

МАТЕРІАЛИ V МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ  
ЕКОНОМІЧНИХ НАУК»**

(28-29 вересня 2018 року)

Київ  
2018

УДК 33(063)  
А 43

**Актуальні питання економічних наук.** Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 28-29 вересня 2018 року). – Херсон: Видавництво «Молодий вчений», 2018. – 112 с.  
ISBN 978-617-7640-27-0

У збірнику представлені матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання економічних наук». Розглядаються загальні питання світового господарства та міжнародних економічних відносин, економіки та управління національним господарством, економіки та управління підприємствами, розвитку продуктивних сил і регіональної економіки, інноваційної та інвестиційної діяльності, 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 33(063)

## ЗМІСТ

### ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

<b>Кочук С.І.</b> АЛГОРИТМ ДОСЯГНЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ .....	6
---	---

### СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

<b>Глушач Ю.С.</b> МІЖНАРОДНІ РЕЙТИНГИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОЦІНКИ ІНТЕГРАЦІЇ КРАЇН У СВІТОВИЙ ПРОСТІР	
<b>Шебалков Г.О., Черба В.М.</b> АНТИМОНОПОЛЬНА ПОЛІТИКА І РОЗВИТОК КОНКУРЕНЦІЇ В УКРАЇНІ .....	14

### ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

<b>Коробська А.О.</b> ЗНАЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ТА СОЦІАЛЬНИХ ЧИННИКІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ .....	16
<b>Кушнір М.М., Старух А.І.</b> ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ БЮДЖЕТНИХ КОШТІВ ЯК ОСНОВА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ КРАЇНИ .....	19
<b>Рязанова Н.О.</b> ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ ВВЕДЕННЯМ ВУГЛЕЦЕВИХ ПОДАТКІВ І РОЗВИТОКОМ ВІДНОВЛЮВАНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ .....	21
<b>Шкуропадська Д.Б.</b> ЗАХИСТ ПРАВ ВЛАСНОСТІ НА ПРИРОДНІ РЕСУРСИ ЯК ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВА УМОВА СТІЙКОСТІ ЕКОНОМІКИ .....	24

### ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

<b>Задорожня Н.С., Онешко С.В.</b> НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ ПОРТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	28
<b>Коломієць А.В.</b> АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА .....	32
<b>Коропецький О.О.</b> СИСТЕМА ЦІЛЕЙ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА .....	35
<b>Мазуренко В.О.</b> ОБГРУНТУВАННЯ СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНОЇ СХЕМИ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	37
<b>Попов М.І.</b> ОБГРУНТУВАННЯ ПОЛІТИКИ ЗАЛУЧЕННЯ ПОЗИКОВИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА .....	40
<b>Скоробогатий О.І.</b> КАТЕГОРІЯ ПРИБУТКУ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	44
<b>Сябер Є.О.</b> ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА .....	46
<b>Таран О.М.</b> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....	48

## ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

<b>Рябоштан Л.Г.</b> ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КОНТРОЛІНГУ НА АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ .....	52
--	----

## БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

<b>Аль-Газу Алі</b> ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ І ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ АВІАКОМПАНІЙ .....	56
<b>Малун Є.О.</b> ЯК ОСНОВНІ ЗМІНИ В П(С)БО ВПЛИНУЛИ НА РОБОТУ БУХГАЛТЕРІВ .....	58
<b>Падалка Л.І.</b> ДОХОДИ ТА ВИТРАТИ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ .....	61
<b>Шульга А.І.</b> ПРОЦЕСИ ВІДТВОРЕННЯ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ .....	64

## ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

<b>Бандура І.Я.</b> СУЧАСНИЙ СТАН СТРАХОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ .....	68
<b>Бунін С.В.</b> РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ .....	70
<b>Гайдук І.С.</b> АНАЛІЗ БАНКІВ УКРАЇНИ В СИСТЕМІ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ .....	72
<b>Козакевич О.Р.</b> ВАЛЮТНИЙ КУРС: СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИ РЕГУЛЮВАННЯ .....	76
<b>Кравчук О.А., Прутська О.О.</b> УДОСКОНАЛЕННЯ КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ БАНКУ .....	78
<b>Тисячна С.Д.</b> ДІЯЛЬНІСТЬ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ ЗІ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ – АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ .....	81
<b>Tysiachna S.D.</b> US BANKING SYSTEM DURING THE GLOBAL FINANCIAL CRISIS .....	85

## ФІНАНСИ ТА ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА

<b>Чопко А.І.</b> МИТНА СИСТЕМА УКРАЇНИ .....	88
--	----

## МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

<b>Курінна Д.В., Курінна В.В., Рудянова Т.М.</b> ВИКОРИСТАННЯ ТЕОРІЇ ІГОР В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ .....	90
<b>Чабан О.М.</b> АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ .....	94

## СТАТИСТИКА

<b>Лазебник Ю.О.</b> ОСНОВА СТАТИСТИЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ СЕКТОРУ «КОНТЕНТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ МЕДІА» .....	97
--	----

## **МАРКЕТИНГ**

**Дрокіна Н.І.**

РОЛЬ ЧАТ-БОТІВ В МЕСЕНДЖЕРАХ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ..... 99

## **СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

**Кирпа Ю.В.**

ІМІДЖ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ..... 103

**Логвінова О.П.**

КРАУДФАНДИНГ І ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ  
ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ ..... 106

## **ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

**Полищук А.А.**

ДЕЯТЕЛЬНОСТНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИДЕОЛОГИИ БУДУЩЕГО ..... 109

## **ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ**

**Кочук С.І.**

*аспірант,*

*Науковий керівник: Кудінова А.В.*

*доктор економічних наук, доцент,*

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

### **АЛГОРИТМ ДОСЯГНЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ**

Державна регуляторна політика – це напрям державної політики, що ґрунтується на певному поєднанні політико-економічних важелів регулювання господарських відносин між ринковими суб'єктами, адміністративно-економічних відносин між регуляторними органами та бізнесом, з метою ефективного виконання стимулювально-превентивних функцій. Зокрема, регулятивна економічна політика має забезпечити розвиток, підтримку та стимулювання легальної господарської діяльності всіх суб'єктів господарювання, незалежно від їх рівня та напрямку діяльності.

У відповідності із загальноприйнятими етапами визначення напрямків, змісту та характеру економічної політики в цілому, та регулятивної зокрема, проведено прогнозно-аналітичне оцінювання ефективності попередньої стратегії розвитку та визначення сценаріїв (варіантів) розвитку національної економіки у майбутньому. Алгоритм, передусім узгодження стратегічних пріоритетів соціально-економічного розвитку та конкретних напрямків регуляторної економічної політики, та, безумовно, їх реалізації, побудований на принципах комплексності, системності, несуперечності всіх ключових елементів.

Блок 1 «Загальностратегічний». Основне завдання щодо визначення напрямку економічної політики – це узгодження базових цінностей у суспільстві, світових та загальноєвропейських трендів соціально-економічної політики держави та місії, принципів та пріоритетів регуляторної економічної політики в Україні.

Саме на даному блоці забезпечується відповідність обраної моделі соціально-економічного розвитку та тих заходів, що обрані для її реалізації; відповідності цілей та пріоритетів стратегії соціально-економічного розвитку та наявних національних традиційних форм соціально-економічних інститутів, що формувались протягом всієї національної історії; відповідності методів та інструментів регуляторної економічної політики та національного економічного менталітету.

Блок 2 «Стратегічно-тактичний». На цьому етапі реалізації регуляторної економічної політики говоримо про «стратегічні речі» – місію, принципи, пріоритети регуляторної економічної політики в Україні, її відповідності стратегії національного розвитку. З іншого – даний блок включає аналіз основних поточних проблем, визначення конкретних проектів та програм, характеристику джерел фінансування та ресурсного забезпечення регуляторної політики, а, головне, виокремлення цільових показників, етапів та ефективності її реалізації. Звідси і основне завдання даного блоку – визначення, які саме господарські відносини слід регулювати, окреслення методології регулювання та оцінювання результативності регуляторної економічної політики.

Місія (основна мета) регуляторної економічної політики в Україні – досягнення прозорого та якісного балансу інтересів між державою та бізнесом, зменшення адміністративно-бюрократичного навантаження на бізнес, забезпечення ефективного та привабливого бізнес-середовища в країні.

Згідно Закону України про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності [1], визначено наступні принципи державної регуляторної політики: доцільність, адекватність, ефективність збалансованість, передбачуваність, прозорість та врахування громадської думки.

Відповідно до мети (місії), в якості додаткових принципів, додали наступні: системність, субсидіарність, логічність, правову визначеність, вибірковість регулювання, ризик-орієнтованість, координацію та консолідацію, релевантність регулювання

Враховуючи, що можна констатувати безсистемний, формальний характер проведення органами виконавчої влади планування безпосередньої регуляторної діяльності, можливо, слід додати «пріоритет якості рішень, що приймаються, над терміновістю».

Ресурсне забезпечення, джерел фінансування та органів управління, доцільно узгодити діяльність всіх гілок влади, зокрема з Адміністрацією Президента, Кабінетом Міністрів України та Державною регуляторною службою України.

Блок 3 «Оціночно-прогностичний». Даний блок алгоритму реалізації та узгодження стратегічних пріоритетів та регуляторної економічної політики в Україні, передбачає не лише корегування (за необхідності) термінів та послідовності етапів реалізації регуляторних трансформацій, але й оцінку її ефективності, виходячи з певних цільових показників та індикаторів.

Об'єктивність оцінювання якості регуляторних змін забезпечить, на наш погляд, комплексна оцінка за різними показниками (табл. 1).

Ми пропонуємо оцінювати також регуляторну економічну політику з точки зору «перспектив»: «Бізнес», «Державне управління», «Місьцеве управління», «Національна економіка», «Місцева/локальна економіка», «Суспільство».

Перспектива «Бізнес». По суті, підприємці та бізнес є основними «стейкхолдерами» регуляторної економічної політики, тому кооперація державних органів та бізнесу є невід'ємною частиною моніторингу та оцінювання якості регуляторної політики.

**Показники оцінки якості регуляторної політики**

<b>Інституція, що проводить рейтингування та оцінку</b>	<b>Показник, критерій, компонент</b>
Світовий банк	Якість регулювання
	Легкість ведення бізнесу
	Торгівельна політика
	Тягар трудового законодавства для бізнесу
	Тягар податкового законодавства для бізнесу
	Тягар митного та торгового законодавства для бізнесу
	Регуляторне середовище бізнесу
Європейський банк реконструкції та розвитку	Лібералізація цін
	Торгівля і система міжнародного обміну
	Конкурентна політика
Всесвітній економічний форум	Розповсюдженість торгівельних бар'єрів
	Інтенсивність локальної конкуренції
	Простота створення нового бізнесу
	Ефективність антимонопольної політики
	Строгість екологічних норм
IMD – International Institute for Management Development (Швейцарія)	Негативний вплив протекціонізму на бізнес
	Законодавство про конкуренцію не перешкоджає недобросовісній конкуренції
	Регулювання цін на продукцію у більшості галузей
	Легкість доступу до внутрішнього та зовнішнього ринків капіталу
	Простота ведення бізнесу
	Прозорість фінансових інститутів
	Забезпечення ефективного транзиту товарів з митниці
	Негативний вплив правової системи на конкурентоспроможність
	Відсутність перешкод для бізнесу в банківському регулюванні
	Негативний вплив субсидій на економічний розвиток
	Простота створення бізнесу
Інститут Фрейзера (Канада)	Регулювання бізнесу
Компанія Global Insight (США)	Ефективність системи оподаткування
	Якість законодавства
	Регуляторний тягар
	Суперечливість податкової системи
Фонд Бертельсмана (Німеччина)	Організація ринку та конкуренція
Інститут економічного аналізу (Велика Британія)	Недобросовісна конкуренція
	Контроль цін
	Дискримінаційні тарифи
	Надмірний протекціонізм
	Дискримінаційні податки

*Джерело: розроблено автором*

Перспектива «Державне управління». Зміна регуляторної політики, впровадження сучасних управлінських методів в державне управління, мають стати пріоритетом в проведенні структурних реформ.



Перспектива «Місцеве управління». Важливість врахування позицій місцевої влади як безпосереднього представника громадян, не викликає сумніву, особливо в контексті зміни стратегічних пріоритетів з «кабінетного» характеру прийняття регуляторних актів (для яких притаманна необґрунтованість, некомпетентність, нестратегічність) на публічне обговорення запропонованих регуляторних інновацій.

Перспектива «Національна економіка». Позитивний ефект регуляторної політики на соціально-економічний розвиток країни. Зокрема, ОЕСР відмічає, що регуляторна політика, не менш, ніж монетарна або бюджетна, є драйвером економічного зростання, що, крім зростання рівня зайнятості, продуктивності праці, підприємницької та інноваційної активності, інвестиційної активності, здатна забезпечити до 1,5-2% приросту ВВП на рік.

Перспектива «Місцева / локальна економіка». По суті, всі зусилля регуляторної економічної політики мають бути спрямовані на підвищення рівня розвитку економічної системи на місцевому рівні.

### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» від 11.09.2003 року, №1160-IV (зі змінами та доповненнями). Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1160-15>.

2. Літвінов О., Літвінова Н., Стаднічук Н. Реформа дерегулювання в Україні: втрачені можливості. Режим доступу: <https://vdocuments.site/-568c34c41a28ab023591ad73.html>.

3. Ляпін Д. Щодо актуальних проблем регуляторної політики України та напрямів їх вирішення у 2018 році // Аналітична записка // Національний інститут стратегічних досліджень. Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/2903/>.

4. Методичні рекомендації з перегляду регіональних регуляторних актів // Державна регуляторна служба України. Режим доступу: <http://www.drs.gov.ua/deregulation/metodychni-rekomendatsiyi-z-pereglyadu-regionalnyh-regulyatornyh-aktiv/>.

## **СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ**

**Глушач Ю.С.**  
*старший викладач,  
Харківський національний університет  
імені В.Н. Каразіна*

### **МІЖНАРОДНІ РЕЙТИНГИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОЦІНКИ ІНТЕГРАЦІЇ КРАЇН У СВІТОВИЙ ПРОСТІР**

Прискорення інтеграційних процесів внаслідок глобалізації економіки суттєво вплинуло на всі сфери життя сучасного суспільства, посиливши взаємозалежність суб'єктів господарювання. В умовах інформаційної недосконалої актуалізуються проблеми оцінки параметрів господарських процесів, важливим інструментом в вирішенні яких стають рейтинги. Термін «рейтинг» походить від англійського «rating» – оцінка, порядок, класифікація й означає ранжирування певного явища за визначеною шкалою.

Для постійного відслідковування стану та тенденцій розвитку країн в світовому просторі в умовах глобалізації складають відповідні рейтинги цих країн практично за всіма аспектами глобальних трансформацій (за рівнем економічного, соціального, інноваційного розвитку тощо).

Багатоспекторні наукові дослідження в сфері рейтингування все ж таки залишаються недостатніми в сфері методологічних питань обчислення рейтингів, що потребує подальших розробок в цьому напрямку.

Як комплексна оцінка стану об'єкта, рейтинг інтегрує в собі сукупність багатьох показників, узагальнюючи найважливіші властивості складних соціально-економічних явищ, які не підлягають безпосередньому виміру. Оцінити їх можливо лише опосередковано, агрегуючи множини різнопланових базових показників в одну інтегральну оцінку.

Інформаційними джерелами для розрахунку міжнародних рейтингів є офіційні статистичні дані, спеціалізовані бази даних міжнародних організацій (ООН, ОЕСР, СОТ, МВФ, Світовий банк та ін.), результати опитувань представників ділових кіл та експертні оцінки.

Методики рейтингової оцінки різних міжнародних агенцій відрізняються як за базовими показниками, так і за методологічними підходами до агрегування цих показників. Рейтингові системи мають, як правило, ієрархічну структуру, що складається з декількох рівнів, на кожному з яких за базовими показниками попереднього рівня шляхом стандартизації та агрегування формується наступний рівень показників.

В результаті, на останньому рівні отримується підсумкова рейтингова оцінка.

Послідовність процедури обчислення рейтингу складається з наступних етапів: «визначення концепції рейтингу, конкретизація його цілей і завдань; обґрунтування структури рейтингової системи і переліку базових показників; організація збирання первинної інформації; уніфікація шкал, за якими спершу виміряні базові показники, що є необхідною умовою їх агрегування; обґрунтування алгоритмів згортки інформації (агрегування і зважування) на всіх рівнях ієрархії рейтингової системи; обчислення рейтингових оцінок та упорядкування об'єктів на основі цих оцінок» [1, с. 56-57].

Серед найбільш вагомих показників інтеграції країни в міжнародний економічний простір – індекси глобалізації та рівня економічної свободи.

**Індекс глобалізації** показує ступінь глобальних зв'язків країни, рівень її інтеграції та незалежності в різних сферах – економічній, соціальній, технологічній, культурній, політичній та екологічній. Індекс щорічно визначається рейтинговою компанією A.T.Kearney спільно з журналом Foreign Policy та Швейцарським інститутом дослідження бізнес-циклів (КОФ). Відмінність у методиці його визначення полягає у кількості змінних, що залучають до розрахунку (14 та 24 показники відповідно), які групуються в блоки (групи) за напрямками глобальної інтеграції.

За методикою Швейцарського інституту показники глобалізації об'єднані в три групи: економічна (об'єми зовнішньої торгівлі, іноземні інвестиційні доходи; рівень торгівельних бар'єрів, та ін.); соціальна (кількість міжнародних, туристичних поїздок, міжнародних телефонних переговорів, поштових відправлень, грошових переказів, Інтернет-провайдерів, користувачів Інтернету, періодичних та інших видань та ін.); політична (членство в міжнародних організаціях, участь країни у місіях РБ ООН, кількість іноземних дипломатичних представництв, міжнародних домовленостей). Сума наведених складових з урахуванням вагомих коефіцієнтів (36%, 39% та 25% відповідно) і становить Індекс рівня глобалізації, за яким складається рейтинг країни серед інших держав (табл. 1).

За даними табл. 1 видно, що лідерами за цим показником є невеликі за розміром країни – Нідерланди, Ірландія, Бельгія, Австрія, Швейцарія, Данія, Швеція. Місце країни в рейтингу глобалізації за даними 2018 року – 45-те.

**Індекс економічної свободи (IEF)**, є важливим показником рівня соціального прогресу країни, відповідності її економіки ліберальним принципам. Він враховує 12 складових, згрупованих в чотири категорії: верховенство права (право власності, сумлінність влади, судова ефективність); обмежене державне втручання (державні витрати, податковий тягар, фінансове здоров'я); регуляторна ефективність (свобода бізнесу, трудових відносин та монетарна); відкритість ринків (свобода торгівельна, інвестицій та фінансового сектору).

## Індекс глобалізації КОФ за 2018 рік [2]

Країна	Загальний показник глобалізації		Показник економічної глобалізації	Показник соціальної глобалізації	Показник політичної глобалізації
	Рейтинг	Індекс			
Нідерланди	1	92,84	93,06	90,71	95,41
Ірландія	2	92,15	94,65	90,99	90,47
Бельгія	3	91,75	90,08	90,34	95,79
Австрія	4	90,05	85,50	90,62	95,15
Швейцарія	5	88,79	82,76	91,13	93,40
Данія	6	88,37	85,76	87,54	92,84
Швеція	7	87,96	85,48	84,66	95,56
Великобританія	8	87,26	82,99	85,83	94,67
Франція	9	87,19	79,41	87,11	97,29
Угорщина	10	86,55	88,75	81,16	90,94
Україна	45	70,24	68,42	61,05	84,90

Оцінка кожної зі складових базується на декількох показниках, відмінних між собою як за змістом, так і за методикою вимірювання, конвертованих у 100-бальну шкалу [3]. Так, оцінка фіскальної свободи країни визначається як середня складова з трьох кількісних підфакторів: максимальної ставки з податку на індивідуальний дохід (F1), з податку на корпоративний дохід (F2) та загальним податковим навантаженням у відсотках до ВВП (F3). Переведення цих параметрів у 100-бальну шкалу відбувається за формулою:

$$P_{ijh} = 100 - a (F_{ijh})^2, \quad (1)$$

де  $P_{ijh}$  і  $F_{ijh}$  – значення  $i$ -го базового фактора  $h$ -ї складової економічної свободи в  $j$ -й країні до і після конвертації;  $a = 0,03$  – коефіцієнт конвертації.

Для України оцінка фіскальної свободи на 2017 рік, з урахуванням максимальних ставок податку на доходи фізичних осіб (20%); податку на прибуток підприємств (18%) та загального податкового навантаження від ВВП (37,6%), конвертованих у 100- бальну шкалу за формулою (1), складе:

$$(P1 + P2 + P3) / 3 = (88,0 + 90,3 + 57,6) / 3 = 78,6\%,$$

що відповідає показнику «Податковий тягар» для України за даними індексу IEF (табл. 2).

Залежно від індексу IEF кожній країні надається одна з п'яти категорій, яка підтверджується також і рівнем ВВП на душу населення. Відповідність між цими показниками демонструє прямий зв'язок між економічною свободою країни та її економічним розвитком (табл. 3).

Як свідчать результати дослідження американського The Heritage Foundationx [5], Україна в рейтингу Індекс економічної свободи (Index of Economic Freedom) 2018 року отримала 51,9 бала зі 100 можливих, збільшивши свій показник порівняно з минулим роком на 3,8 бали, піднявшись зі 166 місця на 150-те місце серед 180 країн-учасниць. Це відбулося завдяки значному покращенню монетарної свободи та свободи інвестицій.

Таблиця 2

**Показники економічної свободи для України  
за 2017 рік відповідно до індексу IEF[4]**

Складові економічної свободи	Індекс	Складові економічної свободи	Індекс
Право власності	41,4	Свобода бізнесу	62,1
Сумлінність влади	29,2	Свобода ринку праці	48,8
Судова ефективність	22,6	Монетарна свобода	47,4
Державні витрати	38,2	Торгівельна свобода	85,9
Податковий тягар	<b>78,6</b>	Свобода інвестицій	25,0
Фінансове здоров'я	67,9	Фінансова свобода	30,0

Таблиця 3

**Індекс економічної свободи як індикатор рівня  
економічного розвитку країни [5]**

Діапазон значень IEF, балів	Категорія економіки країни	Кількість країн за рейтингом IEF –2018	ВВП на душу населення, дол. США
IEF >80	Вільна	6	60194
70 < IEF < 80	Переважно вільна	28	47269
60 < IEF < 70	Помірно вільна	62	19880
50 < IEF < 60	Переважно невільна	63	8295
IEF < 50	Пригнічена	21	8058

Таким чином, у рейтингу економічних свобод Україна залишається серед країн з «пригніченою економікою», яка характеризується тривалою політичною і безпековою кризою. Аналітики пов'язують це з домінуванням олігархів та продовженням агресії з боку Росії на заході країни і наголошують на необхідності більш ефективних дій у боротьбі з корупцією, розвитку ринку капіталу, приватизації державних підприємств, вдосконаленні законодавчої бази та верховенства права [5].

**Список використаних джерел:**

1. Єріна А. М. Міжнародні рейтинги: статистичні аспекти обчислення та застосування. Частина II. Індеси інноваційного та людського розвитку / А. М. Єріна // Статистика України. – 2016. – № 4. – С. 66-75.
2. KOF Index of Globalization [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://globalization.kof.ethz.ch/> – Назва з екрану.
3. Methodology.2016 Index of Economic Freedom [Electronic resources]. – Access mode: <https://www.heritage.org/index/book/methodology>.
4. Country Rankings 2017 Index of Economic Freedom [Electronic resources]. – Access mode: <http://www.heritage.org/index/country/Ukraine>.
5. Country Rankings. 2018 Index of Economic Freedom. [Electronic resources]. – Access mode: <https://www.heritage.org/index/ranking> [in English].

**Шебалков Г.О.**

*студент;*

**Черба В.М.**

*доцент,*

*Університет митної справи та фінансів*

## **АНТИМОНОПОЛЬНА ПОЛІТИКА І РОЗВИТОК КОНКУРЕНЦІЇ В УКРАЇНІ**

Вивчення даної теми дозволить зрозуміти, що перехід від однієї моделі розвитку (командно-адміністративної) до іншої (ринкової), є складним процесом, що зачіпають економічні, соціальні, правові та інші відносини. І все ж в основі цих перетворень лежить реформування відносин власності, що, в свою чергу, передбачає ліквідацію монополізму державної власності і створення недержавного сектора економіки.

Розкриваючи це питання, перш за все, слід нагадати, що при адміністративно-командній системі господарювання на момент проголошення незалежності виробництво, управління, збут, ціноутворення були монополізовані. При виборі іншої моделі господарювання – ринкової, необхідно було демонополізувати економіку, сформувати конкурентне середовище. Саме з цією метою в Україні почала формуватися і знаходити практичну реалізацію антимонопольна політика.

Антимонопольне регулювання – це цілеспрямована діяльність державних органів управління, що протидіє необмеженій владі монополій, нездоровому і недобросовісному суперництву і спрямована на створення і підтримку чесної конкуренції.

Основними принципами антимонопольної політики держави є [2]:

- свобода економічної діяльності;
- вільний рух товарів, послуг і фінансових коштів;
- диференціація і захист особистих і суспільних інтересів;
- заохочення відносин конкуренції.

Для реалізації антимонопольної політики і її правового забезпечення Верховна Рада прийняла Закон України – розділ четвертий, статті 8 в редакції Закону, № 21, ст. 296 від 18.02.1992 року «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» [1]. Крім того, було затверджено Державну програму демонополізації економіки і розвитку конкуренції. Також були створені дві державні інституції, які координували питання демонополізації вітчизняної економіки і розвиток конкуренції на різних ринках: це – Антимонопольний комітет України та Міжвідомча комісія з питань демонополізації економіки.

Необхідно зауважити, що ці та інші заходи оцінюються неоднозначно. З одного боку, замість монопольних структур з'явилися кілька тисяч нових самостійних суб'єктів господарювання; з іншого – до розукрупнення виробничим об'єднанням входили спеціалізовані підприємства, які виготовляють ще не однакову, а різну продукцію проміжного циклу. Ця продукція згодом

використовувалася головним підприємством для виготовлення кінцевої продукції. Тобто йшлося про деконцентрації виробництва і розривів господарських зв'язків, про збільшення витрат і нівелювання дії ефекту масштабу. Пізніше, при розробці нових нормативних актів, були враховані прорахунки в антимонопольній політиці і з урахуванням світового досвіду прийнятий ряд нових законів. Серед них і Закон України № 30, ст. 238 від 20.04.2000 «Про природні монополії» [4].

Відзначено, що найважливішим напрямком антимонопольної політики в Україні в ХХІ ст. є регулювання діяльності суб'єктів природних монополій та захист економічної конкуренції. Під природними монополіями слід розуміти такий стан ринку, при якому задоволення попиту на ньому є ефективним за умови відсутності конкуренції внаслідок технологічних особливостей виробництва. Йдеться про добувну промисловості, про виробництво і розподіл електроенергії, газу, води, послуг транспорту і зв'язку. Найбільш важливими заходами антимонопольної політики в цих сферах є виявлення порушень законодавства з боку природних монополій. У більшості, це стосується питань ціноутворення і встановлення необґрунтованих високих цін для всіх або окремих категорій споживачів. Підводячи підсумок, слід зауважити, що найважливішим напрямком проведення антимонопольної політики на перспективу є захист конкурентного середовища, оскільки підприємства-монополісти прагнуть отримати додатковий прибуток з допомогою встановлення дискримінаційних цін, необґрунтованого злиття, таємних змов, тінізації економіки [3].

Отже, необхідність антимонопольного законодавства та практики зарубіжних країн не викликає сумнівів, адже досвід України в цій галузі не дуже великий, в той час як багато інших держав працюють в цій сфері вже десятки років. Українському законодавству треба й надалі працювати, враховуючи іноземний досвід, а також розробити свої нові методи боротьби зі споживанням монопольним становищем, а також недопущенням та попередженням створення монополій.

### **Список використаних джерел:**

1. Верховна Рада України. [Електронний ресурс]. – Дата оновлення: 18.02.1992 URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2132-12>.
2. Корчак Н. До питання про правову природу інституту антимонопольного регулювання // Підприємництво, господарство і право. – 2002. – № 12. – С. 48-51.
3. Супрун В.П. Деякі проблеми антимонопольно-конкурентної політики в Україні // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 7. – С. 14-21.
4. Верховна Рада України. [Електронний ресурс]. – Дата оновлення: 11.01.2001 URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.

## **ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ**

**Коробська А.О.**

*здобувач*

*Науковий керівник: Попрозман Н.В.*

*доктор економічних наук, професор,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України*

### **ЗНАЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ТА СОЦІАЛЬНИХ ЧИННИКІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ**

В результаті відсутності ринку земель сільськогосподарського призначення в Україні стає неможливим визначити ринкову ціну на земельні ділянки, складним стає налагодження взаємовигідних відносин у сільській місцевості, які стосуються земельних питань, це перешкоджає формуванню та розвитку прав власності, затримує інвестування коштів на розвиток аграрного підприємництва та не сприяє соціально-економічному розвитку села.

Від визначення найоптимальнішої для нашої держави ціни на сільськогосподарські землі залежить розвиток багатьох галузей економіки, зокрема таких як: харчової та переробної промисловостей, фінансових, кредитних та банківських установ, фінансування інвестиційних та інноваційних проектів тощо. Час, що залишається до введення в дію законодавства, що призване в Україні регулювати ринок землі, потрібно використати на те, щоб створити в країні умови для ефективного функціонування цього ринку [5].

Останнім часом відбувається поступове формування правового забезпечення повноцінного та ефективного функціонування ринку земель в Україні. Завершальною стадією його формування стане ухвалення Закону України «Про ринок земель». Так як дія мораторію на продаж земель досі продовжено, це свідчить про те, що необхідно поступово та цілеспрямовано діяти у питанні створення повноцінного ринку сільськогосподарських земель. А поки відбувається його формування та поступове впровадження, ту частину ринку, яку могли б зайняти операції купівлі-продажу землі, займають операції з довгострокової оренди земельних ділянок. Але в тому випадку, коли мораторій буде частково або повністю знято, досить важливим питанням ефективного розвитку ринку буде удосконалення системи рентних відносин, який, на даний час, має досить багато недоліків [1].

Формування ринку земель сільськогосподарського призначення в Україні – дуже важливий процес, що впливає на саме збалансований розвиток держави по відношенню не тільки до економічних показників, але і екологічних та соціальних. Мається на увазі те, що ефективний та вдалий



розвиток ринку сільськогосподарських земель залежить від багатьох чинників, що розглядаються в комплексі, врахування яких є ключовою ланкою для розвитку аграрного сектора економіки в цілому [2] (рис. 1).



**Рис. 1. Чинники, що мають суттєвий вплив на розвиток ринку сільськогосподарських земель**

*Джерело: сформовано на основі [1]*

До екологічних чинників, що впливають на розвиток ринку земель сільськогосподарського призначення відносяться чинники, які мають екологічну складову. Мається на увазі склад і тип ґрунту, рівень забрудненості земельної ділянки та екологічна політика землекористувача. Причому два останніх можна визначити як якісний стан землі до початку її використання та якісний стан землі після закінчення її використання. Одним з визначальних факторів, що формують ціну на земельні ділянки є те, що при збалансованому використанні земельних ресурсів вони не втрачають своєї вартості, як це буває з іншими матеріальними засобами виробництва.

Не зважаючи на це, в нашій державі є проблема рекультивациі земель, оскільки ці роботи проводяться не завжди, так як одні землевласники або землекористувачі не мають на це можливості, інші не бачать в цьому потреби. В такому випадку покупець має можливість придбати цю земельну ділянку по зниженій ціні, але він зобов'язується перед початком її використання провести рекультивацийні роботи, відновивши землю до прийнятного для використання за прямим призначенням рівня. В тому випадку, коли використання земельних ресурсів суб'єктами господарювання призводить до погіршення стану ґрунтів, екологічна політика користувача буде мати досить суттєвий вплив на формування попиту та пропозиції на сільськогосподарські землі [3, с. 115-120].

До соціальних відносяться чинники, що пов'язані із соціальною сферою, що в свою чергу, забезпечує господарську діяльність такими найголовнішими складовими як трудові ресурси та споживачі кінцевого продукту.

Ще одним аспектом, що має досить суттєвий вплив на визначення ціни на землі сільськогосподарського призначення є сезонність. Температура оточуючого середовища, рівень опадів, вологість, тощо, впливають на проведення багатьох робіт, а в окремих випадках їх початок навіть може буде відкладений на тривалий період часу. Мається на увазі, що суб'єкт господарської діяльності вилучає чимало коштів з господарського обороту за відсутності швидко перетворити свої вкладення на прибуток.

Вітчизняні науковці [1] окремо виділяють такі різновиди соціальних чинників, як доходи населення та демографічні показники, так як, доходи населення формують частину потенційних споживачів готової продукції прямо поряд із земельною ділянкою, а це в свою чергу буде мати вплив на рівень витрат, що пов'язані із транспортуванням та зберіганням виготовленої продукції, а також впливають на прагнення населення влаштуватись на роботу. Демографічні показники складаються не тільки з таких показників як рівень народжуваності та смертності, а також включають середній вік, тривалість життя, статеве співвідношення, відсоток працездатних осіб, середній рівень освіти та ін. Всі ці показники матимуть істотний вплив на забезпечення землекористувача у професійній робочій силі, зменшуючи досить суттєво затрати, які стосуватимуться організації місць для проживання персоналу в посівний та період збору урожаю [1].

Сучасне ведення господарської діяльності характеризується досить виснажливим використанням природних ресурсів, що перевищує можливості їхнього відновлення. Особливо це стосується земельних ресурсів у сільському господарстві. Тому перед державою стоїть завдання щодо створення ефективного аграрного виробництва, а також формування та впровадження в господарську діяльність в Україні повноцінного ринку землі, що займає досить тривалий час.

Удосконалення потребують досить багато процесів, серед яких процеси визначення розмірів та відшкодування збитків при невиконанні орендарем своїх зобов'язань з оренди, поточний контроль за діяльністю орендаря та процес страхування ризиків при передачі землі як активу в оренду, тощо [1; 4, с. 226].

