

МАТЕРІАЛИ ІІІ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ»**

(27-28 квітня 2018 року)

Запоріжжя
2018

УДК 338.24+339.138(063)

А 43

Актуальні питання менеджменту та маркетингу. Матеріали
А 43 III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя,
27-28 квітня 2018 року). – Херсон: Видавництво «Молодий вчений»,
2018. – 100 с.

ISBN 978-617-7640-13-3

У збірнику представлені матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання менеджменту та маркетингу». Розглядаються загальні питання світового господарства та міжнародних економічних відносин, економіки та управління національним господарством, економіки та управління підприємствами, розвитку продуктивних сил і регіональної економіки, іноваційної та інвестиційної діяльності, бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту, маркетингу та інше.

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

УДК 338.24+339.138(063)

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Гонта С.В. МОДЕЛІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ: ДОСВІД ВЕЛИКОБРИТАНІЇ	5
Назаренко О.М. ВНЕСОК МІНІСТРІВ ФІНАНСІВ В ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ІМПЕРІЇ (КІНЕЦЬ ХІХ – ПОЧАТОК ХХ СТ.)	8

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Онищенко О.А., Андрієнко А.О. ЛІДЕРСТВО ЯК ФАКТОР ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ	12
Омельченко Я.В. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ЯК ОДИН З СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА	15
Уварова А.Є. ТЕОРЕТИЧНИЙ ЗМІСТ ПОНЯТТЯ «ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ»	18

ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Мирошниченко Є.М. ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ ЦИФРОВИХ ГРОШЕЙ	23
---	----

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Мичак Н.О. РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО НЕОБОРОТНІ АКТИВИ, УТРИМУВАНІ ДЛЯ ПРОДАЖУ, У ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	27
Онешко С.В. ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ВИТРАТ СТИВІДОРНОЇ КОМПАНІЇ	30
Стахов О.І. ОРГАНІЗАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ РУХУ ТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	34
Стахов О.І. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	39
Яцик Т.В. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ ТА КРИПТОВАЛЮТИ ЯК ОБ'ЄКТІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ	44

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Омелян Н.І. РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПРОЦЕСІ ВИКОНАННЯ БЮДЖЕТІВ ОРГАНАМИ КАЗНАЧЕЙСТВА УКРАЇНИ	49
Семенюк І.О. МЕТОДИ ВІДОБРАЖЕННЯ КРИПТОВАЛЮТИ У ФІНАНСОВОМУ ОБЛІКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА СПОСОБИ ЇЇ ОПОДАТКУВАННЯ	52
Сідак О.М., Тодосійчук В.Л. МЕНЕДЖМЕНТ КАПІТАЛУ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ	57

ФІНАНСИ ТА ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА

Животок Е.Б.

СУТЬ І ЗНАЧЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ІНФОРМАЦІЇ
ТА КОМЕРЦІЙНА ТАЄМНИЦЯ ПІДПРИЄМСТВА 62

Хабінець О.М., Легкоступ І.І.

ПРОБЛЕМИ МІЖБЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН
В КОНТЕКСТІ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ 64

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Волощук Д.В., Ковтонюк І.Ю.

ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ РОЗРАХУНКУ СПОЖИВЧОГО
ТА ВИРОБНИЧОГО НАДЛИШКІВ 68

Курінна Д.В., Курінна В.В., Рудянова Т.М.

ЗАСТОСУВАННЯ СТОХАСТИЧНОГО ПРОГРАМУВАННЯ
В АГРАРНОМУ ВИРОБНИЦТВІ 71

Охріменко В.В., Ковальова В.Ю.

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ ЧАСТКИ
ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ У СКЛАДІ ЕКОНОМІКИ 75

СТАТИСТИКА

Корепанов О.С.

СТАТИСТИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ 79

МАРКЕТИНГ

Мирошняк Х.-І.О.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ..... 83

ЛОГІСТИКА ТА ТРАНСПОРТ

Клевець Я.В.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ЩОДО КЛАСИФІКАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ 88

Сліпченко М.А.

СТРУКТУРА МІКРОЛОГІСТОЧНОЇ СИСТЕМИ 93

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Гонта С.В.

*асистент, молодший науковий співробітник,
Чернігівський національний технологічний університет*

МОДЕЛІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ: ДОСВІД ВЕЛИКОБРИТАНІЇ

Наразі Україна перебуває в стані активних реформ, спровокованих як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками. Незважаючи на численні виклики, що повстають перед нашою державою, водночас ми маємо широкі можливості для модернізації економічної системи та підвищення її ефективності. Однією зі складових, що напряду впливають на конкурентоспроможність національної економіки є інноваційна діяльність, яка передбачає як генерацію нових розробок і винаходів, так і їх безпосереднє впровадження у виробництво.

Для досягнення оптимальних результатів, недостатньо лише генерувати нові знання та розробки, не менш важливим є їх подальша комерціалізація. Тому кожна держава формує національну інноваційну систему (НІС) – «мережу взаємопов'язаних інституцій в державному та приватному секторах, чия діяльність і взаємодія ініціюють, привносять, видозмінюють та розповсюджують... інновації» [1]. Враховуючи, що НІС України потребує науково-обґрунтованої модернізації, ми вважаємо за доцільне розглянути досвід однієї з найуспішніших в цьому плані країн – Великобританії.

Британська НІС формувалася протягом тривалого часу. Підвалини інноваційного регулювання були закладені ще у 1623 році, з прийняттям «Статуту про монополії» – документу, що надавав кожному, хто винайде та використає технологічне нововведення, виключне право на його використання протягом певного часу. Це

позитивно вплинуло на розвиток промисловості, та стало предтечею сучасного патентного законодавства [2].

Сучасна НІС Великобританії має за мету максимізацію економічних ефектів через виробництво наукоємної продукції, популяризацію науки та освіти, створення нових робочих місць. Наразі вона складається з трьох структурних компонентів: освіта та генерація знань, інноваційна інфраструктура, фінансування інноваційної діяльності.

Основою британської системи генерації знань є університети та інститути, в яких виконується значна частина всіх досліджень. Права на результати НДДКР, зроблених в межах певного університету, залишаються за ним. Таким чином, саме університет відповідає за захист інтелектуальної власності та мотивацію вчених. Вагомим фактором також є широке залучення студентів до наукових проектів, що окрім прямого організаційного ефекту (наявність персоналу, який здатний виконувати низько кваліфіковані завдання), виконує ще й освітні та мотиваційні функції – набуття студентами практичного досвіду науково-дослідної діяльності, та причетність до створення певного інтелектуального продукту [3].

Важливою складовою інноваційної інфраструктури є підтримка вчених, оцінка комерційної привабливості проекту, захист прав на розробку, та подальший супровід на ринку. Це забезпечують інститути інноваційної підтримки, які можуть бути як структурною частиною університету, так і окремими дочірніми компаніями. Схожі функції виконують і приватні інформаційні агентства, які займаються пошуком перспективних наукових проектів та представників бізнесу, які готові впроваджувати їх у виробництво. Окрім того, в Великобританії є розвинута система бізнес-інкубаторів, інноваційно-технологічних центрів та технопарків, які підтримуються державою.

Ще одним важливим аспектом комерціалізації наукових досліджень є диверсифікована система фінансування НДДКР. Департамент інновацій, університетів та компетенцій (DIUS), орган, який розподіляє та контролює використання бюджетних грошей на наукові дослідження, в свою чергу, фінансує кілька програм та компаній, спрямованих на

підтримку науки та інноваційної діяльності. Зокрема, Наукові ради Великобританії (RCUK), органи приватно-державного співробітництва, які координують та фінансують наукові дослідження у широкому спектрі, як фундаментальні, так і прикладні. Гроші розподіляються за допомогою грантів, одним із критеріїв оцінки прикладних проектів є можливість комерціалізації та доцільність впровадження результату у виробництво. Ще однією організацією, що фінансується DIUS є Рада з технологічної стратегії (TSB), яка безпосередньо займається підтримкою КДДКР у найбільш перспективних сферах, та мають найбільший потенціал до зміцнення національної економіки. Установа надає як фінансову підтримку в процесі розробки, так і допомогу з пошуку потенційних виробників [4].

Окремо необхідно згадати програму Ініціатива наукових досліджень, що проводяться малим бізнесом (SBRI). Її головною метою є стимуляція інноваційної діяльності малого бізнесу, та фінансова підтримка підприємств, які хочуть впровадити результати НДДКР у виробництво. Фінансування відбувається шляхом конкурсу. Наразі до цієї Ініціативи долучилися також Міністерство Оборони та Департамент охорони здоров'я, та здійснюють фінансування профільних розробок.

Таким чином, ми розглянули британську модель комерціалізації результатів наукових досліджень. Хоча кожен уряд Великобританії коректує числові показники, сама система залишається незмінною та ефективною. Її основою є гарантування прав на інтелектуальну власність установам, що її виробили, та низка взаємопов'язаних організацій, що фінансують, контролюють та супроводжують наукові дослідження, впроваджуючи державну стратегію інноваційного розвитку. Ми вважаємо за доцільне вивчення досвіду Великобританії для розробки української НІС.

Список використаних джерел:

1. Махортова В.К. Национальная инновационная система Великобритании / В.К. Махортова // Вестник Брянского государственного университета. – 2014. – № 3. – С. 134.

2. Пиленко А. Право изобретателя. Привилегии на изобретения и их защита в русском и международном праве / А. Пилипенко // СПб. – 1903. – Т. 1. – С. 84.

3. Коммерциализация результатов научно-технической деятельности: европейский опыт, возможные уроки для России / [В. М. Бузник и др.] ; под ред.: В. В. Иванова [и др.]. – Москва: Центр исслед. проблем развития науки РАН, – 2006. – 263 с.

4. Скотт Р. Инновационная стратегия Великобритании / Р. Скотт // Форсайт. – 2009. – № 4 (12). – С. 16-21.

Назаренко О.М.

аспірант,

*Державна навчально-наукова установа
«Академія фінансового управління»*

**ВНЕСОК МІНІСТРІВ ФІНАНСІВ
В ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ІМПЕРІЇ
(КІНЕЦЬ ХІХ – ПОЧАТОК ХХ СТ.)**

У кінці ХІХ століття, разом зі стрімкою індустріалізацією, європейські країни захопили ідеї націоналізму та національної економіки. У зв'язку з цим, в Імперії виникла гостра необхідність форсування індустріалізації країни. Сільське господарство виявилось найважливішим інструментом, що і відобразилося на державному економічному курсі, а політика протекціонізму прийшла на зміну фрітредерству.

Одним з очільників нового курсу був міністр фінансів М. Х. Бунге (1881–1886 рр.). Його діяльність співпала з різкою зміною політичного курсу держави та кризою, зумовленою наслідками різкого збільшення військових витрат в період російсько-турецької війни 1877–1878 рр. Бунге стояв у витоків розвитку протекціонізму, хоча і виступав проти крайнощів державного втручання у справи промисловості та торгівлі [2].

Необхідною мірою для поліпшення добробуту селян став одним із перших його заходів на посту міністра фінансів – зниження викупних платежів. До того ж, з селян, зазвичай, справлялося більше, ніж

сплачувалося за зобов'язаннями викупної операції. Загальна сума зниження склала до 12 мільйонів рублів на рік.

За Бунге було відмінено подушний податок та соляний акциз. Для компенсації доходів, які можна було отримати за рахунок відмінених податків, було підвищено податки на спирт, цукор, тютюн, гербовий збір та ряд інших; збільшено митні збори на імпортні товари. Бунге був прихильником введення прибуткового податку. В 1885 році було введено податок на дохід від грошових капіталів, податок на прибуток, а в першу чергу – податок на майно, що переходить у власність безоплатно. Створено інститут податкових інспекторів.

З осені 1884 року почалась підготовка грошової реформи: в Державному банку почали накопичення золота з надходжень від митних зборів та зовнішніх займів.

Велася робота з розробки фабричного (трудового) законодавства. В 1884 році вступив в дію закон, яким заборонялася робота малолітніх на фабриках та регламентувалася робота дітей та підлітків 12-15 років (робочий час обмежено 8 годинами). У 1885 році заборонено нічні роботи для підлітків до 17 років та жінок на текстильних фабриках. В 1886 році видано «Правила о надзоре за заведеннями фабричної промисленности», якими обмежувалось свавілля роботодавців відносно працівників – заборонялося розраховуватися з робітниками купонами або ж в натуральній формі, проводити відрахування за борги, регламентувалися штрафи та інше. Посилювались репресивні заходи за підбурювання та участь у сутичках, угрози адміністрації та відмову від роботи. За виконанням трудового законодавства слідувала спеціально створена у 1882 році фабрична інспекція.

Бунге намагався знизити витрати та не зміг вирішити питання розроблення бездефіцитного бюджету, саме це і стало однією з головних задач нового міністра.

1 січня 1887 року пост міністра фінансів зайняв І. О. Вишнеградський. Головною метою нового міністра стала ліквідація бюджетного дефіциту, політика протекціонізму вітчизняної промисловості та укріплення національної валюти. Для цього Вишнеградський мав намір ввести винну і тютюнову монополії,

переглянути залізничні та митні тарифи. Дійсно, таким чином за перші два роки, йому вдалося зменшити бюджетний дефіцит та значно збільшити золотий запас Імперії, а разом з ним і стійкість рубля. Та задля цієї цілі, було підвищено прямі та непрямі податки. Було підвищено питейний акциз, введено нафтовий та сірниковий акцизи, додатковий акциз з рафінованого цукру, збільшено гербовий збір. Більш за все це відобразилось на митному тарифі 1891 р. – мита збільшились на 63% імпортних товарів, а зменшились лише для 2%, що дозволило провести конвертацію зовнішніх займів з 5 до 4% та почати масштабну акцію з викупу нерентабельних залізних доріг в державну казну. Підвищення непрямого оподаткування Вишнеградського було розкритиковано як погіршення становища малозабезпечених верств населення.

За Вишнеградського експорт хліба виріс більше ніж у два рази – намагався вирішувати проблеми індустріалізації та фінансової стабілізації за рахунок сільського господарства. Провів зниження хлібних тарифів – на експортне зерно встановлено знижку 10%. Стимулював вивіз не тільки надлишків хліба, а й частини необхідних запасів селян. Символом цього підходу стала його фраза: «не доедим, но вывезем!». Його міністерський колега П. Х. Шванебах пояснює виникнення цієї фрази наступним чином: «Не могу забыть возгласа, вырвавшегося у него весной 1891 г., когда при надвигающемся неурожае, он стал опасаться отлива золота: «Сами не будем есть, но будем вывозить». Юмор И. А. (Вышнеградского) и его всегдашняя готовность для дела хоть самому лечь костями несколько скрашивают жестокость этого изречения» [1; 2; 3]. Однак, він не приділяв необхідної уваги аграрному питанню, що в результаті призвело до ускладнення умов у селах та голоду 1891–1892 рр. Як міністру, йому не вистачало широкого кругозору, що і призвело до краху його починань.

В серпні 1892 р. міністром фінансів стає С. Ю. Вітте. Система Вітте передбачала пришвидшений розвиток національної економіки протягом двох п'ятирічок. За мету було поставлено наздогнати передові в економічному плані європейські країни. Засобами досягнення такої мети

стали: державне втручання в економіку, фінансування підприємств, в яких був зацікавлений уряд, акумуляція капіталів в Росії за рахунок збільшення непрямих податків, введення винної монополії, залучення іноземного капіталу у вигляді займів та інвестицій. Створення запасу золотої готівки Вишнеградським, дозволило Вітте провести грошову реформу та ввести «золотий рубль».

Протекціонізм, розглядається Вітте, як тимчасове явище, необхідне для посилення національної економіки. Вже з 1893 року значно збільшується кількість позикових операцій під хліб державним банком, дозвіл «хлібних» кредитів приватним комерційним банкам, в ряді губерній зростає збір поземельних податків та земських страхових зборів хлібом. Активні операції кредитних установ були спрямовані головним чином на видачу учасникам грошових кредитів. У склад кредитних установ у більшості входили господарства, які отримували прибуток від землеволодіння та молочного скотарства. Отже, політика Вітте була орієнтована на здешевлення сільськогосподарського кредиту, що зробило його доступним широким верствам землевласників. Таким чином, у кінці XIX – початку XX ст. прослідковується вплив держави на розвиток хлібного ринку.

Список використаних джерел:

1. Миронов Б. Н. Благосостояние населения и революции в имперской России: XVIII – начало XX века. М.: Новый хронограф, 2010. – 644 с.
2. М. Константинова, «О роли государства в хлебной торговле Сибири в конце XIX – начале XX в.», Интернет портал по истории Алтая – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://new.hist.asu.ru/biblio/urbani/2_5.html.
3. Жога Г. «Эксперт Урал» № 12 (321), 24 марта 2008 г.
4. Коллектив авторов СПбГУ под ред. акад.Фурсенко. Управленческая элита Российской империи (1802-1917). – С-Петербург.: Лики России, 2008. – С. 342.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Онищенко О.А.

кандидат наук з державного управління, доцент;

Андрієнко А.О.

студентка,

Запорізький національний університет

ЛІДЕРСТВО ЯК ФАКТОР ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Світ потребує лідерів. Між тим, ті, хто керує організаціями, очолює держави та групи, рідко володіють здатністю вести людей за собою. Характерні риси їхньої поведінки роблять їх лише формальними лідерами. Бізнес-лідери, дотримуючись економічних цілей, допомагають своїм підлеглим реалізувати свої особисті цілі. Адже де лідери ведуть, люди працюють більш ефективно. Як вони ведуть себе на роботі, як вони виконують свої завдання, залежить від того, хто спонукає їх до роботи.

Ефективний лідер – це не просто ефективний адміністратор. Це було до останнього часу, але сьогодні в більшості організацій лідери намагаються бути максимально наближеними до звичайних працівників. Вони відкладають атрибути влади. Допомога людям пристосовувати свою поведінку до культури організації стає основною проблемою для сучасних лідерів.

Позиція лідера в організації дедалі менше залежить від позиції компанії. Навпаки, їх сила базується на багатьох навичках, таких як вміння уважно слухати, підвищення кваліфікації працівників, постійне навчання. Вони усвідомлюють, що знання є інструментом розвитку, у цьому сенсі воно стратегічне.

Ефективний лідер – це перш за все успішний менеджер, який обирає правильних людей для роботи. Він вважає, що успіх

управління людьми в організації залежить від ретельної оцінки їхнього прогресу на роботі та використання системи стимулів [1, с. 118].

На думку П. Друкера, ефективний лідер у своїх діях керується чотирма принципами [2, с. 143]:

- лідер – це людина, яка має послідовників;
- лідерство не означає популярність, лідерство є результатом дії;
- лідер подає приклад іншим;
- лідерство – це відповідальність.

На початковому етапі формування організації роль лідера полягає у запуску механізмів переміщення з місця на місце. Його завдання - вдихнути життя в організацію. З його енергією та вірою в успіх він може заразити інших і викликати в них бажання брати участь. Коли організація вже функціонує, думки, цінності підприємця передаються підлеглим, формуючи організаційну культуру. Лідер створює кілька важливих елементів організаційної культури, таких як:

- визначення та передача цінностей та принципів організації;
- визначити поведінкові схеми в організації;
- розробити метод отримання відгуків від працівників;
- наслідки своєї роботи, як в економічному та фінансовому плані, так і в плані поведінки;
- створення системи винагороди та зміцнення бажаної поведінки.

Успішні організації швидко завойовують послідовників, і ті, у свою чергу, можуть стати серйозними конкурентами. У цьому контексті роль лідера полягає в зосередженні на сильних сторонах організації, тобто тих, які забезпечують її успіх та гарантують стабільність.

Швидкість змін майже в кожній сфері життя означає, що ці сильні сторони організації парадоксально стають його тягарем. У цій ситуації лідерам потрібно подумати про внесення змін. Це не просто зміна у сенсі нової концепції, а й впровадження чогось концептуально нового в організацію

У момент внесення змін до організації роль лідера зростає. Почуття невизначеності та небезпеки, пов'язані зі зміною, змушує людей шукати когось, хто може забезпечити їм почуття безпеки. Лідер:

- визначає напрямки дій;
- розробляє стратегію компанії;
- вміло обґрунтовує зміни;
- діє для втілення змін.

Особливістю лідерів є:

- соціальний інтелект – навички емоційного подолання проблем в різних ситуаціях;
- інтелектуальна ефективність – творчість та відкритість до досвіду;
- стійкість до стресу та фрустрації;
- самоконтроль;
- сильна внутрішня мотивація – демонстрація наполегливості та наслідків у дії;
- «напористість» – планування та вжиття заходів, що враховують інтереси працівників;
- екстраверсія, в супроводі прагматизму (але тільки в реалізації важливих завдань).

Важливо також, щоб лідер використовував свої активи та методи управління групою. Управління групою людей нелегке завдання, а це означає, що лідер повинен мати час і місце, щоб довести свою цінність.

