефективності маркетингової діяльності тощо.

Отже, при формуванні маркетингової діяльності на підприємстві слід розробити її алгоритм і чітко його дотримуватися, що буде передумовою для ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємства через реалізацію поставлених завдань.

### **Список використаних джерел:**

1. Гайдаенко Т.А. Управление маркетингом: Полный курс МВА / Т.А. Гайдаенко. – М.: ЭКСМО, 2008. – 480 с.
2. Герасимьяк Н.В. Проблеми формування та реалізації комплексу засобів маркетингу підприємства борошномельно-круп'яної галузі України та шляхи їх вирішення / Н.В. Герасимьяк, І.М. Панасюк // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Харків: НТУ «ХП», 2013. – № 53(1026). – С. 25-30.
3. Длігач А. Тенденції розвитку маркетингу в Україні / А. Длігач // Маркетинг в Україні: – 2010. – № 9. – С. 13–16.
4. Заяць Т.А. Управління маркетингом на підприємстві: монографія / Т.А. Заяць, І.О. Гарлопов, О.О.Пилипенко. – Донецьк: Юго-Восток, Лтд, 2006. – 253 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга: учебник / Ф. Котлер. – М.: Бизнес-книга, 2006. – 699 с.

**Юрченко С.Ю.**

*студентка,*

*Львівський національний університет*

*імені Івана Франка*

## **ПРОБЛЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ**

Суспільно-політичні події, що розгорнулись упродовж останніх чотирьох років призвели до виникнення ряду негативних змін у структурі соціально-економічного розвитку України. Розгортання воєнного конфлікту на Сході, нестабільна політична ситуація, загострення девальваційного та інфляційного процесів, різке скорочення платоспроможності населення та безперервне коливання курсу долара призвели до виникнення в Україні затяжної полікомпонентної кризи. Як наслідок, більшість вітчизняних виробників зіткнулись з різкою необхідністю змінити попередньо встановлений напрямок розвитку власної діяльності та максимально адаптувати існуючу стратегію підприємства до нових політико-економічних умов ведення бізнесу.



Під стратегією розвитку варто розуміти сукупність довгострокових цілей та завдань, які ставить перед собою підприємство з метою забезпечення оптимального розподілу ресурсів і вибору такого курсу дій, який неодмінно приведе до визначення шляхів вирішення наявних проблем підприємства та виявлення потенційних можливостей зростання його економічних та ринкових результатів.

Особливу увагу необхідно приділити стратегіям, що стосуються товарної політики підприємства. Адже, як зазначав, М.Портер, будь-яке підприємство може здійснювати свою діяльність із застосування однієї із трьох можливих маркетингових стратегій: лідирування на основі зниження витрат та, як наслідок, зниження ціни на пропоновану продукцію, диференціації та фокусування [1]. Не потрібно виключати також їх комбінацію, адже при виборі товарної стратегії фокусування, що передбачає концентрацію всіх комерційних та маркетингових зусиль на максимально повному задоволенні конкретно визначеної стратегічної групи споживачів (у даному конкретному випадку мова йде про вітчизняного споживача та вітчизняний ринок товарів та послуг) і поєднання її, для прикладу, із стратегією диференціації, яка полягає у створенні великого ряду модифікацій товару з метою врахування особливих вимог споживачів та особливостей ринку [2].

Для лівової частки вітчизняних компаній, що належать до найбільш перспективних галузей України, таких як фармацевтика, медицина, агросектор та сфера ІТ-технологій, складна економічна ситуація зумовлена нестабільністю політичного та економічного становища стала справжнім випробуванням. Проте існує також і ряд українських компаній, які зуміли побачити у нестабільній ринковій ситуації можливість побудови нових альтернативних стратегій, які б стосувались адаптації до постійних змін зовнішнього середовища, пристосовуючи при цьому внутрішні можливості до зовнішніх умов функціонування підприємства.