### Список використаних джерел:

1. Ступень Р.М. Чинники розвитку ринку земель сільськогосподарського призначення / Р.М. Ступень // Збалансоване природокористування. – 2016. – № 1. – С. 141-145. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Zp\\_2016\\_1\\_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Zp_2016_1_29).
2. Закон України «Про внесення змін до розділу Х «Перехідні положення» Земельного кодексу України щодо продовження заборони відчуження сільськогосподарських земель». – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua>.
3. Землі сільськогосподарського призначення: права громадян України: [наук.-навч. посіб.] / [за ред. докт. юрид. наук, проф. Н.І. Титової]. – Львів: ПАІС, 2005. – 368 с.
4. Економічні, екологічні та соціальні аспекти використання земельних ресурсів в Україні: колективна моногр. / за ред. д-ра екон. наук, професора, чл.-кор. НААН О.В. Ульяновченка; Харк. нац. аграр. ун-т. – Х: Смуґаста тип., 2015. – 320 с.
5. Чаплигіна О.В. Фактори впливу на ціну земель сільськогосподарського призначення / Чаплигіна О.В., Шиян А.А. // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2011. – № 1. – С. 36-40.

**Кушнір М.М.**

*магістр;*

**Старух А.І.**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ БЮДЖЕТНИХ КОШТІВ ЯК ОСНОВА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ КРАЇНИ**

Сучасне суспільство являє собою велику систему відносин, які взаємопов'язані між собою. Бюджетний процес це невід'ємна складова, яка забезпечує функціонування держави. Тому дотримання законності в бюджетній сфері є головним завданням державної політики.

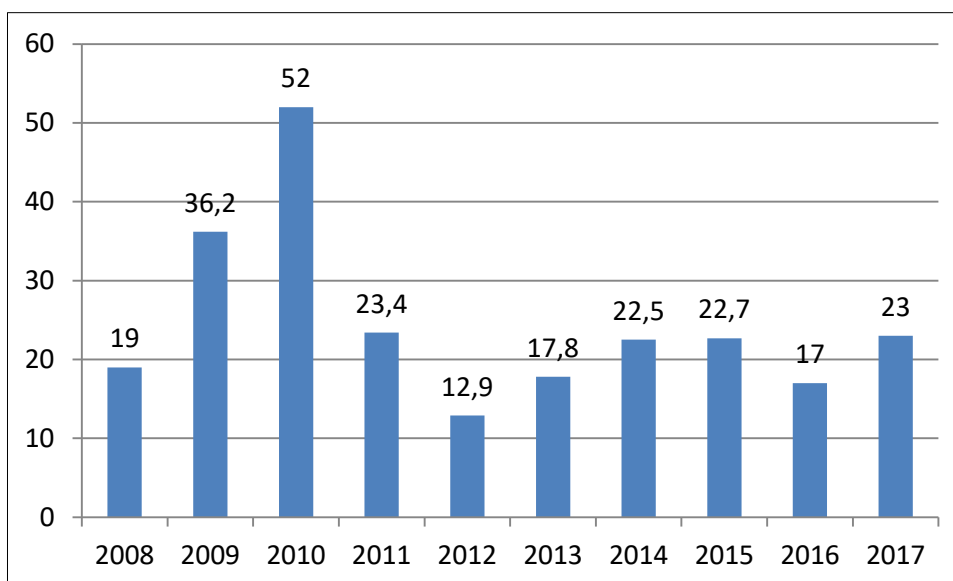
Одним із головних завдань держави, її органів і структур є формування механізму ефективного та раціонального використання бюджетних коштів. Але держава від самого початку зобов'язана створити таку систему інститутів і так організувати їх діяльність, щоб забезпечити повноту надання соціальних послуг населенню відповідно до прийнятих стандартів, а також сприяти поліпшенню рівня та якості життя громадян незалежно від місця їх проживання [1, с. 47].

На сучасному етапі розбудови України як демократичної, соціальної та правової держави з урахуванням глобальних змін, які відбулися останнім часом, розвиток місцевого самоврядування є одним з пріоритетних напрямів державної політики. Розвиток держави неможливий без розвитку регіонів, від того, наскільки сильною є регіональна влада, як вона забезпечує надання соціальних послуг населенню. Розуміючи важливість цієї проблеми, на сучасному етапі розвитку всіх гілок влади постає питання про необхідність вдосконалення теорії та практики сучасного державотворення, зумовленого трансформаціями в політичній системі суспільства, проведенням адміністративно-територіальних, регіональних реформ, упровадженням конструктивного соціального партнерства між центром і територіями.

Слід зазначити, що створення цілісної фінансово-бюджетної системи з чітким розподілом функцій та відповідальності її учасників, цільове та ефективне використання бюджетних коштів, збалансованість доходів та видатків, орієнтація бюджетних ресурсів на пріоритетні напрями економічного і соціального розвитку досягається завдяки розробленню і впровадженню ефективної бюджетної стратегії, інструментом реалізації якої є бюджетний механізм. Саме завдяки правильно побудованому бюджетному механізму і технологіям розроблення бюджетної стратегії державний бюджет стане ефективним інструментом стимулювання соціально-економічного розвитку суспільства [2].

Однак, під час проведення аудиторями Рахункової палати контрольно-аналітичних та експертних заходів виявлено, відповідно до статей 116 і 119 Бюджетного кодексу України, порушень і недоліків при адмініструванні доходів державного бюджету, а також порушень бюджетного законодавства (у

тому числі нецільового), неефективного використання коштів Державного бюджету України, на загальну суму 23 млрд 32,4 млн гривень [3, с. 21].



**Рис. 1. Обсяги виявлених Рахунковою палатою порушень бюджетного законодавства та неефективного використання бюджетних коштів, порушень та недоліків адміністрування доходів державного бюджету**  
Джерело: розроблено автором за даними [3]

Тому посилення впливу бюджетної системи на соціально-економічний розвиток вимагає вжиття заходів, спрямованих на підвищення рівня збалансованості та прозорості бюджету.

З 2016 року Кабінетом Міністрів України, Мінрегіонрозвитком і Мінфіном запроваджено надання з державного бюджету місцевим бюджетам субвенції на формування інфраструктури об'єднаних територіальних громад, яка стала одним з дієвих механізмів для об'єднання територіальних громад (далі – ОТГ), підвищення рівня надання ними суспільних послуг.

У 2016 році на цю мету для 159 ОТГ (1,4 млн жителів) спрямовано 1 млрд грн, у 2017 році було передбачено спрямувати для 366 громад (3,1 млн жителів) 1,5 млрд гривень. За рахунок цих коштів реалізовано 1328 проектів із будівництва, реконструкції, капітального ремонту доріг, мостів, переходів (31 відс.), будівель закладів освіти і охорони здоров'я (30 відс.) та інших об'єктів у сфері культури, спорту, житлово-комунального господарства, що забезпечило підвищення якісного рівня умов проживання мешканців, навчання, транспортного і пішохідного сполучення, одержання адміністративних послуг.

Водночас проведені Рахунковою палатою аудити з питань реформи місцевого самоврядування та територіальної влади засвідчили ряд правових прогалин.

Тому, в Україні передусім необхідно внести необхідні зміни до Конституції України в частині утворення виконавчих органів обласних і

районних рад і розподілу повноважень між ними. Має бути прийнята нова редакція Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», а також закони України «Про місцеві органи виконавчої влади», «Про адміністративно-територіальний устрій України» та інші.

Підсумовуючи, можна сказати, що формуючи бюджетний механізм, держава повинна намагатися забезпечити його найповнішу відповідність до вимог бюджетної політики того чи іншого періоду, що є запорукою повноти реалізації її мети і завдань. При цьому має зберігатися постійне прагнення до найбільш повного об'єднання бюджетного механізму, його окремих елементів з особистими та суспільними інтересами, що є запорукою ефективності функціонування економіки країни.

### **Список використаних джерел:**

1. Радіонов Ю.Д. (2011). Проблема ефективності використання бюджетних коштів. *Фінанси України*, № 5.
2. Кириленко О.П. (2013). *Бюджетна система*. Підручник, Тернопіль: ТНЕУ, 624 с.
3. Звіт Рахункової палати України за 2017 рік. Режим доступу: [http://www.ac-rada.gov.ua/doccatalog/document/16755497/Zvit\\_RP\\_2017.pdf?subportal=main](http://www.ac-rada.gov.ua/doccatalog/document/16755497/Zvit_RP_2017.pdf?subportal=main).

**Рязанова Н.О.**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*ДЗ «Луганський національний університет ім. Т. Шевченка»*

## **ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ ВВЕДЕННЯМ ВУГЛЕЦЕВИХ ПОДАТКІВ І РОЗВИТКОМ ВІДНОВЛЮВАНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ**

Тенденція переходу на низьковуглецевий шлях розвитку, обмеження і регулювання парникових викидів пов'язані не лише з необхідністю реагувати на ризики глобальної зміни клімату, але і на соціально-економічні інтереси держав. Регулювання викидів парникових газів за останнє десятиліття стало важливим компонентом не лише міжнародної кліматичної політики, але і внутрішньої економічної, енергетичної і промислово-технологічної політики розвинених і провідних країн, важливим чинником зовнішньоекономічної політики і конкуренції, ефективним інструментом стимулювання інвестицій в модернізацію і інновації.

За даними компанії Enerdata, лідером по викидах CO<sub>2</sub> є Китай. Сьогодні Китай щорічно викидає близько 8796 Мт CO<sub>2</sub> еквіваленту, що пояснюється величезними виробничими потужностями і об'ємами вироблення електроенергії, необхідної для цього. На другому місці йде США, з показником у більш ніж 5112 Мт CO<sub>2</sub> еквіваленту в рік. Далі слідує Індія з 2088 Мт CO<sub>2</sub> еквіваленту в рік.

Впродовж трьох років підряд, глобальні викиди CO<sub>2</sub> залишалися стабільними приблизно на рівні 31,5 Гт CO<sub>2</sub> еквіваленту. Стагнація в 2016 році обумовлена слабким економічним зростанням, скороченням енергоемності і

змінами в енергетичному секторі, а також, зокрема, зниженням попиту на вугілля в Китаї і США. Більшість розвинених країн планують понизити власні викиди на конкретну частку від загального об'єму викидів у базовому році. Україна ратифікувала Паризьку угоду по боротьбі з глобальною зміною клімату, яка прийшла на зміну Кіотському протоколу. Країни-учасниці Паризької угоди повинні не допустити підвищення середньої температури на планеті більш ніж на 2 градуси за Цельсієм. В Україні поставлена мета скоротити викиди на 40% від рівня 1990 року.

В порівнянні з 1990 роком в Україні кількість викидів зменшилася з 618 Мт до 189 Мт в 2016 році [1]. 56% викидів відбувається із-за спалювання вугілля, 28% припадає на газ, і 16% – на нафтопродукти [2].

Таблиця 1

**Опис вкладів по скороченню викидів CO<sub>2</sub> для деяких країн**

Країна	Тип вкладу	Опис вкладу
Україна	Скорочення викидів	Скорочення викидів на 40% до 2030 р. в порівнянні з 1990 р.
США	Скорочення викидів	Скорочення викидів до 2025 р. на 26-28% в порівнянні з 2005 р.
Євросоюз	Скорочення викидів	Скорочення викидів на 40% до 2030 р. в порівнянні з 1990 р.
Китай	Скорочення питомих викидів	Скорочення до 2030 р. питомих викидів на одиницю ВВП на 60- 65% в порівнянні з 2005 р. Досягнення піку викидів до 2030 р.
Індія	Скорочення питомих викидів	Скорочення до 2030 р. питомих викидів на одиницю ВВП на 33-35% в порівнянні з 2005 р. Досягнення неуглецевою електроенергетикою долі в 40% від сумарних генеруючих потужностей до 2030 р.
Канада	Скорочення викидів	Скорочення викидів на 30% в порівнянні з 2005 р.
Японія	Скорочення викидів	Скорочення викидів на 26% до 2030 р. в порівнянні з 2013 р.
Бразилія	Скорочення викидів	Скорочення викидів на 37% до 2025 р. в порівнянні з 2005 р.
Австралія	Скорочення викидів	Скорочення викидів на 26-28% до 2030 р. в порівнянні з 2005 р.
Південна Корея	Скорочення по відношенню до базового сценарію	Скорочення викидів на 37% до 2025 р. в порівнянні з базовим сценарієм

*Джерело: розробка автора по джерелу [3]*

Скорочення використання вугілля в Китаї дозволило продовжити стабілізацію викидів CO<sub>2</sub>, пов'язаних з енергетикою. США також зафіксували скорочення своїх викидів завдяки поточному переходу від вугілля до менш забруднюючого природного газу. Проте об'єм скорочень в 2016 році був удвічі менше, ніж в 2015 році.

Безумовно, існує непряма залежність від впровадження вуглецевих податків, в країнах з високими викидами CO<sub>2</sub> в атмосферу, і ростом

потужності електроенергії, що виробляється, від нетрадиційної енергетики. У Великобританії після прийняття податку на CO<sub>2</sub> в 2013 році встановлена потужність усіх видів відновлюваних енергоресурсів зростає більш ніж в два рази до 2017 року і склала 40789 МВт, а середній щорічний приріст склав більше 20%. Варто відмітити триразове збільшення потужностей сонячних енергоустановок, об'єм яких склав до кінця 2017 року 12791 МВт [4].

Іншим прикладом, що наочно показує позитивну динаміку розвитку відновлюваної енергетики після прийняття вуглецевого регулювання є Японія. Після прийняття в 2012 році податку на викиди CO<sub>2</sub> в Японії активно будувалися нові електростанції на основі відновлюваних енергоресурсів. Ріст встановленої потужності сонячних електростанцій склав в середньому 40% в рік, і до кінця 2017 року потужність енергоустановок зростає більш ніж в 6 разів, досягнувши відмітки в 48600 МВт. Вітроенергетика розвивалася значно скромніше, але ріст використання енергії вітру за 5 років склав близько 24%. Загальний об'єм електростанцій на основі ВДЕ збільшився в 2 рази [4].

Після прийняття податку на CO<sub>2</sub> у Франції в 2014 році, доля вироблення електроенергії від сонячних електростанцій (СЕС) і вітроелектростанцій (ВЕС) збільшилася на 27% і склала 5,49% від загального вироблення в країні, в цілому здобута за допомогою відновлюваних джерел енергії (ВДЕ) електроенергія збільшила свою долю на 5% і досягла 18,13% в 2016 році. Якщо подивитися на країни, де податок на CO<sub>2</sub> був введений ще на початку 90х років, то безумовно відмітимо стабільний ріст ВДЕ в долі вироблення електроенергії, наприклад в Польщі, доля СЕС і ВЕС складає 7,68%, а сумарно ВДЕ виробляють майже 15,5% від загального вироблення електроенергії в країні. У Швеції з 1990 року, загальна частка виробництва електроенергії від ВДЕ збільшилася майже на 30% і складає 57%, з них майже половина (22,33%) приходить на СЕС і ВЕС.

Якщо розглянути країни, де застосовуються на даний момент системи торгівлі викидами, наприклад Нова Зеландія і Китай, то тут теж можна відмітити зростання долі ВДЕ у виробництві електроенергії. З 2008 року в Новій Зеландії доля ВДЕ збільшилася на 22% і досягла більше 80% від усієї зробленої електроенергії в країні, з них 23% доводиться на ВЕС і СЕС. У Китаї до 2016 року, доля вироблення електроенергії за рахунок ВДЕ досягла 25%, на вітро- і сонячні електростанції доводиться близько 5,5%, після прийняття у ряді регіонів в 2013 році системи торгівлі викидами CO<sub>2</sub>, доля СЕС і ВЕС збільшилася на 87%, і уряд Китаю не збирається зупинитися на досягнутому, і постійно збільшує темпи росту виробництва електроенергії за рахунок ВДЕ.

Не можна стверджувати про пряму залежність росту долі відновлюваної енергетики у виробництві електроенергії в тій або іншій країні після прийняття вуглецевих обмежень, але однозначно можна відмітити, що у більшості країн спостерігається позитивна динаміка збільшення вироблення електроенергії за рахунок ВДЕ після вжиття заходів по вуглецевому регулюванню. Тому можна з повною упевненістю говорити, що вжиття заходів по обмеженнях за викиди, будь то податок на CO<sub>2</sub> або система

торгівлі викидами, поза сумнівом є одним з ключових чинників розвитку відновлюваної енергетики в регіонах, де такі заходи були зроблені.

### Список використаних джерел:

1. Статистический ежегодник мировой энергетики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://yearbook.enerdata.ru/> Дата останнього доступу: 12.09.18. – Назва з екрану.
2. Украина через три года введет квоты на выбросы парниковых газов. Сегодня. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.segodnya.ua/ukraine/borba-s-globalnym-potepieniem-ukraina-vvedet-kvoty-na-vybrosy-parnikovyh-gazov-1096184.html> Дата останнього доступу: 15.09.18. – Назва з екрану.
3. ICAP (2017). Emissions Trading Worldwide: Status Report 2017. Berlin: International Carbon Action Partnership. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://icapcarbonaction.com/en/?option=com\\_attach&task=download&id=447](https://icapcarbonaction.com/en/?option=com_attach&task=download&id=447) Дата останнього доступу: 18.09.18. – Назва з екрану.
4. REMap 2030 Renewable Energy Prospects for Russian Federation, Working paper, IRENA, 2017, Abu Dhabi. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.irena.org/Remap> Дата останнього доступу: 21.09.18. – Назва з екрану.

**Шкуропадська Д.Б.**

*аспірант,*

*Київський національний торговельно-економічний університет*

## **ЗАХИСТ ПРАВ ВЛАСНОСТІ НА ПРИРОДНІ РЕСУРСИ ЯК ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВА УМОВА СТІЙКОСТІ ЕКОНОМІКИ**

Високі темпи економічного зростання є однією з умов забезпечення стійкості економіки. Економічне зростання переважно відбувається за рахунок припливу інвестицій в економіку, яке неможливе без державних гарантій захисту прав власності. Варто зазначити, що під організаційно-правовими умовами підвищення рівня стійкості економіки можна розуміти систему норм та правил (юридичних, етичних, економічних), що забезпечують стійкість економіки в процесі її розвитку.

Американський фінансовий експерт Вільям Бернстайн у своєму бестселері «Народження достатку. Як було створено процвітання сучасного світу» [1] приписує швидке економічне зростання впливу чотирьох факторів: права власності, наукового раціоналізму, ринків капіталу і ефективних систем зв'язку і транспорту. Він стверджує, що економіка може процвітати тільки тоді, коли є всі чотири фактори. Бернстайн ставить право власності на перше місце. На його думку, захист приватної власності є основою довіри в суспільстві, передумовою для інновацій, а також необхідною умовою для економічного зростання.

Власність як економічна категорія характеризує відносини людей з приводу привласнення матеріальних благ, які створені природою або людською працею в процесі виробництва. Структура власності розкривається через такі економічні елементи, як володіння, користування й розпорядження.



За допомогою правових норм установлюється зміст правовідносин власності, визначаються права й обов'язки суб'єктів права до певних конкретно визначених предметів матеріального світу, у тому числі до природних ресурсів, які є державною власністю. Державна власність дає можливість безкоштовно використовувати деякі природні ресурси в інтересах суспільства. Конституція України закріплює принцип набуття і реалізації права власності на природні ресурси громадянами, юридичними особами, територіальними громадами та державою відповідно до закону [2].

Ключова роль в розвитку економіки належить таким видам природних ресурсів, як земельні, лісові, водні, та мінеральні. Використання природних ресурсів у сфері господарювання передбачає стягнення спеціальних податків, рентних та інших платежів, які спричиняють збільшення собівартості виготовленої продукції. Природні ресурси не є невичерпними та вічними, тому виникає проблема їх збереження та відновлення.

Захист прав власності на природні ресурси займає ключову роль в стимулюванні або стримуванні економічного зростання, дотримання принципу рівнодоступності при розподілі ресурсів, розширення можливостей природокористувачів і стійкості ресурсної бази національної економіки. На правах власності робиться акцент як на одному з найважливіших інститутів економічного зростання. Це пов'язано з тим, що надійні права власності на природні ресурси служать потужним стимулом до довгострокових інвестицій, зокрема в силу того, що громадяни захищені від експропріації (примусового позбавлення власності) ресурсу державою або впливовою елітою.

Законодавством України в області права власності на об'єкти природно-ресурсного потенціалу, закріплена загальнонародна власність, проте існує ряд проблем, які пов'язані з його порушенням:

- незаконне вирубування лісів для отримання деревини, як джерела прибутку. За інформацією Держлісагентства у 2017 році в лісовому фонді лісогосподарських підприємств, які підпорядковані цьому відомству (це приблизно 2/3 лісів України), було виявлено 7 тис. випадків здійснення незаконних рубок. Загальна сума заподіяної шкоди національній економіці становила близько 157,5 млн. гривень. Торгівля деревиною має високий попит на світовому ринку і в умовах скорочення лісових площ її цінність тільки зростатиме.

- незаконний видобуток природного газу на окупованих територіях Донецької та Луганської областей, анексованого АР Криму. Зокрема, після анексії АР Криму, на його території було незаконно видобувано 7,2 млрд. куб. м. природного газу на загальну суму збитків 5 млрд. дол.

- незаконний видобуток корисних копалин, зокрема бурштину. Через нелегальний видобуток бурштину бюджет України недоотримує мільярди гривень. За даними експертів, ця сума коливається від 1,5 до 3 млрд. грн. [3].

Зазначені проблеми свідчать про порушення прав власності на природні ресурси, незаконне їх використання і розпорядження не в інтересах суспільства та економіки. Для проведення ефективної політики в області захисту прав власності на природні ресурси держава може використовувати той чи інший тип інструментів, зокрема: інструменти прямого регулювання

(адміністративно-командні), економічні інструменти, що посиляють цінові сигнали та інформаційні інструменти (табл. 1).

Таблиця 1

### Приклади інструментів політики для управління природними ресурсами

Інструменти прямого регулювання	Інструменти непрямого регулювання	Інформаційне регулювання
<ul style="list-style-type: none"> <li>- стандарти якості навколишнього середовища;</li> <li>- стандарти технологічних процесів і продукції;</li> <li>- заборона на певну діяльність;</li> <li>- планування природокористування;</li> <li>- зонування і оцінка впливу на навколишнє середовище;</li> <li>- дозволи та квоти;</li> <li>- обов'язковий виробничий та екологічний контроль;</li> <li>- відшкодування збитків та обов'язкове страхування;</li> <li>- розширена відповідальність виробників.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- дозволи на використання природних ресурсів;</li> <li>- скасування субсидій, що створюють неправильні стимули;</li> <li>- екологічні податки і платежі;</li> <li>- платежі користувачів;</li> <li>- заставно-поворотні системи;</li> <li>- відповідальність і санкції;</li> <li>- застави, що гарантують виконання умов договору;</li> <li>- оцінка ресурсів і плата за експлуатацію екосистем;</li> <li>- екологічно прийнятні закупівлі.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- громадські консультації;</li> <li>- оприлюднення інформації;</li> <li>- просвітницькі кампанії;</li> <li>- екологічне маркування;</li> <li>- соціальна реклама;</li> <li>- добровільні угоди;</li> <li>- державно-приватні партнерства;</li> <li>- екологічний менеджмент;</li> <li>- системи перевірок.</li> </ul>

*Джерело: розроблено автором*

Хоча не існує загального правила визначення «оптимального» набору інструментів управління природними ресурсами, проте є такі критерії їх вибору:

- екологічна ефективність: в якій мірі інструменти досягають поставлених перед ними природоохоронних цілей;

- ефективність: досягнення стратегічних цілей з мінімальними витратами для суспільства;

- гнучкість і низькі транзакційні витрати: можливість вибору шляхів і способів виконання вимог і мінімізація витрат (на моніторинг, ліцензування, контроль-наглядову діяльність);

- простота застосування: гарантує, що інструмент не призведе до низького рівня дотримання вимог, шахрайства, надмірних адміністративних витрат і витрат на дотримання вимог.

- мінімізація зворотного розподільного ефекту: інструменти політики іноді надають непередбачену зворотну дію, наприклад, підвищуючи ціни на деякі сировинні товари;

- дотримання міжнародної практики: відповідність міжнародним угодам і правилам торгівлі;

- економічний ефект: оцінка та облік економічного ефекту (наприклад, вплив на ціни, зайнятість, конкурентоспроможність, економічне зростання).

Отже, природні ресурси є об'єктами навколишнього середовища, які формують національне багатство країни, в процесі їх цільового використання. Незаконне використання природних ресурсів впливає на скорочення обсягу національного багатства. Чим більший обсяг природно-ресурсного потенціалу тим вищий рівень економічного зростання та розвитку економіки в умовах шоків впливів. Захист прав власності на природні ресурси має забезпечуватись ефективною державною політикою, як організаційно-правова умова стійкості економіки.

#### **Список використаних джерел:**

1. William J. Bernstein. The Birth of Plenty. How the Prosperity of the Modern World was Created. USA: John Wiley & Sons, 2004. 400 p.
2. Конституція України № 254к/96-ВР від 30.09.2016. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>.
3. Офіційний веб-сайт Державної служби геології та надр України. URL: <http://geo.gov.ua/old/novyna/>.

## ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

**Задорожня Н.С.**

*магістр;*

**Онешко С.В.**

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

### **НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ ПОРТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Однією зі складових досягнення соціально-економічного розвитку будь-якої країни є ефективне функціонування підприємств в умовах сучасних ринкових відносин. Багато вітчизняних підприємств усвідомили необхідність правильного вибору способів та джерел мобілізації фінансових ресурсів та визначення оптимальних напрямів їх використання, адже від цього, безпосередньо, залежить зростання доходів підприємств.

Прагнення підприємств портової діяльності до збільшення прибутку та рентабельності, потребує досконале вивчення комплексу факторів, які впливають на них.

У наукових працях сучасного періоду питання дослідження фінансових ресурсів, їх формування та використання розглядали такі вчені: М.М. Бердар, А.І. Бланк, О.С. Богма, Я.Б. Дропа, В.В. Жихарева, Г.Г. Кірейцева, І.А. Козачок, В.В. Костецький, А.М. Поддєрьогін, С.О. Маслова, С.В. Онешко, І.П. Ткаченко, Н.В. Хотєєва, Л.П. Чиж, Л.В. Ширяєва.

Підвищення ефективності використання фінансових ресурсів є основним завданням кожного підприємства. Від того на скільки ефективно використовуються фінансові ресурси залежить фінансовий стан підприємства.

Залежно від джерел формування фінансові ресурси підприємства можна поділити на **власні та позичені**. Найвність значної питомої ваги власних фінансових ресурсів позитивно впливає на фінансову діяльність підприємств, тоді як висока частка позичених свідчить про певні фінансові проблеми. Визначення оптимальної структури фінансових ресурсів і джерел їхнього формування є важливим напрямком фінансової роботи на підприємстві [1, с. 12].

Дослідження літературних джерел стосовно ефективності використання фінансових ресурсів підприємств дозволило їх систематизувати за напрямками, наведеними на рис. 1.



**Рис. 1. Напрями підвищення ефективності використання фінансових ресурсів**

*Джерело: розробка авторів з використанням [2; 3; 4]*

Традиційно оцінка фінансових ресурсів проводиться за показниками фінансової стабільності та ліквідності.

Для даного дослідження були обрані показники фінансової стабільності, які визначають залежність підприємства від зовнішніх джерел формування фінансових ресурсів та ліквідності, які визначають здатність підприємства погашати поточну заборгованість за рахунок наявних поточних (оборотних) активів. В якості підприємств портової діяльності представлені державні підприємства (ДП), розташовані в найбільш крупних морських торговельних портах (МТП) України (таблиця 1).

У цілому, що коефіцієнти фінансової стабільності значно перевищують нормативне значення 1, що вказує на неповне використання потенціалу підприємства, хоч і говорить про здатність відповідати за своїми зобов'язаннями в середньо- і довгостроковій перспективі. Коефіцієнти маневреності більше 0,1, що вказує на гнучкість у використанні власних оборотних коштів. В свою чергу, показники ліквідності за розглянутий період перевищують гранично допустимі норми для них, що свідчить про те що підприємства, що аналізуються, володіють значним обсягом вільних ресурсів, які сформувалися завдяки власним джерелам. Але значне нагромадження запасів на підприємстві, відволікання коштів у дебіторську заборгованість може бути пов'язане з неефективним управлінням активами порту та нераціональним використанням фінансових ресурсів.

Проведений аналіз формування і використання фінансових ресурсів державних підприємств портової діяльності України дозволив визначити наступне: через високу долю власних фінансових ресурсів підприємства мають високий рівень фінансової стійкості, проте така політика обмежує

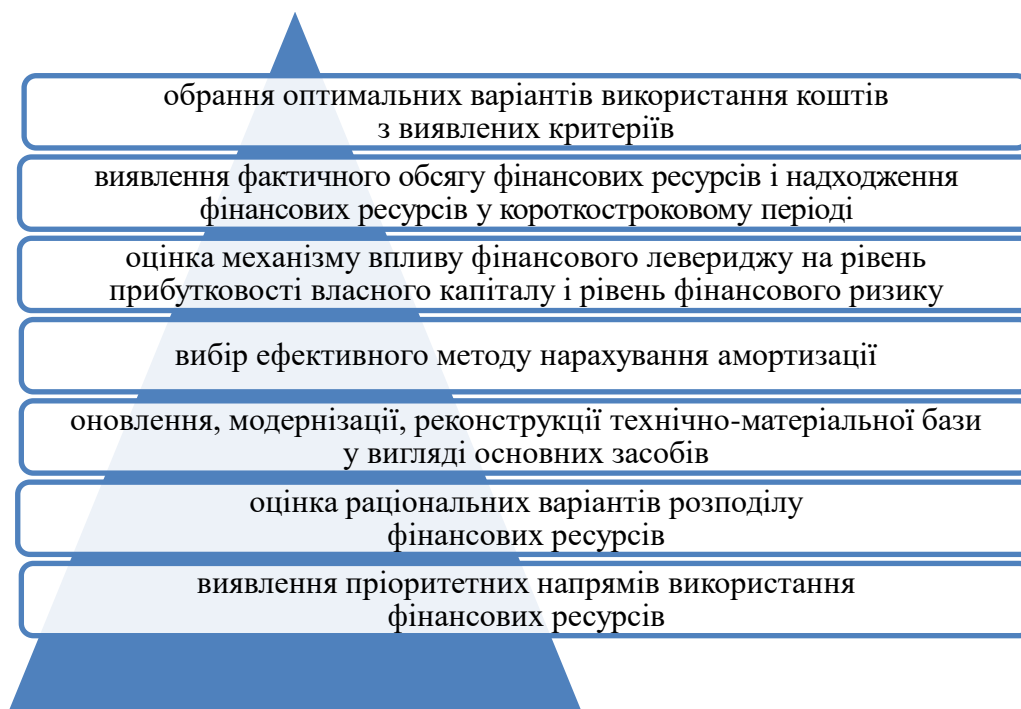
темпи його розвитку і не сприяє приросту прибутку на вкладений капітал. З погляду ефективності використання фінансових ресурсів, підприємству раціонально вкладати в оборотні кошти мінімум власних фінансових ресурсів у обсягах, достатніх для створення тільки мінімальних запасів товарно-матеріальних цінностей і витрат виробництва. Загалом результати аналізу фінансових ресурсів вказують на те, що політика управління запасами, дебіторською заборгованістю, грошовими коштами та іншими фінансовими ресурсами є неефективною.

Таблиця 1

**Показники ефективності використання фінансових ресурсів окремих державних підприємств портової діяльності України**

Показники	Рекомендоване значення	ДП МТП «Южний»			ДП «Одеський МТП»			ДП «Миколаївський МТП»		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Коефіцієнт автономії	>0,5	0,69	0,74	0,76	0,98	0,97	0,99	0,98	0,96	0,95
Коефіцієнт фінансового левериджу	<0	2,78	0,31	0,33	0,02	0,03	0,01	0,02	0,04	0,05
Коефіцієнт фінансової стабільності	0,67-1,5	2,78	3,19	3,01	40,36	35,01	68,64	58,16	25,07	21,19
Коефіцієнт маневреності	0,1-0,5	0,93	0,95	0,89	0,34	0,25	0,26	0,96	0,96	0,95
Коефіцієнт загальної ліквідності	2-2,5	4,20	7,80	10,31	18,09	14,68	22,99	4,84	6,31	5,38
Коефіцієнт швидкої ліквідності	>1	1,90	2,69	3,12	16,84	13,88	21,11	4,84	6,31	5,38
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,2-0,25	2,30	5,12	7,19	15,11	11,42	17,1	2,36	4,13	4,38

Безумовно, на результати фінансових результатів впливає безліч зовнішніх і внутрішніх загроз і ризиків. Такі загрози і ризики для підприємств портової діяльності досліджені у роботах [5; 6]. З позиції системи управління фінансовими ресурсами необхідно враховувати стратегічні та поточні цільові установки. Для виконання даної задачі доцільно застосувати наступні заходи щодо підвищення використання фінансових ресурсів (рис. 2).



**Рис. 2. Основні заходи щодо підвищення використання фінансових ресурсів підприємств портової діяльності**

*Джерело: розробка авторів*

Висока залежність фінансових результатів виробничо-господарської діяльності підприємств взагалі, а також підприємств портової діяльності, від безліч зовнішніх і внутрішніх загроз, визначають необхідність розробки такої системи управління фінансовими ресурсами, яка б дозволяла виконувати стратегічні та поточні цільові установки. Для виконання даної задачі визначені заходи щодо підвищення використання фінансових ресурсів, втілення яких дозволить підвищити ефективність їх використання та визначати оптимальні варіанти формування і розподілу.

### **Список використаних джерел:**

1. Ширяєва Л.В. Фінанси, гроші та кредит: навч. посіб. / Л.В. Ширяєва, С.В. Онешко, Н.В. Хотєєва. – Одеса: Інтерпрінт, 2017. – 358 с.
2. Козачок І.А. Формування та управління ефективним використанням фінансових ресурсів підприємства / І.А. Козачок // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії, 2011. – Вип. 47. – С. 277-283.
3. Ткаченко І.П. Фінансові ресурси підприємств: управління ефективністю формування та використання / І.П. Ткаченко // Інвестиції: практика та досвід, 2013. – № 19. – С. 46-52.
4. Богма О.С. Особливості управління фінансовими ресурсами вітчизняних підприємств / О.С. Богма, А.С. Павлова // Вісник Запорізького національного університету, 2012. – № 1 (13). – С. 195-199.
5. Жихарева В.В. Методические основы оценки рисков в деятельности предприятий морского транспорта // Развитие методов управления та господарювання на транспорті: зб. наук. праць. – Одеса, 2015. – № 1 (50). – С. 7-31.
6. Бойко М.О. Ідентифікація і побудова класифікації загроз економічної безпеки підприємств портової галузі // Развитие методов управления та господарювання на транспорті: зб. наук. праць. – Одеса, 2015. – № 1(50). – С. 63-81.