Список використаних джерел:

1. Максвелл Дж. Воспитай в себе лидера / Дж. Максвелл. – М.: Попурри, 2016. – 400 с.
2. Друкер П. Эффективный руководитель / П. Друкер. – Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 240 с.

Омельченко Я.В.

бакалавр,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут

імені Ігоря Сікорського»

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ЯК ОДИН З СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток персоналу є одним з важливих елементів ефективного функціонування підприємства. В умовах розвитку та глобалізації економіки, інформатизації суспільства, прогресивного розвитку технологій, інноваційності виробництва значення людини як основного «ресурсу» на підприємстві значно зросло і призвело до необхідності формування працівників нового рівня. На даному етапі розвитку ринок праці висуває значні вимоги до компетенції працівників при відборі на певну посаду. Адже якість трудових ресурсів значно впливає на поточний і майбутній рівень конкурентоспроможності підприємства і забезпечення конкурентних переваг на ринку товарів і послуг. Підприємство яке прагне ефективно використовувати своїх працівників ставить перед собою задачі, щодо управління стратегічним розвитком персоналу.

Питання стратегічного управління персоналу є досить актуальним, тому значна кількість вчених приділяли увагу його всебічному розгляду, серед яких Л. В. Батченко, Л. Є. Довгань, І. Р. Бузько, О. А. Грішнова, Т. С. Максимова, О. Ф. Новікова, А. Я. Кібанов, Л. В. Балабанова, І. П. Волкова, Г. Д. Тарасенко, Г. М. Генкін, Т. С. Максимова, І. Л. Петрова, М. Д. Прокопенко, А. П. Єгоршин. Така актуальність питання супроводжується тим, що персонал як «ресурс» підприємства є основним елементом, який забезпечує ефективне функціонування підприємства.

Стратегічне управління персоналом – це процес утворення трудового потенціалу підприємства, що буде характеризуватися високою конкурентоспроможністю незважаючи на постійні зміни, що

відбуваються на мікро– та макрорівні. Це дозволить компанії зберегти існування, постійно розвиватися, а також досягати цілей в довгостроковому періоді [1, с. 59].

Розвиток персоналу – здійснюється службою управління персоналом на підприємстві для навчання, перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників за допомогою заходів організаційно-економічного характеру [2, с. 85].

Стратегічне управління персоналом дає змогу вирішувати такі завдання [3]:

1) забезпечення підприємства необхідними людськими ресурсами відповідно до його стратегії;

2) формування внутрішнього середовища підприємства таким чином, що внутрішньо організаційна культура, ціннісні орієнтири, пріоритети у потребах створюють умови та стимулюють відтворення та реалізацію людських ресурсів і власне стратегічного управління;

3) здатність усунення суперечностей у питаннях централізації – децентралізації управління персоналом.

Для стратегічно орієнтованих організацій пріоритетами стратегічного розвитку людських ресурсів організації є [4, с. 277]: розробка стратегій індивідуального, командного й організаційного навчання; створення організації, що навчається; нарощування інтелектуального капіталу організації; розвиток керівників; формування емоційної культури; розвиток стратегічної здібності.

Слід підкреслити, що впровадження на підприємстві системи стратегічного управління передбачає чітку організацію й практичне здійснення професійної діяльності стосовно стратегічного аналізу, розробки, розвитку, реалізації та контролю стратегії, що зорієнтована на досягнення головної місії й цілей функціонування. У якості головного складника системи стратегічного управління найчастіше застосовують систему збалансованих показників, що являє собою комплексний інструмент, спрямований на управління показниками, що забезпечує досягнення стратегічних цілей [5]. За допомогою даної системи можна здійснити порівняння результатів до і після, що дасть

змогу визначити ефективність управління на підприємстві після впровадження стратегії розвитку персоналу.

Отже, розвиток конкурентоспроможного персоналу надасть підприємству змогу швидко реагувати на зміни навколишнього середовища, досягти поставлених стратегічних цілей і ефективно функціонувати на ринку товарів і послуг. Тому, розвиток персоналу займає найважливіше місце в системі стратегічного управління, що дасть змогу підприємству зміцнити свої позиції на ринку.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В. Стратегічне управління персоналом підприємства: навч. посіб. – К.: Знання, 2011. – 232 с.
2. Кибанов А. Я. Основы управления персоналом: учебник / А. Я. Кибанов. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 304 с.
3. Менеджмент процессов / под ред. Й. Беккера, Л. Вилкова, В. Таратухина, М. Кугелера, М. Роземанна. – М.: Изд-во «Эксмо», 2008. – 384 с.
4. Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами: [пер. с англ.] / Армстронг М. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 328 с.
5. Бортнік С. М. Практичне застосування збалансованої системи показників як інструмента стратегічного планування діяльності підприємства / С. М. Бортнік // Вісник Волинського інституту економіки і менеджменту: наук. журн. – 2014. –Т. 1. – № 10. – С. 40-51.

Уварова А.Є.
аспірант,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

**ТЕОРЕТИЧНИЙ ЗМІСТ ПОНЯТТЯ
«ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ»**

В сучасних нестабільних економічних умовах, що панують в Україні, надзвичайно гострим постає питання щодо визначення пріоритетного виду економічної діяльності, який забезпечував би безперервний розвиток національного господарства, його розширене відтворення та модернізацію. Незважаючи на те, що традиційно рушійною силою розвитку економіки будь-якої країни вважають виробництво, слід відзначити вагомість торгівлі, завдяки якій вирішуються одні з основних проблем держави, а саме: формування та стабілізація споживчого ринку, що, в свою чергу, забезпечує задоволення потреб населення в товарах і послугах, дотримання продовольчої безпеки, підвищення якості життя населення та збереження його соціальної стабільності.

В свою чергу, просування товарів та послуг від виробника до кінцевого споживача в просторі та часі відноситься до сфери логістики торговельних підприємств. У зв'язку з цим, особливої актуальності набуває питання, яке пов'язане з формуванням ефективного організаційно-економічного забезпечення логістичної діяльності, що дозволить торговельним підприємствам, по-перше, встановити баланс між усіма суб'єктами логістичного процесу; по-друге, оптимізувати логістичні витрати; по-третє, раціоналізувати усі наявні бізнес-процеси, а також скоординувати матеріальні, фінансові, інформаційні, сервісні та інші потоки.

Незважаючи на той факт, що питанням удосконалення організаційних та економічних аспектів забезпечення функціонування діяльності торговельних підприємств у загальному розумінні

присвячено велику кількість праць як вітчизняних, так і закордонних учених, проте недостатньо дослідженими залишаються проблеми організаційного та економічного забезпечення саме логістичної діяльності підприємства. Це й обумовило науковий інтерес до даної проблематики та спонукало до подальшого аналізу і вивчення поняття та змісту організаційного-економічного забезпечення логістичної діяльності торговельних підприємств.

Аналіз літературних джерел дозволив визначити, що на сьогодні не існує єдиного чіткого визначення поняття «організаційно-економічне забезпечення» (ОЕЗ). Пропонується різноманітне трактування даного поняття з різним змістовним навантаженням, що обумовлюється специфікою застосування цього терміну за тих чи інших обставин. Так, А. Седаков та В. Цурик у своїй роботі розглядають ОЕЗ функціонування підприємства як систему адаптації суб'єктів підприємництва до умов зовнішнього середовища, орієнтовану на пошук і реалізацію можливостей підприємств, що забезпечать сталий розвиток та виживання підприємств у період трансформаційної економіки [1].

В роботі [2] ОЕЗ функціонування торговельного підприємства трактують як систему формування цілей та стимулів, які дозволять перетворити у процесі трудової діяльності рух (динаміку) матеріальних і духовних потреб членів суспільства на рух засобів виробництва і його кінцевих результатів, спрямованих на задоволення платоспроможного попиту споживачів.

За Г. Пономарьовою, ОЕЗ ґрунтується на тенденціях розвитку підприємства, враховує досягнутий науково-технічний рівень його розвитку, соціальні, правові та психологічні відносини в колективі підприємства в процесі управління [3, с. 8-9]. Слід зауважити, що науковець особливу увагу приділяє правовому аспекту, як складовому елементу організаційного забезпечення.

В свою чергу, С. Кучер розглядає організаційно-економічне забезпечення підприємства як сукупність заходів і засобів, створення умов, які сприяють протіканню економічних процесів, реалізації намічених планів, програм, проектів тощо, наголошуючи на

взаємозв'язку між організаційно-економічним забезпеченням та реалізацією поставленої мети підприємства [4, с. 6].

Інноваційного підходу до тлумачення ОЕЗ дотримується О. Міннеханова, визначаючи цей термін як сукупність взаємозалежних елементів організації й управління інноваційними процесами та взаєминами між її учасниками, що перебувають у безперервній взаємодії один з одним і з зовнішнім середовищем у ході визначення, розробки й практичного впровадження нововведень у поточній і перспективній діяльності підприємства, ефективне керування якими дозволяє підвищити його конкурентоспроможність і інноваційну адаптивність до зовнішніх змін ринку [5, с. 58].

Системність у визначенні поняття «організаційно-економічне забезпечення» висвітлюється в роботі В. Грицишина: ОЕЗ управління підприємствами складається з сукупності підсистем та елементів ринкового середовища, до яких можна віднести фінансову, організаційну, кадрову, інформаційну та правову під-системи [6, с. 8].

Результати проведеного дослідження свідчать, що на даний момент існує дискусія щодо виділення єдиного підходу до визначення сутності категорії «організаційно-економічне забезпечення». Дослідження та аналіз наведених трактувань дозволив виділити основні ознаки цього поняття:

сукупність різних цілей та стимулів, що спрямовують торговельні підприємства на подальший розвиток;

наявність чіткої взаємодії між структурними елементами торговельного підприємства та його зовнішнім середовищем;

наявність інноваційного елементу, що дозволяє підвищити науково-технічний рівень підприємства.

Підсумовуючи вищезазначене, слід визначити, що для визначення змісту організаційно-економічного забезпечення доцільним є поділ його структури на дві окремі складові, а саме: організаційну та економічну.

Сьогодні, визначаючи поняття «організаційне забезпечення», в науковій літературі використовують системний, структурний нормативний та процесний підходи [7]. Комплексний підхід до

визначення ОЕЗ представлений в роботі [8], де зазначено, що це певна система, що забезпечує впорядкування елементів і наявних між ними зв'язків, що здійснюється за рахунок ефективно організованого взаємозв'язку між підрозділами торговельного підприємства та підприємства і його зовнішнього оточення, шляхом формування нормативної бази та ефективної структури управління.

Що стосується організаційного забезпечення логістичної діяльності торговельного підприємства, то воно повинно бути спрямовано на вирішення наступних завдань: визначення відносин і зв'язків між структурними підрозділами тор-говельного підприємства; забезпечення необхідної координованості дій усіх підрозділів торговельного підприємства; забезпечення стратегії «вертикальної інтеграції» або формування ефективного механізму взаємодії відносин підприємства з середовищем безпосереднього впливу; вибір форми організування управління виробництвом та торговельного підприємства в цілому.

Під економічним забезпеченням, як правило, розуміють систему економічних відносин, які виникають у процесі виробництва й реалізації благ (товарів, робіт та послуг) між окремими суб'єктами ринку, між суб'єктами ринку і державою (регіонами), між самою структурою і її трудовим колективом, між власниками капіталу і найманими працівниками з приводу порівняння витрат із доходами, виявлення розподілу та використання прибутку [9, с. 226].

Так, ґрунтуючись на вищевказаному тлумаченні понятті «економічне забезпечення», слід визначити, що економічне забезпечення логістичної діяльності торговельного підприємства повинно вирішувати наступні завдання: підвищення основних економічних показників, що визначаються відповідно до функціональних областей логістики, обґрунтування та реалізація різних інноваційних процесів; пошук наявних резервів та економічних стимулів, спрямованих на підвищення економічної ефективності логістичної діяльності торговельного підприємства та підприємства в цілому.

Список використаних джерел:

1. Садеков А.А. Управление предприятием в условиях кризиса: монография / А.А. Садеков, В.В. Цурик. – Донецк: ДонГУЭТ, 2006. – 178 с.
2. Довгань Л.Є. Формування організаційно-економічного механізму ефективного управління підприємством / Л.Є. Довгань, О.Г. Лулукало // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2012. – С. 48-56.
3. Пономарьова Г.О. Організаційно-економічне забезпечення випереджувального управління підприємством: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. – Луганськ, 2004. – 25 с.
4. Кучер С.Ф. Організаційно-економічне забезпечення перетворень у курортно-рекреаційній системі приморського міста: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.05 / НАН України, Ін-т екон.-прав. дослідж. – Донецьк, 2009. – 24 с.
5. Миннеханова Е.В. Теоретико-методологические основы формирования организационно-экономического взаимодействия пространственно-локализованных экономических систем в регионе // Российское предпринимательство. – 2011. – № 7, Вып. 2. – С. 155-159.
6. Грицишин В.О. Організаційно-економічне забезпечення управління підприємствами соціально-економічної інфраструктури міста: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. – Луганськ, 2004. – 23 с.
7. Божанова О.В. Організаційно-економічне забезпечення управління змінами на промисловому підприємстві / О.В. Божанова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – Випуск 10 (1). – 2016. – С. 39-42.
8. Уварова А.Є. Теоретичні аспекти організаційного забезпечення логістичної діяльності торговельних підприємств / А.Є. Уварова // II International Scientific and Practical Conference «International Trends in Science and Technology»: March, 16, 2018, Warsaw, Poland. С. 20-22.
9. Лакіза В.В. Качмар К.Я. Організаційно-економічне забезпечення функціонування підприємства / В.В. Лакіза, К.Я. Качмар // Науковий вісник НЛТУ України. Економіка, планування і управління галузі. – Випуск 21.8. – 2011. – С. 224-229.

ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Мирошніченко Є.М.

студент,

Науковий керівник: Обелець Т.В.

старший викладач,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут

імені Ігоря Сікорського»

ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ ЦИФРОВИХ ГРОШЕЙ

У зв'язку з розвитком економіки на перший план виходить питання переваг і недоліків цифрових грошей. За останній час багато сфер життя людини були перенесені в цифровий світ, що в свою чергу тягне за собою і перенесення способу сплата за послуги.

Концепція електронної економіки з'явилася в останньому десятилітті ХХ століття [1]. У 1995 році Ніколас Негропonte говорив про недоліки класичних товарів таких як: вага, сировина, транспорт. Він вивів переваги нової економіки: відсутність ваги товарів, віртуальність, майже не потрібна сировина, миттєве глобальне переміщення товарів.

Цифрова економіка – економічна діяльність, заснована на цифрових технологіях. Прикладом цифрової економіки є: електронні товари і послуги, вироблені електронним бізнесом і електронною комерцією. І як наслідок розрахунки за послуги і товари виробляються здебільшого електронними грошима.

Електронні гроші – це неоднозначний і еволюційний термін, що вживається в багатьох значеннях, пов'язаних з використанням комп'ютерних мереж і систем збереженої вартості для передачі і зберігання грошей [2]. Прикладом електронних грошей можна назвати: Bitcoin, Ethereum, Ripple.

До переваг електронних грошей можна віднести [3]:

- Легкий доступ – цифрова валюта легко доступна для широкої публіки. Це децентралізовані гроші, і інвестори з усього світу мають легкий доступ до них.

- Швидкі і прості платежі. Виконувати платежі з використанням цифрової валюти дуже просто. Ви можете зробити це всього за кілька секунд. Все, що вам потрібно, це адреса гаманця особи або підприємства, якому ви хочете внести платіж.

- Малі витрати на перекази – банківські перекази є досить дорогими, оскільки вони стягують значну плату за транзакцію. Компанії по обробці кредитних карт стягують величезні збори за їх обслуговування.

- Приватність – вам не потрібно ділитися своєю особистою інформацією, місцезнаходженням або відомостями про транзакції, скоєних між вами і бенефіціаром.

- Високий ступінь захисту – всі ваші транзакції будуть безпечними, оскільки використовуються криптографічні методи захисту будь-якої особи. Ніхто окрім власника гаманця, не зможе виконати платіж з гаманця, якщо тільки він не був взламаний. Тим більше є багато способів захистити себе. Одним з таких способів є подвійна аутентифікація.

- Безвозвратність платежів – після того, як був здійснений платіж, скасувати транзакцію неможливо. Це значно знижує ймовірність шахрайства.

- Відсутність третьої сторони. Можна зберігати гроші і використовувати їх відповідно до своїх потреб. Відсутність третьої сторони, такої як банк, можна віднести до переваг. Оскільки у суб'єктів господарювання відсутня довіра до банківської системи.

- Відсутнє обмеження по передачі криптовалюти. Коли мова йде про транзакції з використанням криптовалют, то на даний момент не існує жодних обмежень. Ви можете бути в різних півкулях з одержувачем, і все одно зможете перевести гроші без будь-яких турбот. З використанням криптовалют дуже легко виконати

транзакцію між країнами, оскільки криптоконверсії не перебувають під контролем будь-якого центрального банку.

До недоліків електронних грошей можна віднести [4]:

- Труднощі з розумінням технології – криптовалюта відносно нове явище і достатню незрозуміле для більшості людей. Суб'єкти в кінцевому підсумку інвестують без належних знань і втрачають гроші через те, що не розуміють суті технології.

- Брак знань – суб'єкти не знають, як використовувати криптовалюти і, отже, відкриваються для хакерів.

- Вузьке визнання – багато сайтів і компанії ще не приймають цифрові валюти, тому, що дуже мало країн узаконили використання криптоконверсій. Відповідно, основна властивість грошей така, як загальне визнання, не виконано в повній мірі.

- Можливість втратити свій гаманець – якщо ви зберігали гроші в формі цифровий валюти на своєму телефоні або комп'ютері, необхідно завжди пам'ятати свій пароль і не втрачати цей пристрій. Втрата вашого гаманця означає, що втрачається і можливість його повернути, навіть з допомогою юридичних послуг.

- Немає способу скасувати платіж. Якщо помилково заплатити комусь, використовуючи криптовалюти, то немає способу отримати відшкодування сплаченої суми.

- Невизначеність. Оскільки криптовалюта це нове поняття, вона також дуже нестійка. Багато корпорацій не хочуть мати справу з формою грошей, яка має такі величезні коливання волатильності.

Статистика:

За опитуванням учасників останнього Всесвітнього економічного форуму вже до 2023 року технологія блокчейн буде активно використовуватися в сфері державних послуг провідними світовими державами[5]. Більш того, близько 10% світового ВВП (за прогнозами ОЕСР) буде створюватися при безпосередньому використанні технології блокчейн. Основні вигоди від впровадження технології очікуються в скороченні операційних витрат (73% опитаних), скорочення часу розрахунків (69% опитаних), скорочення ризиків

(57% опитаних), зростанні можливості отримання додаткових доходів (51% опитаних).

Цієї осені в Україні прозвучало дві великі новини про блокчейн: переведення на цю технологію Системи електронних торгів арештованим майном та Державного земельного кадастру [6].

Отже криптовалюта є досить новим явищем з багатьма недоліками. Але зважаючи на переваги які надають такі гроші і відносну новизну технології, цифрові гроші посідають значне місце в економіці країн. Оскільки вплив криптовалют на економіку країни та світову економіку в цілому, не достатньо досліджений, то надалі необхідно проводити дослідження саме в цьому напрямку.

Список використаних джерел:

1. Цифрова економіка // Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0.
2. Електронні гроші // Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%96_%D0%B3%D1%80%D0%BE%D1%88%D1%96.
3. What are the Advantages and Disadvantages of Bitcoin? // CoinReport. URL: <https://coinreport.net/coin-101/advantages-and-disadvantages-of-bitcoin>.
4. What are Cryptocurrencies? // coinpupil. URL: <https://coinpupil.com/altcoins/advantages-disadvantages-of-cryptocurrency>.
5. Обзор применения технологии блокчейн в государственном управлении // Medium. URL: <https://medium.com/@slavasolodkiy/%D0%BE%D0%B1%D0%B7%D0%BE%D1%80-%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F-%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8-%D0%B1%D0%BB%D0%BE%D0%BA%D1%87%D0%B5%D0%B9%D0%BD-%D0%B2-%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%83%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%BC-%D1%83%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B8-ac53602cec7f>.
6. Блокчейн в Україні: Що це за технологія і чим вона корисна // 112.ua. URL: <https://ua.112.ua/statji/blokchein-v-ukraini-shcho-tse-za-tekhnohiiia-i-chym-vona-korysna-417161.html>.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Мичак Н.О.

