

**ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ ІМЕНІ
АДМІРАЛА МАКАРОВА
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ХЕРСОНСЬКИЙ
ДЕРЖАВНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

100 *Років*
ХЕРСОНСЬКОМУ ДЕРЖАВНОМУ
УНІВЕРСИТЕТУ

**МАТЕРІАЛИ ПІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ
«АКТУАЛЬНІ ПРОЦЕСИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ
УМОВАХ»**

23-24 березня 2017 року

**ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
 ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
 ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
 НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ ІМЕНІ
 АДМІРАЛА МАКАРОВА
 КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
 ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



100 *Років*

ХЕРСОНСЬКОМУ ДЕРЖАВНОМУ
УНІВЕРСИТЕТУ

**МАТЕРІАЛИ ІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
 ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ
 «АКТУАЛЬНІ ПРОЦЕСИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ
 УМОВАХ»**

23-24 березня 2017 року

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Омельчук С.А. - проректор із наукової роботи, доктор педагогічних наук, дійсний член Української академії акмеології, доцент, професор кафедри, член 6-х редколегій усеукраїнських науково-методичних журналів і збірників наукових праць, відмінник освіти України, нагороджений нагрудним знаком "Петро Могила";

Тюхтенко Н.А. – проректор з навчальної та науково-педагогічної роботи, кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри, Академік Академії економічних наук України, член ревізійної комісії Спілки економістів України, Відмінник освіти України;

Соловійов А.І. – декан факультету економіки і менеджменту Херсонського державного університету, кандидат економічних наук, доцент;

Мохненко А.С. – завідувач кафедри економіки підприємства Херсонського державного університету, доктор економічних наук, професор;

Ушкаренко Ю.В. – завідувач кафедри економічної теорії Херсонського державного університету, доктор економічних наук, професор;

Шашкова Н.І. – завідувач кафедри менеджменту та адміністрування Херсонського державного університету, доктор економічних наук, професор;

Янковий О.Г. – завідувач кафедри економіки підприємства Одеського національного економічного університету, доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України;

Савіна Г.Г. – проректор з наукової роботи Херсонського національного технічного університету, доктор економічних наук, професор;

Парсяк В.Н. – декан факультету економіки моря Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова, доктор економічних наук, професор, Заслужений діяч науки і техніки України;

Гарафонова О.І. – професор кафедри менеджменту Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана, доктор економічних наук, доцент;

Соловійов І.О. – завідувач кафедри менеджменту організацій ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет», доктор економічних наук, професор.

Актуальні процеси економічного розвитку в сучасних умовах: матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції, Херсон, 22 квітня 2017 р. / Упоряд. К. Мельникова, В. Петренко. – Херсон, 2017. – 304 с.

Збережена авторська стилістика, орфографія і мова

©Мельникова К.В., 2017

© Петренко В.С., 2017

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Алексєєва Наталія, студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ.....	16
Антош Наталія, аспірант кафедри економічної теорії, Херсонський державний університет	
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	18
Балик Юлія, студентка V курсу факультету економіки і менеджменту, Донбаська державна машинобудівна академія	
АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	19
Баранчук Катерина, студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА.....	21
Берсуцька Світлана, к.е.н., доцент, перший проректор Донецького університету економіки та права	
Каменська Оксана, к.е.н, доцент кафедри обліку, аудиту та економічного аналізу Донецького університету економіки та права	
ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ТРУДОВОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ВІДПОВІДНО ДО СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	23
Брігер Аліна, студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	25
Веретьонова Анастасія, студентка III курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	27
Веремєєнко Марина, студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
НОРМУВАННЯ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	29
Водяницька Олена, студентка III курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
КРЕДИТНІ ОПЕРАЦІЇ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЇХ ПРОВЕДЕННЯ.....	30
Гмиря Вікторія, к.е.н., доцент кафедри банківської справи Черкаського навчально-наукового інституту ДВНЗ «Університет банківської справи»	
ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ПІДПРИЄМСТВ АПК В ПОСТКРИЗОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	33
Гнилянська Ольга, к.е.н., викладач кафедри менеджменту та міжнародного бізнесу, Львівський інститут менеджменту	
СТРУКТУРА РИНКУ КОРПОРАТИВНИХ ЦІННИХ ПАПЕРІВ.....	35

Годящев Максим , асистент кафедри менеджменту і маркетингу Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля	
ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ АКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ.....	37
Годящева Інна , к.э.н., доц. кафедри менеджмента и маркетинга Восточнoукраинского национального университета им. В. Даля	
СОВРЕМЕННАЯ ПАРАДИГМА УПРАВЛЕНИЯ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	38
Голишева Ю.О. , студентка V курсу кафедри обліку і аудиту, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка	
ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПІВ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	40
Головіна Світлана , студентка II курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ.....	41
Джура Ганна , студентка V курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
СУТЬ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	43
Ємець Олена , студентка III курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
УПРАВЛІННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА НА СУЧАСНИХ ЕТАПАХ.....	45
Досенко Валерія , студентка III курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
МАЛІ ПІДПРИЄМСТВА: ПЕРЕВАГИ, НЕДОЛІКИ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	47
Дубовик Світлана , к.е.н., доцент, Сумський національний аграрний університет	
УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СІЛЬСЬКОЇ ТЕРИТОРІЇ.....	49
Єщенко Марина , асистент Донбаської національної академії будівництва і архітектури	
ДЖЕРЕЛО ТРУДОВОГО ПРАВА – ВНУТРІШНІЙ ТРУДОВИЙ РОЗПОРЯДОК.....	51
Жебко Галина , студентка IV курсу обліково-економічного факультету, Одеський національний економічний університет	
АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	53
Кардаш Микола , студента III курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ І ЗАВДАННЯ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ...	55
Ковальов Віталій , к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства, Херсонський державний університет	
ПРОЦЕС ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	56
Козаченко Костянтин , студент V курсу факультету управління та адміністрування, соціально-правових та інформаційних дисциплін, Новокаховський гуманітарний інститут	
ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ВАРІАНТІВ ДОСТАВКИ ПРОДУКЦІЇ.....	58