**Коломієць А.В.**

*студент,*

*Науковий керівник: Кравченко А.В.*

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Національний педагогічний університет*

*імені М.П. Драгоманова*

## **АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Метою забезпечення на кожному підприємстві ефективного управління капіталом є одержання позитивних результатів господарської діяльності та оптимального використання всіх наявних ресурсів. Значення управління капіталом підприємства обумовлене особливими характеристиками капіталу. Він є основним фактором виробництва і головним джерелом формування добробуту його власників.

Капітал підприємства – це загальна, самозростаюча вартість засобів підприємства у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, які залучаються в економічний процес з метою отримання прибутку. В процесі функціонування він виконує низку функцій, зокрема:

- захисна – наявність капіталу дозволяє створювати на підприємстві додаткові резерви;

- виробнича – капітал обумовлює грошове забезпечення безперервності виробничих процесів;

- оперативна – капітал у грошовій формі дозволяє спрямовувати ресурси на придбання необхідних активів;

- регулююча – оцінка капіталу підприємства дає можливість визначити його фінансовий стан;

- інвестиційна – капітал виступає джерелом інвестиційних ресурсів підприємства;

- соціальна – капітал підприємства виступає джерелом соціально-економічного розвитку суспільства [1].

Пріоритетом у становленні капіталу підприємства є задоволення потреб у формуванні необхідних активів, оптимізації їх структури з позиції забезпечення умов ефективного використання. У своїй діяльності підприємство використовує як власний, так і позиковий капітал. Основою для започаткування і здійснення господарської діяльності будь-якого підприємства є власний капітал. Він представлений такими основними елементами: зареєстрований (пайовий) капітал, резервний капітал, капітал у дооцінках, додатковий, нерозподілений прибуток (непокритий збиток), неоплачений та вилучений капітал. В свою чергу, позиковий капітал підприємства за балансом відображається у складі зобов'язань, які поділяються на довгострокові; поточні; забезпечення; непередбачені зобов'язання.

Варто зазначити, що умови досягнення високих кінцевих результатів діяльності підприємства значною мірою залежать від структури капіталу, а



також від його середньозваженої вартості. Джерелами формування власного капіталу є грошові кошти, інші активи власників підприємства та капіталізований прибуток. Залучення позикового капіталу відбувається через отримання банківських та товарних кредитів, емісію облігацій, використання внутрішньої кредиторської заборгованості.

Значення капіталу, як основи фінансової стабільності розвитку підприємства вимагає проведення комплексної оцінки ефективності його використання. Результативність такої оцінки прямою мірою залежить від існуючих методів аналізу фінансового стану та від наявності на підприємстві достовірної інформації, як джерела для проведення аналізу.

Необхідним кроком у виявленні ефективності управління капіталом є аналіз існуючого стану. Інформаційною основою проведення аналізу є матеріали бухгалтерського обліку та звітності підприємства: форма № 1 «Баланс»; форма № 2 «Звіт про фінансові результати»; форма № 4 «Звіт про власний капітал»; оборотні відомості за рахунками, на яких ведеться облік формування та використання прибутку та резервного фонду підприємства; акти проведення дооцінок та уцінок необоротних активів; результати проведення емісії акцій; інші матеріали оперативного та управлінського обліку.

Обов'язковою складовою політики управління, як власним, так і позиковим капіталом, є оцінка ефективності використання капіталу. Для цього використовують комплекс методичних підходів та показників. Більшість вчених висловлюють думку, що найбільш прийнятними для цього є показники рентабельності та оборотності капіталу, а для визначення ефективності власного капіталу також слід аналізувати і ринкові показники фірми.

На підставі зарубіжного досвіду у сфері фінансово-економічної діяльності, показником міри ефективності використання капіталу є прибутковість (дохідність, рентабельність). У загальному вигляді формулу рентабельності власного капіталу можна записати наступним чином [2, с. 273]:

$$R_K = \frac{ЧП}{K}, \quad (1)$$

де ЧП – сума чистого прибутку підприємства;

K – середньорічна вартість капіталу.

Рентабельність всього капіталу, що використовується, характеризує рівень чистого прибутку, який генерується сукупним обсягом капіталу (що використовується) підприємства. Аналогічно розраховуються показники рентабельності власного та рентабельності позикового капіталу, при цьому в знаменнику формули приводиться середньорічна вартість, відповідно, власного та позикового капіталу підприємства.

Коефіцієнт оборотності капіталу визначається відношенням чистого доходу від реалізації до середньорічної суми капіталу підприємства [3, с. 223]:

$$K_{обк} = \frac{ЧД}{K}, \quad (2)$$

де ЧД – сума чистого доходу підприємства;

К – середньорічна сума капіталу.

Цей показник характеризує кількість оборотів, які здійснив весь капітал підприємства за певний період або показує обсяг реалізованої продукції, який припадає на одну гривню капіталу. В цілому, чим вищий цей показник, тим підприємство краще працює, а його фінансовий стан – міцніший. Аналогічно розраховуються коефіцієнти оборотності власного та позикового капіталу, при цьому в знаменнику формули приводиться середньорічна вартість, відповідно, власного та позикового капіталу підприємства. Оборотність капіталу у днях (тривалість обороту капіталу) розраховують діленням кількості днів у аналізованому періоді на коефіцієнт оборотності.

Таким чином, на підставі вище наведеної інформації, варто акцентувати увагу на найбільш прийнятних показниках для аналізу ефективності капіталу підприємства, а саме – рентабельність та оборотність капіталу, а також ринкові показники фірми. Постійний моніторинг названих вище показників дає можливість здійснювати ефективне управління капіталом підприємства, яке неможливе без використання сучасних методів дослідження та комп'ютерної техніки. Одним із таких методів є кореляційно-регресійний аналіз, який дає змогу не тільки встановити вид і достовірність причинно-наслідкових зв'язків, а й кількісну характеристику внутрішніх зв'язків даного економічного процесу. За результатами аналізу можна не лише виявити стратегічні відхилення, а й покращити показники фінансово-господарської діяльності в цілому.

### Список використаних джерел:

1. Зеленіна О.О. Позиковий капітал як складова капіталу підприємства: місце та бухгалтерська природа [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ven.ztu.edu.ua/article/view/68940/64943>.
2. Чумаченко, М.Г. Економічний аналіз: навч. посібник / М.А. Болюх [та ін.]; ред. М.Г. Чумаченко; Київський національний економічний ун-т. – 2 вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2003. – 555 с.
3. Подольська В.О., Яріш О.В. Фінансовий аналіз: навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 488 с.

**Коропецький О.О.**

*аспірант,*

**Науковий керівник: Скриньковський Р.М.**

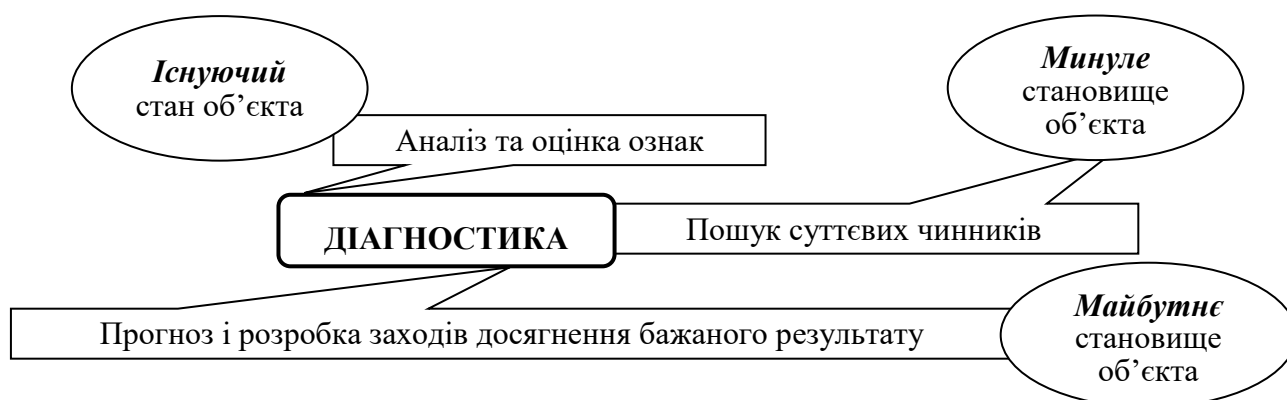
*кандидат економічних наук, доцент,*

*Львівський університет бізнесу та права*

## СИСТЕМА ЦІЛЕЙ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасна теорія та практика ведення бізнесу в Україні доводить, що одним із основних результативних способів ефективного пошуку напрямів розвитку будь-якого підприємства є застосування такого управлінського інструменту як діагностика діяльності (економічна діагностика, бізнес-діагностика) підприємства з визначеними (конкретними) її діагностичними цілями в системах визначення результативності бізнес-процесів на підприємстві «ціль – засіб – результат», «ефект – результат» та «дані – інформація – знання – результат» [1 – 6].

Виходячи з результатів аналізу наукових праць О. Мельник [1], А. Глебова та А. Абдуллаєва [6], можна стверджувати, що економічна діагностика підприємства (рис. 1) являє собою дослідницький процес цільового оцінювання його стану, тенденцій та перспектив розвитку на основі застосування певних принципів (комплексності, системності, автентичності, точності, об'єктивності в часі тощо) та системи бізнес-індикаторів з метою прийняття обґрунтованих управлінських рішень, спрямованих на досягнення бажаного результату, зокрема на усунення проблемних моментів та слабких позицій організації чи використання можливостей (або шансів) умов функціонування і сильних сторін підприємства [1, с. 14; 6, с. 156].



**Рис. 1. Сутність діагностики**

*Джерело: [5, с. 12] (Л. Малярець, Л. Норік)*

При цьому варто також відмітити, що у праці О. Мельник [1] представлено комплексну класифікацію цілей економічної діагностики підприємства за такими класифікаційними ознаками, які дають можливість сформулювати певне уявлення про можливий (конкретний) спектр діагностичних цілей, а саме:

1) за суб'єктами формування: цілі власників, цілі керівників, економістів, фінансистів та інших фахівців підприємства, цілі інвесторів, цілі кредиторів, цілі державних органів влади, цілі рейтингових агентств тощо;

2) за змістом: фінансово-економічні, кадрові, виробничі, технологічні, соціальні, правові, інформаційні, маркетингові тощо;

3) за рівнем деталізації (або охоплення): комплексні, часткові, елементні;

4) за пріоритетністю: основні, допоміжні;

5) за етапами формування: попередні, кінцеві;

6) за тривалістю втілення (реалізації): короткотермінові, середньо-термінові, довготермінові;

7) за середовищем формування: цілі внутрішнього середовища, цілі зовнішнього середовища [1, с. 136] (О. Мельник).

Водночас встановлено, що найбільш прикладною класифікацією системи діагностичних цілей економічної діагностики підприємства є їхній поділ за рівнем деталізації на:

1) елементні діагностичні цілі (спрямовані на вузьку високо-деталізовану бізнес-діагностику окремих бізнес-індикаторів підприємства);

2) часткові діагностичні цілі (переслідують бізнес-діагностику певних елементів, сфер, видів діяльності, операцій підприємства);

3) комплексні діагностичні цілі (охоплюють складну інтегральну бізнес-діагностику одночасно різних сфер функціонування підприємства, передбачають наявність елементних та часткових діагностичних цілей) [1, с. 136-140; 2, с. 22].

Поряд з тим, на основі результатів аналізу літературних джерел [1–6] з'ясовано, що система цілей економічної діагностики підприємства, виходячи із діагностичних цілей (елементних, часткових, комплексних) системи цілей діагностики діяльності підприємства, містить таку структурну складову групи часткових діагностичних цілей (або часткову діагностичну ціль), як діагностика системи менеджменту підприємства, яка відіграє ключову роль для процесу управління сучасними соціально-економічними системами.

### **Список використаних джерел:**

1. Мельник О. Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій: [монографія] / О. Г. Мельник. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 344 с.

2. Павловські Г. Розвиток системи управлінської діагностики підприємства: дисертація... канд. екон. наук: 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Г. Павловські; Львівський університет бізнесу та права. – Львів, 2017. – 218 с.

3. Скриньковський Р. М. Діагностика в системі менеджменту підприємства / Р. М. Скриньковський, Г. Павловські // Проблеми економіки. – 2016. – № 3. – С. 199-205.

4. Кузьмін О. Є. Сучасний менеджмент / О. Є. Кузьмін. – Львів: «Центр Європи», 1995. – 176 с.

5. Малярець Л. М. Економіко-математичні аспекти діагностики конкурентоспроможності підприємства. Наукове видання / Л. М. Малярець, Л. О. Норік. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2009. – 214 с. (Укр. мов.).

6. Глебова А. О. Економічна діагностика як основа визначення передумов розвитку підприємства в умовах кризи / А. О. Глебова, А. Ш. Абдуллаєва // Молодий вчений. – 2015. – № 12 (27), Ч. 1. – С. 154-158.

**Мазуренко В.О.**

*аспірант,*

*Київський національний торговельно-економічний університет*

## **ОБГРУНТУВАННЯ СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНОЇ СХЕМИ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Виникнення дебіторської заборгованості є природним, об'єктивним явищем в ході фінансово-господарської діяльності будь-якого підприємства. Відтак постає дуже важливе питання ефективного використання й управління цим активом.

Управління дебіторською заборгованістю підприємства є частиною загальної системи менеджменту, що являє собою систему принципів і методів підготовки й реалізації управлінських рішень у сфері маркетингу і фінансового менеджменту на поточному, тактичному й стратегічному рівнях управління, які приймаються на стадіях формування, використання й погашення дебіторської заборгованості. Системний підхід до управління потребує повної єдності всіх учасників управління ДЗ а передбачає формування та реалізацію актуальної кредитної політики, використання ефективних форм рефінансування, систематичного вивчення складу дебіторської заборгованості, прогнозування на перспективу економічних, політичних, фінансових та інших зовнішніх та внутрішніх факторів, що сприятиме максимізації обсягів прибутку та підвищення ринкової вартості підприємства. Якісний процес управління ДЗ позитивно впливатиме на роботу підприємства: так, на поточному етапі управління необхідно збалансувати вхідний і вихідний грошові потоки, щоб забезпечити вчасний розрахунок за власними зобов'язаннями підприємства; на тактичному рівні важливо притримуватися цільового рівня ДЗ в загальному обсязі активів; на стратегічному рівні управління потрібно знайти відповідь на питання «Куди рухається ринок?», щоб сформувати актуальні проміжні цілі і визначити його головну мету.

Українські вчені І. Р. Чуй і О. В. Мицак зазначають, що основна мета управління дебіторською заборгованістю полягає в мінімізації її обсягу та термінів інкасації боргу [5, с. 89].

В. С. Белозерцев у своїй роботі стверджує, що при виборі мети управління ДЗ існують варіанти: збільшення обсягів продажів та збільшення обсягу прибутку від продажів. До допоміжних цілей при формуванні головної мети слід віднести наступні:

- вихід на нові ринки збуту;

- зайняття більшої частки ринку;
- формування репутації;
- мінімізація вартості кредитних ресурсів [1].

Сутягин В.Ю вважає, що «Стратегічною метою управління ДЗ є максимізація фінансових результатів підприємства – виручки» [6, с. 181].

Управління дебіторською заборгованістю підприємства є складним багатоаспектним процесом, а відтак його слід розглядати з різних сторін. Так, з позиції маркетингу – ефективне управління має забезпечувати стійке зростання обсягів діяльності торговельного підприємства. З точки зору управління оборотними активами дії менеджменту підприємства повинні підвищувати показники ділової активності суб'єкта господарювання. Відповідно до положень фінансового менеджменту управлінські рішення мають забезпечити зростання ринкової вартості підприємства, що, на нашу думку, і є головною метою управління дебіторською заборгованістю підприємства торгівлі.

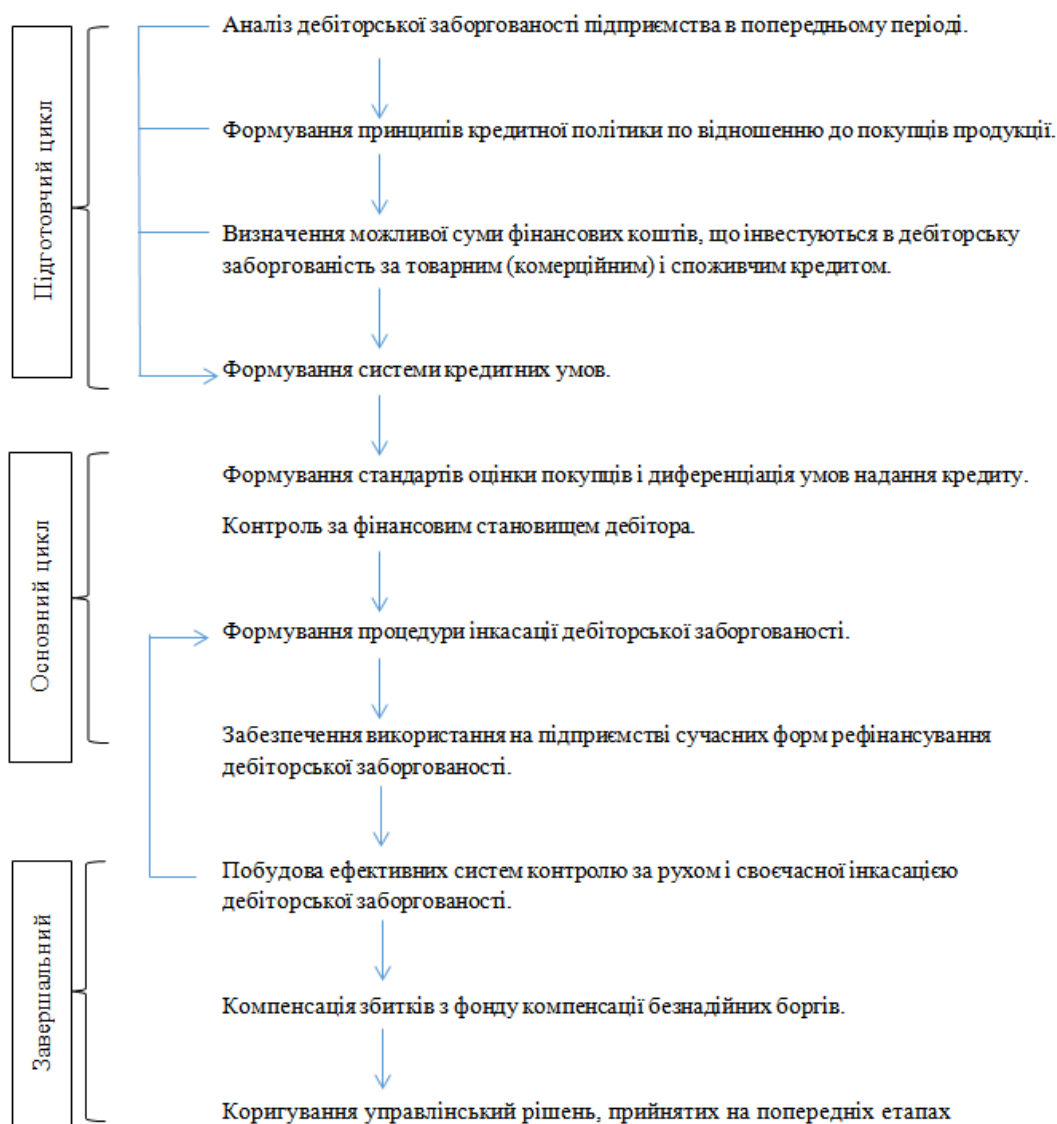
Стратегічна ціль завжди конкретизується конкретними завданнями. Це дозволяє чітко структурувати роботу підприємства в цілому, а також окремих його підрозділів, виокремити зони відповідальності та вузькі місця в управлінні ДЗ. Згідно з висновками Сутягіна В. Ю. головна мета управління ДЗ уточнюється наступною системою завдань:

1. Аналіз ДЗ підприємства.
2. Формування (коригування) політики управління ДЗ.
3. Організація системи управління ДЗ.
4. Оцінка ринкової вартості ДЗ.
5. Побудова ефективного контролю за станом ДЗ [6, с. 181].

І.Р. Чуй, О.В. Мицак зазначають наступний перелік завдань, які вирішуються в процесі управління:

- визначення обсягу інвестицій у дебіторську заборгованість за комерційним і споживчим кредитом;
- формування принципів та умов розрахункової політики щодо покупців продукції;
- визначення кола потенційних дебіторів;
- забезпечення інкасації дебіторської заборгованості;
- прискорення платежів за допомогою сучасних форм рефінансування дебіторської заборгованості [5, с. 211].

Як видно з вищенаведених позицій різних дослідників, перелічені завдання багато в чому схожі між собою. Однак в побудові системи задач має бути чітка логічна послідовність. Так, наприклад, оцінка рівня ризику несплати рахунків має передувати рішенням про надання відстрочки платежів та формування резервного фонду. В іншому випадку існує вірогідність того, що підприємство матиме більший обсяг ДЗ, ніж той, що реально може бути профінансований. Щоб уникнути такої ситуації, потрібно провести типізацію клієнтів і обрати цільову аудиторію, виходячи з власних фінансових можливостей. На нашу думку, доцільно систематизувати задачі управління відповідно до стадій «життєвого циклу» ДЗ, а саме: формування, використання і погашення ДЗ.



Таким чином, управління дебіторською заборгованістю підприємства – це частина загальної системи менеджменту, що являє собою систему принципів і методів підготовки й реалізації управлінських рішень у сфері маркетингу і фінансового менеджменту на поточному, тактичному й стратегічному рівнях управління, які приймаються на стадіях формування, використання й погашення дебіторської заборгованості. Відповідно до цього пропонується згрупувати задачі управління дебіторською заборгованістю

### Список використаних джерел:

1. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: навчальний посібник / І.Р. Чуй, О.В. Мицак. – Львів : Вид-во ЛКА, 2015. – 264 с.
2. Сутягин В.Ю. Разработка и внедрение механизма управления дебиторской задолженностью на предприятии // Социально-экономические явления и процессы. – М. 2011. – № 10(032). – С. 181.
3. Лігоненко Л.О. Управління дебіторською заборгованістю підприємства: [навч. посіб.] / Л.О. Лігоненко, Н.М. Новікова. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 275 с.
4. Бланк И.А. Финансовый менеджмент. – Ника-Центр Эльга – Киев. – 2007. – С. 649

**Попов М.І.**

*студент,*

*Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»*

## **ОБГРУНТУВАННЯ ПОЛІТИКИ ЗАЛУЧЕННЯ ПОЗИКОВИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Функціонування підприємства супроводжується безперервним кругообігом коштів, що здійснюється у вигляді витрат ресурсів та отримання доходів, їх розподілу і використання. При цьому визначаються джерела коштів, напрями і форми фінансування, оптимізується структура капіталу.

Правильна політика формування позикових коштів виступає головною функцією, що спрямована на забезпечення досягнення високих кінцевих результатів господарської діяльності підприємств.

Позикові кошти є одним із джерел формування капіталу підприємства. Їх оптимальна структура виступає передумовою ефективності його їх використання.

Метою роботи є дослідження формування політики управління позиковими коштами підприємства.

Позиковий капітал формується на тимчасовій основі у вигляді довгострокової або короткострокової позики, яка здійснюється у формі банківського кредиту.

У підприємства, яке використовує позиковий капітал, є більш високий фінансовий потенціал його розвитку і можливості приросту фінансової рентабельності.

Будь-яке підприємство для підтримки господарської діяльності потребує залучення позикових коштів, що безпосередньо пов'язано із недостатністю або відсутністю власних.

Залучення позикових коштів дозволяє не лише суттєво розширити обсяг господарської діяльності підприємства, але і забезпечити більш ефективне використання власних коштів, прискорити формування цільового фінансування і на цій підставі підвищити ринкову вартість підприємства.

А.А. Мазаракі зазначає, що позикові ресурси являють собою сукупність різних за формою та умовами залучення зовнішніх фінансових ресурсів, які отримує торговельне підприємство на зворотній та платній основі на певний період [2].

За Є.І. Бородіним, позикові ресурси – це довгострокові кредити банків, кошти інших підприємств, облігаційні позики та ін. [1].

На думку інших науковців, позикові фінансові ресурси – це ресурси, що знаходяться тимчасово в розпорядженні підприємства і можуть використовуватися для досягнення статутних цілей. До їх складу входять отримані кредити та кошти, мобілізовані на фінансовому ринку [5].



Деякі автори вважають, що позикові фінансові ресурси – це в основному банківські позики, які відіграють важливу роль у розвитку діяльності підприємств.

За їх допомогою підприємства задовольняють потребу в грошових коштах для формування матеріальних запасів і затрат, сприяючи цим налагодженню безперервної роботи підприємств та збільшенню обсягів їх діяльності [6].

Проаналізувавши сутність поняття «позиковий капітал» можна зазначити, що цей вид капіталу залучається підприємством на принципах строковості, платності та поверненості.

Всі форми позикового капіталу, що використовуються підприємством, є його фінансовими зобов'язаннями, які належать до погашення у передбачені строки.

Політика формування структури капіталу виступає складовою частиною загальної політики управління прибутком підприємства, що полягає в забезпеченні такого використання власного і позикового капіталу, яке оптимізує співвідношення рівня фінансової рентабельності та рівня фінансових ризиків відповідно до вибраних критеріїв управління прибутком.

Оцінка вартості позикових коштів має низку особливостей, серед яких можна виділити відносну простоту формування базового показника оцінки вартості, облік податкового коректора під час оцінювання вартості позикових коштів.

Вартість залучення позикових коштів має високу міру зв'язку з рівнем кредитоспроможності підприємства, який оцінюється кредитором. Залучення позикових коштів завжди пов'язане зі зворотним грошовим потоком не тільки з обслуговування боргу, але й погашення зобов'язань відносно основної суми цього боргу.

Формування оптимальної стратегії фінансування підприємства потребує врахування макроекономічної ситуації на ринку фінансових ресурсів. На макрорівні основним середовищем залучення фінансових коштів для підприємств виступає банківський сектор та фондовий ринок.

В сучасних економічних умовах актуальним виступає питання залучення фінансових коштів шляхом емісії облігацій. Проте використання корпоративних облігацій у вітчизняній практиці є досить обмеженим через відсутність необхідного досвіду та відповідного рівня розвитку українських підприємств, нерозвиненість і закритість українського фондового ринку тощо.

Для підприємства безоплатним виступає використання такого джерела позикових коштів, як кредиторська заборгованість із заробітної платні за товари і послуги, за розрахунками з бюджетом, за страхування тощо.

Ці елементи позикових коштів підприємству необхідно буде повернути, проте, поки воно ними володіє до терміну їх погашення (а нерідко і понад цей термін), то цими коштами воно розпоряджається на власний розсуд.

Використання позикових коштів надає підприємством, крім вище розглянутих прямих переваг, має ще й опосередковані, як наприклад, зменшення бази оподаткування, а отже, і скорочення платежів до бюджету

(відсотки за кредит відносять до витрат, завдяки цьому зменшується прибуток до оподаткування).

Підприємство може отримати додаткову вигоду від використання позикових коштів в період підвищення темпів інфляції. Це зумовлюється тим, що повернення боргу відбувається грошима меншої купівельної спроможності.

Водночас залучення підприємствами позикових коштів містить у собі й певні загрози. Головною з них є зростання ризику зниження їх фінансової стійкості та платоспроможності. Крім того, сплачені відсотки за кредит виступають елементом витрат, тим самим вони зменшують масу прибутку підприємства і рентабельність авансованого капіталу.

Підприємства, які мають намір узяти кредит, можуть зазнати серйозних втрат в умовах нестабільного зовнішнього середовища і виникли через це недоступність кредиту (високі відсоткові ставки за кредит, завищені вимоги до застави як гарантії кредиту тощо).

Загалом залучення позикових коштів підприємством повинно бути обґрунтованим та відповідати його фінансовій політиці, оскільки чим більша частка залучених коштів, тим вищий фінансовий ризик.

Позикові кошти підприємств може утворюватись за рахунок двох основних груп джерел позикових коштів. Перша група – зовнішні джерела позикових коштів. Ця група складається з двох підгруп – зовнішні довгострокові й зовнішні короткострокові джерела позикового фінансового капіталу.

Для формування довгострокових позикових коштів можна використовувати зовнішні довгострокові фінансові ресурси, а саме, довгострокові облігаційні позики, довгострокові банківські кредити та фінансовий лізинг.

У світовій практиці також активно використовуються довгостроковий податковий кредит і податкові пільги.

Зовнішні короткострокові позикові кошти використовують для формування короткострокового позикового фінансового капіталу, для чого насамперед застосовують короткострокові банківські кредити і товарний (комерційний) кредит.

Друга група – це внутрішні джерела позикових коштів. До них відносяться позикові фінансові ресурси, які утворюються за рахунок відстрочених і прострочених зовнішніх довгострокових і короткострокових зобов'язань.

За умови стабільної ринкової економіки обсяг таких позикових коштів буває незначним. Проте у кризовий період ці позикові кошти підприємства використовують досить активно для формування довгострокового і короткострокового фінансового капіталу.

Перш ніж планувати обсяги залучення довго- та короткострокових коштів шляхом одержання банківських позик, фінансові служби підприємства здійснюють аналіз можливостей отримання необхідного кредиту та оцінюють ризик його впливу на фінансову стійкість підприємства.

З цією метою проводять аналіз відповідності параметрів діяльності підприємства критеріям кредитоспроможності, що вимагаються певним банком.

У своїй діяльності підприємства при залученні позикових коштів керуються розрахунком левериджу.

Поняття «леверидж» передбачає собою використання постійних операційних та постійних фінансових витрат з метою збільшення прибутковості підприємства.

Розглянемо формулу ефективності використання фінансового левериджу [4]:

$$\text{ЕФЛ} = (1 - \text{Спп}) \times (\text{КВРа} - \text{СВК}) \times (\text{ЗК} / \text{ВК}), \quad (1)$$

де ЕФЛ – ефект фінансового левериджу, що полягає в прирості коефіцієнта рентабельності власного капіталу;

Спп – ставка податку на прибуток;

КВРа – коефіцієнт валової рентабельності активів, яка характеризує відношення валового прибутку до середньої вартості активів;

СВК – середній розмір ставки відсотків за кредит, що сплачується підприємством за використання залученого капіталу;

ЗК – середня сума залученого (позичкового) капіталу, що використовується підприємством;

ВК – середня сума власного капіталу підприємства.

Так, ефект фінансового левериджу може бути позитивним або негативним.

Отже, визначення сутності поняття «позиковий капітал» надалі залишається актуальним питанням, оскільки більшість вітчизняних підприємств мають обмежену кількість власних фінансових ресурсів.

Проаналізувавши основні джерела залучення позикових ресурсів, можна відзначити, що найвагоміший вплив серед усіх зазначених джерел формування фінансових ресурсів має зовнішній позиковий капітал, зокрема кредити банків, облігаційні позики, позики небанківських кредитних установ. Проте залучення банківських кредитів супроводжується зростанням плати за їх використання, що призводить до збільшення операційних витрат та збитковості підприємств.

Залучення позикових коштів необхідно здійснювати обґрунтовано та відповідно до обраної фінансової політики кожного підприємства, оскільки чим більша буде частка залучених коштів, тим вищий є фінансовий ризик.

Саме тому, підприємства мають користуватися розрахунком фінансового левериджу, що дає можливість визначити безпечні обсяги позикових коштів, розрахувати допустимі умови кредитування та зменшити податковий тягар підприємства.

### Список використаних джерел:

1. Бородин Е. А. Финансы предприятий: учеб. пособие / Е. А. Бородин, Ю. С. Голиков, Н. В. Колчин. – М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 1995. – 208 с.
2. Економіка торговельного підприємства: підручник для вузів / [Мазаракі А. А. та ін.]; під ред. проф. Н. М. Ушакової. – К.: Хрещатик, 1999. – 800 с.

3. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств: Підручник 3-тє вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 460 с.
4. Романенко О. Р. Фінанси: Підручник. 4-тє вид. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 312 с.
5. Фінанси: курс для фінансистів: навч. посіб. / [за ред. В. І. Оспіцева]. – К.: Знання, 2008. – 567 с.
6. Чорна М. В. Обґрунтування підходу до визначення ефективності діяльності підприємств торгівлі як основи їх конкурентостійкості / М. В. Чорна // Формування ринкових відносин в Україні. – 2009. – № 7/8. – С. 113-128.

**Скоробогатий О.І.**

*студент,*

*Національний технічний університет України*

*«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

## **КАТЕГОРІЯ ПРИБУТКУ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

В умовах ринкової економіки прибуток виступає як мета діяльності всіх комерційних організацій, та є позитивним кінцевим фінансовим результатом діяльності. Фінансовий результат може бути і негативним, тобто підприємство може нести збитки. Отримання прибутку життєво необхідно підприємствам, так як прибуток служить джерелом фінансових ресурсів для їх розвитку [1].

Прибуток, є найважливішим економічним поняттям в діяльності підприємства. Від її величини залежить успішність і ефективність роботи організації, рівень виплат премій і бонусів робітникам і службовцям. Кінцевий фінансовий результат є одним з основних джерел для ремонту і модернізації основних фондів, так як часто амортизація не здатна в повній мірі покрити потреби підприємства у введенні нового обладнання.

Прибуток являє собою форму доходу від підприємницької діяльності, в результаті вкладення капіталу з метою досягнення певного комерційного успіху. Отримання прибутку і її нарощування є необхідною умовою функціонування будь-якої комерційної структури. Категорія прибутку нерозривно пов'язана з поняттям капіталу і являє собою в усередненому вигляді ціну функціонуючого капіталу.

З іншого боку зростання прибутку господарських суб'єктів створює необхідні умови для ефективного функціонування державних структур, в рамках розподільних систем.

Поняття прибутку пов'язане з поняттям фінансового результату та відіграє такі ролі в здійсненні підприємницької діяльності:

- 1) Прибуток це головна мета діяльності підприємства
- 2) Прибуток є базою економічного розвитку;
- 3) Прибуток є критерієм ефективності конкретного заходу;
- 4) Прибуток є основний внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів, що забезпечують розвиток підприємства;

5) Прибуток це головне джерело приросту ринкової вартості підприємства;

6) Важливе джерело задоволення соціальних потреб суспільства;

7) Отримання прибутку, є основним захисним механізмом від загрози банкрутства підприємства [2].