аспірант,

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО НЕОБОРОТНІ АКТИВИ, УТРИМУВАНІ ДЛЯ ПРОДАЖУ, У ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Вагоме значення та роль фінансової звітності в системі управління підприємством є очевидним з огляду на те, що це основне джерело інформації про стан господарської діяльності суб'єкта господарювання, та з огляду на корисність такої інформації для багатьох користувачів (державних органів, інвесторів, постачальників, кредиторів, акціонерів), якими приймаються різні економічні рішення стосовно питань, що належать до сфери їх діяльності. Якісна, неупереджена інформація, розкрита у звітності, дає змогу користувачам складати надійні прогнози подальшого розвитку звітного підприємства, що стає можливим за умови приведення вітчизняної практики складання звітності до міжнародних вимог.

На сьогодні існуюча методика відображення у звітності інформації про необоротні активи, утримувані для продажу, створила проблему недостатнього висвітлення даних про такі активи. В першу чергу, залишається недослідженим питання окремого відображення їх у звітності, з'ясування якого залежить від виду діяльності, до якого відносяться такі активи. Дослідження наукових праць показує, що більшість авторів відносить операції з такими активами до інвестиційної діяльності, на відміну від діючої практики обліку. Чинні нормативні акти вказують на належність операцій з ними або до операційної, або до інвестиційної, що є основоположним при відображенні необоротних активів, утримуваних для продажу, у тому

чи іншому розділі фінансової звітності. Внаслідок такої неузгодженості у звітності необоротні активи, утримувані для продажу, розкриваються у складі різних видів діяльності. Тому важливість вирішення питання розкриття інформації про необоротні активи, утримувані для продажу, у фінансовій звітності підприємств робить тему актуальною.

Питання відображення у звітності необоротних активів, утримуваних для продажу, залишається дискусійним для багатьох вчених та науковців. Особливості складання фінансової звітності за національними та міжнародними стандартами у своїх працях розкривали М. Т. Білуха, Ф. Ф. Бутинець, Ю. А. Верига, С. Ф. Голов, В. І. Єфименко, В. М. Жук, З. В. Задорожний, Л. М. Кіндрацька, В. М. Костюченко, Я. Д. Крупка, М. В. Кужельний, Ю. А. Кузьмінський, М. Р. Лучко, О. А. Петрик, Р. В. Сидоренко, Л. В. Чижевська, М. Г. Чумаченко, В.Г. Швець та інші. Воськало Н. М. [1, с. 317-320], М. В. Єрмолаєва [2, с. 109-112], О. А. Наумчук [3, с. 125-130], Г. В. Пчелинська [4, с. 256-258], А. Г. Швець [5] у своїх дослідженнях приділяли увагу віднесенню операцій з необоротними активами до різних видів діяльності, зокрема інвестиційної. Проблемні питання в обліку реалізації необоротних активів розглядала М. В. Єрмолаєва [2, с. 109-112]. Наукові напрацювання в частині формування достовірної інформації щодо необоротних активів підприємства, які утримуються для продажу, у звітності представлені І. В. Перезовою [6, с. 109-113].

Аналіз наукових праць, присвячених вивченню питання розкриття інформації про необоротні активи, утримувані для продажу, у звітності свідчить про відсутність однозначного підходу до висвітлення такої інформації.

Метою дослідження є висвітлення проблематики діючої методики відображення у фінансовій звітності необоротних активів, утримуваних для продажу, для її удосконалення.

Проведене дослідження діючого порядку розкриття інформації про необоротні активи, утримувані для продажу, у фінансовій звітності суб'єктів господарювання дозволило виявити такі проблемні моменти:

1) неповне висвітлення даних про необоротні активи, утримувані для продажу, у фінансовій звітності, тому, на нашу думку, кожна форма звітності потребує детального розкриття даних про них;

2) віднесення операцій з необоротними активами, утримуваними для продажу, в наукових працях та нормативних актах до різних видів діяльності – інвестиційної або операційної;

3) неузгодженість між Звітом про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід), який представляє суми витрат і доходів від продажу необоротних активів у складі операційної діяльності, та Звітом про рух грошових коштів, який відносить результати продажу необоротних активів до інвестиційної діяльності;

4) окреме відображення інформації у звітності не тільки в частині вартості необоротних активів, утримуваних для продажу (Баланс (Звіт про фінансовий стан)), а й суми фінансових результатів та грошових потоків (Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)), Звіт про рух грошових коштів);

5) неузгодженість положень нормативних актів стосовно даних про необоротні активи, утримувані для продажу.

З наведених проблемних моментів випливає, що порядок відображення у звітності необоротних активів, утримуваних для продажу, потребує відповідного удосконалення.

З метою усунення виявлених недоліків у порядку розкриття інформації про необоротні активи, утримувані для продажу, у фінансовій звітності необхідно розвинути нормативно-правову базу обліку необоротних активів, утримуваних для продажу, що дасть змогу покращити порядок обліку таких активів, зокрема, в частині визначення рахунків для обліку доходів та витрат від реалізації необоротних активів, в результаті чого переглянути діючу методику відображення таких активів та операцій з ними у фінансовій звітності. Цим буде забезпечено надання повної, правдивої та неупередженої інформації про необоротні активи, утримувані для продажу, та фінансові результати, пов'язані зі здійсненням господарських операцій з ними.

Список використаних джерел:

1. Воськало Н.М. Особливості відображення в обліку та звітності інформації про необоротні активи / Н.В. Воськало // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». – Ужгород. – 2015. – Випуск 1 (45). – Т. 2. – С. 317-320.
2. Єрмолаєва М.В. Особливості обліку та відображення у звітності необоротних активів, утримуваних для продажу / М.В. Єрмолаєва, Ю.Д. Скиданенко // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Економічні науки. – 2011. – Випуск 2. – Т. 1. – С. 109-112.
3. Наумчук О.А. Про доцільність обліку необоротних активів, призначених для продажу / О.А. Наумчук // Науковий вісник ДонНУЕТ. Серія Економіка. – 2009. – № 18. – С. 125-130.
4. Пчелинська Г.В. Проблеми обліку витрат, доходів від продажу необоротних активів / Г.В. Пчелинська // Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Проблеми соціально-економічного розвитку підприємництва» від 8–9 листопада 2012 р. – Дніпропетровськ: «Герда». – 2012. – 310 с. – С. 256-258.
5. Швець А.Г. Облік необоротних активів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/63529.doc.htm.
6. Перезовова І.В. Достовірність інформації про необоротні активи, які утримуються для продажу, у контексті детінізації господарської діяльності підприємств України / І.В. Перезовова, А.С. Янчишин, С.В. Шишковський // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2011. – Вип. 7(2). – С. 109-113.

Онешко С.В.

*кандидат економічних наук, доцент,
Одеський національний морський університет*

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ВИТРАТ СТИВІДОРНОЇ КОМПАНІЇ

Ефективно управляти витратами означає передусім своєчасно реагувати на ринкові зміни, виявляти факт відхилення від встановленого рівня, їх причини, дати їм об'єктивну оцінку, віддавати перевагу попереджальним діям перед коригувальними. Особливо актуальними стають питання, які включають аналіз витрат, їх методичного та інформаційно-аналітичного забезпечення.

З точки зору управлінського аспекту аналізу витрат необхідно зазначити, що аналіз має бути комплексним та включати всі види робіт та послуг, які виконуються стивідорними компаніями при обслуговуванні вантажо- і судновласників. Крім того, напрямки аналізу повинні включати визначення динаміки витрат, порівняння фактичних витрат з плановими або з попереднім, базовим періодом, визначення структури.

Основні напрями аналізу витрат, які доцільно проводити стивідорним компаніям при вирішенні управлінських завдань, представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Основні напрями аналізу витрат стивідорної компанії

Напрямок аналізу	Сфера застосування
Аналіз витрат за економічними елементами	Встановлення потреби стивідорної компанії в матеріальних, трудових, енерго- та інших видах ресурсів
Аналіз витрат на одну гривню продукції (робіт, послуг)	Визначення ефективності стивідорної компанії від надання послуг
Аналіз собівартості переробки 1 т вантажу, надання 1 виду послуги	Встановлення акордних ставок на переробку вантажів, цін і тарифів на послуги, знижок
Аналіз витрат за статтями калькуляції	Визначення номенклатури вантажів, що ефективно переробляються, послуг, що надаються
Аналіз витрат в залежності від вантажообігу	Знаходження оптимального обсягу вантажообігу
Аналіз витрат за центрами відповідальності	Оцінка ефективності підрозділів-центрів витрат

Джерело: розробка автора

Використання окремих аспектів наведених напрямів для аналізу витрат стивідорної компанії дозволить вибрати найбільш сприятливий підхід з урахуванням цілей та напрямків аналізу. Важливого значення при цьому відводиться інформаційному забезпеченню для проведення аналізу.

Формування інформаційного забезпечення для аналізу витрат повинно враховувати часові ознаки в розрізі стратегічної та оперативної інформації.

На стратегічному рівні інформаційне забезпечення дозволяє надати керівництву і іншим зацікавленим користувачам значущу інформацію про загальну стратегію та про можливі пріоритетні напрями розвитку. Така інформація включає: бази стратегічних даних, допущення та прогнози.

На оперативному рівні інформаційне забезпечення дозволяє здійснювати функції аналізу в короткостроковому періоді. Інформаційна база для оперативного аналізу витрат включає первинні документи, рахунки бухгалтерського обліку, облікові регістри, фінансову і статистичну звітність та інші джерела стосовно нормативів та відхилень.

Основною інформаційною базою для проведення аналізу витрат стивідорної компанії є:

1. Ф.-2 «Звіт про фінансові результати».
2. Ф.-3 «Звіт про рух грошових коштів».
3. Ф.-5 «Примітки до річної фінансової звітності»
4. Дані бухгалтерського обліку.
5. Пояснювальна записка до фінансового плану.

Форми фінансової звітності складаються згідно Національному положенню (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [1], яке визначає мету, склад і принципи підготовки фінансової звітності та вимоги до визнання і розкриття її елементів.

З позиції аналізу витрат в Ф.-2 «Звіт про фінансові результати» приводиться інформація про собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати, фінансові витрати, втрати від участі в капіталі, інші витрати, елементи операційних витрат.

Необхідно відмітити, що з 2013 року «Звіт про фінансові результати» включає також «Звіт про сукупний дохід», що пов'язано з приведенням правил складання української фінансової звітності у відповідність з Міжнародними стандартами фінансової звітності.

На основі Ф.-3 «Звіт про рух грошових коштів» можливо визначити:

– витрачання по операційній діяльності на оплату: товарів (робіт, послуг), праці, відрахувань на соціальні заходи, зобов'язань з податків і зборів, інші витрачання;

– витрачання по інвестиційній діяльності на придбання: фінансових інвестицій, необоротних активів, виплати за деривативами, інші платежі;

– витрачання по фінансовій діяльності на викуп власних акцій, погашення позик, сплату дивідендів, витрачання на сплату відсотків, витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди, інші платежі.

З позиції аналітичної корисності для аналізу витрат Ф-5 «Примітки до річної фінансової звітності» розкриває інформацію про інші операційні доходи і витрати, доходи і втрати від участі в капіталі за інвестиціями, інші фінансові доходи і витрати, інші доходи і витрати. Визначення тенденцій по динаміці та структурі окремих статей витрат можливо виявити негативні тенденції та резерви щодо зменшення витрат.

Дані бухгалтерського обліку менш доступні для широкого кола користувачів інформації для аналізу витрат, при цьому мають значимість з позиції аналізу витрат в розрізі формування собівартості, аналітичної цінності деталізації та розшифровки витрат.

Достатньо інформативною є «Пояснювальна записка до фінансового плану», яку з 2014 року складають всі державні стивідорні компанії і яка містить деталізовану інформацію стосовно витрат, а саме формування фінансових результатів; виробнича собівартість; адміністративні витрати; витрати на збут; інші операційні витрати; інші витрати; елементи операційних витрат.

Для проведення порівняльного аналізу витрат стивідорних компаній важливого значення мають інтернет-ресурси. З урахуванням інформатизації суспільства доступними для отримання інформації є дані Державного комітету статистики України, офіційні сайти портів, фінансові та аналітичні звіти стивідорних компаній. Складність аналізу такої інформації проявляється у відсутності уніфікованості звітів, відмінності у складанні фінансової звітності стивідорних

компаній України, європейських та світових портів. Визнання релевантності даних по витратах суттєво відрізняється, в деяких випадках достатньо складно порівняти показники по витратах стивідорних компаній.

Вирішення питань, направлених на виявлення резервів та способів скорочення витрат стивідорної компанії, в цілому дозволить більш швидко реагувати на прискоренні темпи змін конкурентних умов на ринку стивідорної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 07 лютого 2013 р. № 73. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.

Стахов О.І.

студент,

*Київський національний університет
імені Тараса Шевченка*

ОРГАНІЗАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ РУХУ ТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Однією з обов'язкових умов здійснення процесу торгівлі є забезпечення його товарними запасами. Кожне торговельне підприємство в умовах ринку повинне проводити облік надходження і реалізації товарів. Система обліку буде дійсною тільки при участі і підтримці всіх підрозділів підприємства. Ефективним способом одержання підтримки є забезпечення інформацією керівників підрозділів.

Для господарської діяльності невід'ємною складовою системи управління, є внутрішній контроль який забезпечує ефективне функціонування діяльності підприємства на високому рівні, за допомогою його можна виявити негативні процеси при здійсненні

певних операцій та надати надати інформацію для прийняття управлінських рішень. Внутрішній контроль є сукупністю регламентованих на конкретному підприємстві дій, за допомогою яких здійснюють проведення контрольних процедур в ході господарської діяльності. Внутрішній контроль повинен здійснюватись постійно, оскільки операції з рухом товарів є невід'ємною складовою діяльності торговельного підприємства, що і визначає його поступальний характер. Варто зазначити, що особливо це актуально для підприємства торгівлі, які здійснюють диверсифіковану діяльність, що і визначає необхідність розроблення ефективної системи внутрішнього контролю [4]. Основними вимогами до системи внутрішнього контролю є: чітко визначена організаційна структура (відображає хто і за що конкретно відповідає); незалежний відділ внутрішнього аудиту; повний опис робіт з деталізацією обов'язків і відповідальності кожного працівника на підприємстві роздрібної торгівлі; ліміт повноважень; програми навчання персоналу та підвищення кваліфікації; періодичний перерозподіл обов'язків (для уникнення зловживань); внутрішні перевірки; контроль за повнотою та точністю первинних документів руху товарів; організований нагляд за управлінською діяльністю та її аналіз [6, с. 27].

Під організацією внутрішнього контролю слід розуміти сукупність процедур, які дозволяють на достатньому рівні провести всі необхідні контрольні заходи, а також визначити їх вплив на процес сприймання управлінських рішень. Як зазначає Т. А. Бутинець, правильна організація внутрішнього контролю дозволить розв'язати поставлені завдання, а також сприяє вирішенню іншого ряду завдань серед яких: сприяння досягненню цілей суб'єкта господарювання; попередження зривів у роботі; виявлення невикористаних резервів та нераціональних господарських операцій; попередження протизаконних дій і втрат; прийняття коригуючих заходів; виявлення реального та фактичного стану діяльності підприємства, результатів управлінських взаємодій; визначення відповідності господарського процесу управлінським рішенням; виявлення ступеня реалізації управлінських рішень [3, с. 12].

Застосування підприємством диверсифікованого способу здійснення торгівлі призводить до додаткової необхідності контролювати операції за рухом товарів, що також висуває нові вимоги до організації внутрішнього контролю за такими операціями.

Проте, варто відмітити, що для кожного підприємства організація внутрішнього контролю буде різною, оскільки це залежатиме від специфіки його діяльності. Тому, необхідно сформулювати ряд факторів, що дозволять виокремити саме ті особливості, які притаманні торговельним підприємствам та впливають на специфіку організації внутрішнього контролю руху товарів.

Зокрема, до факторів, які впливають на організацію внутрішнього контролю руху товарів, слід віднести:

- особливості виду діяльності (здійснення одночасно виробничої, торговельної та інших видів діяльності);
- організаційну структуру підприємства;
- фінансову спроможність організовувати контроль;
- наявність відокремленої служби внутрішнього контролю;
- використання різних каналів збуту власної продукції і товарів тощо.

Масштаби діяльності та організаційна структура підприємства впливає на визначення контрольних процедур безпосередньо в частині їх організації та проведенні. Залежно від розмірів підприємства та обсягів його діяльності важливим буде вирішення питання щодо визначення форми проведення контролю та безпосередньо виокремлення кола осіб, до функціональних обов'язків яких віднесено здійснення безпосередньо самого контролю.

Операції, які пов'язані з рухом товарів на торговельних підприємствах, є значними, і доцільно на таких підприємствах організовувати окрему службу внутрішнього контролю, яка забезпечуватиме виконання покладених на неї функцій та завдань для досягнення максимально ефективного результату. Виділяють такі основні етапи внутрішнього контролю руху товарів для розгляду взаємодії між суб'єктами (управлінський персонал та спеціалісти) та

структурними підрозділами підприємства як: організаційно-підготовчий; методичний; результативно-узагальнюючий (рис. 1).



Рис. 1. Внутрішнього контролю руху товарів на підприємствах роздрібної торгівлі

На підготовчому етапі визначається персонал, який здійснюватиме контроль, а також внутрішні розпорядчі документи. На цьому етапі проводять наступні процедури: вибір суб'єктів організації та здійснення контрольних процедур; визначення об'єктів, мети, завдань та методів внутрішнього контролю руху товарів; вивчення звіту про попередню перевірку; збір необхідної інформації про рух товарів, внутрішні розпорядчі документи первинні документи, реєстри обліку.

Методичний етап є, по суті, самою перевіркою, процес його виконання можна описати такими контрольними діями: загальна перевірка ефективності системи внутрішнього контролю; перевірка наявності договорів про матеріальну відповідальність осіб, що мають доступ до товарів (комірник, продавець, касир та ін.); проведення інвентаризації товарів; перевірка організації складського обліку товарів; виявлення неліквідних та надмірних залишків товарів; перевірка виконання договорів з постачальниками й покупцями відповідних товарів; перевірка правильності відображення операцій, пов'язаних з рухом товарів, на рахунках бухгалтерського обліку.

Завершальним етапом є результативно-узагальнюючий. Його вважають визначальним, адже на основі отриманих результатів

приймаються управлінські рішення, виявляються відхилення і відображення їх в обліку. Він включає в себе такі заключні процедури: документальне оформлення результатів перевірок та аналітичних процедур; виявлення причин відхилень, розробка превентивних заходів, надання результатів контролю заінтересованим користувачам; контроль виконання управлінських рішень та реалізації превентивних заходів; прийняття рішень про усунення недоліків в системі бухгалтерського обліку та внутрішнього контролю руху товарів [5, с. 201-204].

Отже, чітко налагоджений внутрішній контроль товарів на всіх етапах їх руху у системі управління забезпечує безперервність реалізації товарів і задоволення попиту покупців, виявлення та використання внутрішніх резервів зниження витрат обігу, а також запобігає зловживанням і перевитратам. Організація внутрішнього контролю залежить від методичного забезпечення, яке передбачає: інтеграцію бухгалтерського і управлінського обліку; розробку методики обліку додаткових об'єктів, що піддаються внутрішньому контролю; класифікацію результуючих показників для внутрішнього контролю. Разом з тим, доцільно відмітити, що кожен суб'єкт господарювання самостійно організовує систему внутрішнього контролю з метою прийняття ефективних управлінських рішень та перевірки їх виконання у майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 № 246, зі змінами і доповненнями // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.

2. Белік В.Д. Підходи до організації системи внутрішнього контролю // Міжнародний збірник наукових праць. – 2009. – Вип. 3(15). – С. 84-100.

3. Бутинець Т.А. Ефективність господарського контролю: проблеми визначення / Т.А. Бутинець // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2011. – № 2(56). – С. 9-16.

4. Дроздова О.Г. Особливості реалізації бухгалтерського обліку руху товарів // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2013. – № 2. – С. 56-64.

5. Козак А.М. Особливості здійснення внутрішнього контролю руху товарів на підприємствах торгівлі / Козак А.М. // Вісник студентського наукового товариства «Ватра». – Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2015. – Випуск 22. – С. 199-205.

6. Левицька С.О. Управлінський і внутрішньогосподарський облік: завдання, мета і ефективність впровадження / С.О. Левицька // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 2. – С. 27-35.

7. Соколов Б.Н. Внутренний аудит и контроль: организация, методика, практика / Соколов Б.Н. – М.: Издательский Дом «Бухгалтерский учет», 2010. – 272 с.

Стахов О.І.

студент,

*Київський національний університет
імені Тараса Шевченка*

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

В сучасних умовах розвитку економічного стану країни великої ваги набули підприємства роздрібної торгівлі. Функціонування торговельних організацій в умовах конкурентного середовища характеризуються розширенням масштабів діяльності, зростанням обсягів товарних ресурсів, що вимагає досконалої аргументації й обґрунтування управлінських рішень. Це, у свою чергу, вимагає переосмислення значущості інформаційного забезпечення, вдосконалення форм, методів обліку і контролю товарних операцій в системі бухгалтерського обліку.