Коптяєва Вікторія , студентка II курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ВИРОБНИЧА ФУНКЦІЯ ЯК МОДЕЛЬ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА.....	60
Коритько Т.Ю. , к.е.н, с.н.с. відділу проблем економіки підприємств Інституту економіки промисловості НАН України	
ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВА.....	62
Кримцева Тетяна , асистент кафедри економічної теорії, Херсонський державний університет	
АКТУАЛЬНІСТЬ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	64
Кулянкова Діана , студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	66
Куниця Дар'я , асистент кафедри менеджменту і адміністрування, Херсонський державний університет	
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ ТА МЕТОДИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	68
Лимаренко Анастасія , студентка V курсу навчально-наукового інституту бізнесу і менеджменту, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка	
УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ.....	70
Лісінчук А.С. , студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇХ МІСЦЕ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІЦІ.....	72
Ловигіна Вікторія , студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ЯК ЕЛЕМЕНТ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	73
Лучинецький Владимир , студент IV курсу факультета автоматизації машиностроєння і інформаційних технологій, Донбасська Государственная Машиностроительная Академия	
УПРАВЛЕНИЕ КАДРОВЫМ СОСТАВОМ ОХРАННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ....	75
Макаренко Сергій , к.е.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування	
Шкворченко Анна , студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЧНИХ ПЛАНІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ОБСЯГІВ ТА ЯКОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ.....	77
Мельник Ганна , асистент кафедри економіки підприємства, Донбаська державна машинобудівна академія	
ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЛАНЦЮЖКА ЦІННОСТЕЙ В УПРАВЛІННІ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	78
Мельникова Катерина , доцент кафедри економіки підприємства, Херсонський державний університет	
ЗБАЛАНСОВАНА СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ – НЕОБХІДНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	81

Мороз Аліна , студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ПОКАЗНИКИ РІВНЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ	84
Москаль Анна , студентка III курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ДЛЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	86
Мохненко А.С. , д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства	
Ковальчук О. , студентка IV курсу, факультету економіки і менеджменту, Херсонського державного університету	
ФОРМИ РЕФІНАНСУВАННЯ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ ПІДПРИЄМСТВА	88
Мут Вадим , студент IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ МАЛИМ ПІДПРИЄМСТВОМ	89
Нефьодова Яна , студентка V курсу групи Мн-12-м факультету економіки і менеджменту Донбаської державної машинобудівної академії	
ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА НОВА ЯКІСТЬ УПРАВЛІННЯ	92
Панасенко Олександр , студент IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ ПЛАНУВАННЯ ПОТРЕБ У ТРУДОВИХ РЕСУРСАХ НА ПІДПРИЄМСТВІ	94
Петренко Вікторія , к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства, Херсонський державний університет	
ПОРЯДОК СТВОРЕННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ СПІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	96
Пилипенко Катерина , студентка V курсу факультету автоматизації машиностроєння і інформаційних технологій, Донбасська державна академія машинобудівної академія	
АНАЛІЗ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ДЛЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ	98
Пінчук Юлія , студентка III курсу обліково-економічного факультету, Одеський національний економічний університет	
ЕВРИСТИЧНИЙ ПРИЙОМ В ЕКОНОМІЧНОМУ АНАЛІЗІ	101
Полторацький Микола , аспірант кафедри інноватики та управління ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», заступник голови з економіки ДП «АМПУ»,	
ПОТОЧНИЙ СТАН ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ»	102
Пузанова Яна , студентка III курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонського державного університету	
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ	103
Ратошнюк Віктор , к.с.-г.н., старший науковий співробітник, Інститут фізіології рослин і генетики НАН України, м. Київ	
Ратошнюк Тетяна , к.е.н., старший науковий співробітник, Інститут сільського господарства Полісся НААН України, м. Житомир	
МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ ВЗАЄМОДІЇ ПРОДУКТИВНОСТІ І СИСТЕМИ АГРОТЕХНІЧНИХ ЗАХОДІВ ВИРОЩУВАННЯ ЛЮПИНУ ВУЗЬКОЛИСТОГО	105