Завдання щодо забезпечення добробуту власників отримує конкретне вираження: максимізація ринкової вартості підприємства і є гарантом зростання ресурсного потенціалу підприємства та гармонізації ринкової кон'юнктури. Фінансовий директорат будь-якої комерційної організації на кожному етапі розвитку підприємства повинен знаходити відповіді на наступні питання:

1) Чи покриває бухгалтерський прибуток витрати, в тому числі приховані і пов'язані з використанням капіталу;

2) Якщо розмір, одержуваного прибутку досить для розподілу, то яким чином це розподіл необхідно організувати за допомогою заходів дивідендної політики та з урахуванням подальших перспектив розвитку підприємства;

3) Яким чином сформувані загальну структуру капіталу для підвищення рентабельності власного капіталу;

4) Які попередні заходи антикризового управління слід вжити для гармонізації життєвого циклу підприємства.

В умовах функціонування організації перед її керівництвом стоять завдання, спрямовані на ефективність реалізації зазначених стратегічних цілей:

1) Забезпечення оптимального розміру формованого прибутку і її раціональне поєднання з ресурсним потенціалом і ринковою кон'юнктурою;

2) Забезпечення оптимальної пропорції між рівнем формованого прибутку і допустимим рівнем ризику;

3) Забезпечення високої якості формованого прибутку. У процесі формування прибутку повинні бути в першу чергу резерви її зростання за рахунок операційної діяльності і реального інвестування;

4) Забезпечення виплати необхідного рівня доходу на інвестований капітал. Цей рівень не повинен бути нижче норми прибутковості на ринку.

Величина прибутку формується під впливом трьох основних чинників: собівартості продукції, обсягу реалізації і рівня діючих цін на реалізовану продукцію. Найважливішим із них є собівартість. Кількісно в структурі ціни вона займає значну питому вагу, тому зниження собівартості дуже помітно позначається на зростанні прибутку за інших рівних умов [3]. На величину прибутку підприємства впливають фактори, обумовлені специфічними особливостями тієї галузі, до якої воно відноситься. Від того, чи діє підприємство в матеріало-, фондо- або трудомісткою галузі, залежить рівень і структура витрат виробництва, шляхи їх зниження і норма прибутку. Всі чинники зростання прибутку можна звести до наступних основних груп:

1) Збільшення обсягів виробництва продукції, робіт, послуг. Крім явного ефекту від збільшення обсягів продажів підприємство отримує і додатковий економічний ефект, за рахунок зниження частки умовно-постійних витрат в кожній виробленій одиниці продукції;

2) Зниження собівартості продукції. При зниженні витрат на виробництво, яке не вплине на якість продукції і зміна ціни у підприємства збільшується маржа з кожної проданої продукції, яке підприємство може знизити ціну на товар з метою залучення нових споживачів;

3) Підвищення якості продукції, що випускається і як наслідок збільшення ціни;

4) Удосконалення асортименту та номенклатури товару, що випускається. Суть полягає в зміні структури виробництва продукції, метод спрямований на збільшення тієї категорії продукції, яка приносить більше прибутку.

На завершення можна сказати, що важливою умовою отримання прибутку є наявність відповідей на наступні питання: що робити, як робити, для кого виробляти. Неправильне визначення цілей або невірна стратегія можуть призвести до отримання збитків, що, безсумнівно, призведе до фінансової кризи на підприємстві.

### **Список використаних джерел:**

1. Баскакова О.В. Економіка підприємства (організації): Підручник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. – М.: Видавничо-торгова корпорація «Дашков», 2013.
2. Аналіз прибутків підприємств // В кн.: Мельник В.М. Основи економічного аналізу./ Мельник Віктор Михайлович. – К.: Знання, 2008. – С. 96-104.
3. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економічна діагностика: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – Київ, Центр навчальної літератури, 2007.

**Сябер Є.О.**

*студент,*

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

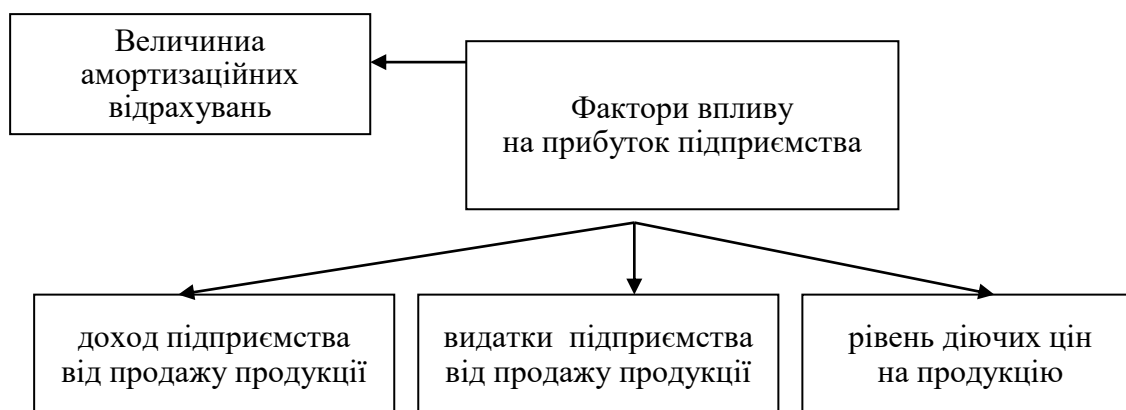
## **ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Будь-який суб'єкт підприємницької діяльності такий як юридична особа, веде її на основі отримання прибутку. Підприємства реалізують свою продукцію споживачам, отримуючи за неї дохід. Однак це ще не є показником для отримання прибутку. Для виявлення фінансового результату необхідно співставити дохід з собівартістю продукції, а також з усіма податками та платежами до бюджету. Якщо дохід перевищує суму собівартості і податків, то підприємство отримує прибуток; якщо дорівнює, то підприємство знаходиться на рівні точки беззбитковості; і коли витрати перевищують дохід, то, зрозуміло, підприємство несе збитки, тобто від'ємний фінансовий результат, що ставить його в складне фінансове становище, яке веде до банкрутства. Тому підприємство повинно знати всі фактори впливу на прибуток підприємства та дуже ретельно контролювати їх з метою збільшення прибутковості діяльності підприємства.

Прибуток являє собою форму доходу підприємця, який здійснює певний вид діяльності. Ця зовнішня найбільш проста форма вираження прибутку є разом з тим недостатньою для його повної характеристики, оскільки в деяких випадках активна діяльність в будь-якій сфері може і не бути пов'язана з отриманням прибутку (наприклад, діяльність політична, благодійна і тому подібна).

На зміну прибутку впливають дві групи факторів: зовнішні й внутрішні.

При здійсненні фінансово-господарської діяльності вони знаходяться в тісному взаємозв'язку та залежать один від одного. “Прямий” вплив на величину собівартості продукції, а далі й на прибуток, пов'язаний з тим, наскільки раціонально і економно витрачаються матеріальні ресурси – бо частка цих витрат у складі собівартості звичайно знаходиться від 60 до 90%.



**Рис. 1. Формування прибутку підприємства [1]**

Одним із найважливіших факторів зростання прибутку є збільшення обсягу виробництва й продажу продукції, поліпшення якості продукції, підвищення продуктивності праці, впровадження сучасних науково-технічних розробок.

Види та рівень використаних цін визначаються в кінцевому підсумку обсягу валового доходу підприємства, таким чином й прибуток.

Проблема формування ціни займає провідне місце в системі ринкових відносин. Зняття обмежень на регулювання цін в Україні привело до різкого скорочення її впливу на процес урегулювання вартості товарів та послуг, в результаті чого майже всі вироблені товари подорожчали. Завдяки високій вартості товарів підприємства можуть відшкодувати будь-які по величині виробничі витрати, що не сприяє підвищенню якості продукції.

Ще один фактор який впливає на величину прибутку – це амортизація основних фондів і нематеріальних активів. Сума амортизаційних відрахувань визначається на підставі балансової вартості основних фондів і діючих норм амортизації й амортизації нематеріальних активів, виходячи зі строку корисного використання таких нематеріальних активів, але не більше 10 років безперервної експлуатації. При цьому потрібно враховувати прискорену амортизацію активної частини основних виробничих фондів, що виражається

у встановлених законодавством більш високих нормах амортизації на відповідні види основних фондів.

Самим важливим з них є величина валових видатків. Кількісно в структурі ціни видатки займають значну питому вагу, тому зниження видатків дуже помітно позначається на зростанні прибутку за інших рівних умов.

В аналізі факторів, що впливають на величину прибутку, лежать резерви збільшення прибутку підприємства, основними з яких є:

1. Забезпечення росту обсягу виробництва продукції на основі технічного його відновлення й підвищення ефективності проведення.

2. Поліпшення умов продажу продукції, у тому числі за рахунок удосконалювання розрахунково-платіжних відносин між підприємствами.

3. Зміна структури виробленої й продаваної продукції за рахунок збільшення частки більш рентабельної.

4. Зниження валових видатків на проведення й обіг продукції.

6. Установлення реальної залежності рівня цін від якості виробленої продукції, її конкурентоспроможності, попиту та пропозиції аналогічної продукції іншими виробниками.

7. Збільшення прибутку від іншої діяльності підприємства ( від продажу основних фондів, іншого майна підприємства, валютних цінностей, цінних паперів і т.д.).

#### **Список використаних джерел:**

1. Цал-Цалко Ю.С. Фінансовий аналіз: підручник. 276 – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 566 с.

2. Бердар М.М. Фінанси підприємств. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 352 с.

3. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: Навч. посіб. – 2-ге видання. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 313 с.

4. Романова Т.В., Даровський Є.О. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах // Ефективна економіка. – 2015. – № 4. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3976>.

5. Фактори зростання прибутку промислового підприємства / Г.К. Дженкова // Культура народів Причорномор'я. – 2008. – № 126. – С. 30-31.

**Таран О.М.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
Харківський національний аграрний університет  
імені В.В. Докучаєва*

### **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

Основною виробничо-господарською ланкою національної економіки є підприємство: воно виготовляє продукцію, утворює робочі місця, створює додаткову вартість, яка формує валовий національний продукт та багатство



всієї країни в цілому. Підприємство представляє собою виробничо-технологічну, організаційну та економічну єдність, тому йому притаманні наступні ознаки: 1) проведення підприємницької діяльності, тобто самостійна, ініціативна, систематична діяльність з виробництва продукції / робіт / послуг та їх реалізація з метою одержання прибутку; 2) володіння правами юридичної особи; 3) певна самостійність у прийнятті господарських рішень; 4) порівняння доходів та витрат, ведення автономного бухгалтерського обліку; 5) єдність і цілісність майнового комплексу, як правило, із замкненою технологічною структурою.

Функціонування підприємства в ринкових умовах господарювання передбачає реалізацію ним наступних видів діяльності:

1) виробнича діяльність – організація та регулювання процесу виготовлення продукції;

2) комерційна діяльність – рекламна діяльність, організація збуту та постачання;

3) економічна діяльність – стратегічне та поточне планування, облік та звітність, ціноутворення ресурсне забезпечення, фінансова діяльність, зовнішньоекономічна діяльність;

4) інноваційна діяльність – науково-технічні розробки, технологічна підготовка виробництва, впровадження досягнень НТП;

5) управління персоналом та організація стимулювання праці – кадрова політика підприємства, системи управління персоналом, ефективність використання трудового потенціалу, системи оплати праці, мотивація трудової діяльності, тощо;

б) дослідження зовнішнього середовища – ринку збуту продукції, ринку факторів виробництва, інструментів державного регулювання, конкурентів [1].

Підприємство як система складається з двох підсистем: керованої, що є об'єктом управління, і керуючої, що здійснює управління в системі. Об'єкт управління на підприємстві (об'єкт менеджменту підприємства) – колектив підприємства в процесі виробничо-господарської діяльності. Суб'єктом управління на підприємстві виступає адміністративно-управлінський персонал, завдання якого – забезпечити ефективну діяльність підприємства [2]. Однією з найскладніших проблем, що виникають при визначенні організації як об'єкта управління, є формування елементів, сукупність та взаємодія яких створюють об'єктивні передумови для визначення мети, з одного боку, і для вибору оптимальної стратегії, з іншого боку. Ці елементи необхідно доповнити набором відповідних інформаційних об'єктів зовнішнього та внутрішнього (з точки зору організації) характеру. Швидкі зміни розвитку підприємства, що пов'язані з появою нових технологій, глобалізацією діяльності, посиленням конкуренції на ринках готової продукції та ресурсів обумовлюють необхідність його пристосування до змін оточуючого середовища, прогнозування своїх дій і розробки стратегії на майбутнє [3].

У сільськогосподарському виробництві організація управлінської праці здійснюється під прямим та опосередкованим впливом різних факторів,

пов'язаних з характером розвитку суспільно-політичного ладу, формами власності, галузевою специфікою аграрного сектора економіки. Методологія її дослідження повинна враховувати специфічні особливості сільського господарства, які безпосередньо впливають на кількісні та якісні параметри управлінських циклів як об'єктивні чинники [4].

Головним засобом виробництва у сільському господарстві є земля, тоді як у промисловості – обладнання, механізми, будівлі тощо. У сільському господарстві економічний процес відтворення переплітається з природними процесами. Засобами виробництва виступають живі організми – тварини і рослини, що розвиваються за біологічними законами. У ґрунті також відбуваються біологічні процеси, де під дією мікроорганізмів здійснюються розпад і біосинтез різних органічних сполук, унаслідок чого утворюються специфічні для ґрунту органічні речовини та мінерали. Ця особливість відображається в діяльності менеджера й проявляється у необхідності особливого ставлення працівників до засобів та предметів виробництва – землі, тварин, птиці, бджіл та інших живих організмів.

Сільське господарство, більше ніж інші галузі народного господарства, залежить від кліматичних умов, що безпосередньо впливають на організацію виробництва та управління ним. На відміну від промисловості, де зазвичай відбувається рух предметів праці, а знаряддя виробництва (машини, обладнання) сконцентровані в одному місці, у сільському господарстві рухаються знаряддя виробництва, а предмети праці – рослини та тварини – знаходяться на одному місці. Це впливає на формування виробничих витрат, оскільки зумовлює порівняно велику потребу в механізмах і затратах на переїзди й транспортування продукції, а також зумовлює певні особливості операційного менеджменту, пов'язані з необхідністю мінімізації витрат.

У сільському господарстві частина виробленої продукції використовується у подальшому виробництві (певну кількість зерна, картоплі та іншої продукції залишають на насіння, для годівлі худоби; частина поголів'я тварин використовується для відтворення стада і т. ін.). Тому не вся вироблена в цій галузі продукція є товарною, що зумовлює особливості планування обсягів виробництва та розподілу продукції, а також організації виробничих процесів.

На відміну від промисловості, в сільському господарстві робочий період не збігається з періодом виробництва, що пояснюється тим, що виробничий період тут – це час, коли процес здійснюється за безпосередньої участі людини й часу, що проходить під дією природних чинників. Така особливість сільського господарства накладає свій відбиток на процес організації виробництва і відповідно на прийняття управлінських рішень. Це стосується організації використання трудових ресурсів та розподілу робочого часу за місяцями і виробничими циклами.

Сезонність виробництва у рослинництві – це виробничий процес, який має найвищу та найнижчу інтенсивність. Виробництво тут здійснюється за певними циклами – підготовка ґрунту до посіву, догляд за посівами, збирання урожаю. Рослинництво та тваринництво – взаємодоповнюючі галузі сільського господарства. Тваринництво не може розвиватися без кормової

бази, а рослинництво – без органічних добрив, що надходять від галузі тваринництва. Паралельний розвиток обох галузей дозволяє раціональніше використовувати трудові та матеріальні ресурси.

Організаційна структура залежить від спеціалізації, розмірів господарства, кількості в ньому населених пунктів та їх розміщення, інших економічних і природних умов. Основними внутрішньогосподарськими виробничими одиницями в господарствах є виробничі бригади, ферми, орендні колективи тощо. При цьому має місце двоступінчаста організаційна структура: підприємство-бригада, ферма та ін. У багатьох великих господарствах залежно від конкретних умов організовано цехи, виробничі ділянки, у складі яких діють кілька бригад (ферм, кооперативів, орендних колективів). У таких господарствах організаційна структура треступінчаста: підприємство – цех (виробнича ділянка) – бригади, ферми, кооперативи, орендні колективи тощо.

Тваринницькі ферми організовують за видами і групами худоби: молочні, з відгодівлі молодяку великої рогатої худоби, свинарські, вівчарські, птахівницькі тощо. У господарствах є також різні підсобні підприємства (з переробки сільськогосподарської продукції, виробництва будівельних матеріалів), допоміжні та обслуговуючі виробництва (автопарк, електрогосподарство, газопостачання, ремонтні майстерні та ін.). В них створюють спеціалізовані первинні колективи [5]. Ці особливості визначають побудову загального механізму управління виробництвом в сільськогосподарських підприємствах, прийняття управлінських рішень та реалізації основних функцій управління [6]. Незалежно від того, чи це фермерське господарство, приватне сільськогосподарське підприємство, товариство з обмеженою відповідальністю, кооператив чи навіть акціонерне товариство, в усіх цих організаційно-правових формах підприємств тією чи іншою мірою поєднуються функції власника і менеджера.

### Список використаних джерел:

1. Підприємство, його основні ознаки та принципи функціонування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/37294/>.
2. Організація управління підприємством [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://stud.com.ua/22949/ekonomika/organizatsiya\\_upravlinnya\\_pidpriyemstvom](http://stud.com.ua/22949/ekonomika/organizatsiya_upravlinnya_pidpriyemstvom)
3. Юшкевич О.О. Конспект лекцій з дисципліни «Стратегія підприємства» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/11048/mod\\_resource/content/2/%D0%9A%D0%9E%D0%9D%D0%A1%D0%9F%D0%95%D0%9A%D0%A2%20%D0%9B%D0%95%D0%9A%D0%A6%D0%86%D0%99.pdf](https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/11048/mod_resource/content/2/%D0%9A%D0%9E%D0%9D%D0%A1%D0%9F%D0%95%D0%9A%D0%A2%20%D0%9B%D0%95%D0%9A%D0%A6%D0%86%D0%99.pdf).
4. Завадський Й.С. Управління сільськогосподарським виробництвом в системі АПК. [Підручник.] / Завадський Й.С. – К.: Вища школа, 1992. – 367 с.
5. Організація і планування сільськогосподарського виробництва: підруч. для студентів економічних спеціальностей вищих аграрних закладів освіти III-IV рівнів акредитації. за ред. М.М. Ільчука, Л.Я. Зрібняка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u122/Org%26pan\\_sg\\_vyr\\_Pidr.pdf](https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u122/Org%26pan_sg_vyr_Pidr.pdf).
6. Шевельова С.О. Аграрний менеджмент. / Шевельова С.О. – Тернопіль, 1999. – 219 с.

## ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

**Рябоштан Л.Г.**

*здобувач,*

*Науковий керівник: Бойко В.В.*

*кандидат економічних наук, доцент,  
Національний транспортний університет*

### ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КОНТРОЛІНГУ НА АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В динамічних умовах зовнішнього середовища управлінські рішення в сфері інвестицій на автотранспортних підприємствах приймаються недостатньо оперативно, ґрунтуючись, як правило, на інтуїції та професійному досвіді керівників. Це знижує економічний ефект інвестицій в сферу автотранспортних перевезень. Зростання інвестиційної активності підприємств потребує формування координуючої системи забезпечення прийняття управлінських рішень, спрямованих на розробку та реалізацію інвестиційної стратегії, яка дозволяє адаптувати інвестиційну діяльність підприємства до змінення можливостей його економічного розвитку.

Розроблена інвестиційна стратегія підприємства адаптує інвестиційну діяльність до змінення можливостей його економічного розвитку і визначає межі його інвестиційної активності. Забезпечення ефективності інвестиційного менеджменту потребує створення системи інвестиційного контролінгу, яка в той же час є складовою системи стратегічного контролінгу підприємства [4].

Інвестиційний контролінг є координуючою системою забезпечення взаємозв'язку між інвестиційним плануванням, аналізом і контролем, яка створює інформаційну базу для обґрунтування управлінських рішень в сфері інвестиційної діяльності підприємства, забезпечуючи ефективне функціонування суб'єкта господарювання в довгостроковій перспективі. Головною метою інвестиційного контролінгу є забезпечення успішної реалізації інвестиційної стратегії підприємства. Основне завдання інвестиційного контролінгу полягає в забезпеченні керівників, менеджерів, власників підприємства аналітичними даними для прийняття ефективних управлінських рішень, спрямованих на досягнення мети інвестиційної стратегії підприємства. Така система дозволяє відслідковувати, координувати та оптимізувати процеси прийняття управлінських рішень, які пов'язані з інвестиційною діяльністю підприємства.

До основних елементів системи інвестиційного контролінгу належать: об'єкти (управлінські рішення в сфері інвестиційної діяльності), предмети (індикатори, які характеризують стан інвестиційної діяльності), суб'єкти (служби контролінгу чи окремі працівники, які є відповідальним за виконання

завдань контролінгу), інструменти (методи і процедури, які використовуються в процесі інвестиційного контролінгу), функції та завдання контролінгу.

Функціями інвестиційного контролінгу на підприємстві є:

- формування, спостереження і координація системи інвестиційного планування, системи інвестиційного контролю; системи інвестиційного аналізу;

- формування системи моніторингу інвестиційної діяльності; оцінка моделей прийняття управлінських рішень в інвестиційній діяльності; розробка рекомендацій щодо нормалізації інвестиційної діяльності підприємства; координація організаційної структури і управління персоналом; консультування керівництва підприємства.

Успішна реалізація зазначених функцій забезпечується вирішенням наступних завдань [1; 2; 3]:

- координація стратегічних, поточних та оперативних цілей і завдань інвестиційної діяльності;

- координація в межах інвестиційного планування;

- спостереження за показниками інвестиційної діяльності, визначення та аналіз розмірів відхилень фактичних значень показників від запланованих і причин цих відхилень;

- координація в межах здійснення процесу інвестування;

- координація інформаційного забезпечення планування та контролю інвестиційної діяльності;

- узгодження інвестиційного планування та контролю зі схожими процесами в інших сферах діяльності підприємства;

- забезпечення постійного аналізу інвестиційних ризиків та можливостей;

- інтеграція обробки інформації в інвестиційній сфері в інформаційну систему всього підприємства;

- рапортування та надання рекомендацій за результатами контролінгу керівництву підприємства, його структурних підрозділів.

Впровадження системи інвестиційного контролінгу передбачає таку організацію діяльності щодо надання незалежних і об'єктивних оцінок ефективності інвестиційного планування і контролю, аналізу і обліку, процесу прийняття управлінських рішень, які вже використовуються на підприємстві, яка повинна сприяти отриманню вищим керівництвом обґрунтованої впевненості в досягненні стратегічних завдань розвитку підприємства.

Ефективність системи інвестиційного контролінгу залежить від організації контролінгу на всіх рівнях управління на підприємстві. Тому здійснення контролінгу інвестиційної діяльності підприємства передбачає одночасну дію комплексу контролінгових систем, які базуються на результатах фінансового, технічного та інших видів контролінгу.

Треба відзначити, що об'єктивно існують обмеження для створення системи інвестиційного контролінгу, а саме: вартість системи, стадія економічного розвитку та розмір підприємства, кваліфікація персоналу. Крім того, система контролінгу інвестицій повинна бути адаптована до мінливих умов зовнішнього і внутрішнього середовища, реагуючи на його зміни.

Проведене дослідження вітчизняних літературних джерел та практики функціонування окремих українських автотранспортних підприємств дозволило встановити, що на підприємствах відсутня комплексна система інвестиційного контролінгу, а його окремі завдання і функції виконуються, як правило, фахівцями планово-економічних підрозділів. Впровадження на вітчизняних підприємствах системи контролінгу взагалі та інвестиційного контролінгу зокрема потребує переосмислення традиційних структур управління, їх змінення. Створення системи інвестиційного контролінгу на підприємстві доцільно в межах концепції управління окремими аспектами господарської діяльності підприємства на основі «центрів відповідальності». Це передбачає формування на підприємстві для управління інвестиційною діяльністю структурного підрозділу, керівник якого несе відповідальність за використання наданих йому інвестиційних ресурсів і отримання необхідного прибутку на інвестований капітал.

Отже, в такому разі функції інвестиційного контролінгу повинен виконувати менеджер (контролер, інспектор), який призначається керівником підприємства і повинен бути незалежними від діяльності, яку він перевіряє. Таким чином, контролер з інвестиційних питань є радником та інформаційним партнером керівників підприємства. У процесі виконання цієї функції служби контролінгу здійснюють консультивання менеджменту та керівників підприємства з питань оптимізації поставлених цілей та вирішення поточних проблем.

Найважливішим цільовим орієнтиром стратегічного інвестиційного контролінгу є забезпечення ефективності діяльності підприємства в довгостроковому періоді (три і більше років) на основі управління інвестиційним потенціалом. Основою для стратегічного інвестиційного контролінгу є система стратегічного планування. Необхідною передумовою успішного стратегічного інвестиційного контролінгу є належний облік (фінансовий, управлінський, статистичний) і стратегічний контроль. До основних об'єктів контролю та аналізу відхилень у контексті стратегічного інвестиційного контролінгу належать: стратегічні цілі, які відображаються у фінансових і якісних показниках та характеристиках; зовнішні чинники, що покладені в основу довгострокового планування.

Поточний інвестиційний контролінг ґрунтується на цільових показниках, які визначені в межах стратегічного інвестиційного контролінгу.

Оперативний інвестиційний контролінг базується на розроблених короткострокових (на декаду, місяць) планових завдань щодо інвестиційного забезпечення основних напрямків розвитку підприємства. Головною формою такого планового інвестиційного завдання є бюджет.

Основний зміст поточного та оперативного інвестиційного контролінгу полягає в систематичному порівнянні фактичних показників інвестиційної діяльності підприємства із запланованими та в аналізі відхилень. Ідентифікація фактичних показників і визначення їх відхилень від планових здійснюється на основі даних управлінського обліку. Важливим при цьому є облік доходів та витрат, грошових потоків у розрізі окремих видів інвестицій, окремих проектів

Враховуючи особливості інвестиційної діяльності вітчизняних автотранспортних підприємств, на нашу думку, для підприємств виправданою є система інвестиційного контролінгу, яка спрямована на координацію системи планів, синхронізації різних видів обліку, аналізу відхилень фактичних показників від планових і контролю за виконанням рішень.

Система інвестиційного контролінгу може вважатися ефективною, якщо вона своєчасно виявляє недоліки на кожному етапі інвестиційного процесу, попереджає виникнення недостовірної інформації, а також виявляє недостовірну інформацію, яка викривлює уявлення про реальний стан справ.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бланк І.А. Основи інвестиційного менеджменту // Київ, 2001. – 536 с.
2. Кузнецов Б.Т. Фінансовий менеджмент // Москва, 2005. – 415 с.
3. Терещенко О.О. Антикризове фінансове управління на підприємстві // Київ, 2004. – 268 с.
4. Чеснакова Л.С., Софійчук К.К. Концептуальна модель стратегічного контролінгу // Харків, 2014. – Вип. 23. – С. 59-66.

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

**Аль-Газу Алі**

*кандидат економічних наук,*

*Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана*

### **ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ І ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ АВІАКОМПАНІЙ**

В якості однієї зі складових оптимізації руху матеріальних та фінансових потоків повинне бути врахування нерівномірності у взаємозалежності руху окремих складових відмічених потоків. Тобто, відповідно до якісного визначення критерію оптимальності руху матеріальних та фінансових потоків варто звернути увагу на збалансованість та узгодженість матеріальних та фінансових потоків авіакомпанії як підґрунтя маржинального аналізу витрат на надання авіапослуг. Доцільність такого розгляду також визначається динамічністю зміни факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, які супроводжують розвиток економічних процесів на рівні окремого суб'єкта господарювання та зумовлюють необхідність застосування нових підходів та методів щодо їх управління. При цьому сутність та зміст такого управління повинні враховувати складність та багатозначність функціонування авіакомпаній, що визначається наявністю різних видів його діяльності, спрямованістю на створення особливого продукту [3].

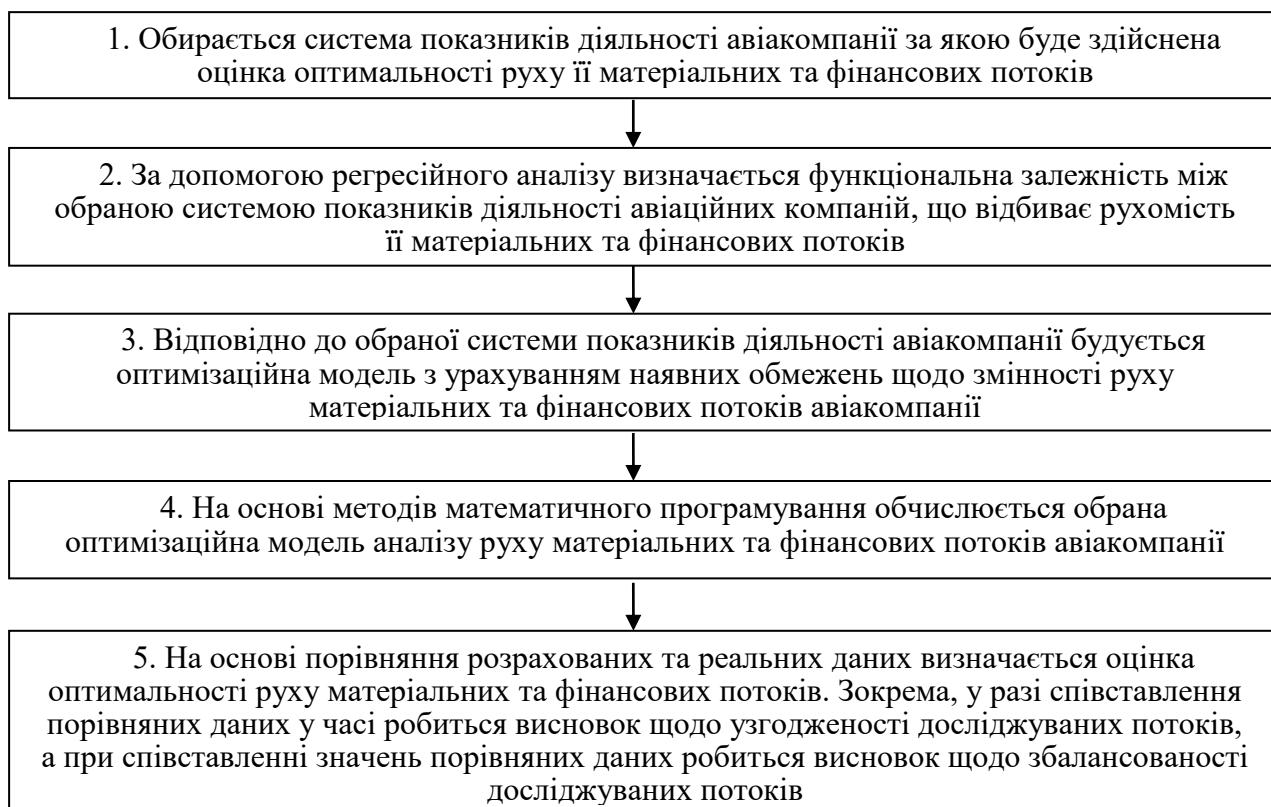
Отже аналіз змін у рухомості матеріальних та фінансових потоків авіакомпанії, насамперед, повинен враховувати взаємозалежності руху відмічених потоків у межах окремих складових таких потоків. Разом з цим необхідність досягнення намічених цілей у діяльності авіакомпанії передбачає також врахування взаємозалежного руху фінансових та матеріальних потоків такої авіакомпанії в цілому, на основі узагальнення поєднаної рухомості окремих складових відмічених потоків. При цьому проявом такого поєднання є визначення безперервності руху, як матеріальних, так й фінансових потоків окремого суб'єкта господарювання, що слід розглядати у якості потокової моделі функціонування та розвитку авіакомпанії. Таким чином варто також звернути увагу на те, що аналіз рухомості матеріальних та фінансових потоків повинен охоплювати усі етапи реалізації авіапослуг, а відтак базуватися не лише на первинному врахуванні матеріальних та фінансових потоків авіакомпанії, а й їх узагальненому русі відповідно до різних складових. Це пов'язано з тим, що розриви у взаємозалежній рухомості матеріальних та фінансових потоків можуть бути як внаслідок згортання розширеного процесу відтворення, так й внаслідок виникнення негаразд у фінансовій площині економічних відносин між суб'єктами господарювання різних галузей



економіки. Тобто, в цілому врахування змін у русі матеріальних і фінансових ресурсів авіакомпанії передбачає врахування таких змін з погляду рухомості окремих потоків ресурсів, визначення впливу у русі одних потоків на інші потоки та узагальнення можливих змін у русі різних потоків з погляду деякого показника діяльності авіакомпанії [4].

Ми пропонуємо аналізувати взаємність у русі товарних та фінансових потоків авіаційної компанії на основі дослідження часової динаміки обсягів фінансових та матеріальних ресурсів авіаційної компанії, який засновано на основі загальної концепції співставлення попиту та пропозиції. Сутність такого аналізу зводиться до диференційованого співставлення темпів зміни в обсягах матеріальних та фінансових ресурсів авіаційної компанії. У підсумку це дозволить не лише проводити поглиблений аналіз з розкриття оптимальності руху фінансових та інших потоків авіаційної компанії, а і визначити напрями окремих дій щодо подолання наявних розривів між досліджуваними потоками.

Також можна узагальнити й процедуру з оцінки оптимальності руху матеріальних та фінансових потоків авіакомпанії. Ключові етапи пропонованої процедури відбито на рис. 1 (розроблено автором).



**Рис. 1. Етапи процедури з оцінки оптимальності руху матеріальних та фінансових потоків авіакомпанії**

Відмінністю пропонованої процедури з оцінки оптимальності руху матеріальних та фінансових потоків є можливість її застосування при обмеженій інформації щодо функціонування авіакомпанії та визначенні

різних оцінок щодо співставлення порівняних даних щодо узгодженості та збалансованості досліджуваних потоків як критеріїв оптимальності. Це надає змогу проводити оцінку оптимальності руху матеріальних та фінансових потоків як між різними авіакомпаніями, так й з погляду однієї авіакомпанії за різними часовими інтервалами її функціонування та корегувати у разі потреби рухомість матеріальних та фінансових потоків з погляду даних для аналізу їх характеристик (показників діяльності авіакомпанії).