Різке зростання курсу іноземної валюти по відношенню до гривні неминуче призвело до поглиблення девальваційних процесів всередині країни. Збільшення курсу долара США з 8,16 грн. (станом на 01.10.2012 р.) до 26,1 грн. за 1 доллар США (станом на 01.10.2016 р.) зумовило значне подорожчання товарів іноземного походження та деяких груп товарів вітчизняних товаровиробників, адже, як відомо, в основі значної кількості продукції виготовленої на теренах України закладена сировинна база, що була придбана у зарубіжних постачальників [3]. Проте, дана негативна тенденція має одразу два аспекти. З одного боку, значне подорожчання зарубіжних товарів дало шанс українським компаніям змінити пріоритетні напрямки бізнесу, що стосувались виходу на нові закордонні ринки на менш пріоритетний до цього часу вектор розвитку власної підприємницької діяльності – насичення вітчизняного ринку високоякісними товарами, що не поступаються європейським аналогам. З іншої сторони, рішення вітчизняних виробників змінити свою маркетингову географію неодмінно призведе до загострення конкуренції на вітчизняному ринку і вимагатиме від них невідкладної зміни портфелю стратегій, що був прийнятий раніше.

В умовах адаптації господарської діяльності підприємства до нових умов ведення бізнесу необхідно реалізувати цілком новий комплекс заходів, які стосуватимуться вдосконалення наявної цінової політики. Перш за все необхідно попрацювати над забезпеченням незмінної доступності цін на продукцію українського походження, яку можуть забезпечити лише вітчизняні компанії. Це допоможе встановивши свій авторитет серед споживачів, які очікують від них не тільки якісної продукції, але й помірної у порівнянні з іноземним аналогом ціни та відповідного сервісу. Також варто пам'ятати про те, що більшість компаній-конкурентів змушені будуть теж передивитись власну цінову політику, а отже з'являється гостра необхідність у здійсненні безперервного моніторингу маркетингових заходів конкурентів, особливо тих, що стосуються цінових методів ведення конкурентної боротьби (проведення акцій, впровадження спеціальних сезонних пропозицій).

Враховуючи сучасні тенденції розвитку вітчизняного підприємництва в умовах невизначеності ринкової ситуації, компаніям при формуванні власного стратегічного портфелю варто враховувати те, що корпоративна стратегія, яка ляже в основу побудови всієї господарської діяльності підприємства повинна бути максимально пристосована до того чи іншого рівня мінливості зовнішнього середовища функціонування суб'єкта господарювання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Шершньова З. Є. – Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
2. Лаврова Ю. В. Маркетинг. Класичні положення і особливості застосування на транспорті: конспект лекцій [для студ. вищ. навч. закл.] / Ю. В. Лаврова – Харків: Вид. ХНАДУ, 2012. – 227 с.
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua/chart/?20&USD>

## СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

**Мандрико В.С.**

*студент,*

**Мирошниченко Ю.В.**

*кандидат технічних наук, доцент,*

*Харківський торговельно-економічний інститут*

*Київського національного торговельно-економічного університету*

### **ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ**

В умовах динамічного зовнішнього середовища, зростання кризових явищ в економіці України для виживання та розвитку торговельного підприємства виникає необхідність у кваліфікованих, компетентних професійних кадрах які мають високі ділові якості, вміння працювати з інформацією, системне мислення, цілеспрямованість, здатність приймати рішення, ініціативність, самостійність, здатність до навчання, готовність до змін, організаторські та комунікативні здібності, здатність до співробітництва та переконання.

Професійне навчання на виробництві спрямоване на підвищення компетентності працівників підприємств, тобто формування в них високого професіоналізму, майстерності, сучасного економічного мислення, вміння працювати в нових економічних умовах та забезпечення на цій основі значної продуктивності праці й ефективної зайнятості [1, с. 20].