Роздрібний товарообіг відображає останню, кінцеву стадію руху товарів, коли вони зі сфери обігу надходять у сферу особистого споживання, і є одним з найважливіших показників, що відбиває результативність соціально-економічних процесів у діяльності окремого торговельного підприємства і країни загалом. До його складу входить виручка від продажу споживчих товарів безпосередньо населенню для особистого споживання як за готівку, так і за розрахункові чеки банків, через організований споживчий ринок, а також виручка, одержана через касу неторговельних підприємств,

організацій, установ від продажу безпосередньо населенню товарів власного виготовлення, закуплених на стороні або одержаних за бартером [7, с. 300].

Організація обліку реалізації товарів на підприємствах роздрібною торгівлі передбачає ведення обліку у грошовому вимірнику за продажними (роздрібними) цінами, за винятком товарів, які вимагають особливого контролю (ювелірні вироби із дорогоцінних металів, товари, прийняті на комісію, та ін.) – це одна з особливостей [5].

Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» визначено, що підприємство самостійно «затверджує правила документообороту і технологію обробки облікової інформації, додаткову систему рахунків і реєстрів аналітичного обліку» [1].

Як додаток до наказу про облікову політику, підприємство роздрібною торгівлі обов'язково затверджує Робочий план рахунків, де зазначаються всі необхідні рахунки бухгалтерського обліку в т. ч. для обліку реалізації товарів (рис. 1).

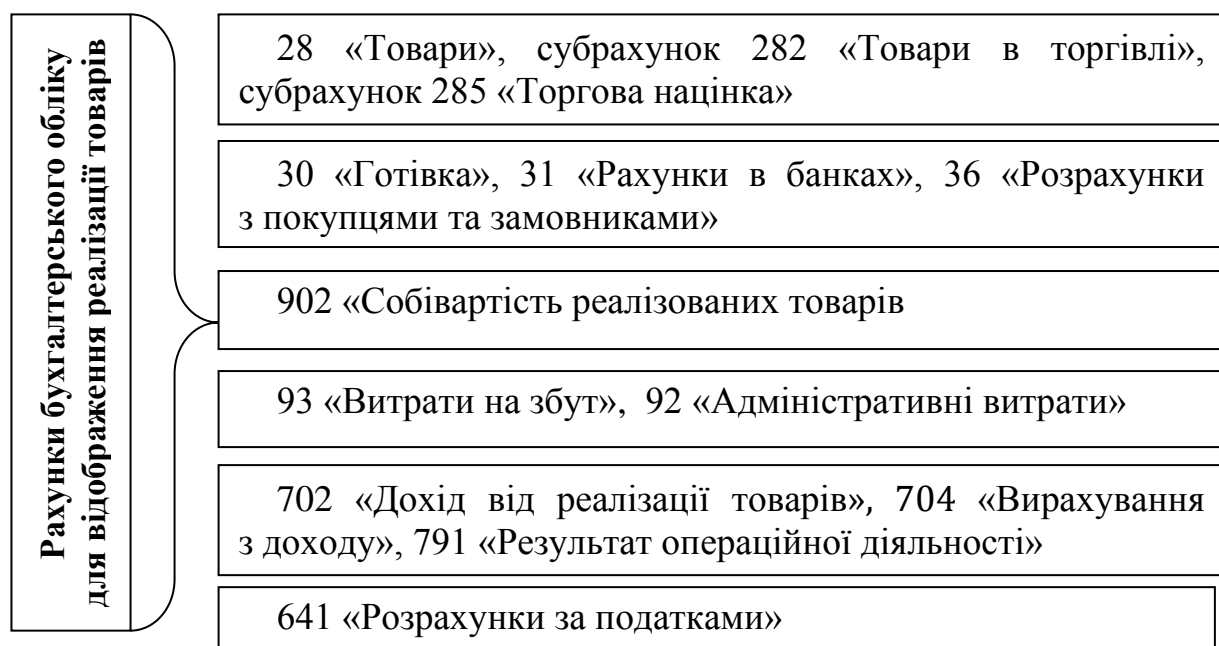


Рис. 1. Рахунки бухгалтерського обліку реалізації товарів на підприємствах роздрібною торгівлі [3]

Товари в роздрібній торгівлі обліковуються за продажними цінами, а в оптово-збутових організаціях – за купівельними або продажними цінами. Тому розпорядчим документом керівника має бути встановлено, за якими цінами буде вестись облік товарів у звітному році.

Підприємствами роздрібної торгівлі застосовується оцінка за цінами продажу з використання середнього відсотка торгової націнки товарів. Цей метод застосовують підприємства, які мають значну номенклатуру товарів, яка змінюється, з приблизно однаковим рівнем торгової націнки.

В роздрібних підприємств після проведення нарахування націнки на рахунку 282 товари обліковуються не за первісною вартістю, а за цінами продажу. Після реалізації товару торгова націнка по даному реалізованому товару списується зворотньою проводкою Дт 285 Кт 282.

Узагальнення інформації про доходи від реалізації товарів, готової продукції, робіт і послуг, про суму знижок, наданих покупцям, та про інші вирахування з доходу здійснюється на рахунку 70 «Доходи від реалізації». За кредитом рахунку відображається збільшення (одержання) доходу, а за дебетом – належна сума податків, результат операцій перестраховування та списання у порядку закриття на рахунок 79 «Фінансові результати».

Схему документообігу на підприємствах роздрібної торгівлі наведено на рис. 3.

На супровідних документах постачальника матеріально відповідальна особа робить відмітку про приймання товару, виписується прибуткова накладна. З цього моменту матеріально відповідальна особа несе відповідальність за доручені їй цінності
Товар відвантажений зі складу роздрібної торгівлі у відділ(секцію)
Виписується накладна на внутрішнє переміщення, яка підписується зав. секцією в графі товар отримано
Реалізація товару з використанням контрольно-касового апарату
Складання товарного звіту: в прибутковій частині фіксуються документи, які підтверджують надходження товару у відділ-накладні на внутрішнє переміщення товару або накладні від постачальників(при відсутності складу на підприємстві); у витратній частині – виручка від реалізації товару, повернення товару на склад.
Здача товарного звіту в бухгалтерію підприємства
Один примірник товарного звіту з доданими до нього первинними документами, підписаний матеріально відповідальною особою, здається бухгалтеру на підпис
Перевірка бухгалтером товарного звіту і заповнення облікових регістрів
Прибуткова частина товарного звіту звіряється з видатковою частиною товарного звіту по складу, а видаткова частина - з виручкою за період, який визначений керівником підприємства для надання звіту. На підставі даних товарного звіту заповнюється журнал – ордер обліку товару

Рис. 2. Схема документообігу на підприємствах роздрібної торгівлі

Джерело: [8]

Таблиця 1

Документальне оформлення обліку реалізації товарів

№ з/п	Господарська операція	Фіскальний (касовий) чек на товари (послуги) ФКЧ-1	Розрахунков а квитанція РК-1	Сліп, квитанція торгового терміналу	Прибутковий касовий ордер	Акт про зняття готівки	Супровідна відомість	Довідка касира-операціоніст а про денну виручку
1	Продаж за готівку з використанням РРО	+						
2	Продаж за готівку без використання РРО		+					
3	Продаж за БПК			+				
4	Здача виручки з операційної каси підприємства до головної				+			+
5	Здача виручки з операційної каси безпосередньо інкасатору						+	
6	Реалізація через автомати				+	+		

Джерело: [8]

Товари, що надходять на оптові склади і бази, приймаються на підставі рахунків-фактур або товарно-транспортних накладних (у разі доставки товарів автотранспортом). У разі виявлення нестачі товарів складають відповідний акт (комерційний – у випадку приймання товарів від залізниці (порту) або приймальний – у випадку перевірки одержаного товару на складі). Ці акти є юридичною підставою для висування претензій винуватцю нестачі (транспортній організації або постачальнику у випадку недовантаження) [2].

Проблемні ситуації найчастіше виникають у підприємств, які займаються одночасно кількома видами торгівлі, мається на увазі, роздрібна торгівля, та послуги населенню у галузі громадського харчування. Так, за наявності кількох видів торгівлі підприємству доцільно розподілити бухгалтерський облік товарів та фінансові результати підприємства за кожним видом діяльності, а також у розрізі кожної окремої господарської одиниці [4].

Для того, щоб мінімізувати трудові витрати в обліку торгівлі, необхідно розробити сучасні програмні продукти, що дадуть змогу

зменшити штат працівників бухгалтерії і, відповідно, витрати на заробітну плату, а також максимально автоматизувати бухгалтерський облік. Діяльність торговельного підприємства вимагає розмежування облікових даних для внутрішніх і зовнішніх користувачів та підвищення ефективності управління продажами товарів. Належно організований бухгалтерський облік реалізації товарів має важливе значення для підвищення ефективності роботи підприємств, для забезпечення своєчасних і повних розрахунків з бюджетом за податковими зобов'язаннями з податку на додану вартість.

Список використаних джерел:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України № 996-ХІУ від 16.07.1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 № 246, зі змінами і доповненнями // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.
3. План рахунків бухгалтерського обліку України на основі Наказу Міністерства фінансів України №291 від 30.11.99 р (з Інструкцією про застосування плану рахунків).
4. Захожай В.Б. Бухгалтерський облік у галузях економіки: підручник / В.Б. Захожай, М.Ф. Базась, М.М. Матюха та ін. – К.: МАУП, 2014. – 968 с.
5. Маринченко В.М. Особливості процесу організації обліку товарів на підприємстві // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». – 2016. – № 12 (22). – 2 т. – С. 1-10.
6. Орлова В.К. Особливості обліку торгівлі / В.К. Орлова, В.І. Савич, Л.А. Костецька [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ebooktime.net/book>.
7. Чабанюк О.М. Облік товарів у системі управління підприємств роздрібною торгівлі / О.М. Чабанюк, Н.О. Юганович // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.3. – С. 297-301.
8. Наукова електронна бібліотека [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cpto.dp.ua/oblik/page2.html>, вільний.

Яцик Т.В.

аспірант,

Київський національний університет

імені Тараса Шевченка

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ ТА КРИПТОВАЛЮТИ ЯК ОБ'ЄКТІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Інтенсивний розвиток комп'ютерних технологій та швидкі темпи глобалізації економіки призвели до збільшення грошових потоків в електронній комерції, що трансформує сучасну економічну систему. XXI століття характеризується віком цифрової економіки, невід'ємною частиною якої є безготівкові розрахунки, технологія блокчейн та криптовалюта. На сьогодні правовий статус криптовалюти в Україні залишається невизначеним. Незважаючи на це, Національний банк України активно вивчає досвід інших країн з метою врегулювання цих відносин в європейському та загальносвітовому контексті.

Крім того, не існує єдиного підходу до визначення поняття криптовалюти у фінансовому обліку, тому це питання потребує детального дослідження етапів розвитку системи криптовалюти та трансформації її функцій у конкретні періоди часу. На сучасному етапі триває дискусія стосовно того, як співвідносяться електронні гроші та криптовалюта, тому доцільно провести порівняльний аналіз електронних грошей та криптовалюти як об'єктів бухгалтерського обліку.

Електронні гроші (WebMoney Transfer, Limonex, UkrMoney, Яндекс.Деньги тощо), з'явившись на початку 90-х років XX сторіччя, стрімко захопили фінансовий ринок та увійшли у повсякденне життя. Дослідженню цього питання присвячували свої наукові роботи такі вітчизняні науковці, як: Беліч А. В., Гура Н. О., Голубнича Г. П., Дорош Н. І., Мельник Т. Г., Мельниченко О. В., Новак О. С., Петрук О. М., Фещенко Є. А., Швець В. Г., Яцик Т. В. та ін.

Вагомий внесок у дослідження криптовалюти як особливого засобу платежу у фінансовому обліку здійснили також зарубіжні дослідники: Берентсен А., Грінспен А., Кемпбелл Р. Дж, Мазер Дж., Міллер Л., Фрідмен Ч., Хамфрі Д. та ін.

Перша криптовалюта – Bitcoin з'явилася у 2008 році, яка передувала виникненню інших криптовалют – Ethereum, Ripple, Bitcoin Cash, Litecoin, NEO тощо. На сучасному етапі обіг криптовалют набирає обертів, що зумовлює інтерес науковців до їх фінансово-правової сутності, аналіз якого викладено у працях Бегера Н., Вахрушева Д. С., Мельниченко О. В., Новак О. С., Петрук О. М. та інших. Ринкова капіталізація криптовалюти Bitcoin на 15 березня 2018 року складала 138,926,876 тис. дол. США, що практично в 1.5 раза перевищує ВВП України за 2017 рік. Новизна обох фінансових інститутів – і електронних грошей, і криптовалюти зумовлює відсутність єдиної правової позиції щодо теоретичного визначення їх співвідношення [5, с. 349].

Таким чином, на сучасному етапі триває дискусія стосовно того, як співвідносяться електронні гроші та криптовалюта. Сформувалося три основних підходи до цього питання: так 1) Коен Р., Грінспанса А., Мак Е. та інші зазначають, що електронні гроші та криптовалюта – не взаємопов'язані фінансово-правові категорії; 2) Железов О. В., Проценко А. Т., Хідзев А. Т. та інші визначають криптовалюту видом електронних грошей; 3) Квітка О. В., Зайцев О. І., Достов В. Л., Шуст П. М. розглядають криптовалюту, як нову, еволюційну форму електронних грошей.

Сам термін (криптовалюта) претендує на те, що зміст явища, яке він описує, швидше за все, відноситься до поняття грошей. При цьому переважна більшість науковців вибудовує власні теоретичні і методологічні підходи, зосереджуючи свою увагу на першій частині цієї назви – «крипто», що розкриває технологічні аспекти її функціонування. Якщо б аналіз даного явища ґрунтувався на другій частині терміну – «валюта», то це дозволило б уникнути тих неточних висновків, які вже мають місце в прикладних і функціональних економічних науках [3, с. 132].

Таблиця 1

Порівняльний аналіз електронних грошей та криптовалюти як об'єктів бухгалтерського обліку

№ з/п	Ознака	Електронні гроші	Криптовалюта
1	Визначення	одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими особами, ніж особа, яка їх випускає, і є грошовим зобов'язанням цієї особи, що виконується в готівковій або безготівковій формі [1].	децентралізований цифровий вимір вартості, що може бути виражений в цифровому вигляді та функціонує як засіб обміну, збереження вартості або одиниця обліку, що заснований на математичних обчисленнях, є їх результатом та має криптографічний захист обліку [2].
	Характеристика	є неперсоніфікованим наперед оплаченим засобом платежу, який використовується для мікроплатежів, і мають такі основні характеристики: одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої; наперед оплачений засіб платежу, який приймається іншими, ніж емітент особами; зобов'язання емітента, що виконується на вимогу користувачів [3, с. 132].	це криптографічно захищена і децентралізована цифрова валюта, відомості про транзакції якої вносяться і зберігаються в «Blockchain» (базі всіх транзакцій) [5, с. 349]; є об'єктом права власності, який може виступати засобом міні, відомості про який вносяться та зберігаються у системі блокчейн в якості облікових одиниць поточної системи блокчейн у вигляді даних.
2	Наявність єдиного емісійного центру	Директива ЄС 2009/110/ЄС визначає електронні гроші на основі трьох критеріїв: електронне зберігання; передача отримувачу тільки після їх отримання банком; платник, фізична чи юридична особа, не може бути їхнім емітентом.	Bitcoin – це передусім розподілена р2р мережа, в якій немає єдиного емісійного центру, а емісія відбувається автоматично на основі математичного алгоритму і кожен учасник мережі бере участь у підтриманні роботи мережі. Емітентами можуть бути як фізичні, так і юридичні особи.
3	Наявність публічної бази всіх транзакцій	Публічної бази всіх транзакцій не має. Особливістю електронних грошей є те, що з одного боку, вони є засобом платежу, а з іншого – зобов'язання емітента, яке має бути виконано у традиційних неелектронних грошах [6, с. 176].	Є одиницями вартості, що зберігаються у розподіленій мережі. Для забезпечення анонімності всіх операцій у мережі використовуються криптографічні методи асиметричного шифрування даних із застосуванням публічного та приватного ключів. Використання технології Blockchain – це публічна база всіх транзакцій, коли-небудь зроблених у системі Bitcoin, яка організована у систему блоків даних.
4	Автономність системи	Електронні гроші не можуть існувати поза консервативною фіатно-кредитною грошовою системою. Визнані на законодавчому рівні.	Bitcoin існує поза межами класичної грошової системи. Він є високотехнологічним явищем, що існує виключно за своїм внутрішнім математичним алгоритмом. Bitcoin на сьогодні виконує функцію грошей, не будучи при цьому електронними грошима.
5	Вартість	Електронні гроші емітуються банком, тому підкріплені зобов'язанням емітента. Вартість електронних грошей еквівалентна звичайним грошам, операції мають комісію.	Bitcoin не підкріплений зобов'язанням емітента вираженим у «реальних» грошах. Вартість Bitcoin є результатом співвідношення попиту та пропозиції на нього серед його користувачів
6	Контроль	Електронні гроші – одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, емітуються банком, тому є повністю контрольованою системою.	Не має єдиного емітента, не може контролюватися урядом, операції з переказу коштів є миттєвими, анонімними та максимально дешевими

Джерело: розроблено автором за [1, 2, 5, с. 349, 6, с. 176]

На сьогодні не досягнуто єдиної думки щодо сутності електронних грошей та вибору рахунку для їх обліку, що потребує подальших досліджень. Відповідно до статті 15 Закону України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні»: електронні гроші – одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими особами, ніж особа, яка їх випускає, і є грошовим зобов'язанням цієї особи, що виконується в готівковій або безготівковій формі [1]. Також електронні (цифрові) гроші визначають як платіжний засіб, що існує тільки в електронному вигляді, тобто фактично у вигляді інформації, що міститься у спеціальних базах даних. Електронні гроші зберігаються в електронних гаманцях користувачів відповідної платіжної системи [1].

Слід також зазначити, що на сьогодні більшість зарубіжних авторів схиляються до того, щоб виокремити окремий вид цифрової валюти – криптовалюти. Так, відповідно до звіту консалтингової компанії Ахон Partners «Правове регулювання криптовалютного бізнесу», що був опублікований у лютому 2017 року, криптовалюта – це криптографічно захищена і децентралізована цифрова валюта, відомості про транзакції якої вносяться і зберігаються в «Blockchain» (публічній базі всіх транзакцій).

Крім того, закордонні автори виокремлюють ряд відмінностей криптовалюти від електронних грошей. Так, у той час, як електронні гроші не можуть існувати поза консервативною фіатно-кредитною грошовою системою, криптовалюта існує поза межами класичної грошової системи. Криптовалюта є високотехнологічним явищем, що існує виключно за своїм внутрішнім математичним алгоритмом та виконує функцію грошей, не будучи при цьому електронними грошима. Інші відмінності цифрових грошей від електронних наведено таблиці 1.

Отже, існують також певні характеристики, що присутні як для криптовалюти, так і для електронних грошей, так для обох активів існує реалізація права на конфіденційність (анонімність) та одночасно можливість автентифкації (контрагенти можуть ідентифікувати учасників та упевнитися в їх правах). Іншою схожою ознакою є їх

трансферабельність (англ. transferability), тобто властивість електронних грошей та криптовалюти вільно передаватися між кінцевими користувачами. Деякі системи електронних грошей та криптовалюти надають користувачеві можливість здійснювати перекази без участі банку, це сприяє розвитку тіньової економіки. Високий рівень збереження цілісності інформації та авторизація (платіжна система автоматично оцінює достовірність транзакції) також характеризує як електронні гроші, так і криптовалюту. Іншими ознаками також є: мінімізація плати за транзакції, можливість мікроплатежів, швидкість і зручність платежів, захист від податкових органів.

Список використаних джерел:

1. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні: Закон від 05.04.2001 № 2346-III (зі змінами і доповненнями від 06.11.2016) // База даних «Законодавство України»/ ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2346-14>.
2. Про стимулювання ринку криптовалют та їх похідних в Україні: Проект Закон від 10.10.2017 № 77183-1 // База даних «Законодавство України»/ВР України. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62710.
3. Петрук О. М., Новак О. С. Сутність криптовалюти як методологічна передумова її облікового відображення // Розвиток обліку, аналізу і аудиту суб'єктів суспільного інтересу: тези виступів Міжнар. Наук. Конф. – Житомир: Видавець О. О. Євенок, – 2017. – 480 с. – С. 132-134.
4. Яцик Т.В. Методи оцінки грошових коштів та потоків в економічному аналізі/ Т.В. Яцик // Глобальні проблеми економіки та фінансів. – 2017. – С. 16-19.
5. Яцик Т.В. Методика фінансового обліку криптовалюти як особливого виду електронних грошей / Т.В. Яцик // Молодий вчений. – 2017. – № 2 (42). – С. 349.
6. Яцик Т. В. Сутність криптовалюти та етапи її розвитку у фінансовому обліку / Т.В. Яцик // Молодий вчений. – 2018. – № 3 (55).