### Список використаних джерел:

1. National Business Aviation Association [Електронний ресурс] / New FAA Safety Outreach to Focus on GA, March 30, 2011. URL: <http://www.nbaa.org/ops/safety/20110330-faa-safety-outreach.php>.
2. Азаренкова Г. М. Фінансові потоки в системі економічних відносин / Г. М. Азаренкова. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2015. – 412 с.
3. Аль-газу Алі. Визначення науково обґрунтованих підходів до класифікації витрат авіатранспортних підприємств. URL: <http://elar.nung.edu.ua/bitstream/123456789/5412/1/4795p.pdf>.
4. Дікань Л. В. Статистичні оцінки узгодженості руху фінансових та матеріальних потоків підприємств машинобудування / Л. В. Дікань, В. А. Малахов // Бізнес-інформ, 2016, С. 12-16.
5. Николаева С. А. Принципы формирования и калькулирования себестоимости. – М.: Аналитикапресс, 2016. – 412 с.
6. Перловська Н. В. Обґрунтування критерію ефективності управління витратами підприємства / Н. В. Перловська // Вісн. Хмельн. нац. ун-ту. Екон. науки. – 2017. – Т. 1, № 2. – С. 44-49.

**Малун Є.О.**

*студентка,*

*Науковий керівник: Косата І.А.*

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Харківський національний університет*

*імені В.Н. Каразіна*

## **ЯК ОСНОВНІ ЗМІНИ В П(С)БО ВПЛИНУЛИ НА РОБОТУ БУХГАЛТЕРІВ**

В Україні П(с)БО відіграє важливу роль тому що, являє собою нормативно-правовий акт, котрий визначає принципи і методи ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності на території України.

Стандарти, по своїй суті, відповідають М(с)БО і не суперечать їм. Вони призначені для визначення методики обліку господарських операцій для всіх юридичних осіб, що зареєстровані в Україні, незалежно від їх організаційно-правових форм і форм власності.

Перед тим як перейти до розглядання впливу змін, що були внесені до П(с)БО на роботу бухгалтерів, потрібно з'ясувати, що саме визвало ці зміни.

Зміни у Закон України від 16.07.1999 № 996-XV «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (далі – Закон 996) внесено на підставі «Директиви про річну фінансову звітність, консолідовану фінансову звітність та пов'язану звітність певних типів підприємств» №2013/34/ЄС від 26.06.2013 р. (далі – Директива ЄС), ухвалену Європейським Парламентом та Радою ЄС [2].

На підставі Директиви ЄС та вітчизняних розробок прийнято Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень» №2164-VIII від 05.10.2017 р. [3]. Закон набрав чинності з 1 січня 2018 року [4].

Які ж саме відбулися зміни і як вони вплинули на діяльність бухгалтері?

Так, значні зміни відбулися в змісті ст. 1 Закону 996, в якій доповнилися старі та з'явилися нові терміни обліку. Було уточнено визначення внутрішньогосподарського (управлінського) обліку. Тепер він включає в себе не тільки обробку і підготовку інформації, а ще й її збір.

Також змінилося трактування визначення «національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку», тепер він не повинен суперечити М(с)БО, а має розроблятися на їх основі і законодавстві Європейського Союзу у сфері бухгалтерського обліку.

Вагомі зміни зазнало поняття «фінансова звітність». З її переліку було вилучено інформацію про рух грошових коштів підприємства.

З'явилася низка нових понять:

- таксономія фінансової звітності – склад статей і показників фінансової звітності та її елементів, які підлягають розкриттю [3];

- звіт про платежі на користь держави – документ, що містить деталізовану інформацію про податки, збори та інші платежі підприємств [3];

- звіт про управління – документ, що містить фінансову та нефінансову інформацію, яка характеризує стан і перспективи розвитку підприємства та розкриває основні ризики і невизначеності його діяльності [1].

Проаналізувавши дані зміни, можна дійти висновку, що на діяльність бухгалтерів вони в значній мірі не впливають. Бухгалтер лише має з ними ознайомитися для загального пізнання.

В Директиві ЄС №2013/34/ЄС були встановлені нові критерії класифікації підприємств за розміром, для подальшого складання та оприлюднення фінансової та консолідованої фінансової звітності [3]. У Таблиці 1 можна спостерігати показники, за якими визначають, до якої категорії відноситься підприємство відповідно до Закону про бухгалтерський облік.

Зміни в класифікації підприємств не впливають на роботу бухгалтерів, вони скоріше діють на статистичні та податкові системи підприємства.

Відбулася зміна мети «фінансової звітності», відповідно до змін її визначення.

Було скорочено перелік принципів бухгалтерського обліку з 10 до 7. Принципи обачності, історичної (фактичної) собівартості й періодичності було вилучено з ст. 4. Натомість відбулося доповнення положення, відповідно до якого визначено можливість встановлення інших принципів [2].

**Класифікація підприємства в залежності від показників**

Категорія підприємства за розміром	Закон про бухгалтерський облік		
	балансова вартість активів	чистий дохід від реалізації продукції	середня кількість працівників
Мікропідприємства	До 350 тис. євро	До 700 тис. євро	До 10 осіб
Дрібні підприємства	До 4 млн. євро	До 8 млн. євро	До 50 осіб
Середні підприємства	До 20 млн. євро	До 40 млн. євро	До 250 осіб
Великі підприємства	Більш 20 млн. євро	Більш 40 млн. євро	Більше 250 осіб

*Джерело: узагальнено автором на основі даних Законодавства України [3]*

Згідно вимог користувачів фінансова звітність підприємства може бути перерахована в іншу іноземну валюту щодо нових змін ст. 5.

Лише в незначній мірі дані зміни вплинуть на працю бухгалтерів. У них може додатися роботи з перерахуванням в іноземну валюту, але це зовсім незначне.

Згідно нової редакції Закону 996 до переліку осіб, які можуть здійснювати бухгалтерський облік на підприємстві також відносять суб'єкт підприємницької діяльності, самозайняту особу, що провадить діяльність у сфері бухгалтерського обліку та / або аудиторської діяльності [1].

Також кожне підприємство, яке становить суспільний інтерес, мусить організовувати власну бухгалтерську службу на чолі з головним бухгалтером, і до складу якої будуть входити ще не менше двох осіб.

В ст. 8 додатково вказано, хто може займати посаду головного бухгалтера. Це може бути призначена особа, яка має повну вищу економічну освіту, стаж роботи у сфері фінансів, бухгалтерського обліку та оподаткування не менше трьох років.

Дані зміни, на сам перед, призначені більш для господарських підприємств. В цілому ж на діяльність бухгалтера вони не впливають.

Внесені зміни значно розширили термін з «первинні облікові документи» на «первинні документи», тим самим збільшуючи вплив Закону 996 не тільки на облікові, а й на інші первинні документи.

Також, неістотні недоліки в документах, що містять відомості про господарську операцію, не є підставою для невизнання господарської операції, за умови, що такі недоліки не перешкоджають можливості ідентифікувати особу, яка брала участь у здійсненні господарської операції, та містять відомості про дату складання документа, назву підприємства, від імені якого складено документ, зміст та обсяг господарської операції тощо [2].

Зміни, які виникли щодо первинних документів, також не істотно впливають на працю бухгалтерів. Але це не означає, що бухгалтер не повинен знати про них.

В цілому, основні зміни, що виникли в П(с)БУ мало чим вплинули на діяльність бухгалтерів. Взагалі на даний момент часу важко сказати чи були ці зміни такою необхідністю.

### **Список використаних джерел:**

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.99 р. № 996-XIV (із змінами та доповненнями) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення 15.09.2018).
2. Закон “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні”: концептуальні зміни з 2018 року. URL: <https://byhgalter.com/zu-buhgalterskij-oblik-ta-fin-zvitnist-zmini-z-2018-roku/> (дата звернення 22.09.2018).
3. Закон «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень». URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2164-19> (дата звернення 19.09.2018).
4. Парламент ухвалив зміни до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». URL: <https://www.buh24.com.ua/parlamentuhvaliv-zmini-do-zakonu-pro-buhgalterskiy-oblik-ta-finansovu-zvitnist-v-ukrayini> (дата звернення 19.09.2018).

**Падалка Л.І.**

*студентка,*

*Науковий керівник: Томчук В.В*

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Донецький національний університет*

*імені Василя Стуса, м. Вінниця*

### **ДОХОДИ ТА ВИТРАТИ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ**

Враховуючи, що торгівля – ланка між виробником та кінцевим споживачем, то в даний час торгівельні операції поширені досить широко. Ведення господарської діяльності із залученням різного роду торгових посередників, які беруть на себе функцію з реалізації товару замовника, як правило, економічно вигідно, оскільки дозволяє виробникам і продавцям скоротити відповідні комерційні витрати, пов'язані з організацією власної системи збуту. По суті, в сфері обігу посередницькі організації представляють собою фірми, що спеціалізуються на організації оптимальної системи товарообігу, що формують канали розподілу і збуту товарів, які завдяки своїм контактам, досвіду і спеціалізації дозволяють забезпечити, з одного боку, найбільш широку доступність товарів – для споживачів і, з іншого боку, доведення товарів до цільових ринків збуту – для продавців.

Економічна ефективність діяльності торгівельної організації залежить від безлічі факторів. В умовах ринкової економіки, її розвитку, в економічному житті підприємств торгівлі зростає роль обліку як основного інструменту аналізу, планування і контролю. У сучасних умовах господарювання необхідні трансформація раніше прийнятих і впровадження нових облікових механізмів, здатних забезпечити організацію та ведення обліку, якість і достовірність облікової інформації на тому рівні, який необхідний для успішного функціонування фірми в умовах конкурентного ринкового середовища.

Операції в сфері торгівлі в даний час є однією з найпоширеніших послуг на ринку, тому проблемам їх обліку, питанням організації системи обліку доходів і витрат на підприємствах, що спеціалізуються на здійсненні таких операцій як в науковій обліково-економічній [1; 2; 3], так і в спеціальній бухгалтерській літературі, в тому числі і періодичній, приділено достатньо уваги [4; 5], особливо в умовах дії нового МСФЗ, зокрема IFRS 15 «Дохід від договорів з клієнтами» [6], який замінив вимоги низки МСФО та US GAAP по визнанню доходу.

Взагалі, категорії «дохід» і «витрати» грають чи не найважливішу роль не тільки в бухгалтерському обліку, але і у системі управління підприємством в цілому (рис. 1).



**Рис. 1. Роль категорій «дохід» і «витрати» в ієрархії систем обліку і управління організацією**

Як результат господарського життя торговельного підприємства доходи і витрати визначаються, класифікуються і відображаються у кожній з підсистем бухгалтерського обліку по-своєму в відповідності до вимог нормативних актів. Користувачі бухгалтерської інформації, визначаючи в процесі своєї діяльності доходи і витрати, надають даним поняттям різне смислове значення.

Відповідно до МСБО 18 «Дохід», дохід – збільшення економічних вигод протягом звітного періоду у формі збільшення активів або зменшення зобов'язань, що виражається в збільшенні капіталу (відмінного від вкладів власників). Починаючи з 2018 року основні правила щодо визнання доходу від реалізації товарів покупцям та його відображення в обліку та звітності визначає МСФЗ 15 [7]. За пропонованою моделлю дохід визнається в момент передачі торговельним підприємством контролю над товарами або послугами покупцю та в сумі, яка за очікуваннями продавця буде йому належати після

продажу товарів/послуг. Залежно від того, чи задовольняються певні критерії, виручка визнається: протягом часу виконання підприємством договору; або у певний момент часу, коли право власності на відповідні товари або послуги передано покупцю.

Витрати на продаж, на нашу думку, є вартісним виразом поточних витрат, що обумовлені процесом обігу товарів, які входять в повну собівартість продукції понад її виробничу собівартість. В основі побудови системи обліку витрат на продаж (рах. 902 «Собівартість реалізованих товарів») лежить концепція обліку витрат за видами діяльності (функцій), відповідно до якої вартість товарів визначається за видами робочих функцій (зокрема, ТЗВ – рах. 289 «Транспортно-заготівельні витрати»; збут – рах. 93 «Витрати на збут»): постачання, зберігання, збут, управління. Для кожного виду діяльності визначається фактор зміни витрат, при цьому для більш достовірного визначення факторів витрат необхідно виділити підфункції до функцій обліку витрат. Після розподілу витрат на види діяльності між товарами вони можуть бути розділені між одиницями товарів пропорційно їх кількості.

Вважаємо, що для прийняття оптимальних управлінських рішень необхідна ділова обізнаність, аналітичне прочитання вихідних даних в залежності від мети аналізу. Основною метою комплексного аналізу витрат на продаж, як важливого елемента поточних витрат торговельного підприємства, є визначення комплексу показників, які дозволять оцінити роль витрат в системі формування фінансових результатів підприємства торгівлі.

При організації безперервної аналітичної функції досягається підвищення оперативності та дієвості системи обліку, оскільки дані для аналізу надходять з облікової системи, яка, в свою чергу, забезпечує кількісною інформацією процес прийняття та реалізації управлінських рішень. Діючи безперервно, аналітична функція розширює рамки практичного застосування облікової інформації, позитивно впливаючи на якість представленої звітності і самі показники, тобто на ефективність облікової інформації для сторонніх користувачів.

За даними фінансового обліку можна визначити фінансовий результат діяльності всієї організації, оскільки він охоплює всі види доходів і витрат. Податковий облік формує інформацію про оподатковуваний прибуток. На основі даних управлінського обліку, оперуючи інформацією про доходи і витрати по звичайних видах діяльності, можна визначити наскільки прибутковим є той чи інший вид товарів.

### **Список використаних джерел:**

1. Блакита Г. Бухгалтерський облік в торгівлі та ресторанному господарстві. Навчальний посібник рекомендовано МОН України / Г. Блакита. – К.: Центр навчальної літератури, 2017. – 288 с.
2. Сучасний бухгалтерський облік, аналіз і аудит: галузевий аспект: колективна монографія у 2 т. / за ред. П.Й. Атамас. – Дніпропетровськ: «Герда», 2017. – Т. 1. – 358 с.; Т. 2. – 414 с.
3. Нестерчук Ю. О. Економіка підприємства: навч.-метод. посібник / Ю.О. Нестерчук, С.А. Сегеда. – Вінниця: Едельвейс і К, 2014. – 372 с.

4. Стахов О.І. Організація обліку реалізації товарів на підприємствах роздрібно торгівлі // Журнал «Young Scientist» – № 4 (56) – April, 2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/ru/archive/56/>.

5. Власна справа: роздрібна торгівля // Вісник: офіційно про податки – №6 (958) – лютий 2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100007144-vlasna-sprava-rozdribna-torgivlya>.

6. Шерер І.Л. Модель організації обліку доходів за програмами лояльності відповідно до Міжнародних Стандартів Фінансової Звітності // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М.І. Зверякова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 186–195. Annual IMF report Promoting Inclusive Growth. 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/ar/2017/eng/pdfs/IMF-AR17-English.pdf>.

7. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 18 «Дохід» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_025](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_025).

8. МСФЗ (IFRS) 15 «Дохід від договорів з клієнтами. Використання МСФЗ» // Все про бухгалтерський облік. 2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vobu.ua/ukr/documents/item/msfz-15-dokhid-vid-dohovorivz-kliientamy>.

**Шульга А.І.**

*студентка,*

*Науковий керівник: Собченко (Кінєва) Т.С.*

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України*

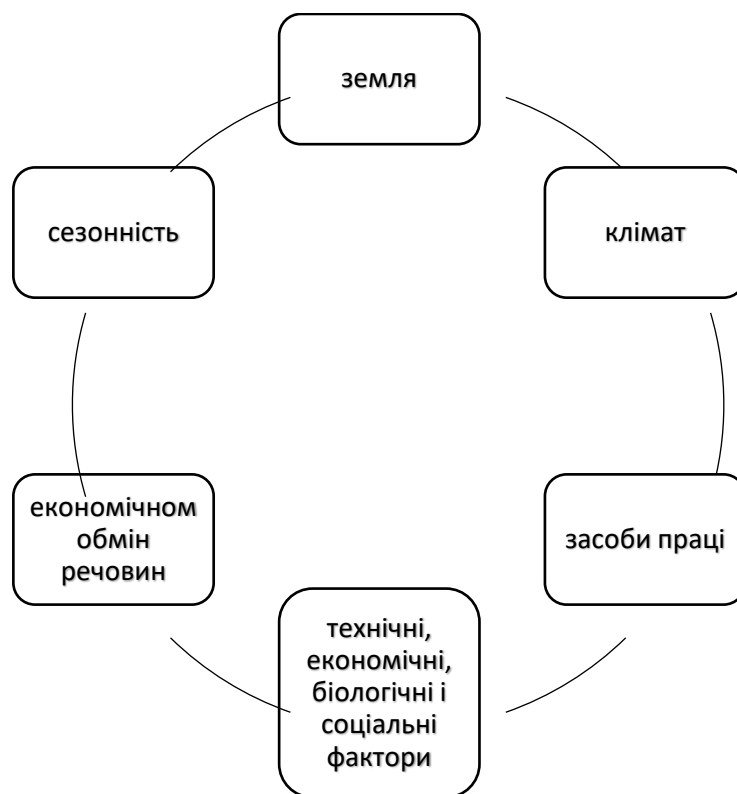
## **ПРОЦЕСИ ВІДТВОРЕННЯ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ**

Найважливішою умовою існування людського суспільства є споживання матеріальних благ, зокрема продуктів харчування. Основним джерелом їх одержання є сільськогосподарське виробництво. Безперервність споживання продукції сільського господарства зумовлює і безперервність сільськогосподарського виробництва. Основними умовами здійснення процесу виробництва є наявність засобів виробництва та робочої сили. У результаті поєднання цих умов створюється певний продукт, який через систему розподілу та обміну надходить до споживача. Споживання виробленого продукту, з одного боку, робить необхідним виробництво нової «порції» суспільного продукту, з іншого – створює передумови такого виробництва. Отже, процеси виробництва та споживання, постійно повторюючись, трансформуються у процес економічного відтворення.

Сільське господарство являє собою особливу галузь економіки, специфіка виробничих процесів у якій накладає відбиток на розвиток економічних відносин. Незважаючи на те, що існує велика розмаїтість у сільськогосподарських зонах, можна виділити деякі загальні моменти, властивим процесам відтворення в галузі в цілому.

Особливості процесу відтворення в сільському господарстві укладаються в наступному (рис. 1):





**Рис. 1. Процеси відтворення в сільському господарстві**

1) цикл виробництва триває один календарний рік (хоча відомі зони землеробства, у яких, завдяки особливим кліматичним умовам, можна збирати два і три врожаю в рік);

2) у сільському господарстві основним засобом виробництва є земля. Особливості землі як засобу виробництва:

- земля – це вічний, природний, вільний не відтворений засіб виробництва;

- кількість оброблюваних земель обмежена, а якість знаходиться під впливом природних умов і тому різна. За природною родючістю всі землі умовно підрозділяються на кращі, середні і гірші;

3) сільськогосподарське виробництво в значній мірі залежить від природних, кліматичних умов, що найчастіше діють несприятливо (як показує практика, у сільському господарстві кожний другий рік є неврожайним). Тому в сільськогосподарських підприємствах значна частина прибутку (до 25% чистого прибутку) спрямовується в резервний фонд;

4) у сільськогосподарських підприємствах значна частина коштів праці піддається фізичному зносу від бездіяльності. Для того, щоб усі технологічні операції в цій галузі провадилися якісно і вчасно, кожне господарство повинне мати повний набір знарядь праці, використовуваних лише кілька днів (від сили – два тижні) у році;

5) у сільськогосподарських підприємствах визначена частина продукції (наприклад, насіння, худоба, що залишаються у господарстві з метою подальшого розмноження) залишається в господарстві і не надходить до

економічного обороту. Тому сільськогосподарські підприємства в меншому ступені беруть участь в економічному обміні речовин у суспільстві;

б) у сільськогосподарському виробництві переплітаються і взаємодіють технічні, економічні, біологічні і соціальні фактори виробництва, що створює в ряді випадків додаткові складності і небажані наслідки для суспільства (наприклад, коли землю «перегодували» добривами).

Розрізняють два типи відтворення в сільському господарстві: просте і розширене. При простому відтворенні виробництво матеріальних благ відновлюється в попередніх розмірах, при розширеному відтворенні обсяги виробництва безперервно зростають. Тому просте відтворення завжди є складовою і основою розширеного. Здійснення розширеного відтворення в сільському господарстві передбачає систематичне використання певної частини додаткового продукту на збільшення обсягів виробництва. При цьому не тільки відшкодовуються матеріальні блага, а й створюються нові засоби виробництва і предмети споживання, які є матеріальною основою розширеного відтворення.

Розширене відтворення – це систематичне збільшення виробництва сільськогосподарської продукції, що дає змогу не лише забезпечити досягнутий рівень розвитку суспільства, а й виробляти додаткові засоби і предмети споживання. В аграрних підприємствах розширене відтворення може відбуватися в двох формах – екстенсивній та інтенсивній. При екстенсивному відтворенні розширення масштабів виробництва здійснюється за рахунок залучення додаткових ресурсів (збільшення посівних площ, поголів'я худоби, трудових ресурсів та ін.) при незмінному технічному рівні. Інтенсивне відтворення передбачає збільшення виробництва сільськогосподарської продукції на основі зростання продуктивності праці, яке забезпечується вдосконаленням техніки, технології і організації виробництва, впровадженням досягнень науково-технічного прогресу.

У сучасній економічній літературі поряд з простим і розширеним відтворенням виділяють також звужений тип відтворення, коли обсяги виробництва скорочуються. Таку зміну в поглядах можна пояснити тим, що ідеологія планової економіки не передбачала можливе зменшення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції. Але динаміка показників розвитку галузі в 90х роках ХХ ст. переконливо показала, що існує і звужений тип відтворення в сільському господарстві. Так, за період 1990–1999 рр. в Україні обсяги виробництва валової продукції сільського господарства в цілому, зокрема продукції рослинництва та тваринництва, мали чітко виражену тенденцію до скорочення.

Визнання можливості звуженого відтворення в сільському господарстві пов'язане з реалізацією теорії циклічності економічного розвитку, коли періоди економічного зростання чергуються з періодами уповільнення темпів розвитку або навіть з періодами спаду суспільного виробництва [4, с. 320].

Процес відтворення в сільському господарстві відбувається на основі діалектичної єдності розвитку продуктивних сил (удосконалення засобів виробництва, підвищення кваліфікації робочої сили) та виробничих відносин. У дальшому розвитку сільськогосподарського виробництва нині центральне

місце займає перебудова виробничих відносин у селі, яка покликана повернути селянинові становище господаря на землі, зацікавленого в збільшенні виробництва продукції і підвищенні її якості.

Відтворення в сільському господарстві – це постійне повторення і безперервне відновлення процесу сільськогосподарського виробництва. Обґрунтовуючи необхідність розширеного відтворення в сільському господарстві України, слід урахувати те, що розширене відтворення передбачає збільшення розмірів ресурсів до кожного наступного циклу виробництва та поліпшення їх якості. Це вимагає додаткових фінансових ресурсів, гострий дефіцит яких відчувають як окремі сільськогосподарські підприємства України, так і держава в цілому.

### **Список використаних джерел:**

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрного підприємства: Навч. метод. посібник. – К.: КНЕУ, 2015. – 356 с.

2. Відтворення та ефективне використання ресурсного потенціалу АПК (теоретичні і практичні аспекти) / Відповід. ред. акад. УААН, В.М. Трегобчук. – К.: ІЕ НАН України, 2016. – 259 с.

3. Макогон В.В. Еколого-економічна складова ефективного відтворення в сільському господарстві // Вісник Харк. нац. техн. ун-ту сільського господарства: Економічні науки. – Вип. 34. – Харків, 2015. – С. 137-140.

4. Макогон В.В. Екологічні проблеми ефективного відтворення у аграрному секторі // Зб. наук. пр. / Луган. нац. аграр. ун-т: Економічні науки. – 2014. – № 61 (84). – С. 319-323.

## ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

**Бандура І.Я.**

*студентка,*

*ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

### СУЧАСНИЙ СТАН СТРАХОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

В Україні страховий ринок має значний потенціал розвитку, який потребує, перш за все, детального оцінювання всіх наявних можливостей для зрівноваженого розвитку в умовах євроінтеграційних процесів. Відтак, виявлення та аналіз сучасних тенденцій розвитку страхового ринку є на сьогодні актуальними як з теоретичної, так і з практичної точок зору.

В сучасних умовах розвитку ринкової економіки збільшуються ризики втрати майна та прибутку, що, в свою чергу, породжує попит на послуги страхових компаній. Стримуючим чинником діяльності українського страхового ринку є те, що він знаходиться у досить суперечливій та складній ситуації. Це є очевидним, адже питання капіталізації стратегії розвитку своєчасно не були вирішені акціонерами страхових компаній [1]. Ринок страхових послуг є другим за рівнем капіталізації серед інших небанківських фінансових ринків в Україні. Загальна кількість страхових компаній (далі – СК) станом на 31.03.2018 р. становила 292. Як бачимо з таблиці 1 спостерігається тенденція зменшення кількості страхових компаній. Так, станом на 31.03.2018р. порівняно з аналогічною датою 2017 року, кількість компаній зменшилася на 15СК [2].

Динаміка страхових премій, сплачених перестраховиками-резидентами, за I квартал 2017-2018 рр. представлена в таблиці 2.

У структурі страхових премій за мінусом частки страхових премій, сплачених перестраховикам-резидентам, за видами страхування станом на 31.03.2018 найбільша питома вага належить таким видам страхування, як: автострахування (КАСКО, ОСЦПВ, «Зелена картка») – 2 520,0 млн. грн. (або 31,0%) (станом на 31.03.2017 даний показник становив 2 083,7 млн. грн. (або 32,5%)); страхування майна – 926,2 млн. грн. (11,4%) (станом на 31.03.2017 даний показник становив 877,1 млн. грн. (або 13,7%)); медичне страхування (безперервне страхування здоров'я) – 876,0 млн. грн. (або 10,8%) (станом на 31.03.2017 – 719,7 млн. грн. (або 11,2%)); страхування життя – 826,4 млн. грн. (або 10,2%) (станом на 31.03.2017 – 632,6 млн. грн. (або 9,9%)); страхування відповідальності перед третіми особами – 531,3 млн. грн. (або 6,5%) (станом на 31.03.2017 – 272,9 млн. грн. (або 4,3%)); страхування від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ – 519,0 млн. грн. (або 6,4%) (станом на 31.03.2017 – 476,2 млн. грн. (або 7,4%)); страхування фінансових ризиків – 428,3 млн. грн. (або 5,3%) (станом на 31.03.2017 – 492,1 млн. грн. (або 7,7%)); страхування вантажів та багажу – 407,8 млн. грн. (або 5,0%) (станом на 31.03.2017 – 40,9 млн. грн. (від'ємне значення)).

Таблиця 1

**Кількість страхових компаній в Україні, 2016-2018 рр.**

Кількість страхових компаній	Станом на 31.12.2016 р.	Станом на 31.12.2017 р.	Станом на 31.03.2018 р.
Загальна кількість	310	294	292
в т.ч. СК «non-Life»	271	271	260
в т.ч. СК «Life»	39	33	32

*Джерело: [1]*

Таблиця 2

**Структура чистих страхових премій за Іквартал 2017 – 2018 рр.**

Види страхування	І кв. 2017	І кв. 2018	Темпи приросту І кв.2018/ І кв.2017	
	млн. грн.		млн. грн.	%
Автострахування (КАСКО, ОСЦПВ, «Зеленакартка»)	2 083,7	2 520,0	436,3	20,9
Страхування майна	877,1	926,2	49,1	5,6
Медичне страхування (безперервне страхування здоров'я)	719,7	876,0	156,3	21,7
Страхування життя	632,6	826,4	193,8	30,6
Страхування відповідальності перед третіми особами	272,9	531,3	258,4	94,7
Страхування від двогневих ризиків та ризиків стихійних явищ	476,2	519,0	42,8	9,0
Страхування фінансових ризиків	492,1	428,3	-63,8	-13,0
Страхування вантажів та багажу	-40,9	407,8	448,7	1097,1
Страхування від нещасних випадків	198,8	298,8	100,0	50,3
Страхування медичних витрат	164,9	209,1	44,2	26,8
Страхування кредитів	79,1	125,5	46,4	58,7
Страхування здоров'я на випадок Хвороби	105,8	122,8	17,0	16,1
Авіаційне страхування	98,6	77,8	-20,8	-21,1
Інші види страхування	246,3	250,0	3,7	1,5
<b>Всього</b>	<b>6 406,9</b>	<b>8 119,0</b>	<b>1 712,1</b>	<b>26,7</b>

*Джерело: [3]*

Варто відзначити, що на сьогодні рівень проникнення страхування в Україні перебуває все ще на низькому рівні. Проте, відповідно до Комплексної програми розвитку фінансового сектора України планується поступове підвищення даного показника. Крім того, першочерговими завданнями визнано розвиток ринку агрострахування, а також створення

передумов для розвитку ринку накопичувального страхування життя і добровільного медичного страхування.

Проведені дослідження свідчать, що страховий ринок України перебуває на етапі формування, поступово адаптуючись до вимог європейського та світового ринків.

З метою покращення ситуації вітчизняним страховикам необхідно переймати зарубіжний страховий досвід та змінювати власні моделі функціонування, зокрема:

–вдосконалювати механізм державного регулювання діяльності страхових компаній;

–адаптувати досвід світових стандартів під українське страхове законодавство;

–впроваджувати новітні технології зі страхування та новітні стандарти якості обслуговування в цій сфері;

–тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nfp.gov.ua/content/informaciya-pro-stan-i-rozvitok.html>.

2. Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року: Постанова Правління Національного банку України від 18.06.2015 р. №391 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=18563297>.

3. Підсумки діяльності страхових компаній України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.forinsurer.com.ua>.

**Бунін С.В.**

*аспірант,*

*Харківський національний університет*

*імені В.Н. Каразіна*

## **РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ**

У багатьох країнах соціально-економічну стабільність в суспільстві забезпечує соціальна роль страхування, гарантуючи громадянам відшкодування шкоди при втраті майна і постійного доходу. В умовах ринкової економіки, коли прямий державний вплив у багатьох соціальних областях зведено до мінімуму, а необхідність соціальних гарантій надзвичайно велика, ці функції держава передає страховим компаніям.

В умовах становлення економіки України потенціал страхового ринку, як механізму захисту від непередбачених подій, а також здатність страхування впливати на макроекономічні процеси в країні, в тому числі і можливість акумулювання інвестиційних ресурсів страхових компаній, використовується недостатньо.

Якщо в усьому світі страхування сприяє оптимізації макроекономічних пропорцій суспільного відтворення, забезпечує безперервність, безперебійність і збалансованість виробничих процесів, то страхування в нашій країні тільки на початку цього шляху. Українські страховики мають серйозні внутрішні ресурси і шукають нові джерела розвитку, ринкові гравці підвищують якість врегулювання збитків, активно пропонують оновлені продукти, знижують витрати, розвивають онлайн-продажі та продажі страхових продуктів через партнерські мережі, впроваджують автоматизацію і ін.

Обсяг українського ринку страхових послуг, що оцінюється за загальним збором страхових премій, у 2017 році склав 43 431,8 млн. грн. 35,8% (15 555,6 млн. грн.) надійшли від фізичних осіб; 64,2% (27 876,2 млн. грн.) надійшли від юридичних осіб [3].

Необхідно відзначити, що сума отриманих страховиками валових премій з видів страхування, інших, ніж страхування життя становила 40 518,1 млн. грн. (або 93,3% від загальної суми страхових премій), а зі страхування життя – 2 913,7 млн. грн. (або 6,7% від загальної суми страхових премій). Структура українського ринку страхування все ще відмінна від європейської: в країнах ЄС страхування життя формує 50-70% страхових премій.

Ринок страхових послуг є другим за рівнем капіталізації серед інших небанківських фінансових ринків. Загальна кількість страхових компаній станом на 31.12.2017 становила 294, у тому числі СК «life»1 – 33 компанії, СК «non-life» – 271 компанія, (станом на 31.12.2016 – 310 компаній, у тому числі СК «life» – 39 компаній, СК «non-life» – 271 компанія). Кількість страхових компаній має тенденцію до зменшення, так за 2017 рік порівняно з 2016 роком, кількість компаній зменшилася на 16 СК, порівняно з 2015 роком зменшилася на 67 СК. Незважаючи на значну кількість страховиків (294), 97% страхових виплат на страховому ринку України, тобто фактично основну частку, забезпечують 90 компаній ризикового страхування і 10 компаній зі страхування життя

За 2017 рік частка валових страхових премій у відношенні до ВВП залишились на рівні 2016 року та становила 1,5%; частка чистих страхових премій у відношенні до ВВП за 2017 рік становила 1,0%, що на 0,1 в.п. менше в порівнянні з відповідним показником 2016 року. У порівнянні з 2016 роком на 8 261,5 млн. грн. (23,5%) збільшився обсяг надходжень валових страхових премій, обсяг чистих страхових премій збільшився на 2 030,6 млн. грн. (7,7%).

Обсяг валових страхових виплат/відшкодувань у порівнянні з 2016 роком збільшився на 19,2%, обсяг чистих страхових виплат збільшився на 19,8% (табл. 1). Зростання обсягів валових страхових виплат за 2017 рік мало місце у більшості основних системоутворюючих видах страхування. Збільшилися валові страхові виплати з таких видів страхування, як: автострахування (збільшення валових страхових виплат на 1 129,5 млн. грн. (29,2%)), страхування фінансових ризиків (збільшення валових страхових виплат на 943,8 млн. грн. (100,9%)), медичне страхування (збільшення валових страхових виплат на 330,6 млн. грн. (24,6%)), страхування життя (збільшення валових страхових виплат на 138,0 млн. грн. (33,0%)). Водночас, зменшилися валові

страхові виплати зі страхування кредитів на 840,4 млн. грн. (76,3%) та страхування вантажів та багажу на 326,7 млн. грн. (83,2%) [1].