Решетняк Тетяна , асистент кафедри Інформаційні системи прийняття рішень, Донбаська державна машинобудівна академія	
МЕТОДИ РЕЙТИНГОВОГО ОЦІНЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ЇХ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ.....	108
Рижикова Наталія , к.е.н., доцент, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка	
СТАДІЇ ІНВЕСТУВАННЯ ВЕНЧУРНОГО КАПІТАЛУ.....	110
Софієнко Альона , к.е.н., декан факультету міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу, Херсонський національний технічний університет	
ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ВПЛИВУ ТОРГОВОЇ МАРКИ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГУ.....	111
Тараненко Дмитро , студент IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ІТ-АУТСОРСІНГ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	113
Ткачук Альона , студентка V курсу центру заочної форми навчання, Одеський національний економічний університет	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ІДПРИЄМСТВА.....	115
Токарева Аліна , студентка V курсу факультету економіки і менеджменту, Донбаська державна машинобудівна академія	
ПОТЕНЦІАЛ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АВІАГАЛУЗИ УКРАЇНИ.....	118
Трушкіна Наталія , науковий співробітник відділу проблем перспективного розвитку паливно-енергетичного комплексу, Інститут економіки промисловості НАН України	
СЦЕНАРІЇ РОЗВИТКУ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ВУГІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ.....	120
Ушкаренко Юлія , д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії, Херсонський державний університет	
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	122
Федорчук Олександр , к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств, Херсонський державний університет	
Щаслива Ганна , к.е.н, доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Міжнародний університет бізнесу та права	
ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕВАГИ ІНВЕСТУВАННЯ В ТРАНСПОРТНУ ІНФРАСТРУКТУРУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ.....	125
Фурдак Маргарита , к.е.н, ст. викладач кафедри економіки підприємств, Херсонський державний університет	
СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ВИНОГРАДАРСТВА І ВИНОРОБСТВА УКРАЇНИ - ПРИНЦИПИ ТА ПРІОРИТЕТИ ПОБУДОВИ.....	127
Шатковська Маріна , студентка 3-го курсу економіко-правового факультету Одеського національного університету імені І.І.Мечникова	
ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	128
Швецова Ірина , студент V курсу факультету економіки і менеджменту, Донбаська державна машинобудівна академія	
ШЛЯХИ ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСТВА НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	130
Шийко Надія , студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	132
Шульга Марина , к.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу, Херсонський національний технічний університет	

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	134
Яласт Валерія , студентка II курсу факультету економіки та менеджменту, Херсонський державний університет	
СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	136

СЕКЦІЯ 2

СТРАТЕГІЧНІ ІМПЕРАТИВИ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Агошков Максим , студент 3 курсу обліково-економічного факультету, Одеський національний економічний університет	
НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	139
Балабатько Д.М. , студентка V курсу кафедри обліку і аудиту, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	140
Каменєва Аліна , студент IV курсу економіко-гуманітарного факультету	
Беззубко Борис , викладач кафедри економіки і менеджменту, Донбаська національна академія будівництва і архітектури	
СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УКРАЇНІ.....	142
Несіна Тетяна , студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
АКТУАЛІЗАЦІЯ ПИТАНЬ КАДРОВОГО АУДИТУ ДЛЯ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	144
Протосавіцька Єлизавета , студентка III курсу факультету готельно-ресторанна справа, Уманський національний університет садівництва	
ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ.....	146
Синякова К.М. , к.е.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування, Херсонський державний університет,	
ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ.....	148
Соловійов Андрій , к.е.н., доцент, декан факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМИ ВИРОБНИЧИМИ СТРУКТУРАМИ.....	150
Федяєва Марія , к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, Херсонський державний університет	
СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ ПРОЦЕСІВ У НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ.....	151

СЕКЦІЯ 3**ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ**

Багдасар'ян Аліна , студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМИ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ.....	154
Белік Тетяна , студентка IV курсу факультету автоматизації машинобудування та інформаційних технологій, Донбаська державна машинобудівна академія	
АВТОМАТИЗАЦІЯ АНАЛІЗУ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ.....	156
Белка Вікторія , студентка III курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
СПОЖИВАННЯ ДОМАШНІХ ГОСПОДАРСТВ ЯК ФАКТОР ЗРОСТАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	157
Боталова Ольга , студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В ПРОЦЕСАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ.....	159
Бутівчак Катерина , студентка V курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
АНАЛІЗ СТАНУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.....	161
Годовенко Ніка , студентка V курсу факультету міжнародної економіки, Одеський національний економічний університет	
ЗАХИСТ ХУДОЖНЬОЇ ВИШИВКИ ЯК ОБ'ЄКТУ АВТОРСЬКОГО ПРАВА....	163
Голубка Михайло , викладач вищої категорії, голова циклової комісії обліку та фінансово-економічної діяльності	
Мельник Ольга , викладач II категорії, Львівський кооперативний коледж економіки і права	
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПОГЛЯДИ МИТРОПОЛИТА АНДРЕЯ ШЕПТИЦЬКОГО ЩОДО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ ТА ЕКОНОМІЧНИХ ЗНАТЬ СЕРЕД ГРОМАДЯН.....	165
Гончаренко Сергій , студент IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТИВАННЯ В УКРАЇНІ...	167
Гридасов Олександр , студент IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ.....	169
Давиденко Юлія , студентка V курсу факультету міжнародної економіки, Одеський національний економічний університет	
ОРИГІНАЛЬНА СТРАВА ЯК ОБ'ЄКТ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ...194	171
Демченко Олена , к. е. н., доцент, доцент кафедри економічної теорії, Херсонський державний університет	
РИНОК ПОСЛУГ: СУЧАСНІ ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ СУТІ ТА СТРУКТУРИ.....	173