В розвинутих країнах накопичено значний досвід навчання та розвитку персоналу організацій, використовуються сучасні методи перепідготовки кадрів, та як показує практика сьогодні вітчизняні підприємства значно відстають від світових стандартів. Все вищезазначене, визначає актуальність проблеми вивчення зарубіжного досвіду організації професійного зростання персоналу організації та впровадження його в діяльність вітчизняних підприємств.

Результативність діяльності підприємства в значній мірі залежить від рівня розвитку персоналу. Так, В.А. Савченко зазначає, що управління розвитком персоналу передбачає цілеспрямований вплив на працівників організації для забезпечення її ефективного функціонування та підвищення конкурентоспроможності на ринку з одночасним збагаченням інтелектуального, творчого та культурного потенціалу працівників, задоволення їхніх потреб у професійному навчанні, плануванні трудової кар'єри та професійно-кваліфікаційному просуванні, соціальному розвитку [2, с. 162].

В розвинутих країнах виділяються значні бюджети коштів на навчання та перепідготовку персоналу. Так, наприклад, у США встановлено, що інвестиції

в людський капітал через навчання підвищують продуктивність праці робочої сили. При збільшенні витрат на навчання на 10%, продуктивність праці зростає на 8,5% [3]. Це свідчить про те, що проблемі розвитку персоналу в зарубіжних компаніях приділяється значна увага.

Аналіз наукових праць дозволяє зробити висновок, що можна виділити японський та американський підходи до розвитку персоналу організації.

Відмінною рисою японського підходу до розвитку персоналу є врахування корпоративної культури, акцент на те, що персонал є найбільшою цінністю компанії. Так, в Японії головну роль відіграють моральні якості та відданість компанії, тому на підприємствах Японії в першу чергу враховуються професійні якості, які дозволяють швидко адаптуватися на підприємстві, проявляти творчу активність та мати готовність до постійного навчання на робочому місці і високу професійну [4, с. 17]. Таким чином, в японській моделі розвитку персоналу роботодавець орієнтується на випускників учбових закладів, які не мають досвіду, а формування необхідних знань та професійних навичок виконується безпосередньо в умовах підприємства.

В США підготовка та розвиток персоналу у великих компаніях відбувається у спеціальних виробничих центрах. Головним завданням навчання персоналу є пошук талановитих керівників та розвиток лідерських якостей. При підготовці персоналу використовуються неформальні методи навчання, формування навиків роботи в команді.

Аналіз підходів до організації професійного розвитку показує, що відмінність японського підходу до розвитку персоналу полягає в розширенні навичок та кваліфікації персоналу тоді як в американському підході відбувається підвищення кваліфікації в рамках своєї вузької спеціальності.

Таким чином, проведений аналіз свідчить про актуальність проблеми професійного розвитку персоналу.

Узагальнюючі вищевикладене можна зробити наступні висновки:

- зарубіжний досвід організації професійного розвитку персоналу може бути використано в Україні, зокрема з питань кар'єрного росту та впровадження індивідуального підходу до професійного навчання;
- необхідно враховувати особливості функціонування вітчизняних підприємств.
- необхідно використовувати передові методики навчання персоналу, які дозволяють розвивати креативне мислення, ініціативність, вміння працювати в команді з метою досягнення стратегічних цілей організації.

### **Список використаних джерел:**

1. Радкевич В. Сучасні чинники розвитку професійного навчання в умовах виробництва / В. Радкевич // Професійне навчання на виробництві: зб. наук. праць. – К.: Ін-т проф.-тех. освіти НАПН України, Навч. центр ПрАТ «Українське Дунайське пароплавання», 2011. – Вип. 4. – С. 18-27.
2. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу: Навч. посібник / В. А. Савченко. – К.: КНЕУ, 2002. – 351 с.

3. Масалимова А. Р. Корпоративное образование и внутрифирменная подготовка: особенности формальной, неформальной и информальной моделей // Современные проблемы науки и образования. 2012. – № 3. [Электронный ресурс] Режим доступа: [www.science-education.ru/103-6296](http://www.science-education.ru/103-6296)

4. Кузнецов В. В. Корпоративное образование: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2010. – 227 с.