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Омелян Н.І.

студентка,

*Львівський національний університет
імені Івана Франка*

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПРОЦЕСІ ВИКОНАННЯ БЮДЖЕТІВ ОРГАНАМИ КАЗНАЧЕЙСТВА УКРАЇНИ

На сьогоднішній день надзвичайно важливим об'єктом досліджень залишається аналіз значення і ролі інформаційних технологій, що створюються і використовуються органами Державної казначейської служби України (ДКСУ).

Одним з основних напрямів, в частині якого досягнуто досить непогані результати, є перехід до міжвідомчої електронної взаємодії не тільки з усіма учасниками бюджетного процесу, які обслуговуються у відкритій базі, але і з окремими «неучасниками» бюджетного процесу.

Результатом цієї роботи стали точність, оперативність, зворотний зв'язок і, що особливо важливо в світлі антикорупційної боротьби, деперсоніфікація спілкування з клієнтами і можливість дистанційного контролю за проведеними видатками.

Крім цього, здійснено впровадження автоматизованої інформаційної системи (АІС) казначейства, перспективи розвитку якої на сучасному етапі спрямовані на вдосконалення:

- виконання бюджетів за видатками;
- управління ліквідністю єдиного казначейського рахунку (ЄКР).

Основним призначенням автоматизованої інформаційної системи казначейства є узгодження та забезпечення взаємодії казначейських органів усіх рівнів між собою та з іншими учасниками бюджетного

процесу, їх оперативне інформаційне забезпечення, автоматизація основних процесів, організація систем зв'язку та передачі даних [1].

Що стосується рекомендацій, які з'явилися в результаті аналізу ходу впровадження системи в тих територіальних органах, які вже працюють на даному програмному забезпеченні, то, безумовно, важливо сконцентруватися на двох моментах: коректне ведення мережі установ і коректна міграція даних зі «старого» в «нове» прикладне програмне забезпечення.

Іншими поточними завданнями Казначейства України в цій сфері є, в першу чергу, вдосконалення роботи з одержувачами бюджетних коштів, видачі електронних цифрових підписів (ЕЦП), їх реєстрація на загальноукраїнському офіційному сайті і відповідно методична, технічна і організаційна допомога одержувачами коштів бюджетів всіх рівнів [2].

У перспективі важливим трендом розвитку офіційного сайту має стати його інтегрування в бюджетний процес, формування електронних контрактів, електронних підтверджуючих документів, дистанційне електронне санкціонування бюджетних фінансових зобов'язань. У підсумку цей процес може стати частиною великої програми модернізації всього сектора державного управління.

В якості пропозицій щодо вдосконалення технологій роботи органів ДКСУ варто згадати про впровадження вертикально-інтегрованих сервісів. Говорячи ще про подібні сервіси, можна навести в приклад «електронну бібліотеку». Це може бути внутрішнім інтернет-ресурсом для працівників відділів, пов'язаних з видатками бюджетів. У ній би розміщувались всі законодавчі, нормативні документи, роз'яснення Мінфіну, центрального апарату казначейства, згруповані за конкретною тематикою і представлені в динаміці. У перспективі можна розширити такий же інтернет-контент і за іншими напрямками діяльності Казначейства України.

Казначейство України активно взаємодіє з Мінфіном та головними розпорядниками бюджетних коштів при підготовці відповідних нормативних документів, створюючи спільні робочі групи, готуючи «дорожні карти» реорганізаційних процедур, розподіляючи, які

функції бере на себе центральний апарат казначейства, а які територіальні органи. За допомогою високошвидкісного інтернет-каналу казначейство в режимі реального часу надає місцевому органу виконавчої влади інформацію про те, що відбувається з його підвідомчими підрозділами на території всієї країни, регулярно коригуючи заходи управлінського впливу спільно з центральними органами виконавчої влади. Такий системний підхід дозволяє вирішувати подібні питання ефективно і оперативно [3].

Щодо перспектив, то можливе надання територіальними установами НБУ Казначейству України принципово іншої послуги – прямого дебетування єдиного казначейського рахунку в рамках делегованих повноважень з боку керівників територіальних органів ДКСУ [3]. А використання сучасних інформаційних технологій створює можливість проведення платежу в будь-який регіон країни всього за одну хвилину і формує передумови для проведення подальшої централізації залишків коштів на єдиному казначейському рахунку.

Необхідно згадати також і про важливість перспективного завдання взаємодії з НБУ – добудові моделі «cash concentration» в Казначействі України, як використання зарубіжного досвіду організації виконання федерального бюджету в Німеччині.

Казначейству України необхідно реалізувати перехід на новий механізм розміщення тимчасово вільних коштів. Аналізуючи практичні аспекти даного питання, Міністерство фінансів України і Державна казначейська служба України у взаємодії з Національним банком України прийшли до висновку, що потрібно надати більш системний характер процесу управління ліквідністю єдиного казначейського рахунку в цілому.

Підсумовуючи вищенаведене, слід зазначити, що перед Казначейством України стоять нові складні і різноманітні завдання. Але за умови ефективної взаємодії ДКСУ з Мінфіном України, Національним банком України, іншими органами державної влади та управління на всіх рівнях, при активній участі у вирішенні

вищезазначених завдань територіальних органів казначейства всі вони будуть успішно і своєчасно реалізовані.

Таким чином, розвиток системи виконання державного бюджету вимагає також вдосконалення інформаційних технологій, особливо в зв'язку з загрозами, які останнім часом стали особливо актуальними в контексті інформаційної безпеки держави.

Список використаних джерел:

1. Інформаційні технології в системі казначейства [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/publish/article/92839;jsessionid=18C2F82969456E8C3E9C62B53425E106>.
2. Голинський Ю. О. Перспективи розвитку «електронного» державного казначейства в Україні / Ю. О. Голинський // Економіка. Фінанси. Право. – 2013. – № 6. – С. 15-18.
3. Регламент роботи Державної казначейської служби України та її територіальних органів [Електронний ресурс] // 2016 – Режим доступу до ресурсу: www.treasury.gov.ua/main/file/link/245289/file/Регламент%20на%20web.pdf.
4. Казначейська справа: [навч. посіб.] / К. С. Опалко, І. І. Булах, Н. О. Соколовська [та ін.]. – К.: Аграрна освіта, 2014. – 296 с.

Семенюк І.О.

студент,

Науковий керівник: Данилюк Є.Ю.

кандидат економічних наук, доцент,

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

МЕТОДИ ВІДОБРАЖЕННЯ КРИПТОВАЛЮТИ У ФІНАНСОВОМУ ОБЛІКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА СПОСОБИ ЇЇ ОПОДАТКУВАННЯ

Криптовалюта виникла ще у 2009 році, проте на сьогоднішній день відсутнє чітке розуміння того, як слід вести облік криптовалюти та яким чином її можна оподатковувати. Розробкою даного питання займалися такі вітчизняні дослідники як: О. М. Петрук [7], який

розглядав це питання з точки зору фінансового обліку, А. І. Агапова [1] та Т. Желюк [2] визнає їх фінансовими інвестиціями, Т. В. Яцик [11] пропонує відображати криптовалюту як електронні гроші на відповідних рахунках бухгалтерського обліку. М. В. Корягін [5] пропонує обліковувати всі електронні гроші на рахунку 32 «Електронні гроші». С. Ф. Легенчук [6] пропонував обліковувати електронні гроші на рахунку 315 «Електронні гроші». А. Полчанов [9] пропонує ввести національну криптовалюту.

Однак зважаючи на важливість досліджень цих вчених, слід відзначити те, що багато питань залишаються невирішеними, зокрема відображення криптовалюти в обліку та її сутності не є однозначним від чого залежить методика її оподаткування.

В словнику термінів і визначень криптовалют [10] криптовалюта визначається як «...валюта, яка видобувається складними обчисленнями, завдяки вирішенням складних математичних завдань. В основі цих завдань лежить криптографія, тобто наука про створення кодів і шифрів...».

Проте це визначення не розкриває економічної сутності криптовалюти, що ускладнює її фінансовий облік. Вирішити це питання намагалось багато вчених. Вони пропонували визнавати криптовалюту, як електронні гроші, цінні папери, інвестиції або як іноземну валюту. А Національний банк України вважає криптовалюту грошовим сурогатом.

Однак криптовалюту не можна вважати електронними грошима, оскільки їх мають право випускати лише банки, тоді як криптовалюта випускатись може ким завгодно у кого є відповідне обладнання.

Що стосується обліку як цінних паперів, то криптовалюта не має чітко визначеного емітента, не передбачає виникнення зобов'язань, отже криптовалюта не може бути цінним папером. Облік криптовалюти, як інвестицій обґрунтовується тим, що на даний момент криптовалюта є способом отримання спекулятивного заробітку, через її значні коливання, проте криптовалюта також виконує функції засобу обміну, коли інвестиції не виконують такої функції.

Визнавати криптовалюту валютою України чи іншої держави неможливо оскільки за неї не несе відповідальності жоден Центральний банк.

З позицією Національного банку України також можна не погодитись, оскільки грошовий сурогат згідно із Законом України «Про Національний банк України» [4] «...будь-які документи у вигляді грошових знаків, що відрізняються від грошової одиниці України, випущені в обіг не Національним банком України і виготовлені з метою здійснення платежів в господарському обороті, крім валютних цінностей». А документ згідно із Закон України «Про інформацію» [3] «матеріальний носій, що містить інформацію, основними функціями якого є її збереження та передавання у часі та просторі» з цього визначення стає очевидним, що криптовалюта не є грошовим сурогатом, оскільки матеріальним носієм для криптовалюти буде комп'ютер (його жорсткий диск), а комп'ютер не має вигляду грошових знаків.

Оскільки криптовалюта це кодована інформація, яка може бути переміщена та має свою ціну, а також фізичний носій, криптовалюту можна обліковувати як нематеріальний актив. Проте нематеріальний актив згідно із Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» [8] «...немонетарний актив, який не має матеріальної форми та може бути ідентифікований», а криптовалюта повноцінно виконує одну грошову функцію через що не може вважатись повноцінним нематеріальним активом.

Отже, враховуючи попередні варіанти обліку та визнання криптовалюти автор пропонує обліковувати криптовалюту як специфічний вид товару на активному субрахунку 287 «Інформаційні товари». Це зумовлено тим, що гроші є універсальним товаром, який виконує п'ять основних функцій, тоді як криптовалюта купується з метою реалізації за вищу ціну чи для обміну на інший товар, виконуючи повноцінно лише одну функцію. При цьому у криптовалюти відсутні усі властивості грошей, зокрема: стабільність цінності та прийнятність, перше не виконується через значні коливання вартості криптовалюти, а друге через те, що криптовалюту

можна відмовитись приймати як платіж. Що означає криптовалюта не може бути грошима. До того ж криптовалюта є не врегульована законодавчо на відміну від звичайних грошей. Тому криптовалюту можна порівняти з товаром обмеженим у своїх обсягах і який користується популярністю, оскільки його зручно і дешево переміщувати та зберігати, ділити, він є однорідним та довговічним, його важко відстежити, а також немає чіткого регулювання з боку держави в порівнянні з іншими товарами.

В обліку операції з обміну криптовалюти на активи (крім грошей) або навпаки – активи на криптовалюту, буде відображатись як звичайне придбання / реалізацію за готівкові кошти за винятком того, що оплата буде здійснюватися криптовалютою. А придбання / реалізація криптовалюти за гроші буде здійснюватися як звичайне придбання / реалізація товару. Та буде оподатковуватись як звичайний товар.

Ще одним варіантом отримання криптовалюти, крім отримання від обміну, є її виготовлення (емісія), цей процес називається майнинг, за допомогою спеціального обладнання та програм. Після виготовлення (емісії) криптовалюти слід її вартість привести до ринкової за допомогою її дооцінки чи уцінки. Окрім цього, оскільки криптовалюта часто змінює свою вартість, то варто робити її переоцінку в кінці місяця та в момент здійснення операцій з криптовалютою. Ці операції відображатимуться відповідно на рахунках 719 «Інші доходи від операційної діяльності» та 946 «Витати від знецінення запасів». При уцінці або дооцінці криптовалюти не пов'язаної з виробленою (емітованою) власними силами підприємства одночасно корегується сума податку на додану вартість.

Слід зазначити, що криптовалюту як і будь який інший актив можна вносити у статутний капітал. В такому випадку дооцінка криптовалюти буде відрізнятись від звичайної дооцінки цього активу, а саме буде збільшувати додатковий капітал, сума якого потім буде списуватись на рахунок 423 «Накопичені курсові різниці». При уцінці криптовалюти будуть виникати витрати, які відображатимуться на рахунку 946 «Витати від знецінення запасів». І при корегуванні

вартості криптовалюти буде скорегована сума податку на додану вартість.

Отже, за результатами дослідження криптовалюту можна визначити як специфічний, нематеріальний вид товару. Який пропонується обліковувати на активному рахунку бухгалтерського обліку 287 «Інформаційні товари». А облік та оподаткування буде здійснюватися як звичайного виробничого запасу, який використовуватиметься як засіб платежу.

Список використаних джерел:

1. Агапова А.І. Криптовалюти: новий виклик для фінансової системи України // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. – К., 2017. – Вип. 12(199). – С. 3-8.
2. Желюк Т. Використання криптовалюту на ринку платежів: нові можливості для національних економік // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – м. Тернопіль. – 2016. – Вип. 3. – С. 50-59.
3. Закон України «Про інформацію». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.
4. Закон України «Про Національний банк України». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/679-14>.
5. Корягін М.В. Електронні гроші: особливості використання та бухгалтерський облік / М.В. Корягін, В.Р. Ліва // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.5. – С. 241-246.
6. Легенчук С. Ф. Методика бухгалтерського обліку процесу електронної комерції / С. Ф. Легенчук, Н. М. Королюк // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2010. – Вип. 4. – С. 321-334.
7. Петрук О.М. Сутність криптовалюту як методологічна передумова її облікового відображення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7302/1/48.pdf>.
8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>.
9. Полчанов А. ІТ-трансформація фінансового потенціалу держави // Вісник Київського національного торгово-економічного університету. – 2017. – № 5(115). – С. 107-115.
10. Словник термінів і визначень криптовалют. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cryptobook.pro/slovnyk-terminiv-i-vyznachen-kryptovalyut.html>.
11. Яцик Т.В. Методика фінансового обліку криптовалюту як особливого виду електронних грошей. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/2/81.pdf>.

Сідак О.М.

магістр,

Тодосійчук В.Л.

кандидат педагогічних наук, доцент,

Вінницький національний аграрний університет

МЕНЕДЖМЕНТ КАПІТАЛУ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

Основою процвітання держави є вибір економічної моделі і забезпечення її трансформації в систему світогосподарських зв'язків. Обрану ж Україною ринкову модель важко уявити собі без розгалуженої фінансово-стійкої системи страхування.

Тим часом страхування в нашій країні не стало ще механізмом, що забезпечує безпеку суспільства в умовах становлення ринкових відносин. Якщо на початковому етапі страхування не було затребуване суспільством, то сьогодні в Україні вже з'являються ознаки того, що страхування стає найважливішим сегментом ринкових фінансових відносин. Страховий інститут забезпечує безпеку, стабільність, соціальні гарантії в суспільстві за допомогою механізму фінансового захисту.

У фінансових потоках страховика можна виділити два головних: рух фінансових ресурсів, пов'язане з доходом страховика, і рух фінансових ресурсів, пов'язане з витратами страховика. При цьому необхідно пам'ятати про те, що рух фінансових ресурсів існує для досягнення двох цілей. Перша мета – це мета, поставлена статутом страхової організації, мета, визначена специфікою підприємницької (страховий) діяльності і пов'язана з виконанням зобов'язань перед страхувальниками за договором страхування. Друга мета, яку переслідує страхова компанія у своїй діяльності (природно, що це є метою будь-якого комерційного підприємства), – отримання прибутку за результатами діяльності. Природно, менеджмент капіталу страховика має бути спрямований на досягнення цих двох цілей.

Відносини між страховиком і страхувальником виникають з моменту укладення договору страхування. При цьому страхувальник сплачує страхову премію, а страховик приймає на себе зобов'язання

відшкодувати майнову шкоду, що виникає при настанні страхового випадку, за укладеними договорами страхування.

Особливістю страхової діяльності, на відміну від усіх інших галузей, є те, що страхову премію страхувальник сплачує до фактичного надання послуги або товару, як це відбувається в інших галузях, і під час укладання договору страхування страховик не знає остаточної ціни тієї послуги, яку він надає страхувальнику, в зв'язку з тим, що процес страхування заснований на чисто імовірнісних стохастичних підходах. Для того, щоб виконати свої зобов'язання за укладеними договорами страхування, страховик повинен постійно мати кошти, достатні для того, щоб оплатити прийняті на себе зобов'язання.

Розвиток страхового ринку України в даний час ускладнюється низкою проблем. Конкретно це виражається в наступному:

- нестабільність національної грошової одиниці як загального еквівалента багато в чому позбавляє страховий бізнес здорової економічної основи для існування страхових операцій. Інфляція підриває основи довгострокового страхування життя. Для нормального функціонування страхового ринку потрібен реальний курс національної грошової одиниці. Тверда валюта є умовою стабілізації економіки, треба рішуче йти шляхом зміцнення гривні, до забезпечення його конвертування;

- фінансова нестійкість ряду страхових організацій України;

- особливою проблемою є брак професійних кадрів в області страхування, грамотних актуаріїв.

- важливою проблемою є підвищення рентабельності страхових компаній;

- наступна група проблем пов'язана з розвитком страхового інвестування

- нерозвинений фінансовий ринок і обмеженість в об'єктах інвестування негативним чином позначається на інвестиційній складовій страхування;

- низька привабливість і конкурентноспроможність українських страховиків;

– законодавча база з регулювання страхового ринку залишається слабо розробленою і вимагає свого вдосконалення.

Страховий ринок – це особлива соціально-економічна структура, певна сфера грошових відносин, де об'єктом купівлі-продажу виступає страховий захист, формуються пропозиція і попит на неї.

Об'єктивна основа розвитку страхового ринку – необхідність забезпечення безперервності відтворювального процесу шляхом надання грошової допомоги постраждалим у разі непередбачених несприятливих обставин.

Аналіз поточного стану та найважливіших тенденцій розвитку національної системи страхування свідчать про можливість якісного підвищення ролі страхування в соціально-економічній системі держави, а також підвищення рівня державного регулювання ринку.

Пріоритетні напрямки розвитку страхового ринку:

- розвиток обов'язкових та добровільних видів страхування;
- підвищення капіталізації страхового ринку;
- вдосконалення оподаткування;
- регулювання страхових і перестраховувальних операцій з метою перекриття каналів «відмивання доходів»;
- розробка інструментарію щодо інвестування коштів страхових резервів;
- антимонопольне регулювання страхового ринку;
- реформування бухгалтерського обліку та звітності;
- лібералізація умов участі іноземного капіталу на українському страховому ринку;
- вдосконалення та розвиток законодавства, що регулює страховий ринок, державного страхового нагляду.

Умови для забезпечення поетапної лібералізації українського страхового ринку:

- формування адекватної міжнародним вимогам нормативної правової бази;
- приведення положень бухгалтерського обліку і звітності відповідно до міжнародних стандартів;

- фінансове забезпечення стійкості компаній, що працюють на національному ринку страхових послуг;
- створення інфраструктури ринку страхових послуг, включаючи захист прав страхувальників.

Підсумовуючи викладене, зазначимо, менеджмент капіталом страхової компанії може бути державним, внутрішньо фірмовим і професійним. На рівні держави встановлюються вимоги до наявності й достатності капіталу страховика та напрями його втілення в активах страхової компанії. На рівні компанії розв'язується завдання максимізації вартості вкладеного акціонерами капіталу з урахуванням нормативних вимог до його розміру та розміщення з одночасним забезпеченням умов своєчасного й повного виконання зобов'язань перед клієнтами – страхувальниками. Професійний менеджмент катала страхової компанії передбачає дотримання перелічених вимог та, додатково, забезпечення більшої диверсифікації активів страховика та їх вищої доходності.

Отже, менеджмент капіталу страхової компанії – це діяльність, спрямована на формування оптимального співвідношення власного й залученого капіталу, забезпечення ефективного використання власного капіталу, розміщення акумульованих страхових резервів із урахуванням принципів безпечності, прибутковості, ліквідності й диверсифікованості, результатом якої є підвищення ринкової вартості страхової компанії з дотриманням балансу інтересів усіх зацікавлених сторін – акціонерів, працівників страхової компанії, страхувальників, третіх осіб, майновим інтересам яких може бути заподіяна шкода, й держави.