Діброва Олена, аспірантка кафедри фінансів, Одеський національний економічний університет	
ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ.....	175
Дівісенко Владислав, студент IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ІНВЕСТИЦІЇ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК СТАЛІЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	176
Євстаф'єва Аліна, студентка II курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ОСОБЛИВОСТІ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ТОВАРАМИ ТА ПОСЛУГАМИ.....	178
Жнакіна Ельвіра, к. е. н., доцент кафедри економічної теорії, Херсонський державний університет	
ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	180
Какоуров Сергій, студент V курсу факультету міжнародної економіки, Одеський національний економічний університет	
АВТОРСЬКЕ ПРАВО НА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	182
Кісельова Світлана, студентка V курсу факультету міжнародної економіки, Одеський національний економічний університет	
АВТОРСЬКІ ПРАВА НА ТВОРИ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА.....	184
Кіндрицька Катерина, студентка V курсу факультету міжнародної економіки, Одеський національний економічний університет	
ДОГОВІРНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ АВТОРСЬКОГО ПРАВА У РЕКЛАМІ.....	186
Кобзєва Катерина, к.е.н., доцент кафедри менеджменту, Донбаський державний технічний університет	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	188
Коваленко Камила, студентка V курсу факультета міжнародної економіки, Одеський національний економічний університет	
ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАВОВОЙ ОХРАНЫ ОБЪЕКТОВ МОДНОЙ ИНДУСТРИИ.....	190
Костюк Олеся, студентка V курсу факультету міжнародної економіки, Одеський національний економічний університет	
ОСОБЛИВОСТІ ПРАВА НА ФОТОГРАФУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ У ГРОМАДСЬКИХ МІСЦЯХ.....	192
Куємжи Олена, студентка V курсу факультету міжнародної економіки, Одеський національний економічний університет	
КАВЕР-ВЕРСІЯ МУЗИЧНОГО ТВОРУ З ТОЧКИ ЗОРУ АВТОРСЬКОГО ПРАВА.....	194
Ліпко Тетяна, студентка V курсу юридичного факультету, Херсонський національний технічний університет	
ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	196
Макуха Сергій, к.е.н., доцент, доцент кафедри загальної економічної теорії та економічної політики, Одеський національний економічний університет	
ЕКОНОМІЧНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	198

Манукян Наталі , студентка V курсу факультету міжнародної економіки, Одеський національний економічний університет	
ОСОБЛИВОСТІ СУДОВОЇ ЕКСПЕРТИЗИ В СФЕРІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ.....	199
Марковець Анжеліка , студентка III курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ПРОБЛЕМА ЗОВНІШНЬОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ УКРАЇНИ.....	201
Марковець Анжеліка , студентка III курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ.....	203
Міщенко Анна , студентка V курсу факультету міжнародної економіки, Одеський національний економічний університет	
ПРОБЛЕМИ ПОРУШЕННЯ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ.....	206
Ніжнік Анастасія , аспірант, Національний транспортний університет	
ІНВЕСТИВАННЯ ДОРОЖНЬО-ТРАНСПОРТНОГО КОМПЛЕКСУ НА ЗАСАДАХ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА.....	208
Осадчий Олексій , к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, Херсонський державний університет	
ВЕНЧУРНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	210
Пасічник Владислав , студент I курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ.....	212
Печёная Татьяна , студентка V курсу факультету економіки і менеджменту, Донбасская государственная машиностроительная академия	
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИТ-ОТРАСЛИ В УКРАИНЕ.....	214
Піменова Юлія , м. н. с. Інститут економіки промисловості НАН України	
РОЛЬ ПОКАЗНИКА ЕКОНОМІЧНОЇ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ В ОЦІНЦІ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	216
Полякова Юлія , студентка V курсу факультету міжнародної економіки, Одеський національний економічний університет	
КАРТОГРАФІЧНІ ТВОРИ ЯК ОБ'ЄКТИ АВТОРСЬКОГО ПРАВА.....	218
Романенко Юлія , Студентка I курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЖИТЛОВОГО БУДІВНИЦТВА УКРАЇНИ.....	220
Росецька Юлія , к.е.н., доцент кафедри ЗЕТ та ЕП, Одеський національний економічний університет	
РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ.....	222
Румянцев Олександр , здобувач кафедри політичної економії, Київського національного економічного університету Імені Вадима Гетьмана	
ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДГРУНТЯ ПРИСКОРЕНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	224

Савкова Анастасія , студентка V курсу факультету міжнародної економіки, Одеський національний економічний університет	
ПЛАГІАТ ЯК ПОРУШЕННЯ АВТОРСЬКИХ ПРАВ	226
Сейрік Олена , студентка IV курсу факультету обліково-економічного, Одеський національний економічний університет	
ФОРМУВННЯ ДОХОДІВ ТА ВИТРАТ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	228
Семенченко Владислав , студент IV курсу факультету економіки та менеджменту, Херсонський державний університет	
РОЗВИТОК РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ	230
Сорокіна Альона , студентка V курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ В ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОМУ СУСПІЛЬСТВІ	231
Ткаченко Наталія , студентка III курсу факультету менеджменту, Уманський національний університет садівництва	
ТУРИЗМ ЯК ВИД ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА СКЛАДОВА СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	233
Шубная Елена , к.э.н., доцент, Донбасская государственная машиностроительная академия	
Трофимова Яна , студентка V курсу факультета економіки і менеджменту, Донбасская государственная машиностроительная академия	
ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЮВЕЛИРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ	235
Ульченко Валентина , студентка III курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
РИНОК ЦІННИХ ПАПЕРІВ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	237
Хондусь Екатерина , студентка V курсу факультета міжнародної економіки, Одесский национальный экономический университет	
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ АВТОРСКОГО ПРАВА В СЕТИ INTERNET	239
Чукурна Олена , к.е.н., доцент кафедри маркетингу, Одеський національний політехнічний університет	
МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАХОДІВ ПРОСУВАННЯ В ІНТЕРНЕТІ	242
Чмут Анна , к.е.н., ст.. викладач кафедри економічної теорії	
Якушев Сергій , студент IV курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ В УКРАЇНІ	244