**Хіргій Д.І.**

*студент,*

*Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка*

## **ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасному світі, який рухається шляхом глобалізації, здатність швидко адаптуватися до умов міжнародної конкуренції стає важливим фактором успішного та стійкого розвитку організації. Основним чинником розвитку глобалізації стала науково-технічна революція, особливо розвиток світової системи інформації, поширення Інтернету, який зробив можливим миттєвий зв'язок між людьми в різних кінцях світу і усунув перешкоди на шляху розповсюдження будь-якої інформації [1].

В існуючих умовах, підприємства на шляху до успішної та ефективної діяльності намагаються впоратися із завданнями стратегічного розвитку у жорсткому конкурентному середовищі, що можливо лише в разі наявного потужного кадрового потенціалу. На нього покладається завдання, з одного боку, оберігати національну особливість, а з іншого – вміти підлаштовуватись під цивілізаційні стандарти суспільного розвитку таким чином, щоб мати можливість, у першу чергу, реалізувати власні національні інтереси, бути вірними своїм управлінським цінностям, наслідувати сласні звичаї та норми системи державного управління [2, с. 86].

Дослідженням теоретичних, методичних та економіко-організаційних аспектів формування та використання кадрового потенціалу підприємства присвячені праці таких вітчизняних та зарубіжних науковців, як: І. Ансофф, Т. Білорус, О. Докучаєв, П. Друкер, А. Кібанов, Е. Маслов, М. Мескон, В. Травін, А. Турчинов, А. Шегда, С. Шекшня, М. Якуба та інші.

Не зважаючи на стилістичні та семантичні розходження щодо визначення сутності поняття «кадровий потенціал підприємства», його можна визначити як граничну величину можливої участі працівників підприємства у його діяльності з урахуванням їх компетентності, психофізичних особливостей, інтересів, мотивацій [3, с. 263].

Формування кадрового потенціалу є важливою функцією роботи будь-якого підприємства. Головною метою формування кадрового потенціалу підприємства є мінімізація резервів потенційних можливостей, яка обумовлена розбіжностями якостей, що потенційно сформувалися у процесі

розвитку здібностей до праці та особистих якостей з можливістю їх використання при виконанні конкретних завдань [4].

На процес формування кадрового потенціалу підприємства впливають різні фактори внутрішнього та зовнішнього середовища, найбільш вагомими з яких є:

- науково-технічний прогрес, який впливає на технічну оснащеність робочого місця, рівень використання науково-технічних досягнень, та вимагає додаткових знань працівників, а, відповідно, підвищення рівня їх кваліфікації;
- техніко-економічні фактори – впливають на інтенсивність використання праці та визначають, яким чином підприємства будуть використовувати кадровий потенціал працівників;
- соціально-економічні фактори – підвищують інтенсивність праці, додають їй творчий характер;
- кадрова політика підприємства, яка визначає генеральну лінію і принципи настанови в роботі з персоналом на довготривалу перспективу, основа мета якої – зберегти кадровий потенціал підприємства для забезпечення його функціонування;
- професійно-кваліфікаційні фактори, до яких належать рівень освіти, кваліфікація та зміни професійно-кваліфікаційної структури підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації персоналу;
- морально-етичні норми, адже колектив діятиме ефективніше та продуктивніше за умов вищої моральності та відповідної етики на підприємстві [5].

В умовах глобалізації кадровий потенціал підприємства набуває нових відтінків функціонування. Так, за даних умов, національні ринки перестають бути замкненими та відокремленими. Потoki переміщення робочої сили набирають дедалі більших масштабів. Запроваджуються вимогливі програми відбору фахівців, що формують новий тип професіоналів, які прагнуть якісно виконувати виробничі завдання, вміють і хочуть професійно розвиватися, а, отже, користуються попитом на ринку праці. Не менш жорстким при відборі персоналу є акцент на рівні освіти працівника: сьогодні недостатньо загальних знань з організації бізнесу, адже потрібні знання, що максимально підходять під бізнес-програми.