Список використаних джерел:

1. Алескерова Ю.В. Сільськогосподарське страхування: Теорія, методологія, практика / Ю.В. Алескерова. // Вінниця: ТОВ «Видавництво – друкарня ДІЛО». – В.: 2015. – 368 с.
2. Інформаційний портал Верховної Ради України / Закон України «Про страхування» – [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
3. Інформаційний портал інтернет-журналу про страхування «Форіншурер» / Рейтинги страховиків – [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.forinsurer.com/ratings/.

4. Інформаційний портал Державної служби статистики України – [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.smida.gov.ua.
5. Страхування: Підручник / Керівник авт. колективу і наук. ред. С.С. Осадець. – Вид. 2-ге, перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2002. – 599 с.
6. Крутик А.Б., Никитина Т.В. Страхование. – СПб.: Михайлов, 2001. – 253 с.
7. Ларионов В.Г., Селиванов С.Н., Кожурова Н.А. Страхование: Учебное пособие / Под ред. С.Н. Селиванова 2-е изд., доп. – М.: Изд-во УРАО, 2005. – 160 с.

ФІНАНСИ ТА ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА

Животок Е.Б.

студент,

Київський національний університет технологій та дизайну

СУТЬ І ЗНАЧЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА КОМЕРЦІЙНА ТАЄМНИЦЯ ПІДПРИЄМСТВА

На сьогодні виникає багато проблем які пов'язані із гарантуванням безпеки не тільки фізичних і юридичних осіб, та їх майнової власності, а також підприємницької комерційної таємниці. Інформація підприємця є цінним товаром який має певну вартість. Розголошення якої може призвести до негативних наслідків та загроз підприємницької діяльності. Інформацію поділяють на промислову і комерційну.

До промислової належить: технічні винаходи та відкриття, конструкторська документація, інформація про виробництво, його способи та технології створення продукції, інноваційна діяльність.

А згідно з підручником Бондарова О. В., комерційна таємниця – це виробнича, науково-технічна, управлінська, фінансова та інша документована інформація, яку використовують для досягнення комерційних цілей (одержання прибутку, запобігання втратам, одержання добросовісної переваги над конкурентами), яку підприємець вважає конфіденційною [1, с. 175].

З даного визначення витікають наступні обов'язкові ознаки комерційної таємниці:

А) Перша ознака – інформація повинна мати дійсну або потенційну комерційну цінність.

Б) Друга ознака – до інформації, що становить комерційну таємницю, не повинно бути вільного доступу на законній основі.

В) Третя ознака – для того, щоб інформація вважалася комерційною таємницею, потрібно, щоб володар такої інформації вживав заходів до охорони її конфіденційності [2, с. 172-177].

У нижченаведеному переліку відомостей, які керівники та спеціалісти найчастіше відносять до комерційної таємниці:

1. Відомість про фінансову діяльність: прибуток, фінансові звіти, планові звітні калькуляції;
2. Інформація про ринок: маркетинг і стратегія цін, політика збуту;
3. Відомість про виробництво і продукцію: технічний рівень, дані про модифікацію;
4. Відомість про наукові розробки: нові алгоритми, оригінальні програми;
5. Відомість про систему матеріально-технічного забезпечення;
6. Відомість про персонал підприємства;
7. Відомість про принципи керівництва підприємства [3, с. 314-315].

За важливістю комерційна таємниця також поділяється на життєво важливу, важливу, корисну та неістотну.

Виходячи з важливості інформації її можна поділити на:

1. Інформація з відкритим доступом;
2. Інформація з обмеженим доступом, оприлюднення якої забороняється;
3. Інформація для керівників та працівників підприємства

Отже, комерційною таємницею є інформація, цінність якої є в секретності та потребує запровадження заходів щодо цієї секретності, а розробка ефективних способів захисту комерційної інформації на підприємстві дозволяє уникнути таких проблем як витік конфіденційної інформації і відповідно виключити фінансові втрати підприємства.

Список використаних джерел:

1. Бондар О.В. Ситуаційний менеджмент [Електрон. ресурс]: Навчальний комплекс дисципліни для студентів спеціальності 6.050201 Менеджмент організацій, 2007.

2. Носік Ю.В. Зміни в правовому режимі комерційної таємниці за новим інформаційним законодавством України: зб. наук. доп. і ст. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2012. – 265 с. (С. 172-177).

3. Економічна безпека підприємств, організацій, установ. – Автор. Колектив: Ортинський В.Л., Керницький І.С., Живко З.Б., Керницька М.І., Живко М.О. – Всеукраїнська асоціація видавців «Правова єдність», 2009.

Хабінець О.М.

студентка;

Легкоступ І.І.

*кандидат економічних наук, асистент,
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича*

ПРОБЛЕМИ МІЖБЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН В КОНТЕКСТІ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

На сучасному етапі Україна продовжує спрямовувати свої зусилля на реалізацію євроінтеграційного курсу з розвитку місцевої і регіональної демократії. І саме децентралізація є на сьогоднішній день однією з найуспішніших реформ, яка ефективно впроваджується в країні. Вона є наріжним каменем, який визначає пріоритети у відносинах між центральними та місцевими органами влади.

Децентралізація охопила різні сфери: освіта, охорона здоров'я, містобудування, державна реєстрація, соціальна сфера, та ін. Проте основою даної реформи стала саме фінансова децентралізація, яка в даному аспекті передбачає процес розподілу функцій, повноважень, фінансових ресурсів і відповідальності між центральним та місцевими рівнями управління. Її суть полягає у наданні місцевим органам влади максимальної кількості повноважень на засадах субсидіарності та забезпечення їх достатнім рівнем фінансових ресурсів для виконання цих повноважень.

Фінансова децентралізація розпочалася шляхом прийняття в 2015 році змін до Бюджетного і Податкового кодексів України та низки важливих законів, які стосувались:

- передачі органам місцевого самоврядування додаткових бюджетних повноважень і стабільних джерел доходів для їх реалізації;
- стимулювання територіальних громад до об'єднання та переходу на прямі міжбюджетні відносини з державним бюджетом з відповідним ресурсним забезпеченням на рівні міст обласного значення,
- запровадження правових засад формування спроможних територіальних громад шляхом підвищення їх фінансової та економічної спроможності.

Фінансова децентралізація включає політичний, економічний та інституційний аспекти організації міжбюджетних відносин. Завдяки їй місцеві органи влади отримують автономію та мають взаємозв'язок між системою управління і населенням, відбувається процес публічного управління. Фінансова децентралізація дає змогу перерозподілити фінансові ресурси між бюджетами, сприяти вирівнюванню фінансових можливостей адміністративно-територіальних одиниць [3, с. 617].

Бюджетна система України зараз не відповідає потребам розвитку територіальних громад. Пов'язано це з тим, що хоча в країні упроваджується децентралізація, однак досі відбувається надмірна централізація фінансових ресурсів.

Ось чому нагальними питанням постає фінансове забезпечення місцевих бюджетів, формування самостійних джерел доходів бюджету та реформування міжбюджетних відносин.

Нині міжбюджетні відносини, ході проведення реформи децентралізації, мають низку проблем:

– бюджетна децентралізація передбачає більш широкий спектр повноважень місцевим органам влади, ніж він зараз є у центральних органів влади України;

– неузгодженість між зобов'язаннями за видатками та їх джерелами і обсягами фінансування;

– місцеві органи влади не мають права самостійно, у повному обсязі здійснювати управління власними ресурсами;

– на протязі тривалого часу система міжбюджетного фінансування розвивалася непередбачувано. Вона не мала науково-методичних підходів до їх розрахунків, що впливало на управління бюджетами в напрямі планування та прогнозування;

– недосконала інституційна та правова база міжбюджетного фінансування не дає поштовх до розвитку інфраструктури регіонів і не сприяє забезпеченню суспільних благ.

– відсутність дієвих стимулів для місцевих органів влади до збільшення обсягу доходів місцевих бюджетів;

– недостатньо повне використання податкового потенціалу;

– відсутність уніфікованих стандартів надання публічних суспільних послуг та загальноприйнятих критеріїв оцінки якості їх надання для різних органів місцевого самоврядування;

– суттєві диспропорції між соціально-економічним розвитком регіонів,

– недосконала формула розрахунку міжбюджетних трансфертів;

– недостатньо обґрунтовані принципи розподілу інвестиційних та соціальних субвенцій.

Сучасна державна трансфертна політика, яка діє в країні, показала свою неефективність та негативний вплив на місцеві органи влади з питань розвитку та формування міцної власної бази фінансового забезпечення регіонів. Тому реформування міжбюджетних відносин країни має бути спрямоване на децентралізацію бюджетних ресурсів у органах місцевого самоврядування.

Для успіху фінансової децентралізації необхідно:

1. розширити перелік власних доходів місцевих бюджетів;

2. запровадити механізм надання трансфертів, який би враховував основні макроекономічні показники розвитку регіонів;

3. надавати субвенції з державного бюджету на умовах спільного з місцевими органами влади фінансування проектів соціально-економічного розвитку [1, с. 313].

4. надавати такий обсяг трансфертів, який відповідав би фінансовому забезпеченню макроекономічної фінансової стабільності регіону та сприяв би його економічному зростанню.

Здійснення перерахованих вище заходів дасть змогу зміцнити фінансову самостійність місцевих бюджетів, забезпечить використання прозорих механізмів надання дотацій вирівнювання та збільшить зацікавленість органів місцевого самоврядування в реалізації регіональних програм і проектів

Фінансова децентралізація відкриває значні перспективи для забезпечення спроможності місцевого самоврядування самостійно вирішувати питання місцевого життя, зокрема підвищення ролі громадян, їх впливу на процес прийняття та втілення рішень щодо забезпечення умов соціально та економічного розвитку суспільства.

Список використаних джерел:

1. Дмитровська В.С. Трансферти в системі регулювання міжбюджетних відносин / В.С. Дмитровська // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2013. – Вип. 9(2). – С. 302-313. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer_2013_9\(2\)__57](http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer_2013_9(2)__57).

2. Ільницький О. В. Реформа міжбюджетних відносин на шляху до бюджетної (фіскальної) децентралізації в Україні / О. В. Ільницький // Публічне право. – 2016. – № 1. – С. 126-134. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pp_2016_1_18.

3. Мацедонська Н.В. Децентралізація в Україні та основні шляхи її впровадження в сучасних умовах / Н. В. Мацедонська, Л. М. Клівіденко // Економіка та суспільство. – 2017. – Вип. 8. – С. 613-618 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economyandsociety.in.ua>

4. Субботович Ю. Бюджетна децентралізація та зміцнення фінансів органів місцевого самоврядування / Ю. Субботович // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Економіка. – 2012. – Вип. 132. – С. 44-46. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2012_132_13.

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Волощук Д.В.

студентка;

Ковтонюк І.Ю.

старший викладач,

Національний авіаційний університет

ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ РОЗРАХУНКУ СПОЖИВЧОГО ТА ВИРОБНИЧОГО НАДЛИШКІВ

Однією з найбільш фундаментальних економічних моделей є закон пропозиції та попиту на певний товар (молоко, хліб, паливо тощо) або послугу (транспорт, охорона здоров'я, освіта тощо) в умовах вільної ринкової економіки. У цій моделі кількість певного товару, що виробляється та реалізується, описується двома кривими, які називаються кривими попиту та пропозиції конкретного предмета.

Позначимо ціну певного товару через p , а кількість цього товару, яка представлена на ринку через q . Тоді криві пропозиції та попиту мають вигляд:

$p=S(q)$, $p=D(q)$ відповідно (рис. 1).

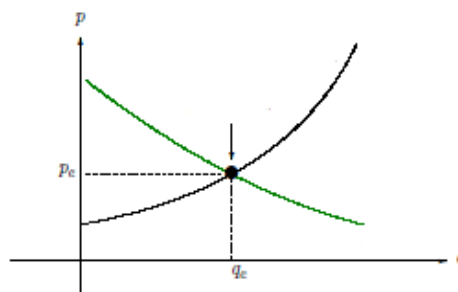


Рис. 1. Криві попиту і пропозиції

Джерело: розроблено автором за даними [2, с. 54-71]

Функція пропозиції S зростатиме у випадках збільшення ціни, так як виробники більше постачатимуть товару на ринок. Функція попиту D у цьому випадку спадатиме, оскільки за вищої ціни споживачі менше купуватимуть.

Точка перетину (q_e, p_e) кривих попиту та пропозиції називається точкою ринкової рівноваги, числа q_e та p_e – рівноважною кількістю та рівноважною ціною відповідно.

Економічне значення ринкової рівноваги полягає в наступному: поки $p < p_e$, попит на певний товар буде перевищувати його пропозицію, підштовхуючи ціну до рівноважної p_e . У випадку рівноваги кількість товарів, що постачається на ринок, дорівнює тій кількості, що вимагається. І навпаки, якщо ціна перевищує рівноважну, пропозиція товару буде перевищувати попит на нього, тим самим зменшуючи ціну.

На ринку весь товар реально продають за рівноважною ціною p_e . Деякі споживачі готові купувати частину товару Δq_e за більш високої ціни, ніж рівноважна. Таким чином ця частина покупців виграє в ціні [1, с. 171]. Таке явище отримало назву надлишку корисності. Метою дослідження є обчислення надлишку корисності, який отримують споживачі, купуючи товар за рівноважною ціною.

Обчислимо загальну суму, витрачену споживачами, якщо кожен з них купує певний товар за рівноважною ціною p_e . У цьому випадку кількість товару, що постачається, дорівнює кількості товару, що купується. Тому, загальна витрачена сума становить:

$$p_e \cdot q_e \quad (1)$$

Нехай кількість товару q_e постачається на ринок не одразу, а невеликими партіями. Саме це змушує споживачів купувати його за максимальною ціною, яку вони готові заплатити. В такому випадку загальна сума коштів, витрачена покупцями наближено дорівнює:

$$\int_0^{q_e} D(q) dq$$

Це наближення є точнішим у тому випадку, коли товар постачається на ринок меншими партіями.

Різниця між максимальною сумою коштів, яку споживачі готові заплатити за товар, та сумою коштів, сплаченою при ринковій рівновазі називається надлишком споживача і дорівнює:

$$\int_0^{q_e} D(q) dq - p_e q_e = \int_0^{q_e} [D(q) - p_e] dq.$$

Аналогічним чином обчислюється так званий надлишок виробника, який є різницею між прибутком виробників при ринковій рівновазі та мінімальним прибутком, за який вони готові постачати товар на ринок:

$$p_e q_e - \int_0^{q_e} S(q) dq = \int_0^{q_e} [p_e - S(q)] dq.$$

Розглянемо це на прикладі. Нехай попит на товар представлений функцією $D(q)=900-q$, а пропозиція – $S(q)=q+300$. Знайдемо величину надлишку споживача при покупці даного виду товару та надлишок виробника при продажу цього товару.

Рівноважні значення кількості товару і його ціни знаходимо з рівняння:

$$\begin{aligned} D(q) &= S(q) \\ 900 - q &= q + 300 \\ q_e &= 300 \\ p_e &= 600 \end{aligned}$$

Надлишок (виграш) споживача дорівнює:

$$\int_0^{300} (900 - q) dq - 600 \cdot 300 = 270\,000 - 45\,000 - 180\,000 = 45\,000 \text{ грн.}$$

Надлишок (виграш) виробника:

$$600 \cdot 300 - \int_0^{300} (q + 300) dq = 180\,000 - 45\,000 - 90\,000 = 45\,000 \text{ грн.}$$

Як бачимо, ринкова рівновага є оптимальним станом як для виробників, так і для споживачів. Використання результатів вищевказаного дослідження, особливо політиками і урядом, допоможе підвищити рівень економічного добробуту в країні; вимірюватиме загальну вигоду, яку отримує споживач або виробник, набуваючи або постачаючи блага.

Список використаних джерел:

1. Колесников А.Н. Краткий курс математики для экономистов. – М., Инфра-М, 2000. – 207 с.
2. Базилевич В.Д. Мікроекономіка: Підручник. – М59. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2008. – 679 с.

Курінна Д.В., Курінна В.В.

студенти;

Рудянова Т.М.

*кандидат фізико-математичних наук, доцент,
Університет митної справи та фінансів*

ЗАСТОСУВАННЯ СТОХАСТИЧНОГО ПРОГРАМУВАННЯ В АГРАРНОМУ ВИРОБНИЦТВІ

На сучасному етапі розвитку економіки результативне господарювання підприємств та організацій не може існувати без використання новітніх методів управління, започаткованих на математичних підходах. Всесвітня практика демонструє нам те, що їх розумне та правильне використання позитивно діє на рівень менеджменту й маркетингу, слугує зростанню продуктивності та результативності праці, зменшенню собівартості продукції та зростанню конкурентоспроможності. Об'єднання математичних засобів з комп'ютерними прийомами обробки інформації набирає все більшої популярності як найефективніший засіб науково-технічного й соціально-економічного розвитку суспільства. Застосування новітніх методів математичного моделювання має відношення до будь-якої галузі економіки, а також і до аграрної сфери. Розв'язання проблем агропромислової діяльності з застосуванням математичних методів значно удосконалює рівень керування аграрними фірмами, що дозволяє їм мотивувати стратегічний план особистого процесу росту, а також передбачати наслідки виробництва та отримувати найбільш ймовірну прибутковість в передумовах кризи, високих ризиків та посилення конкуренції.

Одним із найвагоміших питань в наш час є визначення оптимальної будови виробництва та удосконалення аграрних фірм та підприємств. Зважаючи на великий відсоток випадкових явищ в аграрному виробництві, враховуємо за потребу при моделюванні економічних процесів в аграрному виробництві використовувати стохастичне програмування.

В стохастичних моделях невідомі фактори – це випадкові величини, для яких відомі функції розподілу і різні статистичні характеристики (математичне очікування, дисперсія, середньоквадратичне відхилення).

Задачі стохастичного програмування мають відношення до оптимізаційних задач, де потрібно визначити відмінне рішення згідно з обраним критерієм рівня вартості та обмеженими пропозиціями.

Серед моделей стохастичного програмування вирізняють такі:

– модель оперативного стохастичного програмування – це коли пошук розв'язку відбувається лише після отримання випадкових величин задачі;

– модель одноетапного або перспективного стохастичного програмування – це коли пошук розв'язку відбувається лише до отримання випадкових величин, в основному це відбувається за їх математичними сподіваннями;

– модель багатоетапного або двоетапного стохастичного програмування – це коли на початку шукають очевидне рішення, а далі поліпшують його по рівню реалізації випадкових величин задачі [2, с. 58].

Розглянемо на прикладі переробного підприємства, яке знаходиться в Полтавській області, застосування моделі прийняття рішення в умовах ризику, коли відома ймовірність негативного впливу на процес виробництва.

Маємо такі дані: на підприємстві працює 5 агрегатів на конвеєрних лініях з випуску готової продукції (цукру). Щомісячна зарплата майстра з налагодження сільськогосподарського обладнання становить $Z = 2400$ грн. Штат майстрів може складатися до 5 чоловік. За час ремонту одного агрегату збитки від простою становлять $V = 1000$ грн. Ймовірність пошкодження агрегату протягом місяця становить $p = 0,6$. Знайдемо оптимальну кількість майстрів з налагодження обладнання, що забезпечуватиме підприємству мінімальні середні витрати на обслуговування конвеєрних ліній. Для розв'язку цього завдання позначимо через i кількість майстрів, що можна найняти на роботу.

Згідно з економічним змістом i прийматиме невід’ємні цілі значення, причому, згідно з умовами, $1 \leq i \leq 5$.

Нехай V_i – випадкова величина витрат на обслуговування агрегатів, i – штатними ремонтниками. Позначимо через $M(V_i)$ математичне сподівання для витрат на обслуговування агрегатів і роботу майстрів. Тоді математична модель до задачі матиме вигляд: знайти таке невід’ємне ціле значення i , що мінімізує критерій оптимальності $M(V_i) \rightarrow \min$ при умові $1 \leq i \leq 5$.

Для здійснення розрахунків за одержаною моделлю одновимірного цілочислового перспективного стохастичного програмування спочатку відновлюємо біноміальний розподіл ймовірностей пошкодження j агрегатів за місяць за формулою (1):

$$P_j = C_5^j \cdot p^j \cdot (1-p)^{5-j}, \tag{1}$$

$$\text{де } C_5^j = 5! / (j!(5-j)!), \quad j = \overline{0,5}.$$

Зауважимо, що $\sum_{j=0}^5 P_j = 1$, $C_5^j = C_5^{5-j}$, $j = \overline{0,5}$.