СЕКЦІЯ 4**ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВЕ****ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ****ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР**

Атамась Галина, к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної теорії і економіки підприємства, Одеський державний аграрний університет

СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTI В ГОСПОДАРСЬКО – ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРОПІДПРИЄМСТВ РОЗДІЛЬНЯНСЬКОГО РАЙОНУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ..... 246

Гайдаєнко Ольга, к.е.н., доцент, доцент кафедри економічного аналізу Одеський національний економічний університет

НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ..... 248

Журавльова Валерія, студентка 1 курсу магістратури факультету економіки та менеджменту, Донбаська державна машинобудівна академія

ПРОБЛЕМАТИКА ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У БЮДЖЕТНИХ

УСТАНОВАХ..... 250

Касьянюк С., к.т.н., доцент, Донбасская государственная машиностроительная академия

Дмитренко Ю., Донбасская государственная машиностроительная академия

РИСКИ В СИСТЕМЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ..... 253

Карягин Жан, студент 4 курса факультета автоматизации машиностроения и информационных технологий, Донбасская государственная машиностроительная академия

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОХРАННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ..... 256

Ковальчук Ю., студентка 3-го курсу економіко-правового факультету Одеського національного університету імені І.І.Мечникова

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ..... 258

Копач Карина, студентка V курсу факультету управління та адміністрування, соціально-правових та інформаційних дисциплін, Новокаховський гуманітарний інститут

АУДИТ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ..... 259

Корчагіна Віта, к.е.н, доцент кафедри управління та адміністрування, Новокаховський гуманітарний інститут

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ: МІСЦЕ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ..... 262

Лактионова Ольга, к.э.н., доцент кафедри

Мандра Наталия, к.э.н., ст. пр. кафедра «Финансы и банковское дело», ГБУЗ «Приазовский государственный технический университет»

АУТСОРСИНГОВЫЙ ЦЕНТР ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ В РАЗВИТИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА РЕГИОНОВ..... 264

Победря Олександр , студент II курсу факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет	
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ.....	266
Рудакової Оксани , студентка V курсу факультету управління та адміністрування, соціально-правових та інформаційних дисциплін, Новокаховський гуманітарний інститут	
ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ДОХОДУ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНАЛЬНИХ ПОСЛУГ.....	268
Чугрій Наталія , н.с. лабораторії інноваційного провайдингу та інтелектуальної власності Донецької державної с/г дослідної станції НААН України	
ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В НАУКОВИХ УСТАНОВАХ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ.....	270
Шатковська Маріна , студентка 3-го курсу економіко-правового факультету Одеського національного університету імені І.І.Мечникова	
ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	272
Якимченко Віра , викладач-стажист кафедри податкової та бюджетної політики, Херсонський національний технічний університет,	
МИТНО-ТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ.....	273
Яценко Вікторія , к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і аудиту, Херсонський національний технічний університет	
МЕТА АНАЛІЗУ ІСНУЮЧИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	275

СЕКЦІЯ 1

ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Алексєєва Наталія

студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., доцент Петренко В.С.
м. Херсон

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ

Товарну політику можна розглядати як певний курс дій товаровиробника або наявність у нього заздалегідь обміркованих принципів поведінки. Вона повинна забезпечити взаємозв'язок рішень та заходів, що стосуються формування асортименту та його управління; підтримці конкурентоспроможності товарів на необхідному рівні; знаходженню для товарів оптимальних товарних ніш (сегментів); розробці та втіленню стратегії упаковки, маркування, обслуговування товарів. Будь-яке розширення асортименту неминуче тягне за собою збільшення витрат. При цьому позитивні фінансові результати від змін в асортименті можуть мати місце тільки в майбутньому [1]. Формування асортименту товарів в магазинах здійснюється в кілька етапів. На першому етапі визначається профіль асортименту і напрям спеціалізації магазину відповідно до обраної комерційною стратегією на роздрібному. Ця робота проводиться на підставі маркетингових досліджень в області цільового ринку. Залежно від цього будуть визначені місце і роль магазину в загальній системі торгового обслуговування населення міста, району і т.п.

На другому етапі формування асортименту встановлюється структура асортименту в магазині, тобто визначаються перелік та кількісні співвідношення основних груп і підгруп товарів, що реалізуються і відбувається їх ув'язка з плановими показниками магазину.

На третьому етапі здійснюється підбір внутрішньогрупового асортименту за відмітними ознаками з ув'язкою його до конкретної торгової площі, тобто визначається кількість видів і різновидів товарів в розрізі окремих груп і підгруп товарів (в рамках окремих споживчих комплексів і мікрокомплексів). Це відповідальний етап, бо процес перетворення асортименту залежить від стратегії реалізації.