Як передбачається, у майбутньому розгорнеться боротьба компаній за талановитих фахівців, для багатьох фірм пошук талантів стане настільки ж важливим, як і глобальні стратегії виробництва [6, с. 17].

Водночас сучасні процеси формування кадрового потенціалу не забезпечуються необхідними кількісними та якісними характеристиками трудових ресурсів. Наразі, у багатьох країнах світу існує тенденція до депопуляції, старіння, бідності населення, міграції кваліфікованої робочої сили, деформації у сфері зайнятості, маргіналізації підготовлених фахівців, незадовільних умов праці, відсутності стимулів до професійного розвитку у більшості організацій.

Сукупний кадровий потенціал є національним надбанням будь-якої країни, і від його стану на пряму залежить соціально-економічний розвиток

суспільства. Саме тому, з аналізу існуючих проблем, що не сприяють формуванню ефективного кадрового потенціалу, впливає відсутність ефективних механізмів взаємодії держави та бізнесу в цьому напрямку.

Отже, для покращення існуючої ситуації пропонується вживати заходи щодо участі держави у формуванні кадрового потенціалу підприємств шляхом удосконалення законодавчої бази та забезпечення контролю за дотриманням вимог законодавства, що зможе вирішити проблеми наявності корумпованості, нелегальної міграції та ін. Також, необхідно вдосконалити систему освіти, перепідготовки кадрів, підвищення їх рівня кваліфікації із запровадженням відповідних курсів безпосередньо на підприємстві, що сприятиме вирішенню проблем відсутності системи профорієнтації та доступності освіти кожному працівнику, падіння престижності професій через зниження їх економічного статусу.

Необхідним є формування морально-етичних норм, які зможуть змінити ситуацію на рівні підприємства із наявністю дискримінації при наймі на роботу, в колективі, з партнерами, що може призводити до незадоволеності роботою у працівника, небажання працювати і розвиватися і, відповідно, до зниження ефективності кадрового потенціалу підприємства. Не менш важливим є здійснення заходів щодо вирішення соціально-економічних проблем, пов'язаних із скороченням зайнятих на підприємствах, недостатністю мотиваційних важелів та стимулів для саморозвитку і самовдосконалення, позитивний результат застосування яких стане одним із чинників формування кадрового потенціалу підприємства в умовах глобалізації.

### **Список використаних джерел:**

1. Волович О.О. Глобалізація: переваги і загрози для нашої країни. Національний інститут стратегічних досліджень. Регіональний філіал у м. Одесі. – [Електронний ресурс] / О.О. Волович – Режим доступу до ресурсу: <http://od.niss.gov.ua/articles/485/>
2. Турчинов А.И. Управление персоналом: учебник. – 2-е изд., доп. и перераб. / А.И. Турчинов. – М.: Изд-во РАГС, 2008. – 608 с.
3. Міждисциплінарний словник з менеджменту / За ред. Д.М. Черваньова, О.І. Жилінської. – К.: Нічлава, 2011 – 624 с.
4. Богацька Н.М. Кадровий потенціал – невід'ємний елемент діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Н.М. Богацька, М. Вербська. – Режим доступу до ресурсу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=22260>
5. Сінатор С.М. Фактори, які впливають на формування кадрового потенціалу підприємства [Електронний ресурс] / С.М. Сінатор – Режим доступу до ресурсу: <http://masters.donntu.edu.ua/2010/iem/litvin/library/article8.htm>
6. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навчальний посібник / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с.