Визначено витрати на обслуговування конвеєрних ліній залежно від кількості майстрів та числа пошкоджених агрегатів, тобто можливі значення $V(i, j)$ за формулами (1), які наведені у таблиці 1:

Таблиця 1

Кількість майстрів, i	Кількість поламаних агрегатів, j					
	0	1	2	3	4	5
1	Z	$Z+1V$	$Z+3V$	$Z+6V$	$Z+10V$	$Z+15V$
2	$2Z$	$2Z+1V$	$2Z+2V$	$2Z+4V$	$2Z+6V$	$2Z+9V$
3	$3Z$	$3Z+1V$	$3Z+2V$	$3Z+3V$	$3Z+5V$	$3Z+7V$
4	$4Z$	$4Z+1V$	$4Z+2V$	$4Z+3V$	$4Z+4V$	$4Z+6V$
5	$5Z$	$5Z+1V$	$5Z+2V$	$5Z+3V$	$5Z+4V$	$5Z+5V$

Для $Z=2400$ і $V=1000$ отримано значення витрат на обслуговування конвеєрних ліній, що наведені у таблиці 2. Розрахунки виконувалися за допомогою табличного процесора Excel.

Таблиця 2

Кількість майстрів, <i>i</i>	Кількість поламаних агрегатів, <i>j</i>					
	0	1	2	3	4	5
1	2400	3400	5400	8400	12400	17400
2	4800	5800	6800	8800	10800	13800
3	7200	8200	9200	10200	12200	14200
4	9600	10600	11600	12600	13600	15600
5	12000	13000	14000	15000	16000	17000

На підставі отриманих результатів (табл. 2) розраховано математичні сподівання $M(V_i)$ до витрат на обслуговування конвеєрних ліній залежно від кількості майстрів за формулою (2):

$$M(V_j) = \sum_{j=0}^5 P_j \cdot V_{ij} \quad (2)$$

Отримані результати усереднених витрат на обслуговування конвеєрних ліній наведені у таблиці 3:

Таблиця 3

<i>I</i>	$M(V_j)$, грн.
1	9000,00
2	8975,04
3	10614,72
4	12677,76
5	15000,00

Обираючи значення $M(V_j) \rightarrow \min$, можна зробити висновки, що при залученні двох майстрів з налагодження агрегатів середні мінімальні щомісячні витрати складають 8975,04 грн. [1, с. 76].

Отже, активність процесу росту аграрних підприємств, неясність зовнішніх і внутрішніх параметрів, створення моделей з планування аграрного виробництва, характеристика потенціалу сільськогосподарських угідь, оптимізація виробництва при несподіваних погодних умовах потребує при оптимізації сільськогосподарського виробництва досить широко використовувати методи стохастичного програмування. Успіх в сучасному бізнесі та менеджменті сільськогосподарського виробництва багато в чому спирається на оперативний аналіз економічної ситуації та вибір альтернативного

рішення з можливих альтернатив, що, в першу чергу, пов'язано з використанням різноманітних економіко-математичних методів та моделей.

Список використаних джерел:

1. Васильєва Н.К. Економіко-математичне моделювання в сільському господарстві: навч. посібник / Васильєва Н. К., Біла К. О., – Дніпро:, 2015. – 155 с.
2. Рудянова Т.М. Економіко-математичні методи та моделі: оптимізаційні методи та моделі. Ч. 1: Навчально-методичний посібник для студентів заочної форми навчання, – Університет митної справи та фінансів, 2015. – 119 с.

Охріменко В.В., Ковальова В.Ю.

студенти,

Науковий керівник: Чуб Л.О.

асистент,

Національний авіаційний університет

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ ЧАСТКИ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ У СКЛАДІ ЕКОНОМІКИ

Економічний ріст країни залежить від ефективної діяльності суб'єктів господарювання, частина яких є державними. Для прийняття зважених управлінських рішень, оптимізації структури державного сектору економіки та визначення його потенціалу, одним із необхідних завдань є визначення частки державного сектору у складі економіки.

Частка державного сектору у складі економіки розраховується відповідно до Методики визначення частки державного сектору у складі економіки, затвердженої наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 20.12.2012 № 1466 [1].

За допомогою економіко-математичного моделювання можна здійснити розрахунок частки державного сектору у складі економіки, поєднавши всі розрахунки та представити у вигляді рівняння (1):

$$ПВ_m = \frac{ПВ_{ккл} + ПВ_{чд} + ПВ_{акт} + ПВ_{пр} + ПВ_{кл}}{5}, \quad (1)$$

де $ПВ_m$ – питома вага кількості суб'єктів господарювання державного сектору економіки;

$ПВ_{ккл}$ – питома вага кількості суб'єктів господарювання державного сектору економіки, %;

$ПВ_{чд}$ – питома вага чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) суб'єктів господарювання державного сектору економіки;

$ПВ_{акт}$ – питома вага середньої вартості необоротних та оборотних активів суб'єктів господарювання державного сектору економіки;

$ПВ_{пр}$ – питома вага середньої кількості працівників суб'єктів господарювання державного сектору економіки;

$ПВ_{кл}$ – питома вага капітальних інвестицій суб'єктів господарювання державного сектору економіки.

Всі елементи рівняння (1) ми можемо розписати у вигляді формул.

Питома вага кількості суб'єктів господарювання державного сектору економіки ми можемо представити як рівняння (2):

$$ПВ_{ккл} = \frac{m}{n} \times 100\%, \quad (2)$$

де n – кількість суб'єктів господарювання всього по Україні, одиниць;

m – кількість суб'єктів господарювання державного сектору економіки, одиниць.

Питома вага чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) суб'єктів господарювання державного сектору економіки має вигляд рівняння (3):

$$ПВ_{чд} = \frac{\sum_{m=1}^m ЧД_m}{\sum_{n=1}^n ЧД_n} \times 100\%, \quad (3)$$

де $ЧД$ – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

Питома вага середньої вартості необоротних та оборотних активів суб'єктів господарювання державного сектору економіки можна представити у вигляді рівняння (4):

$$ПВ_{АКТ} = \frac{\overline{АКТ}_m}{АКТ_n} \times 100\% , \quad (4)$$

В рівнянні (4) середню вартість необоротних та оборотних активів ми можемо розписати рівнянням (5):

$$\overline{АКТ} = \frac{([\sum ВНА_n + \sum ВНА_k]) + ([\sum ВОА_n + \sum ВОА_k])}{2} , \quad (5)$$

Якщо ми об'єднаємо рівняння (4) і (5), то ми отримаємо рівняння (6) вигляду:

$$\begin{aligned} ПВ_{АКТ} &= \frac{\frac{([\sum ВНА_{nm} + \sum ВНА_{km}]) + ([\sum ВОА_{nm} + \sum ВОА_{km}])}{2}}{\frac{([\sum ВНА_{nm} + \sum ВНА_{kn}]) + ([\sum ВОА_{nm} + \sum ВОА_{kn}])}{2}} = \\ &= \frac{([\sum ВНА_{nm} + \sum ВНА_{km}]) + ([\sum ВОА_{nm} + \sum ВОА_{km}])}{([\sum ВНА_{nm} + \sum ВНА_{kn}]) + ([\sum ВОА_{nm} + \sum ВОА_{kn}])} \times 100\% , \end{aligned} \quad (6)$$

де $ВНА_{п}$ – вартість необоротних активів на початок звітного періоду, тис. грн.;

$ВНА_{к}$ – вартість необоротних активів на кінець звітного періоду, тис. грн.;

$ВОА_{п}$ – вартість оборотних активів на початок звітного періоду, тис. грн.;

$ВОА_{к}$ – вартість оборотних активів на кінець звітного періоду, тис. грн.

Питому вагу середньої кількості працівників суб'єктів господарювання державного сектору економіки ми можемо представити у вигляді рівняння (7):

$$ПВ_{ПР} = \frac{СКП_m}{СКП_n} \times 100\% , \quad (7)$$

де $СКП_m$ – середня кількість працівників суб'єктів господарювання державного сектору економіки;

$СКП_n$ – середня кількість працівників суб'єктів господарювання всього по Україні.

Питому вагу капітальних інвестицій суб'єктів господарювання державного сектору економіки розглянемо у вигляді рівняння (8):

$$ПВ_{КІ} = \frac{\sum KI_m}{\sum KI_n} \times 100\% , \quad (8)$$

де KI_m – капітальні інвестиції суб'єктів господарювання державного сектору економіки;

KI_n – капітальні інвестиції суб'єктів господарювання всього по Україні.

Отже, при поєднанні всіх розрахункових формул, отримуємо економіко-математичну модель розрахунку питомої ваги частки державного сектору у складі економіки, яку ми представимо у вигляді рівняння (9):

$$\begin{aligned}
 ПВ_m = & \\
 & \frac{m}{n} \times 100\% + \frac{\sum_{m=1}^m ЧД_m}{\sum_{n=1}^n ЧД_n} \times 100\% \\
 = & \frac{\quad}{5} + \\
 & \frac{([\sum BHA_{nm} + \sum BHA_{kn}]) + ([\sum BOA_{nm} + \sum BOA_{kn}])}{([\sum BHA_{nm} + \sum BHA_{kn}]) + ([\sum BOA_{nm} + \sum BOA_{kn}])} \times 100\% \\
 + & \frac{\quad}{5} + \\
 & \frac{\frac{СКП_m}{СКП_n} \times 100\% + \frac{\sum KI_m}{\sum KI_n} \times 100\%}{5},
 \end{aligned} \tag{9}.$$

Список використаних джерел:

1. Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 20.12.2012 № 1466 «Про затвердження Методики визначення частки державного сектору у складі економіки», зареєстровано в Міністерстві юстиції України 14 січня 2013 р. за № 110/22642 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0110-13>.

СТАТИСТИКА

Корепанов О.С.

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

СТАТИСТИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Узагальнена оцінка рівня територіального розвитку інформаційно-комунікаційних технологій була розроблена Міжнародним союзом електрозв'язку (International Telecommunication Union) та з 2009 року публікується щорічно в Доповіді «Вимірювання інформаційного суспільства» («Measuring the Information Society Report») під назвою Індексу розвитку ІКТ (The ICT Development Index – IDI) [3].

Доповідь представляє основні інструменти оцінювання інформаційного суспільства за країнами та регіонами світу та висвітлює нові тенденції та особливості вимірювання.

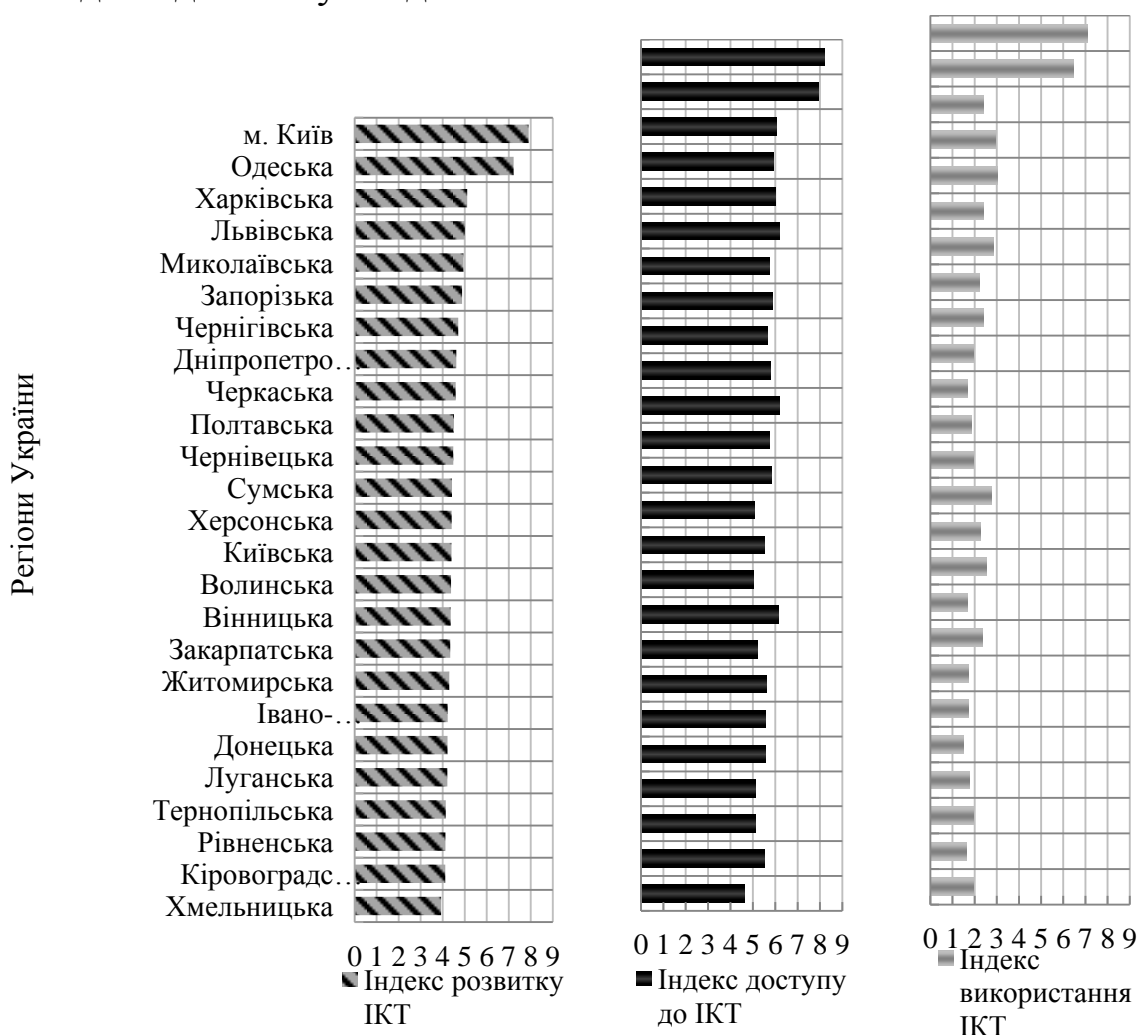
Вибір показників до кожної з груп індикаторів Індексу розвитку ІКТ ґрунтується на певних умовах, серед яких головними є доступність даних і можливість проведення статистичного аналізу різних аспектів розвитку інформаційного суспільства: доступу до ІКТ, використання ІКТ, практичних навичок в сфері ІКТ [4; 5; 6].

Доступ до ІКТ вимірюється за допомогою показників чисельності абонентів фіксованого телефонного зв'язку на 100 осіб населення, чисельності абонентів мобільного зв'язку на 100 осіб населення, пропускної здатності (швидкості) міжнародного трафіку Інтернету (біт/с) на одного інтернет-користувача, частки домашніх господарств, що мають персональні комп'ютери та частки домашніх господарств, що мають доступ до послуг Інтернет.

Використання ІКТ вимірюється часткою абонентів мережі Інтернет, чисельністю абонентів Інтернет з наданням фіксованого широкосмугового доступу, на 100 осіб населення, чисельністю абонентів Інтернет з наданням мобільного (бездротового) широкосмугового доступу, на 100 осіб населення.

Практичні навички в сфері ІКТ вивчаються на основі показників середньої тривалість навчання, охоплення населення середньою освітою та охоплення населення вищою освітою.

Інформаційно-аналітичне забезпечення наведених вище показників здійснено із використанням офіційних статистичних даних за регіонами України [1; 2]. Статистичне оцінювання рівня розвитку інформаційно-комунікаційних технологій в регіонах України проведено на основі розрахованих суб-індексів та індексу розвитку ІКТ для регіонів України у 2016 р. На рис. 1 представлено ранжування регіонів України за розрахованими значеннями індексу розвитку ІКТ та відповідними суб-індексами.



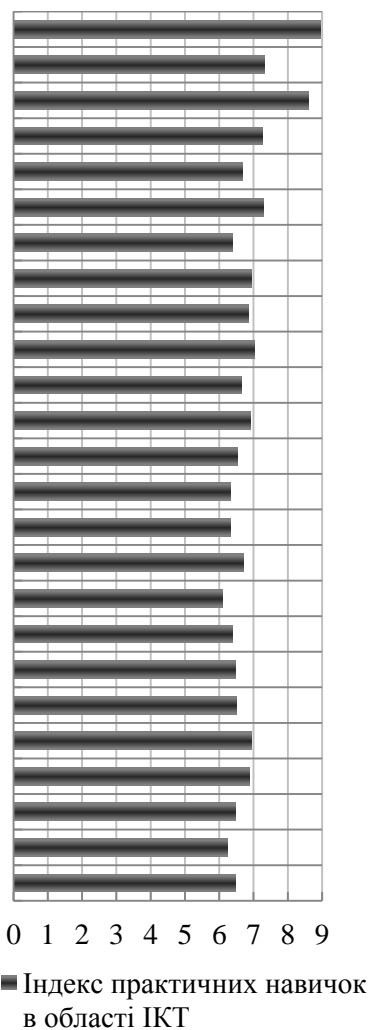


Рис. 1. Індеси розвитку ІКТ (ICT Development Index) та відповідні суб-індекси за регіонами України у 2016 р.

Джерело: розраховано автором за [1; 2]

М. Київ посідає перше місце в рейтингу за значенням Індесу розвитку ІКТ, а також за розрахованими за суб-індексами: доступу до ІКТ, використання ІКТ і практичних навичок в області ІКТ. Друге та третє місце за рівнем інформатизації суспільства: зайняли Одеська та Харківська області відповідно.

Оцінка результативності дій і потенціалу окремих регіонів України в області розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, що вимірюються за допомогою означених індексів, може озброїти аналітиків корисними даними щодо відносної результативності дій відповідних органів країни.

Список використаних джерел:

1. Доступ домогосподарств України до інтернету у 2016 році. За даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України. Статистичний збірник. Державна служба статистики України. – Київ, 2017. – 39 с.

2. Статистична інформація [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 01.04.2018).

3. Measuring the Information Society 2009. The ICT Development Index. [Electronic resource] / ITU. – Way of access: https://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/material/2009/MIS2009_w5.pdf.

4. Measuring the Information Society Report 2016. [Electronic resource] / ITU. – Way of access: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2016/MISR2016-w4.pdf>.

5. Measuring the Information Society Report Volume 1. 2017 [Electronic resource] / Committed to connecting the world, ITU. – Way of access: https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2017/MISR_2017_Volume1.pdf.

6. Measuring the Information Society Report Volume 2. 2017 [Electronic resource] / Committed to connecting the world, ITU. – Way of access: https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2017/MISR_2017_Volume2.pdf.

МАРКЕТИНГ

Мирошняк Х.-І.О.

студентка,

Чернівецький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Маркетингова діяльність у соціальних мережах стала одним із найуспішніших способів привернення уваги до продукції, що рекламується, та залучення більшої кількості споживачів. Сумарна аудиторія соціальних мереж перевищує мільярд користувачів і за деякими оцінками найближчим часом перевищить аудиторію пошукових систем [1, с. 263].

Унікальність соціальних медіа полягає в тому, що вони дають можливість підприємству взаємодіяти безпосередньо зі споживачами, без нав'язливої дії традиційних маркетингових технологій.

Наприклад, якщо компанія створює сторінку свого продукту (послуги) в соціальних мережах, користувачі можуть залишати там свої коментарі, рекомендації, огляди, задавати питання та взаємодіяти один з одним, щоб обговорити компанію, бренд, продукт чи послугу.

Будь-який споживацький відгук і коментар (позитивний чи негативний), залишений одним користувачем, може бути катализатором для іншого користувача і, як наслідок, спонукати до вибору (відмови) тієї чи іншої компанії, бренда, товару, послуги.

Всупереч поширеній думці продукти та послуги b2b- діяльності (промислові товари) також можуть ефективно просуватися через соціальні мережі. Основна стратегія в цьому випадку – знаходити представників того професійного прошарку, який є цільовою аудиторією кампанії. Для цього можна створювати власні спільноти, позиціонувати за професійною або соціальною приналежністю, цільово вести адресну роботу з представниками, забезпечувати кілька

зв'язків через системи реклами, з орієнтуванням за професіями або освітою, а також працювати з вже формованими професійними осередками [4, с. 37].

Активність, яку демонструють люди в соціальних мережах, вражає: у найпопулярніших проектах середній користувач переглядає до ста сторінок за день. Це те, до чого багато років прагнули всі інтернет-проекти, проте реалізувати це вдалося саме соціальним мережам.

Оскільки завданням маркетингу є бути там, де є аудиторія, то, звичайно, таке велике і активне середовище не могло не привернути увагу маркетингологів. Тому відразу після появи перших соціальних мереж і сервісів (MySpace, Del. icio. us, Digg) на них почали проводитися рекламні кампанії [2, с. 77].

Лідерство вже давно захоплено фейсбуком. Навіть у густонаселеному Китаї місцеві сервіси не можуть створити йому конкуренцію, на цьому ринку шанувальників Facebook теж більш ніж половина від загального числа користувачів соцмереж. Якщо виділити мобільний трафік, суттєвої різниці немає, тому ми не додаємо окремі графіки для кожного типу пристроїв.