На заключному етапі по формуванню асортименту розробляється конкретний асортиментний перелік товарів для даного магазину з урахуванням очікуваних змін в попиті населення, а також виходячи з наявних торгових і складських площ, розрахункових показників товарообігу, контингенту обслуговуваних покупців і інших чинників, перерахованих вище.

Комплекс формування асортименту включає і основні положення [2]:

1. Визначаються поточні та перспективні потреби споживачів, аналізуються способи користування продукції й особливості купівельної поведінки на відповідних ринках.

2. Оцінюється продукція конкурентів по тим же критеріям.

3. Приймаються рішення щодо : яку продукцію потрібно додати в асортимент, а які вилучити з нього у зв'язку зі змінами у рівні конкурентоспроможності; чи необхідно диверсифікувати продукти за рахунок інших напрямків виробництва підприємства, що виходять за рамки його сформованого профілю.

4. Розглядаються пропозиції – чи слід створювати нову продукцію, чи потрібне оновлення іншої продукції , а також про нові сегменти освоєння продукції.

5. Розробка специфікацій нових або поліпшених продуктів відповідно до вимог покупців

6. Вивчаються можливості виробника щодо створення чи оновлення продукції, урахуваючи ціну та показники прибутковості і рентабельності.

7. Проводяться дослідження щодо виявлення попиту на створені товари.

8. Формуються нові вказівки щодо якості, фасону, ціни, назви, упаковки, сервісу, обслуговування відповідно до результатів проведених досліджень, що підтверджують прийнятність характеристик виробу чи визначили необхідність їх змін.

9. Аналізується та переглядається весь асортимент продукції.

Асортимент можна подовжувати за допомогою створення більших різновидів не основних товарів. Це пояснюється різними способами, але серед яких можна виділити такі пояснення: отриманням більших доходів; функціонуванням технологій, що залишились в запасі, можливістю міцно закріпитися на ринку.

Такі процеси не є безперервними. Якщо асортимент подовжений аж занадто, то у споживачів може виникнути попит на другорядну продукцію того ж самого асортиментного ряду. [3].

Маркетингове планування скординовує політику, пов'язану з торгівлею, сприяє раціонально реалізовувати тактику продажу і при цьому отримувати максимальний дохід. Основним завданням маркетингової діяльності є значимий вплив на формування реакцій споживача, цін , а також на асортиментний розвиток [4]. . Виробник намагається модифікувати товар, удосконалити його чи створити нову продукцію , а після цього визначити результативність та затрати, що були понесені виробничим підприємством [5].

Література

1. Гурков И.Г., Титова Н. Тенденция изменения конкурентоспособности отечественной продукции // Маркетинг. - 2012. - №1. - С.13-19.
2. Плиханов Г.В. Торговое дело. – М.: – 2000. – 95 с.
3. Гончаров С. М. маркетинг: Навч. Посібник. – Рівне: НУВГП, 2007. – С.118-120.
4. Гладкова Н.Л. Оценка конкурентоспособности продукции // Предприятие и рынок. – 2012. - №1. – С.81– 91.
5. Балабанова Л.В. Маркетинг: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання – Прес, 2004. – 278 с.

Антош Наталія
аспірант кафедри економічної теорії
Херсонський державний університет
м. Херсон

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Конкурентоспроможність продукції є необхідною передумовою забезпечення процесів розширеного економічного відтворення на підприємствах в умовах ринку. Еволюційні явища, що відбуваються в економіці країни і пов'язані зі зміною соціального, економічного, фінансового середовищ функціонування підприємств, мають вплив на формування цілей господарюючих суб'єктів, а відтак постійно коригують завдання їх діяльності та особливості поведінки у конкурентному середовищі.

Особливої актуальності дане питання набуває в сучасних умовах розвитку ринку молочної продукції, що характеризується перерозподілом прав власності на переробні потужності, експансією іноземного капіталу та корпоратизацією галузі [1]. Дані процеси відбуваються в умовах зниження обсягів виробництва молочної сировини, погіршення її якості, застосування застарілих технологій переробки молока та лібералізації політики стандартизації кінцевої продукції, що вимагає поглиблення існуючих знань про принципи та методи забезпечення конкурентоспроможності продукції.

Постійна зміна і відносність конкурентних переваг продукції на ринку дає змогу охарактеризувати процес забезпечення конкурентоспроможності продукції як здатність підприємства вдало та оптимально трансформувати переваги продукції, які воно має в даний час, в інші переваги даної продукції в майбутньому. Забезпечення конкурентоспроможності продукції має в своїй основі постійно діючий мотив, який полягає у праві користуватися економічними благами, які виникають в результаті даного процесу. Одночасно економічні блага є наслідком синергетичного ефекту від складної взаємодії протилежних за прагненнями учасників процесу – виробників сировини, готової продукції, торговельних підприємств та споживачів молочної продукції [3, с. 25]. При цьому ефект синергії проявлятиметься більшою мірою в структурованих системах взаємодії, що обумовлює виняткову необхідність чітко визначеного розподілу прав власності на економічні блага, а отже, до їх врахування в процесі забезпечення конкурентоспроможності продукції.