## ЛОГІСТИКА ТА ТРАНСПОРТ

**Борисюк Д.В.**

*інженер кафедри,*

*Вінницький національний технічний університет*

### **ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНІЧНОГО ДІАГНОСТУВАННЯ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ**

Впровадження процесів діагностування технічного стану транспортних засобів дозволяє: зменшити витрати на поточні ремонти; скоротити витрату палива; збільшити термін служби шин шляхом своєчасного усунення факторів, що сприяють їх зносу; підвищити продуктивність транспортного засобу шляхом постійної підтримки його динамічних якостей. Крім того, при впровадженні процесів діагностування знижується ймовірність виникнення дорожньо-транспортних пригод внаслідок підвищення якості обслуговування вузлів, що забезпечують безпеку руху.

Але впровадження діагностування вимагає певних капіталовкладень на придбання і установку діагностичного обладнання, витрат на його амортизацію і поточних експлуатаційних витрат. У зв'язку з цим становить інтерес визначення економічної ефективності діагностування.

Економічна ефективність впровадження процесів діагностування оцінюється на основі зіставлення фактичних вартісних і натуральних показників. Річний економічний ефект визначається за формулою [1]:

$$E_{ef} = (C_1 + E_n K_1) - (C_2 + E_n K_2), \quad (1)$$

де  $C_1$  – собівартість річного обсягу продукції до впровадження діагностування, розрахована на річний випуск продукції в нових умовах;

$C_2$  – собівартість річного обсягу продукції в нових умовах;

$K_1$  – капітальні вкладення в виробничі фонди до впровадження діагностування, але в розрахунку на річний випуск в нових умовах;

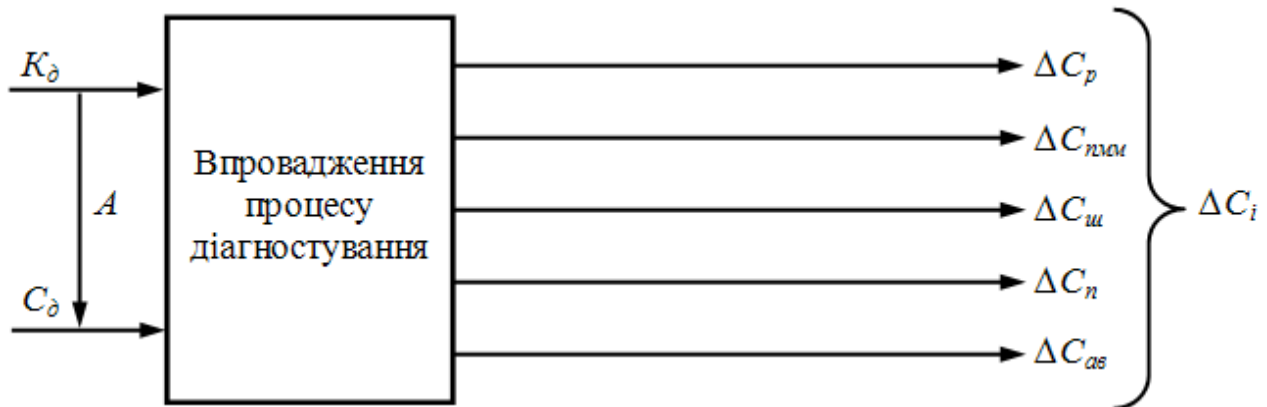
$K_2$  – капітальні вкладення в виробничі фонди в нових умовах;

$E_n$  – нормативний коефіцієнт економічної ефективності капітальних вкладень.

Реалізація зазначених принципів оцінки ефективності діагностування можлива тільки на основі методики розрахунку, що базується на взаємозв'язку змін вартісних, техніко-економічних і кон'юнктурних показників роботи транспортного парку в результаті впровадження процесів діагностування. Доцільно в даному випадку використовувати методику, що дозволяє знизити експлуатаційні витрати за різними статтями дослідним шляхом на основі обробки і порівняння даних про результати експлуатації транспортних засобів, що піддавалися і не піддавалися діагностуванню протягом певного пробігу (рис. 1). За цією методикою [1] (в результаті аналізу) повинні визначатися питомі показники економічної ефективності від



впровадження діагностування, а також річний економічний ефект. Крім того, розраховується строк окупності комплексу діагностичного обладнання.