Таблиця 1

**Динаміка страхового ринку України в 2016-2017 рр. (млн. грн.)**

Показник	2016 р.	2017 р.	Темп росту (%)
Валові страхові премії	35 170,3	43 431,8	23,5
Чисті валові страхові премії	26 463,8	28 494,4	7,7
Премії зі страхування життя	2 756,1	2 913,7	5,7
Премії з інших видів страхування	32 414,2	40 518,1	25,0
Валові страхові виплати	150,1	230,5	19,2
Чисті страхові виплати	96,7	212,2	19,8

*Джерело: складено автором за матеріалами: [1; 3]*

Страховий ринок України в 2017 році розвивався в умовах застарілої нормативної бази і незначного темпу зростання економіки, в т.ч. динаміки розвитку фінансових ринків. Однак страховикам вдалося забезпечити зростання ключових фінансових показників, що свідчить про підвищення результативності фінансової стратегії, використовуваної страховими компаніями.

**Список використаних джерел:**

1. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stan-i-rozvytok-strakhovoho-gynku-Ukrainy.html>.
2. Клапків Ю.М. Спрямування інституціонального розвитку ринку страхування життя в Україні // Юрій Клапків / Світ фінансів. – 2016. – Випуск 1. – С. 206-215.
3. Підсумки діяльності страхових компаній за 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://forinsurer.com/files/file00634.pdf>.
4. Стратегія розвитку страхового ринку України на 2012–2021 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ufu.org.ua/ua/about/activities/strategic\\_initiatives/5257](http://ufu.org.ua/ua/about/activities/strategic_initiatives/5257).
5. 50 оттенков страхового бизнеса // Insurance TOP. – 2018. – № 1(61). – С. 6-8.

**Гайдук І.С.**

*аспірант,*

*ДННУ «Академія фінансового управління»*

## **АНАЛІЗ БАНКІВ УКРАЇНИ В СИСТЕМІ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

Як свідчать дослідження вітчизняних науковців, такий низький відсоток участі приватних банків у загальній структурі банківського сектору України пов'язаний із безпосереднім банкрутством фінансових установ, причинами якого являються такі фактори:



- несприятлива економічна ситуація (погіршення якості активів банків, девальвація національної грошової одиниці та висока інфляція);
- непрозорість структури власності банків (вилучення з ринку навіть платоспроможних банків);
- виведення активів із діючих банків (незаконне переведення «працюючих» активів у інші фінансові установи);
- відмова акціонерів банку в додатковій капіталізації своєї установи (небажання або неспроможність власників банку вкладати додаткові гроші, незважаючи на гостру потребу в додатковому капіталі);
- незаконне виведення з-під застави за кредитом майна корпоративних позичальників [2].

Зазначені негативні явища, які відбуваються у банківському секторі, призводять до того, що в державі виникає зобов'язання виплачувати борги вкладникам замість банків-банкрутів із бюджету України. Тобто виявляється, що в кінцевому результаті вирішувати проблеми критичних банків доводиться самим громадянам (так як бюджет країни формується із податкових надходжень населення). Беззаперечним фактом є те, що дані кошти могли б піти на розвиток соціальної сфери та на різні інноваційні програми, але змушені обслуговувати витрати на банківську сферу. Тому питання надійності завжди повинно стояти на першому місці в процесі вибору способу ефективного накопичення коштів.

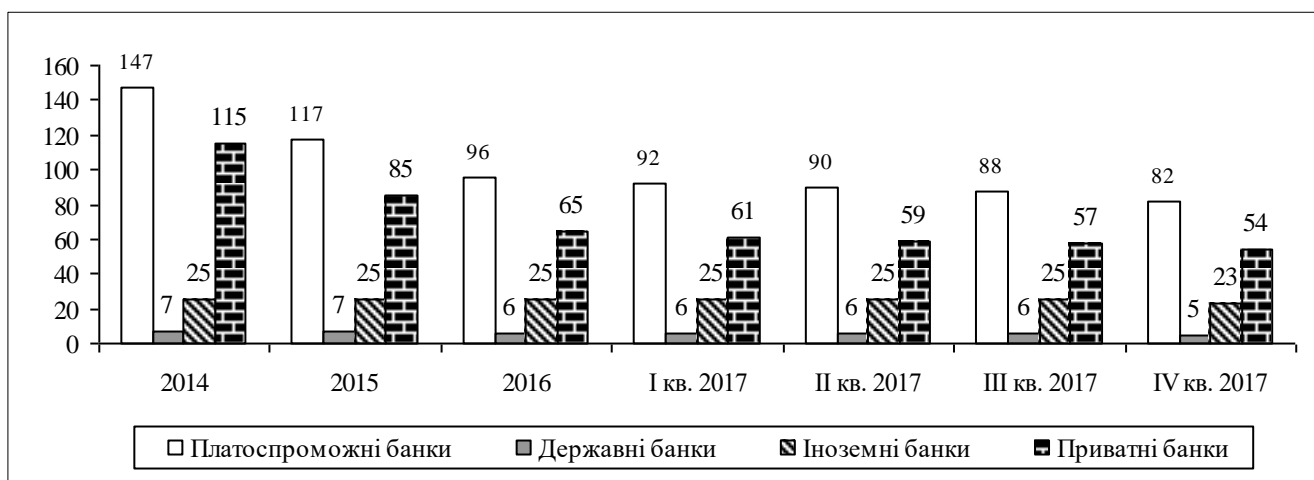
На рис. 1 зображено динаміку чисельності українських банків за 2014–2017 рр. за категоріями платоспроможності та типу власника (державні, іноземні та приватні банки). Статистичні дані НБУ показують, що число платоспроможних банків за аналізований період зменшилося із 147 до 82 (на 44,2%). Що стосується державних та іноземних банків, то їхня кількість скоротилася несуттєво – на 2 одиниці. Серед всіх категорій найбільш нестійкими в плані стабільного і довготривалого функціонування виявилися приватні банки. Їх кількість за період 2014–2017 рр. зменшилася більш ніж вдвічі – із 115 до 54 (точніше, на 53%).

До того ж, якщо розглядати частку кожного виду банківських установ у структурі платоспроможності на кінець 2017 року, то виявимо такий розподіл: найбільша питома вага припадає на приватні банки (65,9%), тоді як на іноземні – 28%, і на державні – всього лиш 6,1%.

Загальні активи українських банків на кінець 2017 року досягнули позначки 1,85 трлн грн, тобто зросли на 6,4% по відношенню до аналогічного періоду в 2016 році (найбільший приріст спостерігаємо у державних банках: +17%).

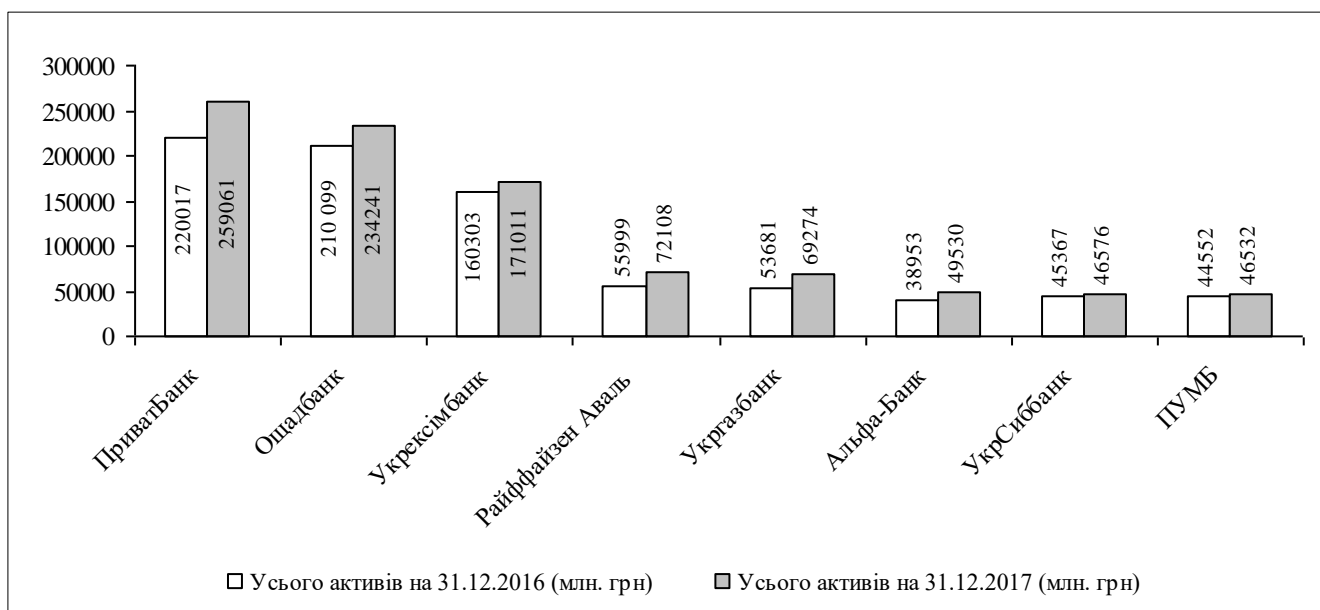
Наступним кроком в ході дослідження стане розгляд динаміки 8 найбільших за загальними активами банків України за 2016-2017 рр. (рис. 2). Так, на кінець 2017 року на 1-му місці перебував ПриватБанк із активами в сумі 259 061 млн. грн (станом на 31.12.2016 – 220 017 млн. грн, приріст: + 15,1%); 2-га позиція належить Ощадбанку – 234 241 млн. грн (станом на 31.12.2016 – 210 099 млн. грн, приріст: + 10,3%), на 3-ій сходинці розмістився Укрексімбанк – 171 011 млн. грн (станом на 31.12.2016 – 160 303 млн. грн,

приріст: + 6,3%). Що стосується решти п'яти банків, то приріст загальних активів у них виявився не таким стрімким, проте стабільним (зростання склало в середньому 19,1%).



**Рис. 1. Чисельність банків України в 2014–2017 роках**

Джерело: побудовано на основі [1]

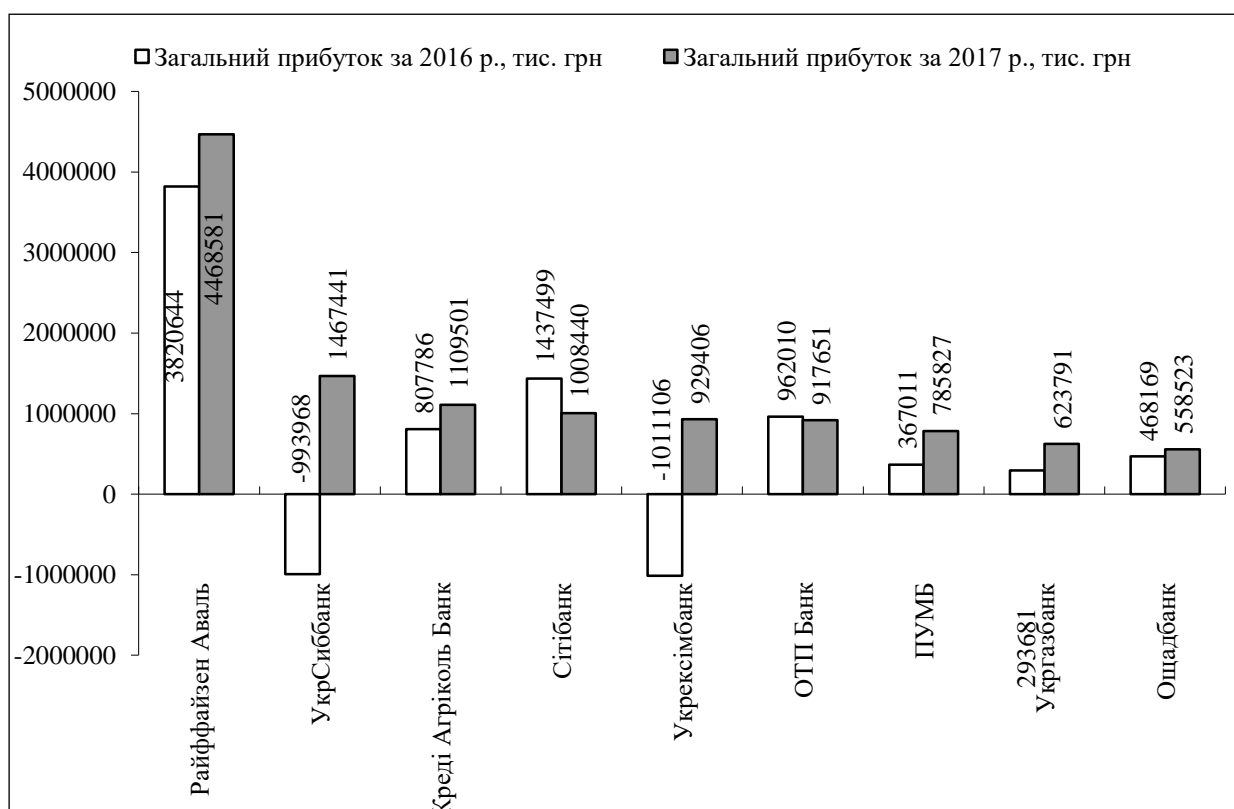


**Рис. 2. Динаміка 8 найбільших за загальними активами банків України за 2016–2017 рр., тис. грн**

Джерело: побудовано на основі [1]

Для того, щоб оцінити наскільки прибутковим був банківський сектор за 2016–2017 рр., розглянемо дану категорію фінансових результатів на основі цифр НБУ щодо 9 найприбутковіших банків України (рис. 3). Так, найвищий показник належить Райффайзен Банк Аваль, сума прибутку якого в 2017 р. склала 4 468 581 тис. грн (збільшення на 14,5% по відношенню до 2016 р.). Наступним в рейтингу йде УкрСиббанк із прибутком в 1 467 441 тис. грн (незважаючи на те, що в 2016 році отримав збитки на суму 993 968 тис. грн).

По 7-ми інших банках ситуація склалася неоднозначно. Чотири із них покращили свої показники прибутковості за аналізований період по схемі зростання із року в рік: Креді Агріколь Банк (на 37,4%), ПУМБ (на 114%), Укргазбанк (на 112,4%) та Ощадбанк (на 19,3%). Тоді як Сітібанк та ОТП Банк за 2016–2017 роки зменшили свою прибутковість відповідно на 29,8% і 4,6%, хоча в порівнянні з іншими установами в рейтингу залишилися на доволі високих позиціях. Що стосується Укрексімбанку, то прибутковість по ньому склала 929 406 тис. грн (5 місце в рейтингу), незважаючи не максимальні збитки в групі за 2016 рік (– 1 011 106 тис. грн).



**Рис. 3. Динаміка 9 найбільших за прибутковістю банків України за 2016–2017 рр., тис. грн**

*Джерело: побудовано на основі [1]*

Отже, із даних аналізу банківських установ України, які залучаються в систему недержавного пенсійного забезпечення, можна простежити, що даний вид фінансових установ на сьогодні динамічно розвивається і потребує постійних додаткових вливань для свого подальшого зростання. Проте, за різними видами показників лідируючі позиції здобувають різні банки, що створює відчуття конкурентоздатності між ними. Однозначно важливим завданням в даному процесі з боку НБУ залишається забезпечення прозорості банківської системи для унеможливлення зловживання коштами позичальників.

**Список використаних джерел:**

1. Огляд банківського сектору // НБУ. – 2018. – № 6. – 11 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat\\_id=37591358](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=37591358).
2. Чому банкрутують банки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/ua/opinions/1419340-chomu-bankrutuyut-banki>.

**Козакевич О.Р.***аспірантка,**Львівський національний університет**імені Івана Франка***ВАЛЮТНИЙ КУРС: СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИ РЕГУЛЮВАННЯ**

Валютний курс – це: 1) встановлений Національним банком України (НБУ) курс грошової одиниці України (гривні) до грошової одиниці іншої країни; 2) ціна грошової одиниці національної валюти, виражена в грошових одиницях іншої держави на певну (конкретну) дату; 3) співвідношення між грошовими одиницями різних країн; валютний курс є основною зв'язуючою ланкою між економікою кожної держави та рештою держав [1, с. 306; 2, с. 100-101; 3, с. 341; 4, с. 114, 118; 5, с. 28; 6; 7].

У сучасній теорії та практиці існують такі види валютного курсу, як [1, с. 307; 5, с. 28; 7]: 1) курс продавця (курс, за яким банк продає валюту –  $ER_1$ ); 2) курс покупця (курс, за яким банк купує валюту –  $ER_2$ ). Різниця між  $ER_1$  та  $ER_2$  є банківським прибутком (маржа), який коливається, як правило, в межах 2-6%. Середній валютний курс ( $ER_c$ ) визначається за формулою (1):

$$ER_c = \frac{ER_1 + ER_2}{2}, \quad (1)$$

Враховуючи аналіз літературних джерел [5, с. 29; 6; 7] з'ясовано, що основою визначення валютного курсу є співвідношення купівельної спроможності різних національних валют (грошей). Купівельна спроможність грошей (далі – РРМ) виражає умовну кількість або суму товарів і послуг, які можна придбати за грошову одиницю порівняно з базовим періодом. Підвищення рівня товарних цін призводить до зниження РРМ і, навпаки, зниження цін підвищує РРМ. Динаміка РРМ виражається індексом споживчих цін, дефлятором ВВП та іншими бізнес-індикаторами (параметрами, показниками).

Серед методів регулювання валютного курсу з боку держави можна виділити такі, як [7]:

1. Дисконтна політика – це:

- 1) система економічних, організаційних і правових заходів з використанням облікового відсотка (дисконту) для регулювання економічних процесів (кредитних потоків, інвестицій, валютних відносин тощо);

2) форма грошово-кредитної політики, яку здійснює центральний банк, підвищуючи чи знижуючи відсоткові (дисконтні) ставки для регулювання попиту та пропозиції на позичковий капітал, а також впливу на темпи інфляції, стан платіжного балансу тощо. Підвищення офіційної відсоткової ставки (%) зумовлює скорочення кредитів центрального банку комерційним, що призводить до скорочення грошової маси в обігу, стимулює приплив іноземного капіталу і у такий спосіб покращує платіжний баланс держави [2, с. 155-156; 7].

2. Девальвація та ревальвація [1, с. 130-131, 478; 3, с. 343-344; 4, с. 119; 5, с. 32; 7]:

1) девальвація валюти – законодавче зниження валютного курсу або центрального паритету за режиму фіксованого валютного курсу. Девальвація національної валюти покращує умови для експорту, створює перешкоди для імпорту товарів та стимулює попит на товари національного виробника.

2) ревальвація – процес, протилежний девальвації. Головною метою цього методу валютної політики є стимулювання імпорту, припливу іноземних інвестицій та стримування експорту товарів/послуг вітчизняного виробництва.

3. Валютна девізна політика – це система регулювання валютного курсу купівлею/продажем іноземної валюти за допомогою [1, с. 435; 7]:

1) валютної інтервенції;

2) валютних обмежень.

### Список використаних джерел:

1. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – Львів: Вид. Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2005. – 714 с.

2. Зовнішньоекономічний словник-довідник / За ред. А. С. Філіпенка. – ВЦ «Академія», 2009. – 248 с. (Серія «Nota bene»).

3. Міжнародна економіка та міжнародні економічні відносини: [практикум] / [Козик В. В., Панкова Л. А., Григор'єв О. Ю., Босак А. О.] – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – К.: Вікар, 2006. – 589 с.

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

5. Носаченко І. М. Зовнішньоекономічні аспекти ринкової економіки: [навч. посібн.] / І. М. Носаченко. – Львів: Світ, 2000. – 112 с.

6. Офіційне інтернет-представництво Національного банку України: Глосарій банківської термінології [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=124734&cat\\_id=124733](http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=124734&cat_id=124733).

7. Скриньковський Р. М. Валютний курс та методи його регулювання / Р. М. Скриньковський, Ж. В. Семчук // Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції [«Розвиток економік Єврорегіонів: макро- та макрорівні»], (Київ, 29-30 березня 2013 р.): у 2-х ч. / Київський економічний науковий центр. – К.: КЕНЦ, 2013. – Ч. 2. – С. 88-90.

**Кравчук О.А.**

*студентка;*

**Прутська О.О.**

*доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри,  
Вінницький національний аграрний університет*

## **УДОСКОНАЛЕННЯ КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ БАНКУ**

Кредитна політика банку значною мірою визначає потенціал його доходів. Від ефективності кредитної політики залежить якість кредитного портфеля банку. Від структури та якості кредитного портфеля банку значною мірою залежить його стабільність, репутація й фінансовий успіх. Як індикатор кредитної активності банківського сектору в економіці використовується показник, що відображає частку наданих банками кредитів у ВВП країни. Зниження в Україні за останній період цього відносного показника свідчить про погіршення якості кредитних вкладень банків.

Темпи приросту банківських позик впродовж 2010–2011 рр. були в кілька разів нижчими, ніж темпи приросту ВВП за цей же період. Впродовж 2013 р. спостерігалася наступна тенденція: темп приросту ВВП склав +3,1%, а темпи банківського кредитування збільшилися на 11,7% порівняно з попереднім роком. Частка банківських кредитів у ВВП у 2008 р. становила 83,4%, а за підсумками 2013 р. – 62,6%. За даними НБУ, протягом 2017 року валові кредити корпораціям продовжували скорочуватися – до 28,7% ВВП. Співвідношення кредитів фізичним особам до ВВП за 2017 рік майже не змінилося (5,7% до ВВП за валовими та 3,1% – за чистими кредитами) і залишається дуже низьким порівняно з країнами-сусідами [1, с. 35]. Для порівняння: частка банківського кредитування у ВВП Японії становить 193%, у США – 119%, у Німеччині – 112% [2, с. 15].

Після кризи 2008 року банки фокусувалися переважно на кредитуванні корпорацій, в результаті чого частка кредитів фізичним особам у валовому кредитному портфелі скоротилася з 36,4% у 2008 році до 15,7% в 2016 року. Розгортання споживчого кредитування у 2017 році розвернуло цей тренд, особливо помітно за чистими кредитами. У квітні 2018 року частка валових та чистих кредитів фізичних осіб становила вже 16,6% та 17,7% відповідно. В умовах значної кількості реструктуризацій зі зниженням відсоткових ставок та погіршення якості кредитного портфеля скоротилися процентні доходи банків, отриманих від корпорацій. Натомість відновлення споживчого кредитування та значно вища дохідність таких кредитів обумовила зростання частки процентних доходів від фізичних осіб – 33,8% за 4 місяці 2018 року. Наразі кожна гривня кредитів фізичним особам дає приблизно удвічі більше процентного доходу ніж за кредитами корпорацій.

До кризи 2014 року та під час її гострої фази найбільші державні монополії отримували значні збитки, тому мали проблеми з кредитуванням. На сьогодні найменше непрацюючих кредитів серед підприємств легкої промисловості, сільського господарства, транспорту та електроенергетики.

Найбільше – у будівництві та хімічній промисловості. Протягом останнього року ситуація з обслуговуванням кредитів великого бізнесу майже не поліпшилася. В деяких галузях з великою концентрацією непрацюючих кредитів – машинобудуванні, добувній промисловості – їхня частка навіть помірно зросла. Водночас у галузях, де концентрація набагато менша (транспорт, харчова промисловість, сільське господарство), ця частка помірно знижується [1, с. 35].

За даними НБУ, протягом останніх років основне джерело непрацюючих кредитів – це великі бізнес-групи, які не мають змоги або не бажають обслуговувати борги, накопичені до кризи. У загальній сумі кредитів, виданих 20 найбільшим групам, частка непрацюючих становить 86%, а без урахування бізнес-групи Приват 76%, що на понад 25 в. п. вище від показника для решти боржників [1, с. 36].

Означені явища викликають необхідність посилення уваги до кредитної політики банківських установ. Удосконалення практики кредитування потребує розробки оптимальної для банку організації цього процесу. Для цього банки приділяють увагу пошуку оптимальних варіантів методики розрахунку кредитоспроможності позичальників, удосконаленню правил кредитування.

Принципи кредитної політики можна поділити на два види: загальноекономічні та специфічні. Загальноекономічні принципи включають управління кредитними операціями, процес кредитування (дотримання терміну, цільового характеру, забезпеченості, платності), цілеспрямованість. До специфічних принципів належать ліквідність, доходність, надійність.

Кредитна політика банку визначається, по-перше, пріоритетами у виборі клієнтів і кредитних інструментів (сегментування ринку);

– по-друге, нормами-правилами, що регламентують практичну діяльність банківського персоналу, який реалізує ці пріоритети на практиці;

– по-третє, можливістю управляти ризиком (у т. ч. кредитним), який залежить від компетентності керівництва банку і рівня кваліфікації персоналу, котрий займається відбором конкретних кредитних заявок і розробкою кредитних угод.

Елементи кредитної політики знаходять своє практичне втілення в організаційних формах кредитної політики, тобто прийомах, способах, методах реалізації кредитної політики. Таким чином, кредитна політика комерційного банку визначається, з одного боку, загальними установками, що стосуються операцій із клієнтурою, які розробляються і фіксуються в меморандумі про кредитну політику, і з іншого – це практична діяльність банківського персоналу, який втілює ці установки в життя. Комерційні банки у відповідності зі своєю специфікою формують головну мету, основні напрями кредитування, які на прикладі світової практики відображаються в меморандумі кредитної політики.

Найчастіше кредитна політика банку розрізняється за наступними типами: обережна (консервативна), помірна чи агресивна (ризикова). Особливості цих типів зведено в таблицю 1.

**Особливості різних типів кредитної політики банку [3]**

Тип кредитної політики банку	Пріоритети	Ознаки і специфіка реалізації
Обережна (консервативна)	Пріоритет – надавати перевагу жорсткому контролю за рівнем кредитного ризику. Така політика характерна для новоствореного банку, або банку, який вже має суттєві проблеми з якістю кредитного портфеля	Превалюють короткострокові кредити, ґрунтовна оцінка кредитоспроможності позичальника та суттєвий перелік умов для надання кредиту; високі відсоткові ставки за кредитами, жорсткі процедури ліквідації проблемної заборгованості. Питома вага кредитів у загальному обсязі робочих активів банку не більше 30%, банк забезпечує свою прибутковість за рахунок менш ризикованих активних операцій.
Поміркована	Пріоритет підтримання середнього рівня ризику, який утримувати фінансову стабільність банку в короткостроковій і довгостроковій перспективі.	Превалюють типові (стандартні) умови кредитування, має місце пролонгація та реструктуризації кредитної заборгованості. Питома вага кредитів у загальному обсязі робочих активів становить 30-50%.
Агресивна (ризикова)	Пріоритет-максимізація доходів від кредитної діяльності та розширення її обсягів, незважаючи на високий рівень кредитного ризику	Превалюють кредити більш ризиковим категоріям позичальникам, охоплюється максимально можлива кількість клієнтів, мають місце довгострокові кредити, невисокі відсоткові ставки, має місце пролонгація боргу. Питома вага кредитів більше, ніж 50% загального обсягу робочих активів

З метою реалізації продуманої та зваженої кредитної політики банки в сучасних умовах розробляють власну внутрішню кредитну політику та впроваджують механізми її здійснення. Ця політика формується на основі факторів, що визначаються обсягом капіталу й активів банку, складом його клієнтури, спеціалізацією, місцезнаходженням, наявністю мережі філій, станом економічної кон'юнктури, ситуацією на грошовому ринку тощо. До зазначених факторів можна також винести пріоритети у виборі клієнтів і кредитних інструментів (сегментація ринку) та норми і правила, що регламентують повноваження персоналу банку, який реалізує ці пріоритети на практиці.

У процесі проведення кредитної політики банківські установи виходять із необхідності забезпечити поєднання своїх інтересів та інтересів акціонерів банку, вкладників і позичальників. З огляду на це основним критерієм кредитної політики є принцип пріоритетності мінімізації рівня ризику над дохідністю, відповідно до якого банк незалежно від суми потенційного доходу має відмовити клієнту в наданні кредиту, якщо така операція пов'язана з недопустимим рівнем ризику. Отже, банк має встановлювати для себе плановий рівень процентного доходу за кредитом (що вимірюється рівнем



відсотка за кредитною операцією) та максимально допустимий рівень ризику, який він може взяти на себе, надавши цю позичку.

Дотримання зазначених критеріїв дає змогу банку отримувати запланований рівень дохідності кредитного портфеля і в результаті цього забезпечувати реалізацію ефективної кредитної політики.

З метою виявлення резервів підвищення ефективності кредитної діяльності за умови запланованого рівня дохідності та допустимого рівня ризику банки оцінюють ефективність кредитної політики. Як правило, ця оцінка здійснюється коефіцієнтним методом шляхом розрахунку та аналізу тенденцій зміни відповідних показників, а також порівняння фактичних показників із запланованими для визначення рівня виконання фінансового плану банку.

### **Список використаних джерел:**

1. Національний банк України. Звіт про фінансову стабільність. Червень 2018 року. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=71475860>.
2. Осташ С.В. Кредитна політика комерційного банку та оцінка кредитного портфеля банків України / С.В. Осташ // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. – 2014. – Випуск 3 (44). – С. 117-121.
3. Золотарьова О.В. Концепція кредитної політики комерційного банку та можливості підвищення її ефективності / О.В. Золотарьова, Ю.В. Півняк, П.Ю. Мартиненко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – № 9, частина 2. – С. 108-112.

**Тисячна С.Д.**

*студентка,*

*Національний університет «Києво-Могилянська академія»*

## **ДІЯЛЬНІСТЬ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ ЗІ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ – АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ**

На початку двохтисячних років, у поєднанні зі швидкими темпами економічного зростання України, в країні почала закріплюватись галузь страхування життя. Страхувальники приватного сектора почали свою діяльність і відчули ринкову конкуренцію, порівняно з часом, коли у страховому бізнесі домінували тільки страховики державного сектора. Початок цієї нової ери в розвитку страхової галузі свідчить про розповсюдження нових продуктів та каналів дистрибуції, що сприяло її швидкому зростанню [1].

Корені сьгоднішніх проблем в галузі страхування життя виникають з різних факторів, що керують ринком:

- Фактори економічні

Внутрішні економічні умови є одним з найвпливовіших факторів навколишнього середовища. Незалежно від того, наскільки добре керованим

або фінансово вигідним є якийсь страховик, жоден з них не захищений від наслідків повільно зростаючої економіки. Інфляційний показник є болочим фактором для економіки України. І центральний банк України, НБУ, має величезне завдання: контролювати інфляцію, при цьому не стримуючи зростання економічного сектору.

Наслідки цієї відносно високої процентної ставки та високого рівня інфляції навряд чи будуть позитивними для страхової галузі загалом. З одного боку, індустрії страхування життя буде важко керувати очікуваннями доходу, оскільки вони, ймовірно, будуть високими. У сценарії завищених відсоткових ставок, для привабливості продуктів та збільшення проникнення в ринок, страховим компаніям доводиться конкурувати з продуктами з фіксованим доходом, тому доводиться гарантувати більш високі прибутки. З іншого боку, інфляція означає зниження розподільчого доходу в руках споживачів, що призводить до зниження заощаджень в родинях, що означає менший попит на страхові продукти.

- Фактори споживачів

Низька фінансова грамотність та слабкий доступ до фінансових послуг в Україні становлять проблему для проникнення на ринок якісних різноманітних видів продуктів страхування життя. Це поєднується з тим, що споживачам та дистриб'юторам бракує розуміння справжньої мети страхування життя.

Споживачі не знають про свої потреби на тій чи іншій життєвій стадії та про продукти, які підходять для таких потреб. Оскільки середня тривалість життя людей збільшилася, кількість років, які люди працюють, залишається такою ж самою, а кількість неробочих років збільшується. Це вимагає, щоб люди планували своє майбутнє таким чином, щоб їх заощадження допомагали їм у похилому віці. На жаль, споживачі недостатньо підковані для розуміння або планування своїх потреб на цей час. Страхування життя найкраще підходить для того, щоб допомогти споживачам подолати цю проблему. Незважаючи на те, що галузь повинна буде розробити відповідні продукти, вона також повинна подолати проблему недостатньої обізнаності з цього питання. Дистриб'ютор, озброєний низкою продуктів, також не завжди може надати належні страхові поради споживачеві через обмежені знання справжньої мети кожного фінансового інструмента. Це призводить до неправильного продажу, що є величезним негативним фактором для галузі страхування життя [2].

Для мене, певно як і для більшості пересічних українців, поняття «інвестиції» та «Україна» знаходяться на протилежних полюсах.

Накопичувальне страхування – це інвестиція, яка окупиться через 10-30 років. З причини молодості нашої країни є досить мало випадків успішних 30-річних інвестицій, які б могли стати обґрунтованим прикладом. Наразі через економічні, геополітичні та інші фактори довгострокові інвестиції навіть на 5 років не користуються привабливістю серед інвесторів зі сфери бізнесу, не кажучи вже про звичайних українців. Так, є гарантії виплат навіть у разі банкрутства страхової компанії, але традиційна недовіра до банків поширюється і на страхові компанії.

Ще одним не менш важливим фактором є відсотки по депозитних вкладах в банках. Так, депозити в банку не передбачають страхових випадків, але вони виглядають більш привабливими, бо в кінці 10-річного терміну людина отримає чи не вдвічі більше, ніж купивши поліс накопичувального страхування.

Не можна не зважати на ще одну національну рису «тримати гроші під подушкою». Дуже важко буває переконати людину віддати її ж гроші у розпорядження установи, не зважаючи на те, що в кінці вона примножить власну суму.

- Фактор дистрибуції

Історично склалося так, що більшість гравців зі страхування життя керуються національною стратегією, в основному подібними дистрибутивними та операційними моделями в різних регіонах. Ідучи вперед, із зростаючим економічним тиском, гравцям доведеться робити дуже усвідомлений вибір щодо «де» та «як» конкурувати. Незважаючи на те, що продажі через консультації в агентських мережах залишаються найбільш підходящим каналом розповсюдження, для розширення охоплення населення існує необхідність використання існуючих мереж роздрібної торгівлі, доступних у країні. Це може потребувати спрощеного дизайну продукту, щоб сприяти вирішенням завдань щодо страхування життя на ринку роздрібних послуг.

Для банківського страхування, розповсюдження продукції повинно бути розглянуте з соціальної точки зору. Основний акцент повинен бути на доступності для клієнтів та якістю відносин з клієнтами. Вона повинна розвиватися з точки зору подання скарг та інформаційного балансу. Банки поки що не мають можливості обробляти складні вимоги покупців, де все більш складні продукти запускаються компаніями зі страхування життя. Зокрема, збільшення кількості партнерів не може призвести до збільшення проникнення та / або фінансової залученості страхування. Число філій банку по всій країні у будь-якому разі залишиться незмінним навіть із двома страховиками.