Таким чином, метою забезпечення конкурентоспроможності продукції є отримання конкурентних переваг на ринку, підвищення відносної вартості підприємства, забезпечення інтересів щодо структуризації ринку задля забезпечення інтересів власників підприємств щодо максимізації прибутку, стабільного функціонування підприємства та довгострокового його розвитку. Розглядаємо конкурентоспроможність продукції як інструмент забезпечення конкурентоспроможності підприємства в цілому, що визначається як здатність

підприємства трансформувати як ті ресурси, що належать йому безпосередньо, так і ті, які воно отримує опосередковано внаслідок впливу чинників зовнішнього середовища, у переваги, що забезпечують його функціонування та розвиток [4, с. 143]. Отже, конкурентоспроможність продукції – це її здатність через операції обміну на ринку задовольняти суспільні потреби та інтереси власників підприємства щодо збільшення частки на ринку, отримання конкурентних переваг, підвищення відносної вартості підприємства та структуризації ринку.

Умовою, що значно послаблює можливості забезпечення конкурентоспроможності продукції молокопереробних підприємств, є занепад великотоварного виробництва та погіршення якості сировини. Це підтверджується збільшенням частки особистих селянських господарств у валовому її виробництві до 84,4% [2]. Тому, з огляду на сучасні умови формування конкурентоспроможності молочної продукції, пропонується створювати: власну сировинну базу високоякісного молока на основі спільного її розвитку та використання зацікавленими у цьому переробними та сільськогосподарськими підприємствами; самоорганізуючу систему управління виробництвом сировини, реалізації продукції та взаємовідносин учасників, що дозволяє скеровувати протилежні ринкові стратегії сільськогосподарських та переробних підприємств, які співвідносяться як продавець-покупець-конкурент, на співпрацю; гнучку систему розподілу прибутку, що може реалізуватись під впливом існуючої системи управління інтеграційним процесом; гнучку систему збуту продукції; систему інформаційного управління торговими марками молочної продукції.

Література

1. Блинов А. Конкурентоспособная страна [Електронний ресурс] / А. Блинов, Т. Яблоновская. – Режим доступу: http://www.expert.ru/printissues/ukraine/2006/36/interview_makuha/
2. Державна служба статистики України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Зимовець В.Н. Економічні проблеми розвитку виробництва та розвитку молокопродукції / В.Н. Зимовець // Економіка АПК. – 2001. – № 2. – С. 20-41.
4. Силивончик А. Молочные берега / А. Силивончик, Г. Титаренко // Бизнес. – 2008. – № 15. – С. 142-146.

Балик Юлія

студентка V курсу факультету економіки і менеджменту

Донбаська державна машинобудівна академія

Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайличенко Н.М.

м. Краматорськ

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

В умовах ринкової економіки більшість суб'єктів господарювання є самостійними в прийнятті економічних та управлінських рішень, а також самі несуть відповідальність за їх наслідки. Сьогодні однією найбільш актуальних

проблем для вітчизняних підприємств стає проблема виживання в умовах глобальної економічної кризи. Аналіз реальної економічної ситуації в нашій країні та за кордоном показує, що кризові ситуації частішають, а їх наслідки набувають більших масштабів. Саме забезпечення антикризової діяльності дає змогу формувати ефективну систему управління підприємством в кризових ситуаціях.

Дослідженням фінансової кризи на підприємстві присвячено ряд наукових праць, як вітчизняних, так і зарубіжних вчених-економістів, зокрема: У. Бівера, І. Георгіца, Р. Брелі, Р. Хіт, Л. Лігоненко, Г. Іванова, О. Терещенко, В. Василенко. Вищевказані автори у своїх роботах по-різному дивляться на проблему кризових ситуацій. Тому дослідження розвитку підприємницької діяльності в Україні в умовах кризи є актуальним і потребує подальшого розгляду.

Метою доповіді є розгляд необхідності антикризового управління в сучасних умовах господарювання.

Отже, антикризове управління підприємством – це самостійний вид економічної діяльності, спрямований на запобігання кризовим явищам на підприємстві та на їх подолання на засадах мінімізації фінансових і матеріальних затрат шляхом застосування відповідних втрат, методів і принципів роботи.

На підприємстві криза являє собою процес, перебіг якого детермінований часом, вона має свій початок та кінець. Крім того, економічна криза характеризується не просто як процес, а як багатостадійний процес, який визначає диференціацію механізмів антикризового управління в розрізі його окремих стадій протікання на підприємстві.

Виділяють дві основні групи факторів, що обумовлюють кризовий розвиток підприємства. Перша група факторів це ті, які не залежать від діяльності підприємства, тобто зовнішні, або екзогенні фактори. Інша група – це залежні від діяльності підприємства фактори (внутрішні, або ендогенні).

Особливістю кризи є її висока залежність саме від екзогенних факторів, до яких слід віднести рівень регулювання фінансової діяльності підприємства, кон'юнктуру фінансового ринку, ступень розвитку інфраструктури та інші, коливання яких носить найбільш інтенсивний характер. Але також часто криза може виникати і під впливом внутрішніх факторів. Як правило, такі види криз швидко вирішуються за рахунок внутрішніх механізмів антикризового управління.

Виділимо основні принципи на яких ґрунтується система антикризового управління: своєчасна діагностика кризового явища у фінансовій діяльності підприємства; термінове реагування на проблему; адекватність реагування підприємства на ступінь і масштаб реальної загрози його фінансовому стану, а також повна реалізація внутрішнього потенціалу для виходу з кризи.