**Рис. 1. Схема аналізу економічної ефективності впровадження діагностування:**

$K_\delta$  – капітальні витрати;  $C_\delta$  – питомі витрати на діагностування;  $A$  – амортизаційні витрати;  $\Delta C_i$  – зменшення питомих витрат;  $\Delta C_p$  – зменшення питомих витрат на ремонт;  $\Delta C_{пмм}$  – зменшення питомих витрат на паливо;  $\Delta C_{ш}$  – зменшення питомих витрат на шини;  $\Delta C_n$  – збільшення продуктивності за рахунок нарощування потужності;  $\Delta C_{ав}$  – зменшення питомих витрат за рахунок зниження аварійності

*Джерело: розроблено авторами*

Для визначення питомих витрат на діагностування необхідно шляхом хронометражу уточнити фактичну трудомісткість окремих діагностичних операцій. Після отримання даних хронометражу питомі витрати розраховуються за формулою [1; 2]:

$$C_\delta = AK_\delta + C_{zn} + C_{ен} + C_{ТОР} + C_{ін}, \quad (2)$$

де  $C_{zn}$  – заробітна плата операторів;

$C_{ен}$  – витрати па різні види енергії, що витрачаються в процесі діагностування;

$C_{ТОР}$  – витрати на обслуговування і ремонт діагностичного обладнання;

$C_{ін}$  – витрати на інші потреби (накладні витрати, утримання приміщення і т.д.).

Набагато складніше оцінити значення різних складових зменшення питомих витрат на експлуатацію транспортних засобів при впровадженні діагностування [1; 2]:

$$\Delta C_i = \Delta C_p + \Delta C_{пмм} + \Delta C_{ш} + \Delta C_n + \Delta C_{ав}. \quad (3)$$

Група транспортних засобів в цілому є складною стохастичною системою, на якість функціонування якої впливає велика кількість різних випадкових чинників: кваліфікація водіїв, погодні та дорожні умови і т.д. Варіація і тісний взаємозв'язок цих чинників створюють значний «шумовий ефект», на тлі якого важко виявити, в чистому вигляді складову, яка обумовлює зміну фактора, який нас цікавить. Це накладає певні якісні і кількісні вимоги до формування груп транспортних засобів, що проходили і не проходили діагностування, для порівняння показників їх роботи з метою визначення  $\Delta C_i$ .

Тому з якісної сторони необхідно так організувати порівняння, щоб по можливості виключити неідентичність впливу довготривалих факторів (погодні умови, якість виконання робіт з технічного обслуговування та ін.), інакше кажучи потрібно усунути систематичну похибку. З кількісного боку слід усереднити отримані показники, щоб вплив інших змінних факторів не був істотним.

#### **Список використаних джерел:**

1. Мирошников Л. В. Диагностирование технического состояния автомобилей на автотранспортных предприятиях / Л. В. Мирошников, А. П. Болдин, В. И. Пал. – М.: Транспорт, 1977. – 263 с.
2. Яхьяев Н. Я. Основы теории надежности и диагностика: учебник для студ. высш. учеб. заведений / Н. Я. Яхьяев, А. В. Кораблин. – М.: Издательский центр «Академия», 2009. – 256 с.

## НОТАТКИ

*Наукове видання*

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ  
ГОСПОДАРСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ**

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

*Матеріали друкуються в авторській редакції*

Дизайн обкладинки: А. Юдашкіна  
Верстка: Н. Кузнєцова

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

Підписано до друку 13.02.2017. Формат 60x84/16.  
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.  
Умовно-друк. арк. 6,74. Тираж 100. Замовлення № 0217-369.  
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.