Глобально поглянувши на статистику можна помітити, що на відміну від минулого десятиріччя, зараз вже майже ніхто не користується пошуковим сервісом StumbleUpon, а YouTube все так само лихоманить, як і в Україні. Pinterest та Twitter можна поздоровити з отриманням свого місця, однак якщо вони є лідерами серед інших мереж, то у порівнянні з Facebook частка цих сервісів доволі мала.

Нині найбільший інтерес до соціальних мереж проявляють компанії таких секторів, як споживчі товари, виробники спиртних напоїв, автовиробники, компанії індустрії розваг, але зростаючу тенденцію розміщення реклами у даному ресурсі показують і промислові підприємства.

Отже, соціальні мережі як рекламоносії мають ряд переваг, таких як: конкретний склад аудиторії, висока оперативність управління рекламною кампанією та отримання зворотнього зв'язку; можливість вимірювання ефективності; більш низька вартість контакту, в

порівнянні з іншими ЗМІ. Та найбільша перевага соціальних медіа як важеля просування продукту або бренду полягає у величині аудиторії, а також у тому, що більша її частина опинилася в мережі нещодавно, потрапила в Інтернет саме через соціальні медіа і все ще лояльно відноситься до мережевої реклами.

Враховуючи той факт, що інтернет-аудиторія зростає та компанії з різних галузей усвідомлюють привабливість даного медіа каналу, ринок інтернет-маркетингу, а разом з тим і social media marketing, продемонструє значне зростання в найближчі роки. Дана тенденція обумовлена тим, що, по-перше, використання традиційних комунікаційних каналів у поєднанні з потенціалом цифрових медіа допомагає реалізувати концепцію інтегрованих маркетингових комунікацій підприємства, оптимізувати маркетингові програми і підвищити ефективність комунікаційних заходів, а, по-друге, завдання формування іміджу компанії потребуватиме набагато менше маркетингових зусиль і капіталовкладень.

Але на нашу думку, найцікавіше, на сьогоднішній день, організоване функціонування соціальної мережі foursquare. Мережа почала працювати 11 березня 2009 року. Авторами мережі є Денніс Кроулі і Навін Сельвадурай. Foursquare (скорочено – 4sq) – соціальна мережа з функцією геопозиціонування, призначена в основному для роботи з мобільними пристроями. Ця мережа доступна користувачам не тільки з пристроями, які обладнані GPS-навігацією, наприклад користувачам смартфонів, але і просто для роботи з будь-яким телефоном. Якщо у ваш мобільний телефон не влаштована функція GPS-навігації, то координати визначаються за допомогою сервісу LBS. Суть соціальної мережі полягає в тому, що користувачі відзначаються («check-in») в різних закладах за допомогою мобільної версії веб-сайту.

Кожна така відмітка дозволяє користувачеві заробляти foursquare-бали, а в деяких випадках – «бейджі», а якщо користувач протягом останніх 60 днів відзначався в певному об'єкті більше днів ніж будь-хто з інших відвідувачів (тут мається на увазі такий принцип підрахунку відміток: 1 день – 1 відмітка), і якщо в профіль

користувача була завантажена фотографія, то він оголошується «мером» цього об'єкта, і зберігає це звання до того моменту, поки кількість відміток іншого учасника не перевершить кількість відміток мера [5].

Цікавим та ефективним зі сторони маркетингу є те, що foursquare має мережу своїх партнерів, з якими співпрацює: різні фірми, організації, музеї, кафе, ресторани, магазини, розважальні центри та кінотеатри. Згідно зі статистикою, загальна кількість користувачів foursquare в Україні становить близько 60 000 користувачів у різних куточках країни. Лідерами за кількістю користувачів є такі міста: Київ, Одеса, Львів, Харків, Донецьк, Дніпропетровськ [7].

Можна зазначити, що, соціальні мережі як рекламоносії мають ряд переваг, таких як цільовий склад аудиторії, висока оперативність управління рекламною кампанією та отримання зворотного зв'язку; більш низька вартість в порівнянні з іншими ЗМІ. Та найбільша перевага соціальних медіа як важеля просування продукту або бренду полягає у величині аудиторії, а також у тому, що більша її частина опинилася в соціальній мережі нещодавно, потрапила в Інтернет саме через соціальні медіа і все ще лояльно відноситься до мережевої реклами. Здійснення ефективного інтернет-маркетингу в соціальних мережах є важливим фактором успішного просування підприємства, бренда чи товару на ринку спрямоване на розширення цільової аудиторії, розроблення, покращення та захист репутації підприємства через формування лояльності споживачів до підприємства.

Отже, враховуючи той факт, що інтернет-аудиторія зростає та компанії з різних галузей усвідомлюють привабливість даного медіа каналу, ринок інтернет-маркетингу, а разом з тим і social media marketing, продемонструє значне зростання в найближчі роки.

Дана тенденція обумовлена тим, що, по-перше, використання традиційних комунікаційних каналів у поєднанні з потенціалом цифрових медіа допомагає реалізувати концепцію інтегрованих маркетингових комунікацій підприємства, оптимізувати маркетингові програми і підвищити ефективність комунікаційних заходів, а, по-

друге, завдання формування іміджу компанії отребуватиме набагато менше маркетингових зусиль і капіталовкладень.

Список використаних джерел:

1. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 263 с.
2. Терехов Д. С. SMM-Маркетинг у системі управління сучасним підприємством / Д. С. Терехов // Наука й економіка. – 2015. – № 1 (37). – 77-79 с.
3. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування Інтернет-технологій у маркетингу / С.М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – Т. 2, № 4. – 64-74 с.
4. Полещук С. Ідеальний план просування через соціальні мережі. Як розкрутити свій бізнес, використовуючи величезний трафік популярних соціальних мереж / С. Полещук – М.: Веб Інфо Продукт, 2012. – 37 с.
5. Foursquare – що це і з чим його їдять? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nuvi.ru/blog/17628/>.
6. П'ять головних трендів інтернет-маркетингу в 2016 році [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://netology.ru/blog/300-internet-marketing-trendy-2016-goda>.
7. Foursquare [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Foursquare>.

ЛОГІСТИКА ТА ТРАНСПОРТ

Клевець Я.В.

студент,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут

імені Ігоря Сікорського»

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ЩОДО КЛАСИФІКАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ

Актуальність і практична значущість управління логістичними витратами підприємства обумовлена зниженням ефективності його функціонування поряд зі зростаючою конкуренцією, підвищенням собівартості продукції, тенденцією інтенсивного зростання витрат у порівнянні з доходами. Достовірна, актуальна і своєчасна інформація про логістичні витрати, чіткий порядок їх відображення в кінцевих результатах діяльності підприємства створюють базу для його ефективної роботи.

Тенденція зростання загальних витрат і його випереджаючий темп у порівнянні з динамікою загальних доходів, що призводить до зниження ефективності бізнесу, поряд з посиленням конкуренції зумовили практичну значимість і актуальність управління логістичними витратами підприємств, що сприяє підвищенню ефективності логістичних систем.

Об'єктивні процеси розвитку логістики, посилення інтеграційних процесів обумовлюють пошук механізмів підвищення ефективності діяльності підприємства. Будь-яка організація, формуючи відповідну їй цілям логістичну систему, перш за все прагне оцінити її фактичну або потенційну ефективність [1]. За час розвитку логістики в промислово розвинених країнах сформувалася система показників, в загальному плані оцінюють її ефективність і результативність:

- загальні логістичні витрати;
- якість логістичного сервісу;
- тривалість логістичних циклів;
- продуктивність;
- повернення на інвестиції в логістичну інфраструктуру.

Ці показники можна назвати ключовими або комплексними показниками ефективності логістичної системи [2]. До ключових показників функціонування логістичної системи відносять основні вимірники ефективності використання ресурсів в комплексі оцінюють результативність логістичного менеджменту і є основою логістичного планування, обліку і контролю. Вони лежать в основі звітних форм компаній і систем показників логістичних планів різних рівнів.

Основна проблема, що виникає при виділенні логістичних витрат, полягає в тому, що традиційна бухгалтерська практика класифікації та обліку основних видів витрат, як правило, не містить адекватної інформації для ідентифікації витрат, пов'язаних з логістичними процесами. Причина полягає в тому, що традиційні системи обліку акумулюють логістичні витрати в інші групи витрат, що ні дозволяє провести їх детальний аналіз, враховувати всі наслідки прийнятих управлінських рішень, а також їх вплив на загальну ефективність логістичної системи. Все це обумовлює той факт, що керівництво підприємством не має економічно обґрунтованих важелів впливу на логістичні витрати. У той же час наявність достовірної інформації про логістичні витрати, чіткий порядок їх відображення в кінцевих результатах можуть створити діючі стимули ефективної діяльності.

Основним принципом, на якому будується управління логістичними витратами, є концепція загальних витрат. Концепція повної вартості, запропонована Г. Льюїсом, Дж. Калліотом і Дж. Стиллом, показує, яким чином загальні витрати можуть бути знижені завдяки ретельній інтеграції логістичних операцій. Її сутністю є те, що всі витрати розглядаються як здійснювані одночасно для забезпечення необхідного обслуговування. При порівнянні альтернативних підходів витрати по деяких функціях збільшаться, за деякими – зменшаться або залишаться на колишньому рівні. Мета полягає в знаходженні

альтернативи, яка характеризується найбільш низькими загальними витратами. Таким чином, концепція аналізу загальних витрат націлює зусилля на мінімізацію не часткових, а загальних витрат.

Спільними логістичними витратами називаються сумарні витрати, пов'язані з комплексом функціонального логістичного менеджменту і логістичним адмініструванням. Їх розмір визначається витратами, виробленими різними ланками логістичного ланцюга. Для прийняття обґрунтованих рішень в процесі управління логістичною системою в складі загальних логістичних витрат враховуються також втрати прибутку від заморожування (імобілізації) матеріальних ресурсів, незавершеного виробництва і готової продукції в запасах, а також збиток від недостатнього рівня якості постачання, виробництва, дистрибуції готової продукції споживачам і логістичного сервісу. Цей збиток зазвичай оцінюється як зменшення обсягу продажів, скорочення частки ринку, втрата прибутку, втрата клієнтів і т.п. Таким чином до складу логістичних витрат, крім фактичних витрат, входять і витрати втрачених можливостей [4].

В логістичній системі виникають різні за змістом витрати, що обумовлено споживанням різних за характером і призначенням коштів виробництва та різноманітних форм праці. Класифікація є важливим інструментом управління логістичними витратами на підприємстві і прийняття господарських рішень. Виходячи з цього, найважливішими *принципами угруповання* логістичних витрат слід вважати:

- необхідність відображення відповідної приналежності витрат до елементів минулих, упередметнених в засобах виробництва витрат, до живого праці та його оплаті і до елементам доданої вартості;
- забезпечення можливості узагальнення окремих взаємопов'язаних витрат, віднесених до функціональному центру логістичних витрат, з метою контролю рівня його витрат і економічності діяльності;
- необхідність розподілу витрат, пов'язаних з переміщенням безпосередньо матеріального потоку і витрат на інформаційне забезпечення цього процесу;

- з виготовленням продукції і наданням послуг на їх конкретні види, тобто забезпечення можливості обчислення собівартості виробів, робіт і послуг;

- необхідність розподілу витрат відповідно до динаміки потокового процесу;

- виділення витрат в залежності від виду логістичної системи, завдань управління і оптимізації в конкретних логістичних ланцюгах і каналах.

В складі загальних логістичних витрат можна виділити наступні основні групи витрат:

- витрати на виконання логістичних операцій / функцій (операційні, експлуатаційні логістичні витрати);

- збитки від логістичних ризиків;

- витрати на логістичне адміністрування.

Більшість звітних форм про виконанні логістичного плану містять показники логістичних витрат, згруповані по функціональним областям логістики, наприклад витрати в матеріальному менеджменті, витрати на операції фізичного розподілу і т. п. Загальноприйняті в західному бізнесі є виділення і облік витрат на транспортування, складування, вантажопереробку, управління запасами, управління замовленнями, інформаційно-комп'ютерну підтримку і т. п. [2]. Угрупування логістичних витрат за функціональною ознакою дає можливість оцінити їх абсолютну величину, вирішити задачу обґрунтування розміру цих витрат, аналізу і вдосконалення їх структури, проведення більш дієвого контролю їх стану.

Аналіз логістичних витрат регламентується відсотковому відношенні до стандартних, об'ємним або ресурсним показниками, наприклад:

- частка логістичних витрат в обсязі продажів;

- питома вага складових логістичних витрат в загальному розрізі витрат;

- порівняння логістичних витрат підприємства щодо стандартів;

- частка логістичних витрат в відповідних статтях бюджету підприємства;

- витрати на поточний момент.

Перераховані показники часто включаються до звітних форм про логістичної продуктивності, акцентуючи увагу на ефективності використання фінансових ресурсів компанії [2].

Таким чином, проведений аналіз дозволив визначити основні показники, що характеризують ефективність логістичної системи; розглянути логістичні витрати, як один з найважливіших індикаторів оцінки; також запропоновані різні підходи і класифікація логістичних витрат; досліджено зарубіжний досвід аналізу логістичних витрат і виявлені проблеми застосування індикаторів в оцінці ефективності логістичної системи на вітчизняних підприємствах.

Список використаних джерел:

1. Сярдова О.М. Управління запасами на підприємствах автомобілебудування // Вісник саратовського державного технічного університету. 2008. Т. 2, № 1. С. 233-238.
2. Сярдова О.М. Формування програми та оцінка підвищення результативності логістичної системи // Актуальні проблеми економіки та права. 2013. № 1 (25). С. 139-143.
3. Гуренко І.С., Транспортні витрати в ланцюзі постачань промислових підприємств // Наука і освіта в житті сучасного суспільства: зб. науч. тр. по матеріалами Міжнар. наук.-практ. конф.: в 18 ч. 2013. С. 68-70.
4. Сачинська Л.В. Управління логістичними витратами підприємства. Основитеорії / Є. В. Крикавський. – 2-ге вид., допов. і переробл. – Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка» ; «Інтелект-Захід», 2012. – 456 с.

Сліпченко М.А.

студент,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут

імені Ігоря Сікорського»

СТРУКТУРА МІКРОЛОГІСТОЧНОЇ СИСТЕМИ

В умовах інтеграційних перетворень важливу роль в економіці підприємства відіграє надійність функціонування ланцюгів поставок. Ця надійність визначається, зокрема, тим, як організована логістична система кожної ланки ланцюгів поставок на мікрорівні і налагоджена взаємодія між ними.

Перед автором стояла задача виконати аналіз логістики виробничого підприємства з позицій системного підходу, розробити на цій основі модель взаємодії функціональних і забезпечують логістичних підсистем.

Промислове підприємство являє собою складну систему, що складається з безлічі підсистем і елементів. У цій системі відбувається рух і перетворення різних виробничих ресурсів з метою задоволення ринкової потреби в товарах і послугах і отримання прибутку. Направлений рух ресурсів являє собою потоки, ефективним управлінням яких займається логістика

Як відомо «логістична система – це складна структурно організована і керована сукупність економічно, технологічно і технічно взаємопов'язаних елементів, які здійснюють рух матеріальних і супутніх їм потоків в бізнес-процеси» [1, с. 37].

Розгляд логістики підприємства з позицій системного підходу вимагає вивчення всіх елементів у взаємозв'язку і взаємодії. Для забезпечення єдності і цілісності підприємства логістична система (ЛС) повинна мати властивості стійкості та адаптивності [2, с. 413]. ЛС повинна працювати стабільно і стійко в умовах зміни внутрішнього і зовнішнього середовища. При значних коливаннях стохастичних факторів зовнішнього середовища ЛС повинна пристосовуватися до нових умов, змінюючи параметри функціо-

нування і критерії оптимізації. Такого роду коливання особливо характерні в умовах економічних криз, коли зниження платоспроможного попиту на продукцію призводить до збоїв в ланцюгах поставок.

Логістична система виробничого підприємства відноситься до мікрологістичних систем, вона має низку особливостей, які слід враховувати в логістичному менеджменті в умовах планомірного розвитку, а також при прийнятті антикризових заходів.

Логістична система характеризується великою кількістю і складністю матеріальних потоків, що обумовлено:

- великими масштабами виробництва і продажів;
- чисельністю постачальників, посередників і споживачів і їх територіальної віддаленістю;
- великий номенклатурою сировини, матеріалів і комплектуючих виробів;
- різноманітністю застосовуваних виробничих технологій;
- величезною кількістю деталей і складальних одиниць, що застосовуються у виробках;
- складністю міжцехових та внутрішньо цехових маршрутів руху деталей;
- необхідністю забезпечувати передпродажне і післяпродажне обслуговування товарів.

Основною метою ЛС в виробництві є доставка матеріалів і товарів в необхідній номенклатурі і кількості в установлені терміни до місць зберігання, виробництва, продажу та споживання з мінімальними (нормативними) витратами.

У більшості джерел з логістики, при розгляді руху матеріальних потоків у виробництві та обігу, як правило, аналізуються стадії матеріально-технічного забезпечення, виробництва та розподілу товарів. При цьому не приділяється уваги стадії їх споживання. Для машинобудівного підприємства важливою складовою маркетингової діяльності є післяпродажне обслуговування реалізованих виробів. В даний час промисловий сервіс стає значущим фактором конкурентоспроможності виробничого підприємства [3]. Звідси впливає

необхідність управління матеріальними потоками, пов'язаними з обслуговуванням товарів.

Крім того, для виробничого підприємства характерно також наявність таких матеріальних потоків, як рух матеріалів і запчастин для забезпечення технічного обслуговування та ремонту обладнання в основному виробництві, рух інструменту і технологічної оснастки.

Отже, до найважливіших функцій логістики в виробництві слід віднести:

- доставку сировини, матеріалів, комплектуючих виробів і інструмента на підприємство, їх зберігання та розподіл;
- переміщення предметів праці в процесі виробництва продукції між цехами, ділянками, робочими місцями;
- забезпечення збереження готової продукції, її розподіл по ланках збутової мережі;
- доставку матеріалів, запасних частин та інструменту, необхідних для здійснення технічного обслуговування реалізованих товарів, споживачам і сервісним центрам.

Звідси випливає, що функціональними підсистемами ЛС машинобудівного підприємства є:

- закупівельна логістика;
- виробнича логістика;
- розподільна (збутова) логістика;
- сервісна логістика.

До забезпечує підсистем ЛС віднесемо логістику запасів, складську, транспортну, інформаційну та фінансову логістики, які покликані «обслуговувати» матеріальні потоки на всіх стадіях постачання, виробництва і споживання.

Складська логістика забезпечує зберігання матеріалів і продукції, вантажно-розвантажувальні та інші операції.

Підсистема транспортної логістики забезпечує переміщення вантажів між ланками логістичної системи.

Основним завданням інформаційної логістики є інформаційне забезпечення функціональних підсистем. Для вирішення цього завдання в усіх функціональних підсистемах ЛС необхідно

організувати облік, контроль і аналіз, збір, накопичення та обробку інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень. Завдання інформаційного забезпечення ЛС в даний час найбільш ефективно вирішуються в рамках корпоративних автоматизованих інформаційних систем.

Логістика запасів забезпечує логістичну систему математичним апаратом для розрахунку параметрів запасів в постачанні, виробництві, збуті і сервісі (рівні запасів, розмір партії поставки, періодичність поставок, точка замовлення, тощо). Логістика запасів є свого роду математичним забезпеченням ЛС.

Фінансове забезпечення покладається на підсистему фінансової логістики. Відзначимо, що її роль у вирішенні завдань виробничої логістики мінімальна.

Список використаних джерел:

1. Логістика: навч. посібник / [І. М. Баско и др.]; під ред. І. І. Поліщук. – Мінськ: БГЕУ, 2007. – 431 с.
2. Семененко, А. І. Логістика. Основи теорії: підручник для вузів / А. І. Семененко, В. І. Сергєєв. – СПб.: Видавництво «Союз», 2001. – 544 с.
3. Ковальов, М. Н. Сервіс продукції як найважливіший фактор конкурентоздатності підприємства на ринку сільськогосподарських машин / М. Н. Ковальов // Праця. Профспілки. Суспільство. – 2010. – № 1. – С. 22-25.

НОТАТКИ

НОТАТКИ

НОТАТКИ

Наукове видання

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ**

**МАТЕРІАЛИ ІІІ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

Матеріали друкуються в авторській редакції

Дизайн обкладинки: А. Юдашкіна
Верстка: Н. Кузнєцова

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

Підписано до друку 30.04.2018. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.
Умовно-друк. арк. 5,81. Тираж 100. Замовлення № 0518/14.
Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видавництво «Молодий вчений»
Україна, м. Херсон, вул. Паровозна, буд. 46-а
Телефон: +38 (0552) 39-95-30
E-mail: info@molodyvcheny.in.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 5761 від 09.11.2017 р.