Також необхідно, щоб агенти мали мотивацію, оскільки вони є особами компаній зі страхування життя. Для того, щоб побудувати модель кар'єри-агентства, адекватна компенсація є критичною. Ще однією великою проблемою є залучення відданих та кваліфікованих креативних кадрів у галузі. Важливо мати високоякісних менеджерів з продажу та радників агентів, щоб забезпечити продаж на основі необхідності та право продаж. Це вимагатиме зміни поведінки в консультантах агентів, щоб продукти продавалися належним чином. Страховикам життя необхідно надати консультації консультантам для вирішення цього завдання [3].

- Фактор медіа

Нерідко індустрія страхування життя характеризується негативним чином, і тому споживачі скептично ставляться до галузі страхування життя. Результат полягає в тому, що вони не стануть купляти поліс страхування життя, навіть якщо існує законна потреба. Медіа-ресурси не висвітлюють

широко той факт, що страхування життя сприяє регулярному розподілу невеликих заощаджень для довгострокової економії та захисту.

Важливо, щоб засоби масової інформації та сторонні впливові агенти розглядали правдиву та актуальну інформацію щодо страхування життя. Вони повинні розуміти, що продукти страхування життя не повинні порівнюватися з будь-якими іншими фінансовими продуктами за розрахунковими доходами. Вони також повинні враховувати, що бажання страхування життя спричиняє фінансове планування.

- Виклики майбутнього

Як згадувалося раніше, страхування життя є критичним для розвитку української економіки. Окрім короткого падіння у 2009 фінансовому році через спад економіки, галузь зросла. Зі зростанням рівня доходу, вищою вартістю життя та довшою очікуваною тривалістю життя український споживач буде вимагати інноваційних продуктів, які забезпечать управління статками, захист та рішення щодо виходу на пенсію. Для страхових компаній прибуток від інновацій буде невід'ємною частиною досягнення успіху, а технологія допоможе страховикам розробляти та налаштовувати продукти відповідно до індивідуальних потреб. Споживачі все більше стають розвиненими, проінформованими, як і їх взаємодія з фінансовими установами. Щоб вони придбали страхові продукти, страховикам доведеться підготувати надійні IT-рішення. Необхідно належне фінансове планування для українського споживача. І, отже, потреба у якісних порадах в управлінні їх фінансовими можливостями буде мати вирішальне значення. Консультанти страхового агента повинні бути компетентні та бути основним джерелом фінансових консультацій. Стосунки клієнта-агента потрібно поглиблювати, запропонувавши продукти, пов'язані з життєвим етапом. Настав час для різних зацікавлених сторін – страховиків, регуляторів, дистриб'юторів та споживачів – об'єднати зусилля для створення надійного сектора страхування життя в Україні, що допоможе створити безпечне суспільство.

### Список використаних джерел:

1. Чорняк М. Д. Чинники, які впливають на розвиток страхового ринку України / М. Д. Чорняк // 66-та студентська науково-технічна конференція. Секція «Економіка і менеджмент»: збірник тез доповідей / Національний університет «Львівська політехніка». – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. – С. 433-435.
2. Радецька О. О. Ринок страхування життя в Україні: проблеми та перспективи розвитку // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – №. 6. – С. 222-224.
3. Євченко Ю. В. Страхування в країнах з ринковою економікою (використання світового досвіду в умовах України): Автореферат дисертації на здобуття ступеня кандидата економічних наук. Київ: Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України. – 2000.

**Tysiachna S.D.**

*Student,*

*National University of «Kyiv-Mohyla Academy»*

## **US BANKING SYSTEM DURING THE GLOBAL FINANCIAL CRISIS**

The US financial crisis began in late 2006 with the subprime mortgage crisis in the subprime sector. It appeared because of inflating of the mortgage market bubble caused by the Federal Reserve System's low interest rates, abundant liquidity, booming real estate market and frivolous attitude to borrowers of mortgage companies. In order to increase mortgage portfolio US financial institutions did not set strict criteria concerning borrowers: a significant amount of money (about 1.3 trillion dollars or 11% market share) was issued to citizens without confirmed incomes and with poor credit history (Simkovic). From 2001 to 2005, the value of the property, which was owned by households directly increased by \$10 trillion. During the crisis, Americans lost about \$ 6 trillion from the value of their property. Chain reaction around the world began when the mortgage companies, while trying to get out of a difficult situation with a poor-quality mortgage loans, started to sell mortgage bonds to institutional investors in the US and other countries.

The first signs of crisis approach appeared January 15, 2006, when information about the sharp decline in profits of «Citigroup», one of the largest financial corporations in the world, led to the fall on the New York Stock Exchange. On the same day, the index of industrial activity of «Dow Jones» fell by 2.2% (Cheng 37-66). Resources have been also rising in price since the summer of 2004 to the summer of 2006 because the Federal Reserve System (FRS, Fed) raised the base interest rate from 1% to 5.25% per annum. Synthesis of loans appreciation and decrease in house prices (burst of «price bubble» in the property market) has led to massive defaults. In November of 2007 the rating agency «Moody's» stated that no first payment had been made on many loans (Cheng 37-66).

Thus, in 2007 the US mortgage crisis began, caused by uncontrolled mass delivery of high-risk loans, where the likelihood of full payment is lower than in other categories of loans, and in 2008 it grew into a financial collapse. The financial system of the United States finally got frozen in September 2008, when Lehman Brothers Holdings, Inc., an American investment bank, declared bankruptcy (Roger C. Altman). Then, the biggest collapse in the US economy since the Great Depression of the 1930s resulted in a large-scale crisis in the world economy.

According to the Fed, in August 2008, broad money (M2) declined for the first time in three years – by 0.2% (to \$ 7.687 trillion). However, the scale reduction of dollar supply, according to the opinion of economists, was significantly large. It is impossible to estimate it through official sources because since February 2006, US stopped publishing the changes of a broader monetary aggregate M3, referring to the fact that this indicator is not significant. Anyway, economists estimated that as long as the world economy could easily absorb issued dollars, inflation in the United States would remain negative and there would be low probability of the risk of price growth in coming months.

In 2008, when the financial crisis started, bankruptcy of 25 US banks, including giants such as Lehman Brothers and Bear Stearns, caused panic in global markets. In the first half of 2008, FDIC added 117 credit organizations to the list of «problematic» American banks. In October – November net loss of banks that insured depositors' money in FDIC was approximately \$ 26.2 billion («The Global Financial Crisis»). The number of financial institutions in «problem list» of FDIC increased in the fourth quarter of 2008 by 47%, from 171 to 252 banks. In 2008, the largest of the banks that went bankrupt was IndyMac, whose assets accounted for \$ 32 billion and deposits had \$19 billion. According to Bloomberg data with the premise to the Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC) US, consolidated financial results of US banks in the fourth quarter of 2008 showed a net loss for the first time in 18 years («Toxic Loans Topping»).

As of 21 November 2009, 124 banks failed. The number of such banks was growing constantly. How much was that critical to the banking system? Comparing the number of failing banks during other crises, the numbers are not that impressive. In the 80s the big savings and loans crisis – S & L (Saving and Loans) crisis happened. At that time, only during 1989 more than five hundred banks went bankrupt («The Banking Crises»).

Recently, the US financial sector held a series of acquisitions and such big market players as Bear Stearns, Lehman Brothers and Merrill Lynch were absorbed. There were many crises in the history of these banks, but nothing could disrupt them. Only efforts to increase their profits by risky methods led them to failure (Roger C. Altman).

As soon as the crisis has deepened due to the bankruptcy of investment bank Lehman Brothers, the government (Ministry of Finance) intervened and raised the guarantee of all deposits from \$100,000 to \$250,000 («The Global Financial Crisis»). Thus, the main «official» banking system was protected from panic, but work of «parallel» banking system (investment banks, investment funds, hedge funds, etc.) completely froze. Since all financial companies in today's global economy are deeply intertwined, the supply of credit to all agencies, financial and non-financial, for some time almost stopped. Central Reserve System (US central bank) had to intervene for the first time since the Great Depression and to finance directly the US economy.

The measures involved by the US government to support banks and further decline in GDP may be unprecedented in scale among countries with market economies. In October 2008, the Bush administration has achieved allocation of \$ 700 billion to repurchase from private companies and banks of illiquid assets («The Global Financial Crisis»). On 13 February 2009, the US Congress approved a plan to stimulate the new economy of Barack Obama with \$ 787 billion. Moreover, the US Treasury announced the preparation of another program for banks assistance, upon which, the amount of anti-crisis injections of only the new administration will exceed \$ 2 trillion. These figures are quite large even for the standards of the US economy.

### **References:**

1. Cheng, Siwei. The U.S. Financial Crisis: Analysis and Inspiration. San Francisco: Long River, 2012. Print.
2. Simkovic, Michael. «Powerpoint Presentation of Secret Liens and the Financial Crisis of 2008; Paving the Way for the Next Financial Crisis». SSRN Electronic Journal SSRN Journal (n.d.): n. pag. Web.
3. «The Banking Crises of the 1980s and Early 1990s: Summary...». N.p., n.d. Web. 29 June 2016.
4. «The Global Financial Crisis: Analysis and Policy Implications». N.p., n.d. Web. 30 June 2016.
5. «The Great Crash, 2008.» Foreign Affairs. Roger C. Altman, 2009. Web. 29 June 2016.
6. «Toxic Loans Topping 5% May Push 150 Banks to Point of No Return». Information Liberation. N.p., n.d. Web. 29 June 2016.

## **ФІНАНСИ ТА ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА**

**Чопко А.І.**

*студент,*

*Львівський національний університет  
імені Івана Франка*

### **МИТНА СИСТЕМА УКРАЇНИ**

Ефективність існування будь – якої організаційної системи залежить від якості виконання функціональних завдань, які стоять перед нею, тобто наскільки результативно працює дана система при регулюванні певних процесів.

Становлення митної системи, як чинника розвитку держави залежить від взаємодії як об'єктивних так і суб'єктивних факторів. Оскільки організація митної системи – це складова політики держави і частина економічної системи то її реформування відбувається у відповідності до еволюції економіки в цілому. Під впливом стратегії розвитку держави та її фінансової політики сутність та функції митної системи дещо трансформувалась. Отже, митна система є важливим фактором у державі, що потребує постійного дослідження та вивчення.

Економічною наукою було визначено різні напрямки дослідження проблематики функціонування митної системи держави. Вагомий внесок у формування наукового підґрунтя внесено такими вченими: І. Бережнюк, П. Пашко, В. Покровська т.д. У роботі була приділена особлива увага працям вчених, які працювали над дослідженнями у даному напрямку, однак підходи науковців, стосовно функціонування митної системи України та її впливу, ґрунтуються на власних дослідженнях та є суб'єктивними. Проте стверджувати, що дане питання є достатньо вивчене не можна. Разом з тим багато аспектів модернізації митної системи залишаються недостатньо вивченими.

За мету було взято дослідження теоретичної бази формування митної системи України вище згаданих науковців.

У сучасних умовах фінансово-економічної нестабільності нехтування проблемами подальшої розбудови митної системи України може призвести до остаточного перетворення нашої держави на сировинний придаток та ринок збуту товарів низької якості. Терміни «митна справа» й «митна система» – це економічні категорії, які характеризують дві сторони одного процесу. При цьому «митна система» – більш загальне поняття, що включає в себе всі інституційні елементи й механізми митної сфери, а тому є доцільнішим і коректнішим для подальшого використання в наукових дослідженнях. Однією з основних проблем функціонування митної системи України є її надмірна урегульованість, що аж ніяк не сприяє активізації зовнішньоекономічної



діяльності. Митні органи України теж здійснюють правоохоронні функції щодо захисту її економічного суверенітету і економічної безпеки, забезпечують захист прав і законних інтересів громадян та господарюючих суб'єктів, а також державних органів при дотриманні ними зобов'язань у сфері митної справи.

Митна система є гарантом захисту економічних інтересів не тільки держави в цілому, але й окремих суб'єктів господарювання. Безпосередньо впливаючи на міжнародну торгівлю виконуючи фіскальну функцію, вона вирішує важливі економічні проблеми.

На наш погляд, основне завдання митної системи полягає в забезпеченні узгодженості між товарними, фінансовими й інформаційними потоками, налагодження технологічних схем перетину митного кордону, які задовольняли б митні органи й учасників зовнішньоторговельних операцій та максимально відповідали б критеріям оперативності й ефективності.

Митна система була й залишається високоефективним фіскальним механізмом, який відіграє важливу роль у регулюванні економічного розвитку держави та забезпеченні її економічної безпеки. Від якості і своєчасності прийняття рішень у митній сфері залежить ефективність податкової політики в цілому, рівень розвитку міжнародної торгівлі, сальдо платіжного балансу держави та збалансованість державних фінансів. Тому наукове обґрунтування сутності, складових, тенденцій і закономірностей розвитку митної системи завжди було й залишається важливим науковим завданням, незалежно від того, на якому етапі суспільно-економічних трансформацій перебуває держава.

## МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Курінна Д.В., Курінна В.В.

*студенти;*

Рудянова Т.М.

*кандидат фізико-математичних наук, доцент,*

*Університет митної справи та фінансів*

### ВИКОРИСТАННЯ ТЕОРІЇ ІГОР В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

При розв'язанні деяких економічних задач доводиться розглядати ситуації, в яких відбувається зіткнення інтересів двох, трьох або й більше конкуруючих учасників, у кожного з яких є відмінні, неоднакові цілі. Це щонайбільше є типовим в умовах ринкової економіки. Подібного походження ситуації мають назву конфліктні. В моделюванні конфліктні ситуації називають теорією ігор. В індустріальних виробництвах теорію ігор можна використовувати при виборі щонайкращих, оптимальних рішень, приміром, при виготовленні раціональних резервів матеріалів, продуктів, напівфабрикатів, сировини, коли протистояють дві сторони: збільшення резервів, що забезпечує постійну невпинну роботу підприємства і зменшення резервів з ціллю скорочення затрат на зберігання.

Теорія ігор також може використовуватися при рішенні економічних задач в сільському господарстві. Наприклад, селянин, який має обмежену ділянку землі, може засадити її трьома неоднаковими сортами рослин  $A_1, A_2, A_3$ . Урожай цих трьох видів рослин напряму залежить від погодних умов (тобто природи). В свою чергу погода може перебувати в трьох відмінних становищах:  $B_1, B_2, B_3$ . Власник земельної ділянки має відомості (статистичні дані) про середню врожайність рослин в трьох відмінних станах погоди, що відображена в таблиці 1. Кожен елемент в даній таблиці відповідає тому, скільки центнерів плодів отримає селянин з гектара землі лише тоді, коли буде відповідний стан природи,  $C_i$  – ринкова ціна одного центнера культури  $A_i$ .

Таблиця 1

Сорти рослин	Можливі стани погоди			Ціни
	Посуха $B_1$	Нормальна $B_2$	Дощова $B_3$	
$A_1$	20	5	15	$C$ 2
$A_2$	7,5	12,5	5	4
$A_3$	0	7,5	10	8

Потрібно визначити співвідношення, в яких селянин має засіяти наявну ділянку землі, щоб незалежно від погодних умов, максимізувати свій дохід.

Матриця  $P$ , що характеризує можливі доходи, які може одержати власник землі від продажу кожної з видів рослин плодів при різному стані

погоди, має вигляд.  $P = \begin{pmatrix} 40 & 10 & 30 \\ 30 & 50 & 20 \\ 0 & 60 & 80 \end{pmatrix}$  Задача приведена до антагоністичної гри:

першим гравцем є селянин, а другим – природа.

В даній ситуації селянин має в своєму розпорядженні три чистих стратегії: чиста стратегія  $\alpha_1$  відповідає тому, що дана ділянка землі буде засаджена рослинами виду  $A_1$ ; чиста стратегія  $\alpha_2$  відповідає тому, що дана ділянка землі буде засаджена рослинами виду  $A_2$ ; чиста стратегія  $\alpha_3$  відповідає тому, що дана ділянка землі буде засаджена рослинами виду  $A_3$ . Природа також може застосовувати свої три припустимі стратегії: чиста стратегія  $\beta_1$  відповідає тому, що буде посушлива погода  $B_1$ ; чиста стратегія  $\beta_2$  відповідає тому, що буде посушлива погода  $B_2$ ; чиста стратегія  $\beta_3$  відповідає тому, що буде посушлива погода  $B_3$ .

Проаналізуємо матрицю гри  $P$ . Подивимось чи є у нашої гри сідлова точка. Віднайдемо верхню і нижню ціну гри:  $\max_i \min_j h_{ij} = 20$ ,  $\min_j \max_i h_{ij} = 40$ . В результаті гри, ціна нижня не рівняється верхній ціні, тому це значить, що остання гра антагоністична й вона не має сідлової точки. Рішення цієї гри варто розшукувати в змішаних стратегіях, а це означає що один гравець, селянин, користується своєю оптимальною змішаною стратегією, інший, природа, користується неухильно своїми чистими стратегіями, а математичне очікування прибутку, який селянин одержить з власної ділянки, становитиме не менше ціни гри. Отже, виконується подальша

система нерівностей: 
$$\begin{cases} 40p_1 + 30p_2 \geq V, \\ 10p_1 + 50p_2 + 60p_3 \geq V, \\ 30p_1 + 20p_2 + 80p_3 \geq V. \end{cases}$$
 Виконаємо подальшу

трансформацію для нашої системи нерівностей. Поділимо  $(p_1, p_2, p_3)$  на  $V$  і залучимо нові змінні:  $y_1 = \frac{p_1}{V}; y_2 = \frac{p_2}{V}; y_3 = \frac{p_3}{V}$ .

Система прийме такий вигляд: 
$$\begin{cases} 40y_1 + 30y_2 \geq 1, \\ 10y_1 + 50y_2 + 60y_3 \geq 1, \\ 30y_1 + 20y_2 + 80y_3 \geq 1. \end{cases}$$

Поділивши рівність  $p_1 + p_2 + p_3 = 1$  на  $V$ , одержимо, що перемінні  $y_1, y_2, y_3$  задовольняють умові  $y_1, y_2, y_3 = 1/V$ .

Так як ціллю першого гравця є максимізація його прибутку, а математичне очікування його виграшу становить не менше ціни гри, то селянин бажатиме максимізувати ціну гри, що в свою чергу, тотожно мінімізації величини  $1/V$ . Зі сказаного випливає, що задача для першого

гравця може бути сформульована таким чином: визначити вектор  $Y = (y_1, y_2, y_3)$ , компоненти якого задовольняли б системі обмежень:

$$\begin{cases} 40y_1 + 30y_2 \geq 1, \\ 10y_1 + 50y_2 + 60y_3 \geq 1, \\ 30y_1 + 20y_2 + 80y_3 \geq 1. \\ y_1 \geq 0, y_2 \geq 0, y_3 \geq 0, \end{cases}$$

а цільова функція  $Z$  прагнула б до мінімуму:  $Z = y_1 + y_2 + y_3 \rightarrow \min$

Отже, щоб найти оптимальну, тобто найкращу змішану стратегію першого гравця, необхідно розв'язати представлену вище задачу лінійного програмування.

Якщо другий гравець, природа, використовуватиме свою найліпшу змішану стратегію  $Q^*$ , а перший, селянин, неухильно використовуватиме свої чисті стратегії, то математичне очікування програшу другого гравця становитиме не більше ціни гри. Тому зобов'язана втілюватися подальша система нерівностей:

$$\begin{cases} 40q_1 + 10q_2 + 30q_3 \leq V, \\ 30q_1 + 50q_2 + 20q_3 \leq V, \\ 60q_2 + 80q_3 \leq V. \end{cases}$$

Поділимо  $(q_1, q_2, q_3)$  на  $V$  і введемо нові змінні  $x_1 = \frac{q_1}{V}; x_2 = \frac{q_2}{V}; x_3 = \frac{q_3}{V}$ .

$$\text{Система прийме вигляд: } \begin{cases} 40x_1 + 10x_2 + 30x_3 \leq 1, \\ 30x_1 + 50x_2 + 20x_3 \leq 1, \\ 60x_2 + 80x_3 \leq 1. \end{cases}$$

Поділивши рівність  $p_1^* + q_2^* + q_3^* = 1$  на  $V$ , одержимо, що змінні  $x_1 + x_2 + x_3$  задовольняють умові  $x_1 + x_2 + x_3 = 1/V$ .

Оскільки метою першого гравця є мінімізація його виграшу, а математичне очікування його програшу не більше ціни гри, то другий гравець прагнутиме мінімізувати ціну гри, яка, в свою чергу, тотожна максимізації величини  $1/V$ . Зі сказаного випливає, що для другого гравця завдання може бути сформульована таким чином: визначити вектор  $X = (x_1, x_2, x_3)$ , компоненти якого задовольняли б системі обмежень:

$$\begin{cases} 40x_1 + 10x_2 + 30x_3 \leq 1, \\ 30x_1 + 50x_2 + 20x_3 \leq 1, \\ 60x_2 + 80x_3 \leq 1. \\ x_1 \geq 0, x_2 \geq 0, x_3 \geq 0, \end{cases}$$

а цільова функція  $F$  прагнула б до максимуму:  $F = x_1 + x_2 + x_3 \rightarrow \max$ .

Отже, для того щоб найти оптимальну змішану стратегію другого гравця, потрібно розв'язати задачу лінійного програмування.

Розв'язуючи ці задачі (в крайній мірі, одну з них) симплекс-методом, знайдемо оптимальні стратегії першого та другого гравців і ціну гри.

Оптимальним вирішенням задачі мінімізації буде вектор

$$Y^* = \left( y_1^* = \frac{22}{1420}; y_2^* = \frac{18}{1420}; y_3^* = \frac{5}{1420} \right).$$

Зі співвідношення  $y_1 + y_2 + y_3 = 1/V$  знайдемо  $V$ :  $V = \frac{1}{y_1^* + y_2^* + y_3^*} = \frac{1420}{45}$

Зі співвідношень  $y_1^* = \frac{p_1^*}{V}; y_2^* = \frac{p_2^*}{V}; y_3^* = \frac{p_3^*}{V}$  знайдемо:

$$p_1^* = y_1^* V = \frac{22}{45} \cdot \frac{45}{1420} = \frac{22}{1420}, \quad p_2^* = y_2^* V = \frac{18}{45} \cdot \frac{45}{1420} = \frac{18}{1420},$$

$$p_3^* = y_3^* V = \frac{5}{45} \cdot \frac{45}{1420} = \frac{5}{1420}$$

Отже  $P^* = \left( p_1^* = \frac{22}{45}; p_2^* = \frac{18}{45}; p_3^* = \frac{5}{45} \right)$

Оптимальним вирішенням задачі максимізації буде вектор:

$$X^* = \left( x_1^* = \frac{25}{1420}; x_2^* = \frac{9}{1420}; x_3^* = \frac{11}{1420} \right), \quad \text{тоді } q_1^* = x_1^* V = \frac{25}{1420} \cdot \frac{1420}{45} = \frac{25}{45},$$

$$q_2^* = x_2^* V = \frac{9}{1420} \cdot \frac{1420}{45} = \frac{9}{45}, \quad q_3^* = x_3^* V = \frac{11}{1420} \cdot \frac{1420}{45} = \frac{11}{45}.$$

Отже  $Q^* = \left( q_1^* = \frac{25}{45}; q_2^* = \frac{9}{45}; q_3^* = \frac{11}{45} \right).$

Змішана стратегія власника земельної ділянки в даній ситуації може тлумачитися у виді фізичної суміші стратегій, що означає синхронне застосування гравцем своїх чистих стратегій в певних пропорціях, які задані компонентами вектора  $P^*$ , тобто в даному випадку селянин, попередньо розділивши свою ділянку на 45 рівних частин, засіє: 22/45 частини ділянки культурою  $A_1$ ; 18/45 частини ділянки культурою  $A_2$ ; 5/45 частини ділянки культурою  $A_3$ . При використанні своєї найкращої стратегії прибуток, який може одержати селянин зі своєї ділянки за будь-яких погодних умов, складатиме не менше 31,5 тис. грн. з 1 га.

Таким чином, застосування теорії ігор є досить ефективним інструментом для розгляду реальних конфліктних ситуацій сучасного життя. Отримувані в процесі теоретико-ігрового аналізу результати є чіткими, однозначними й адекватними реальності.

### Список використаних джерел:

1. Нейман Дж. фон. Теория игр и экономическое поведение / Дж. фон Нейман, О. Моргенштерн. – М. : Наука. – 1970. – 708 с.
2. Рудянова Т.М. Економіко-математичні методи та моделі (оптимізаційні методи та моделі): Навч.-метод. посібник для студентів економічних спеціальностей / Т.М. Рудянова. – Дніпропетровськ.: ДДФА, 2010. – 218 с.

**Чабан О.М.**

*магістр,*

*Науковий керівник: Пілько А.Д.*

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Прикарпатський національний університет*

*імені Василя Стефаника*

## **АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Успішна діяльність сучасного підприємства в конкуруючому середовищі неможлива без використання маркетингових комунікацій, адже саме вони створюють позитивний імідж підприємства та розповсюджують інформацію про товари і послуги.

Маркетингові комунікації розглядають як:

- своєрідну систему інформаційного впливу на споживачів і посередників для стимулювання їх діяльності в потрібному суб'єктові напрямі;
- стимулятор домовленостей між ринковими суб'єктами в межах їх реальної взаємодії;
- інформаційний критерій відбору взаємовідносин на ринку;
- комунікативне джерело управління;
- організаційну складову встановлення іміджу фірми, підприємства, установи тощо;
- канал передачі інформації в системах маркетингових досліджень;
- елемент довгострокового прив'язування ринкових суб'єктів один до одного через створення технічних і технологічних залежностей;
- адаптацію споживача до виробника [1].

Елементами структури маркетингових комунікацій є реклама, персональний продаж, стимулювання збуту, пропаганда, паблік рілейшнз, директ-маркетинг, які мають свої особливості, що доповнюють одна одну та створюють єдиний комплекс.

Ефективне управління системою маркетингових комунікацій може бути реалізоване лише за допомогою добре організованої комунікаційної системи, яка дає можливість мати на ринку високі конкуруючі позиції та підвищити доходи компанії.

Ефективність комплексу маркетингових комунікацій – це вплив маркетингових комунікацій на отримання певних цільових результатів в заданому часовому інтервалі з врахуванням факторів внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства [2].

На думку Г. Асея [5], оцінка ефективності інструментів та складових витрат маркетингу найкраще характеризують ефективність маркетингової діяльності.

На погляд Л. В. Балабанової [6], оцінку маркетингової діяльності доцільно здійснювати, виходячи з таких напрямів, як: відповідність

стратегічним цілям компанії, їхні покупці, маркетингові комунікації, доречність і достовірність інформації, поточна ефективність.

На відміну від Л. В. Балабанової, М. В. Конишева пропонує здійснювати оцінку маркетингової діяльності через призму загальних функцій маркетингу: вивчення ринків, дослідження асортименту продукції, провадження товарної та збутової політики, функції управління.

Вітчизняні науковці (Є. В. Савельєв, С. І. Чоботар, Д. А. Штефаніч [7]) досліджують ефективність маркетингової діяльності залежно від виконання етапів розробленої маркетингової стратегії з отриманням відповідей на такі запитання:

- Як усвідомлюється потреба в продукції клієнтами?
- Як здійснюють споживачі остаточний вибір?
- Як відбувається доставка, упаковка та зберігання товару?

Аналіз вищезазначених підходів дає змогу зробити висновок про те, що переважна більшість зарубіжних і вітчизняних науковців здійснюють оцінку ефективності маркетингової діяльності за допомогою якісних та абсолютних показників.

Під поняттям ефективності маркетингових комунікацій на підприємстві розуміється порівняння отриманої виручки від реалізації реклами з сумою витрат на неї. Якщо виручка від реалізації реклами більша за витрати то, без сумніву, що така комунікація є ефективною.

Для аналізу ефективності управління маркетинговими комунікаціями ми застосували прикладні економетричні моделі, побудова яких була проведена на основі квартальної фінансової звітності будівельної компанії по п'ятьох інвестиційно-будівельних проектах за 2015–2017 роки. Перед побудовою моделей було проведено аналіз динаміки отриманих доходів, який передбачає їх вивчення у часі, тобто порівняння з минулими роками та аналіз структури витрат підприємства, що передбачає визначення їх зміни показників, похибок.

Аналіз динаміки отриманої виручки від реалізації дав можливість визначити темпи зростання, абсолютні прирости, темпи приросту за допомогою двох систем показників ряду динаміки: базисних та ланцюгових.

На основі проведеного аналізу звітності, нами проведено відповідні розрахунки і побудовано економетричні моделі для кожного проекту окремо, а також на основі загальних показників роботи підприємства.

Аналіз оцінених моделей дав можливість зробити висновки про тенденції зміни ефективності витрат коштів на маркетингові комунікації як за кожним проектом, так і в цілому по підприємству.

Розрахунки аналізу структури витрат підприємства показують загальну тенденцію росту витрат на всі маркетингові канали комунікації, дають можливість визначити на які канали витрачалося найбільше (найменше) коштів, показують тенденцію зміни витрат по кожному кварталі п'ятьох інвестиційно-будівельних проектах за 2015–2017 роки.

Таким чином, аналізуючи діяльність будівельної компанії, протягом 2015-2017 р., в тому числі в сфері маркетингових комунікацій, можна

помітити позитивну динаміку доходів підприємства, спричинену підвищенням ефективності витрат на маркетинг.

### **Список використаних джерел:**

1. Примак Т. О. Маркетингова політика комунікацій : навч. посіб. / Т. О. Примак. – К. : Атіка : Ельга-Н, 2009. – 328 с.
2. Яременко С. С. Комунікаційний процес як джерело формування інформаційного середовища домашніх господарств / С. С. Яременко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка», 2010. – № 31. – С. 29-36.
3. Мармоза А. Т. Теорія статистики [Електронний ресурс] / А. Т. Мармоза – Режим доступу до ресурсу: <https://westudents.com.ua/glavy/88883-102-pokazniki-ryadu-dinamki.html>.
4. Пілько А. Д. Прогнозування ефективності управління системою маркетингових комунікацій / А. Д. Пілько // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – Вип. 1. – С. 140-146.
5. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия : учебник для вузов / Г. Ассэль. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 804 с.
6. Маркетинг-менеджмент : научное издание / под ред. М. Туган-Барановского, Л. В. Балабановой. – Донецк : ДонГУЭТ, 2001. – 594 с.
7. Савельев С. В. Новітній маркетинг : навч. посібник / [С. В. Савельев, С. І. Чоботар, Д. А. Штефанич та ін.]; за ред. С. В. Савельєва. – К. : Знання, 2008. – 420 с.



## СТАТИСТИКА

**Лазебник Ю.О.**

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

### **ОСНОВА СТАТИСТИЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ СЕКТОРУ «КОНТЕНТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ МЕДІА»**

Зростаючий потік інформації, що розповсюджується через Інтернет, телефонні, телевізійні, комп'ютерні мережі, радіо та друковані видання створив додаткову проблему для здоров'я населення. Перенасичення інформаційним контентом виявилось справжньою проблемою, пов'язаною зі зміною психічного стану людини. Одним із викликів, з яким довелось зіткнутися високорозвиненим країнам, є виникнення та поширення інформаційних захворювань [1].

Означені тенденції обумовлюють необхідність розробки статистичного забезпечення вивчення впливу складових сектору «контент та інформаційні медіа» на психічний стан людини, а також процеси виникнення та поширення інформаційних захворювань.

Уніфікована інформація про вимірювання інформаційного суспільства була об'єднана в Довіднику з оцінки інформаційного суспільства в Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР). Перше видання було оприлюднене у 2005 році [4], потім значно переглянута протягом періоду 2007–2009 років [5] та доповнене у виданні 2011 року [6].

Продукція сектору «контент та інформаційні медіа» визначається як будь-яке повідомлення, опубліковане в засобах масової інформації та / або пов'язане з інформаційними та комунікаційними засобами масової інформації.

Основою статистичного визначення сектору «Контент та інформаційні медіа» є встановлення вичерпного переліку продукції та видів економічної діяльності, які стосуються означеного сектору із використанням міжнародних статистичних класифікацій.

Визначення сектору «контент та інформаційні медіа» було здійснено відповідно до проекту Класифікації основної продукції (Central Product Classification – CPC), версія 2 [3]. На європейському рівні CPC гармонізована з відповідною версією CPA (Statistical Classification of Products by Activities in the European Economic Community) – Класифікацією продукції за видами діяльності ЄС, в Україні з СКП–2011 – Статистичною класифікацією продукції [2].

Класифікація продукції щодо контенту та інформаційних медіа розглядається у таких групах:

–друкований та інший текстовий контент на фізичних носіях та пов'язані з ними послуги;

–кінофільми, відеоматеріали, теле- та радіо контент та пов'язані з ними послуги;

–музичний контент та пов'язані з ним послуги;

–програмне забезпечення для ігор;

–он-лайн контент та пов'язані з ним послуги;

–інші матеріали та пов'язані з ними послуги.

Види економічної діяльності, що входять до складу сектора «Контент та інформаційні медіа», призначені для виробництва, публікації та / або електронного розповсюдження продукції сектору «контент та інформаційні медіа». Наведемо перелік видів діяльності, що відповідають цим умовам:

–видання книг, газет та інша видавнича діяльність;

–діяльність, пов'язана із кінематографією, виробництвом відео, теле- і радіо програм;

–діяльність із звукозапису та редагування музики;

–виробництво програмного забезпечення для ігор;

–інші види діяльності з інформаційних послуг.

Базовою класифікаційною структурою статистичної класифікації СРС є Міжнародна стандартна галузева класифікація усіх видів економічної діяльності ISIC (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities), із якою СРС пов'язана перехідним ключем, що засвідчує відповідність видів економічної діяльності і результатів цієї діяльності – продукції та послуг.

Класифікації продукції та видів економічної діяльності сектору «контент та інформаційні медіа» мають використовуватися статистиками-аналітиками, науковцями та іншими зацікавленими особами в ході цілого ряду економічних досліджень, в першу чергу для оцінювання обсягів виробленої продукції, поточних і капітальних витрат на продукцію, внутрішнього споживання та торгівлі товарами та послугами. Отже, вони є важливим елементом набору статистичних стандартів, які мають використовуватись на всіх рівнях управління.

### Список використаних джерел:

1. Сидоренко М. О. Інформаційна екологія: проблеми та перспективи / М. О. Сидоренко, Т. М. Дмуховська, І. В. Завгородній, К. М. Сокол // Медицина сьогодні і завтра. № 4 (65), 2014. С. 141–143.

2. Статистичні класифікації [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 20.09.2018).

3. Metadata Classifications. RAMON – Reference and Management of Nomenclatures [Electronic resource] / Eurostat. European Commission. – Way of access: [http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST\\_NOM&StrGroupCode=CLASSIFIC&StrLanguageCode=EN](http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST_NOM&StrGroupCode=CLASSIFIC&StrLanguageCode=EN). (Accessed 20 September 2018).

4. OECD Guide to Measuring the Information Society, 2005 [Electronic resource] / OECD. – Way of access: <http://www.oecd.org/sti/sci-tech/36177203.pdf> (Accessed 20 September 2018).

5. OECD Guide to Measuring the Information Society, 2009 [Electronic resource] / OECD. – Way of access: <http://www.oecd.org/sti/sci-tech/43281062.pdf> (Accessed 20 September 2018).

6. OECD Guide to Measuring the Information Society 2011 [Electronic resource] / OECD. – Way of access: [https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oecd-guide-to-measuring-the-information-society-2011\\_9789264113541-en#page1](https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oecd-guide-to-measuring-the-information-society-2011_9789264113541-en#page1) (Accessed 20 September 2018).

## МАРКЕТИНГ

**Дрокіна Н.І.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
Державний університет телекомунікацій*

### **РОЛЬ ЧАТ-БОТІВ В МЕСЕНДЖЕРАХ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Число активних користувачів месенджерів постійно зростає. За даними статистики, в 2017 році месенджери використовували 1,82 млрд осіб. Так, найбільший месенджер в світі – Facebook в квітні 2017 року перейшов планку в 1200 млн користувачів в усьому світі. Тобто кожна шоста людина на планеті потенційно може бути охоплений за допомогою цього інструменту [1].

За даними Business Insider, 80% бізнесів розраховують обзавестися власними ботами найпізніше до 2020 року [2]. Люди виконують завдання, не виходячи з месенджера, в чому їм допомагають чат-боти. За даними Bloomberg, галузь чат-ботів розвивається швидше галузі мобільних додатків в період їхнього розквіту. Наступні п'ять років чат-боти в месенджерах будуть одним з головних каналів комунікації онлайн, особливо в тих випадках, коли користувач бажає отримати моментальну відповідь на питання. InsideSales.com і Harvard Business Review стверджують, що затримка відповіді потенційному клієнту на 5 хвилин зменшує шанси отримати від нього гроші приблизно в 10 разів. Якщо компанія дозволить собі затримати відповідь на 10 і більше хвилин, то знизить ймовірність того, що потенційний клієнт перетвориться в постійного на 400% [3].

Чат-бот (англ. chatbot) – комп'ютерна програма, розроблена на основі нейронмереж та технологій машинного навчання, яка веде розмову за допомогою слухових або текстових методів [1]. Чат-боти допомагають автоматизувати завдання, працюючи за заданим алгоритмом, вони ведуть діалог з користувачем, виконуючи його прохання, відповідаючи на запити або розважаючи своїми відповідями. Перші програми, що імітують спілкування людей, з'явилися в 1966 році. Віртуальний співрозмовник Elisa досить переконливо пародіював діалог з психотерапевтом. Термін «ChatterBot» вперше вжив Майкл Маулдін (творець першого Вербота, Julia) у 1994 році, щоб описати ці розмовні програми. З ростом популярності месенджерів в 2010-х чат-боти знайшли нове життя. Більшість працює на платформах популярних месенджерів: Facebook Messenger, Telegram, Viber, ВКонтакті, Skype, Slack. Сьогодні чат-боти є частиною віртуальних помічників, і доступні через програми багатьох організацій, веб-сайти та платформи обміну миттєвими повідомленнями. Боти можуть працювати в вигляді додатків або бути вбудованими в функціонал пошукових систем.

Чат-бот використовують для досягнення якої-небудь мети (наприклад, надання потрібної інформації) або задля розваги. Чат-боти – це програмні

продукти, які симулюють людське спілкування в месенджерах, тобто коректно зроблений віртуальний помічник, заточений під конкретну мету, вміє вирішувати буквально будь-які завдання, доступні людині. Замінити людину бот не здатний, однак може автоматизувати безліч рутинних операцій, замінити служби техпідтримки і call-центри, миттєво відповідаючи на популярні запити та надаючи довідкову інформацію чи працюючи в якості продавця-консультанта. В ході діалогу з користувачем програма пропонує найбільш релевантні товари і послуги, поступово звужуючи список варіантів. Боти непогано справляються з консультуванням з юридичних питань. У середині компаній чат-боти можуть забрати на себе частину функцій HR і юридичних відділів. Вони здатні приймати заявки на вакансії і проводити опитування кандидатів, планувати графік співробітників і нагадувати про важливі завдання, організовувати відрядження, записувати на курси і приймати стандартні звіти.

Чат-бот необхідний бізнесу як фахівець швидкого реагування, здатний поєднати функції оператора служби підтримки і продажу. І якщо на перше місце ставити охопити або клікабельність, то треба розглянути месенджери, як один з основних каналів комунікації зі споживачами. Переваги чат-ботів перед іншими засобами комунікації наведено у табл. 1.

Таблиця 1

**Порівняльна характеристика чат-ботів  
та інших засобів маркетингових комунікацій**

Засіб комунікації / показники для порівняння	Чат-бот в месенджері	Спільнота в соцмережі	Е-mail	Телефон
Вартість обслуговування	низька	середня	низька	низька
Доступ до персональної інформації користувачів	Високий	Потенційно високий	Обмежений	Мінімальний
Охват / клікабельність	до 90%/ до 30%	5-15% від кількості відписників	до 15%/ до 5%	
Перевага для користувача	Миттєва реакція	Жива комунікація	Експертна відповідь при скарзі	Особисте спілкування
Автоматизація рутинних дій без участі людини	+	-	+	-
Спілкування з декількома користувачами одночасно	+	-	+	-
Функція самонавчання	+	-	-	-
Інтеграція з сайтом або CRM-системами	+	+	+	-
Вірогідність здійснення покупки без переходу на зовнішній ресурс	+	+	+	+
Вікова група, яка віддає перевагу	18-35 років	18-35 років	36-55 років	55+

*Джерело: розроблено автором за даними [1]*

У чат-ботів є ряд переваг, такі як:

1) зручність. Зручність роботи в одному вікні. Не потрібно перемикатися між різними вкладками меню.

2) економічність. Чат-боти споживають мало трафіку і можуть працювати навіть на низьких швидкостях Інтернету.

3) інтегрованість. Боти працюють на всіх платформах з месенджерами. Творцям чат-ботів не потрібно розробляти нові програми для Android чи iOS, а користувачам не потрібно їх завантажувати.

4) синхронізація. Через чат-боти можна передавати інформацію: телефонні номери, зображення, годинне, трек-коди, фото та відео. Обробляючи їх, бот може виконувати багато завдань, наприклад, знайти найближчі кафе або готель у відповідь на надіслану геопомітку.

Таблиця 2

### Основні завдання впровадження чат-ботів у месенджерах

Задача	Характеристика
Оптимізація повторюваних завдань	Оптимізація стандартних завдань, що повторюються, які можна формалізувати у вигляді бізнес-логіки стосується як комунікації бізнесу з зовнішнім світом (наприклад, клієнтами або постачальниками), так і внутрішніх комунікацій. До таких завдань належить, наприклад, перевірка відповідності рахунків від контрагентів прийнятим в компанії нормам. Чат-бот може сам перевірити документ, знайти помилки, написати контрагенту і попросити його виправити рахунок і повідомити менеджера, коли рахунок потрібного формату буде готовий
Цілодобовий зворотний зв'язок з користувачами	Забезпечення зворотного зв'язку с користувачами 24 години на добу в будь-яких каналах, мабуть, найочевидніша перевага чат-ботів. Призначений для користувача сервіс у всіх його проявах – від технічної підтримки до перевірки статусу доставки замовлення кур'єром – стає вирішальним фактором успішності будь-якого бізнесу в сфері b2c. Витрати компаній на колл-центри і служби підтримки зростають, і далеко не всі можуть стати лідерами в цій гонці. Мова йде як про чат, так і про голосові бесіди – сучасні боти вміють розуміти і синтезувати мову
Продажі й маркетинг	Месенджерами користуються, по даним телекомунікаційних компаній, до 70% дорослих українців. На відміну від додатків або сайтів, в месенджерах спілкування ведеться за допомогою діалогу, і людям не потрібно вивчати новий інтерфейс. Тому месенджери стають новим каналом продажів і маркетингу, а інструментом для цього каналу якраз і є чат-боти
Виключення людського фактору	Ця функція чату ботів найбільш корисна в HR. Вони беруть на себе роль анонімного і безособового співрозмовника, щоб прибрати з процесу зайві емоції. Це стосується таких завдань, як збір зворотного зв'язку, примус співробітників до своєчасної здачі звітів, щорічна оцінка персоналу і т.д.
Інтеграція інформаційних систем	Чат-боти легко інтегруються з будь-якими інформаційними системами компанії (CRM, аналітикою, бухгалтерією, BPM). Це означає, що співробітники можуть спілкуватися з усіма цими системами через чат-бота. Чат-бот може виконувати роботу асистента – аналізувати дані, створювати звіти, заповнювати форми, задаючи власнику навідні запитання. Цими здібностями ботів користуються, наприклад, фінансисти, готуючись до нарад, або рекрутери, використовуючи чат-ботів для того, щоб кандидати могли в режимі діалогу заповнювати форми і не кидати цей процес
Застосування алгоритмів штучного інтелекту	Штучним інтелектом у вузькому сенсі цього слова називається здатність машини приймати рішення заради досягнення поставленої їй цілі, а також самонавчатися, враховуючи результати ходів, зроблених раніше в схожих ситуаціях. Уже зараз чат-боти здатні миттєво аналізувати величезну кількість даних і підказувати людині рішення.

Джерело: розроблено автором за даними [2]

Грамотно використовуючи технологію чат-ботів, можна реалізувати повноцінні магазини в месенджерах, технічну підтримку, апсейли, і навіть внутрішні корпоративні аналітичні інструменти. Показники результативності впровадження чат-ботів наведено у табл. 3.

Таблиця 3

### Показники результативності впровадження чат-ботів у месенджерах

Показник	Характеристика результату
Зниження вартості ліда	Авторонки продажів в месенджерах за аналогією з e-mail-маркетингом дозволяють зменшити вартість залучення клієнта. Заплативши за залучення цільового передплатника один раз досить грамотно вибудувати контентну політику, щоб отримувати повторні продажі й максимізувати прибуток
Залучення та сегментація	Якщо в бізнесі є кілька пропозицій для різних цільових аудиторій, ідеально підходить бот, який проводить опитування і сегментує передплатників в залежності від реакції на той чи інший контент. Ці дані використовуються, щоб в подальшому проводити внутрішню сегментацію передплатників на автоматі й розсилати максимально індивідуальні пропозиції
Автоматизація продажів	Уже сьогодні в популярних месенджерах можна створювати повноцінні Інтернет-магазини з каталогом, оформленням замовлення, оплатою, FAQ і контентом. Звичайно, не будь-який магазин можна просто взяти і перенести в месенджер. Повністю без сайту, тільки на месенджер-платформі може працювати каталог в 50-100 товарів з чіткими рубриками
Збільшення продажів для великого ритейлу	Крім месенджерів, спілкування з чат-ботом може проходити прямо на сайті магазину, в виділеному інтерфейсі. Функціонал таких чат-ботів набагато ширше. Він може стимулювати відвідувачів сайту реєструватися, авторизуватися, брати участь в акціях, пропонувати допомогу в залежності від їх поведінки на сайті, товарів, які вони шукають
Технічна підтримка	Також чат-боти дозволяють істотно знизити витрати на колл-центр підтримки користувачів.

*Джерело: розроблено автором за даними [4]*

Розвиток інформаційних технологій і штучного інтелекту надає власникам бізнесу різні варіанти виходу на ринок, незалежно від того, в якій сфері вони працюють. Чат-бот є одним з найбільш перспективних нововведень для Інтернет індустрії. У користувачів відпадає необхідність дзвонити в службу підтримки для вирішення питань, більшість з яких є однотипними. Такий підхід не тільки прискорює процес взаємодії з клієнтом, але і підвищує ефективність бізнесу.

### Список використаних джерел:

1. Чат-боты. Что это и зачем нужно бизнесу? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://shcherbakovs.com/chat-bots-what-is-it-and-why-you-need-it/>.
2. Задачи, которые решают чат-боты [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cossa.ru/trends/190984/>.
3. Введение в чат-боты с примерами из практики УАТА [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uata.com.ua/2018/06/chatbot-introduction/>.
4. Чат-боты: маркетинг, продажи и сервис [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://telegra.ph/CHat-boty-marketing-prodazhi-i-servis-02-10>.

## СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

**Кирпа Ю.В.**

*студент,*

*Одеський національний економічний університет*

### ІМІДЖ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах ускладнення економічних процесів і постійно мінливих параметрів зовнішнього середовища намітилася тенденція підвищення ролі іміджевого інструментарію в стратегічній діяльності підприємств різних сфер господарювання.

Щодо даного питання відомі напрацювання Н. Блинової, В. Вардеванян, К. Вороніної, О. Гордєєвої, О.М. Лагоди, О. Митцевої, Л. Нерсісян, В. Никифорова, А. Панасюка, Л. Стрижеус, О. Тимошенко, В. Федорової. Проблематику конкурентоспроможності та формування конкурентних стратегій вивчали Н. Андріїв, М. Бондарчук, О. Зозульов, І. Кадирус, Є. Мазилкіна, О. Мандич, Т. Носова, В. Отенко, Т. Плотичина, М. Саєнко, Г. Скиба, Г. Скударь, Р. Фатхутдинов, О. Янковий.

Мета дослідження є з'ясування іміджу як чинника конкурентної стратегії підприємства.

Для розвитку і успішної взаємодії господарюючих суб'єктів головною рушійною силою є поняття конкуренції, яка проявляється в різному ступені на різних сегментах ринку і в різних регіонах країни. Вирішальним фактором успішної поведінки в конкурентній боротьбі є формування позитивного іміджу організації.

Під поняттям іміджу прийнято розуміти формування або сприйняття певного образу тих чи інших характеристик об'єкта або явища. Виходячи з теорії, обґрунтованої визнанням фахівцем реклами Д. Огілві, для успішної реалізації товару чи послуги значно важливіше виділити позитивні характеристики, що створить позитивний образ продукту та сформує позитивне відношення у споживача, ніж звертати увагу на окремі специфічні властивості товару чи послуги.

Іміджем організації є безпосереднє уявлення особи або групи особи не лише ознак та характеристик товару чи послуги, враховуючи технічні й інші особливості, а й зовнішніх проявів компанії: корпоративної культури, соціальної спрямованості бізнесу та стилю ділової етики, а також атрибутики (брендінг, лого, фірмовий одяг та канцелярія). Як показує досвід, імідж організації дає можливість зайняти лідируюче місце в світі бізнесу. Долучаємося до позиції Ю. Е. Дудневої, яка до функцій іміджу підприємства відносить інформативну, комерційну, захисну, ресурсну та репутаційну [1, с. 190].

Імідж компанії – це лице організації, візуалізація образу бізнесу для споживачів, клієнтів та партнерів. Імідж фірми відображає її комерційну політику: зорієнтованість на конкретні запити певного класу споживачів. О. В. Родіонов стверджує, що імідж компанії є комплексним поняття, яке включає зовнішній вигляд, інформацію про діяльність, якість і товарний вигляд продукції, стосунки з контактними аудиторіями, організацію праці, поведінку персоналу, оснащеність ресурсами, наявність резервів, публічна звітність та ступень доступу до інформації [4, с. 158]. Дійсно, імідж, що створюється компанією повинен охоплювати усі сфери діяльності організації, його позитивний вплив на споживача має бути постійним та не викликати суперечності, а також повинен відповідати реальним показникам компанії.

На думку І. О. Пшенишнюк імідж є засобом впливу на поведінку покупців, а тому може безпосередньо впливати на рівень продаж. Він є чудовим методом конкурентної боротьби. Оскільки серед однакових чи подібних товарів покупець завжди вибирає той, який йому найбільше подобається. Імідж є також комунікаційним критерієм ефективності брендингу (розвитку торгової марки) [3, с. 20].

І.А. Іванова стверджує, що розробка методичних і практичних заходів щодо формування ефективної системи управління іміджем підприємства як чинником конкурентної стратегії є, безсумнівно, актуальним завданням, так як позитивний імідж забезпечує організації ряд переваг, а саме:

- підвищення конкурентоспроможності;
- зміцнення і стабілізацію ринкових позицій за рахунок залучення й утримання споживачів;
- зростання соціальної відповідальності перед державою, суспільством і представниками бізнес-середовища (партнерами, споживачами, інвесторами, постачальниками);
- підвищення інвестиційної активності і привабливості;
- розвиток інноваційності виробництва та продукції;
- розвиток організаційної культури;
- зниження витрат і ризиків;
- зростання стійкості фінансового стану і ін. [2, с. 42].

Існує кілька базових конкурентних стратегій. Наприклад стратегія мінімізації витрат зводиться до значної економії шляхом зменшення обсягів виробництва та акумулювання значної кількості клієнтів, для яких вартість продукту є головним чинником при укладанні угоди. У контексті цієї стратегії імідж грає важливу роль – його суть показати важливість і значення підприємства при одночасному посиленні цінового бар'єру за собівартістю для підприємств, які прагнуть в цю галузь.

Стратегія диференціації базується на розширенні асортименту товару, що належать до одної категорії товарів, а також дозволяє підприємству обслуговувати більшу кількість споживачів з різними потребами. У цьому випадку важливим дестабілізуючим фактором є значні витрати на створення іміджу продукту, а тому й сприяють підвищенню вартості такого продукту.

Стратегія фокусування передбачає обслуговування відносно вузького сегмента споживачів, що характеризується особливими потребами. До переваг



цієї стратегії слід віднести створення іміджу підприємства, що піклується про потреби конкретних покупців.

Виготовлення інноваційних продуктів, які принципово відрізняються від вже існуючих на ринку або задоволення потреб споживачів новими методами передбачає стратегія інновацій. До її переваг належить створення іміджу підприємства-новатора.

Стратегія негайного реагування на потреби ринку передбачає досягнення успіху за допомогою швидкої реакції на зміну в зовнішньому середовищі. Наприклад, для того, щоб пристосувати свою продукцію до нових потреб ринку, необхідний час. При цьому створюється імідж підприємства, готового пожертвувати всім для негайного задоволення потреб, які з'явилися у покупців.

Здобуття позитивного іміджу є крайнє необхідним для новостворених компаній, які ще не є великим гравцями ринку. Імідж отриманий при укладанні та виконанні перших угод значно впливає не тільки на репутацію компанії, подальший розвиток, а й на досягнення конкурентних переваг серед споживачів.

Наразі, позитивний імідж є імперативною складовою стабільного успіху будь-якої компанії, оскільки саме сильний імідж забезпечує пріоритет вибору споживачами конкретної компанії з поміж подібних, отже слугує фактором підвищення конкурентоспроможності організації.

Переважна частина бізнесу не розуміє значення існування позитивного іміджу компанії, а тому й не використовує масив наявного інструментарію, що забезпечує стабільність конкурентного становища та створює нові можливості. Однак, у разі правильного використання наявних концепції, що спрямовані на створення та підтримку позитивного іміджу, підприємство, беззаперечно, отримає перемогу у конкурентній боротьбі.

### **Список використаних джерел:**

1. Дуднева Ю. Е. Управління іміджем машинобудівного підприємства / Ю. Е. Дуднева // *Машинобудування*. – 2010. – № 6. – С. 189-197.
2. Иванова И. А. Имидж промышленного предприятия: специфика, механизм формирования и оценка состояния / И. А. Иванова, Р. Р. Горчакова // *Экономический анализ: теория и практика*. – 2015. – № 11 (410). – С. 40-48.
3. Пшенишнюк І. О. Імідж підприємства як метод конкурентної боротьби / І. О. Пшенишнюк // *Економіка та держава*. – 2011. – № 5. – С. 19-21.
4. Родіонов О. В. Складові іміджу підприємства / О. В. Родіонов // *Управління проектами та розвиток виробництва*. – 2005. – № 1. – С. 154-159.

**Логвінова О.П.**

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

## **КРАУДФАНДИНГ І ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ**

Забезпечення сталого соціально-економічного розвитку економічних суб'єктів потребує розробки та реалізації інвестиційних проектів. Важливою передумовою успіху проектів є інвестиційна привабливість суб'єктів господарювання, які планують їх реалізацію. Розвиток ринкових відносин в Україні в останні десятиріччя характеризується тим, що економічні суб'єкти мають низьку ефективність господарювання та працюють за умов гострого дефіциту фінансових засобів, через що змушені фінансувати проекти переважно за рахунок власних коштів, які є вкрай обмеженими, або взагалі відмовлятися від реалізації проектів; залучення засобів зовнішніх інвесторів також ускладнене через досить жорсткі умови отримання та повернення засобів. Особливо складним є залучення засобів для фінансування проектів некомерційного характеру. Приватні інвестори зазвичай не зацікавлені у фінансуванні таких проектів. Отже, інвестиційна привабливість більшості вітчизняних економічних суб'єктів є невисокою, що стримує активізацію їх інвестиційної діяльності та економічний розвиток.

Можливим шляхом фінансування проектів розвитку, зокрема, некомерційних проектів, для економічних суб'єктів є застосування краудфандингу – мобілізації ресурсів багатьох дрібних інвесторів (зазвичай, пересічних громадян) шляхом застосування інформаційних технологій з метою вирішення завдань, що стоять перед бізнесом, державою та суспільством в цілому. Отже, слід докладніше розглянути взаємозв'язок краудфандингу та інвестиційної привабливості економічних суб'єктів.

Краудфандинг є порівняно новим поняттям і явищем як у нашій країні, так і в усьому світі, але його застосування в останні роки стрімко поширюється. Він передбачає поєднання засобів багатьох людей через соціальні мережі або Інтернет-спільноти для фінансування певних проектів. Це – так званий метод «народного фінансування», який у спрощених формах відомий досить тривалий час, наприклад, як збирання коштів з метою фінансування благодійних заходів, вирішення певних економічних, екологічних або соціальних завдань. Відмітною рисою сучасного краудфандингу є використання соціальних мереж і Інтернет-ресурсів для забезпечення взаємодії між учасниками проектів. Особливістю вітчизняного краудфандингу є орієнтація інвесторів на переважне фінансування некомерційних проектів. Тому пропозиції щодо краудфандингового фінансування комерційних проектів вітчизняні економічні суб'єкти змушені розміщати переважно на закордонних краудфандингових платформах.

Залучення інвесторів до фінансування проектів шляхом краудфандингу має ґрунтуватися на інвестиційній привабливості економічного суб'єкта та

проекту, який він представляє. Інвестиційна привабливість визначається сукупністю характеристик, які мотивують інвесторів до участі у проектах. Щодо комерційних проектів інвестиційна привабливість визначається, передусім, станом, динамікою та мінливістю економічних показників суб'єкта господарювання. Щодо некомерційних проектів ці показники не є визначальними, оскільки мотивами до інвестування стають зацікавленість у реалізації ідеї проекту та прагнення до її втілення, довіра до ініціатора ідеї, співчуття, бажання допомогти у вирішенні певної проблеми. Тому істотний вплив на інвестиційну привабливість економічного суб'єкта у краудфандингу справляють чіткість, зрозумілість, переконливість і обґрунтованість інформації щодо проекту, її відкритість і прозорість.

Реалізація проектів на основі краудфандингу дозволяє втілити ідеї їх ініціаторів, які традиційними способами не могли б бути реалізовані; полегшує процес інвестування та забезпечує економію засобів за рахунок уникнення плати фінансовим посередникам через відсутність необхідності забезпечення застави, страхування кредиту, сплати відсотків, відсутність обмежень щодо кількості інвесторів і сум їх внесків, відсутність територіальних обмежень; привертає увагу реальних і потенційних інвесторів і споживачів продукції проектів; демонструє досвід економічних суб'єктів у реалізації проектів, покращуючи їх репутацію та привабливість для інвесторів майбутніх проектів, як пов'язаних, так і не пов'язаних з краудфандингом.

Водночас відкритість інформації про проект може виступати й чинником ризику, оскільки конкуренти можуть скористатися цією інформацією для відстежування перспективних ідей та їх копіювання.

Краудфандинг пов'язаний і з певними витратами, зокрема, на організацію робіт з виконання проекту, розміщення та відслідковування інформації про хід збирання коштів, винагороду інвесторам і оператору краудфандингової платформи. Можливі ситуації, коли не вдається зібрати необхідну суму коштів за проектом або збір відбувається дуже повільно, що не дозволяє вчасно реалізувати проект. Репутація краудфандингових майданчиків і умови надання їх послуг також можуть істотно впливати на успіх здійснення представлених на них проектних ідей. Тому слід співвідносити очікувані вигоди від проектів та можливі витрати й ризику, пов'язані з їх реалізацією.

Також при визначенні інвестиційної привабливості окремого економічного суб'єкта, що планує реалізацію проекту на основі краудфандингу, слід враховувати рівень інвестиційної привабливості регіону та країни, де він розташований. В даний час в нашій країні істотно впливають на можливості залучення інвестицій та результати інвестування такі чинники, як політична та економічна нестабільність, недовіра до осіб, які збирають кошти, через можливість шахрайства. Також недостатньо відлагодженими є нормативно-правові акти у цій галузі.

Краудфандинг дозволяє зробити попередню оцінку попиту на продукт проекту, який є основою отримання доходу та прибутку на проектну продукцію, та одним з найбільш невизначених параметрів проекту та його ризику, тому застосування краудфандингу може розглядатися і як засіб обмеження проектного ризику.

Отже, застосування краудфандингу, в цілому, позитивно впливає на економічні показники діяльності економічних суб'єктів і їх інвестиційну привабливість, створює передумови для подальшого розвитку, але рішення щодо його застосування повинні прийматися обґрунтовано та виважено.

#### **Список використаних джерел:**

1. Зіненко В.В., Фуга А.П., Ісхакова О.М. Проблеми впровадження краудфандингу в Україні. «Молодий вчений». № 11 (51), 2017 р., Видавничий дім «Гельветика». С. 1164-1167.
2. Марченко О.С. Краудфандинг: соціально-економічний зміст та види / О.С. Марченко // Вісник національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». № 4 (15). 2013. С. 26-35.
3. Поліщук В.Г. Зарубіжний досвід фінансування проектів за схемою краудфандинг / В.Г. Поліщук, В.І. Прокоп. «Молодий вчений». № 12 (15), 2014 р., Видавничий дім «Гельветика». С. 63-66.
4. Фоменко А.О. Сучасні умови розвитку краудфандингу в Україні / Фоменко А.О. // Вісник Бердянського університету менеджменту та бізнесу. № 3 (23). 2013. С. 93-96.

## ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

**Полищук А.А.**

*студент,*

*Національний технічний університет України*

*«Київський політехнічний інститут*

*імені Ігоря Сикорського»*

### ДЕЯТЕЛЬНОСТНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИДЕОЛОГИИ БУДУЩЕГО

Эпоха созерцания закончилась [1]. Времена, когда мы успешно прокладывали свой путь, анализируя пройденный участок и не выходя за рамки старого опыта, уже в прошлом. Настал период, который называют по-разному: смена логики социального поведения, кризисная зона, точка перехода, когда всё прошлое уже не работает, а будущего ещё нет. Об этом времени в начале XX века впервые заговорил в своей работе «Биосфера и ноосфера» признанный всем миром выдающийся учёный, мыслитель, академик, президент первой украинской Академии Наук Владимир Иванович Вернадский [2]. Говорил он, что наступит такое время, когда сложность задач стоящих перед человечеством, будет выше уровня его интеллектуальных возможностей. Позже этой проблематикой занимался Академик Моисеев Никита Николаевич и с помощью передовых физико-математических методов модельно обосновал выводы Вернадского, изложив полученные результаты в своей работе [3]. Актуальность их выводов подтвердила реальность. В 1992 г. под эгидой ООН в Бразилии была проведена Международная конференция по «устойчивому развитию», в которой приняли участие руководители более, чем 170 государств планеты [4]. На данной конференции было единогласно признано, что существующие методы и способы управления не позволяют справиться с сложившимися глобальными кризисами, которые сегодня угрожают существованию человеческого вида, как такового. Для выхода из сложившейся ситуации, нужен принципиально новый инструментарий на базе которого может быть сформирована новая парадигма мышления. Нам сегодняшний день существующая ситуация такова, что скорость протекания реальных процессов, выше скорости их осознания. В этой связи возникает сложность контроля и управлении всеми протекающими процессами в социуме. Эту ситуацию можно назвать исчерпанностью жанра уходящей эпохи – увеличивающееся несоответствие естественного и искусственного сценариев развития до кризисной величины и инструментальной несостоятельностью возможностей моделирования социальных сценариев будущего.

Находясь в этой точке, мы больше не можем быть зрителями. Выйти из этой ситуации опираясь на свою точку зрения или мнение нельзя. Мнение больше не является незыблемым. Базовой опорой могут быть только

исключительно современные научные достижения. Только наука может быть в основе конструктивной деятельности и опираясь на неё, мы можем получить ожидаемый социальный результат. Деятельность очень конкретна. Она концентрирует человека, сужает спектр его желаний. Участие в деятельности подразумевает конкретные действия, основанные на технологии, не зависимо от мнения, желания, взглядов или вкусов. Чтобы быть результативными, требуется её строгое соблюдение. Самая ключевая технология, включающая в себя все технологии это деятельность. Суть деятельности это технологии. Четкое и последовательное выполнение которых, сделает нас не только результативными, но и первыми, задающими тон.

Упомянутая выше кризисная зона, является переходным периодом между эпохами, поэтому говорить о преемственности нельзя, старое из минувшей эпохи в новую не переходит, по причине несоответствия новому духу времени. Технологии и уклад жизни прошлой эпохи не смогут вжиться в новую, подобно тому, как не может прижиться конный вид транспорта в условиях современного мегаполиса. Как бы мы этого не хотели, как бы нам это не было дорого и любимо, но в новой эпохе это не работает. Новой эпохе, новому времени, новый образ жизни.

На сегодняшний день мы имеем огромное цивилизационное отставание от ведущих стран мира. Решить задачу устранения такого отставания без четко обозначенных целей государственного уровня, физически нереализуемая задача, поскольку деятельность без цели социально бесполезна. К целевым характеристикам относится идеологическая направленность. Отсутствие идей государственного уровня делает неконструктивной совокупную деятельность на уровне всего социума. Объединение населения в деятельностном социальном строительстве происходит, когда люди руководствуются идеологией, соответствующей новому времени. В. Гюго: «Ни одна армия не может противостоять силе идеи, время которой пришло». Идеология – концентрированный до уровня парадигмальности и подчинённый единой стратегической цели, свод методов, законов, правил и понятий, которым необходимо руководствоваться в ходе деятельности, направленной на достижение поставленной цели.

Для того чтобы реализовать задуманное, необходим инструментарий, соответствующий заявленной высоте. Из всех предложенных методов, на наш взгляд, наиболее приемлемой методологией, соответствующей потребностям сегодняшнего дня, есть новейшие системные методы, базирующиеся на теории гиперкомплексных динамических систем (ГДС) [5].

Для обоснования новой идеологии социального строительства, необходимы новые парадигмальные основы – строительный материал для мировоззренческой конструкции, что возможно сделать опираясь на указанную методологию. Руководствуясь новыми идеями, создавая новые технологии и на их основе новые продукты деятельности, все это даст возможность подняться людям на качественно новый уровень в будущей эпохе. Поможет стать самодостаточными, создавая искусственную цивилизацию, жить в гармонии с окружающим миром.

Говоря о новой эпохе, следует заметить, что настало время, когда человечество вынуждено выйти за пределы Земли, осваивая новые пространства сея там жизнь. Земля конечна и эта деятельность уже в недалекой перспективе. Моделирование таких проектов предъявляет ряд требований, которые без опоры на новейшие научные достижения реализовать невозможно. Меняются критерии оценок и истинности, возникает требование наперед максимально точных расчетов и проверок в моделировании ситуаций с максимальной вероятностью их реализации без подтверждения успешных реализаций практическими испытаниями. Масштабы планирования должны уходить несоизмеримо далеко, чем жизнь одного или нескольких поколений. Каждый наш шаг, должен быть вымерен и технологично простроен. Особенно когда есть ресурс только на одну попытку, которая жизненно необходимо должна быть ожидаемо результативной. В таких условиях мы не имеем возможностей поступать эмпирически, как делали это в минувшей эпохе.

И в заключение хочется сделать вывод: впереди нас ждет деятельностная эпоха, которая требует от человека новых качеств. В прошлой, созерцательной, человек руководствовался набором мнений, что не давало возможности моделировать социальные процессы на далекую перспективу. Увеличение мнений и его плюрализм, уменьшает конструктив. В деятельностной эпохе человек будет опираться исключительно на законы, основное свойство которых универсальность. Нужна инициативная деятельность в построении нашего будущего в соответствии с задачами и целями такого социального строительства.

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

1. Бокль, Г. История цивилизации в Англии. – В 2 т. // Г. Бокль. – Санкт-Петербург: Типография Ю.Н. Эрлих, Садовая, №9, Издание Ф. Павленкова. 1895 г. – 624 с.
2. Биосфера и ноосфера // В.И. Вернадский; Отв. ред. Б.С. Соколов, А.А. Ярошевский; АН СССР, Ин-т геохимии и аналит. химии им. В.И. Вернадского, Москва: Наука, 1989. – 258 с.
3. Человек и биосфера. Опыт системного анализа и эксперименты с моделями // Н.Н. Моисеев, В.В. Александров, А.М. Тарко. – Москва: Наука, 1985. – 272 с.
4. Рио-де-Жанейрская декларация по окружающей среде и развитию. Режим доступа: [http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/riodecl.shtml](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/riodecl.shtml).
5. Малюта, А.Н. Гиперкомплексные динамические системы // А.Н. Малюта – Львов : Высшая школа. – 1989. – 120 с.

*Наукове видання*

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ  
ЕКОНОМІЧНИХ НАУК**

МАТЕРІАЛИ V МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

*Матеріали друкуються в авторській редакції*

Дизайн обкладинки: А. Юдашкіна  
Верстка: Н. Кузнєцова

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

Підписано до друку 08.10.2018. Формат 60x84/16.  
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.  
Умовно-друк. арк. 6,51. Тираж 100. Замовлення № 1018/28.  
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](mailto:info@molodyvcheny.in.ua)  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 5761 від 09.11.2017 р.