Основними напрямками антикризового управління на рівні суб'єкта господарювання вважаються: постійний моніторинг фінансового та економічного стану підприємства; розробка нових управлінських,

маркетингових та фінансово-економічних стратегій; залучення коштів; скорочення постійних і змінних витрат та підвищення продуктивності праці.

До найактуальніших антикризових заходів, які сьогодні використовуються на практиці на підприємствах, відносяться: скорочення витрат – це інструмент, який може стабілізувати фінансовий стан підприємства; оптимізація оподаткування та технологічних процесів; жорсткість контролю за всіма видами альтернативних витрат; аналіз можливостей передачі на аутсорсинг високовартісних процесів; горизонтальна та вертикальна інтеграція.

Але основним виходом із кризи для підприємства є досягнення позитивного чистого грошового потоку.

Отже, підсумовуючи усе вищенаведене, можна зробити висновок, що криза для підприємства є переломним моментом в послідовності господарських процесів та подій. Оціночна діяльність у ході здійснення антикризового управління характеризується багатоаспектністю та специфічністю, що зумовлює потребу в розробленні методологічних засад та адекватного практичного інструментарію. Підвищенню ефективності антикризового управління підприємствами сприятиме більш активна співпраця з експертами-оцінювачами. Їх досвід дасть змогу підвищити обґрунтованість антикризових заходів та результативність їх реалізації.

Література

1. Антикризове управління підприємством: Навч. посіб./ З.Є. Шершньова, В.М. Багацький, Н.Д. Гетманцева; За заг. ред. З.Є. Шершньової. – К.: КНЕУ, 2007. - 680 с.
2. Еш С.М. Теоретичні підходи до визначення суті та природи кризи підприємства / С. М. Еш // Тези доповідей V Міжн. наук.-практ. конф. «Проблеми економіки підприємств в умовах сталого розвитку», (м. Київ, 19–20 берез. 2009 р.): – К.: НУХТ. – 2009. – С. 14 – 15.
3. Чернишов В.В. Сучасне розуміння поняття антикризового управління / В.В. Чернишов // Економіка розвитку. – 2011. – № 1. – С. 21–24.

Баранчук Катерина

студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: д.е.н., проф. Шашкова Н.І.

м. Херсон

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

За допомогою системи маркетингових комунікацій, яка охоплює будь яку діяльність фірми або підприємства, спрямовану на ознайомлення, інформування і нагадування споживачам про свої товари, стимулювання збуту товару і покращення іміджу фірми чи підприємства, відбувається вихід товару на певний сегмент ринку.

Основними елементами системи маркетингових комунікацій є:

- Реклама як спосіб передачі інформації споживачам, про вихід чи оновлення товару, залучення уваги споживачів та стимулювання їх інтересу;

- Паблік рилейшнз як діяльність компанії, спрямована на формування та підтримку позитивного іміджу фірми;

- Персональний продаж як спосіб продати свій товар, чи свої послуги, застосовується усна презентація, під час бесіди з потенційними покупцями, в якій акцентується увага на індивідуальності покупця та його важливості для компанії.

Стимулювання збуту - заходи, які проводяться в короткий період часу, для заохочення нових і потенційних споживачів. Наприклад: знижки, розпродажі, лотереї тощо [1].

Для того щоб, сформуванню системи маркетингових комунікацій фірма чи підприємство повинна, в першу чергу, визначити цілі комунікаційної політики, які мають ієрархічну структуру. Виділяють головні та

підпорядковані цілі маркетингових комунікацій. До головних цілей відносять: формування попиту та стимулювання збуту. До підпорядкованих цілей відносять: інформування споживачів про фірму та її товари, формування позитивного іміджу фірми, мотивація споживачів, формування й актуалізація потреб споживачів, стимулювання акту купівлі, нагадування про фірму та її товар тощо.

Кожна фірма, спрямовуючи свої комунікаційні зусилля, бажає отримувати бажану реакцію від адресатів. А саме, від постачальників – співробітництва, на вигідних умовах, від контактних аудиторій – підтримання та сприйняття позитивної репутації фірми, від самих споживачів- звісно ж купівлі товару фірми [2].

При формуванні системи маркетингових комунікацій фірми, потрібно також враховувати фактори, які визначають її ефективність, а саме:

1. Тип товару чи ринку. Ефективність засобів товаропросування на споживчих ринках і ринках товарів промислового призначення різна. Виробники товарів широкого вжитку, як звичайно, більше коштів витрачають на рекламу. Фірми, що виробляють інвестиційні товари, значні кошти найчастіше виділяють на організацію персонального продажу, особливо на ринках із невеликою кількістю потужних споживачів.

2. Етап життєвого циклу товару. На етапі просування товару на ринок комунікаційні зусилля повинні використовуватися максимально. В даному випадку, для формування обізнаності товару чи фірми, доцільно використовувати рекламу паблік рилейшнз. Методи стимулювання збуту застосовують для заохочення споживачів, ознайомитися з новим товаром, а персональний продаж можна використовувати для переконання роздрібних торговців продавати цей товар.

На етапі зростання реклама і паблік рилейшнз повинні зберігати свою значущість, при цьому стимулювання збуту потрібно скоротити, бо на цьому етапі потрібно менше спонукань. На етапі зрілості реклама і паблік рилейшнз провадяться менш інтенсивно, вони грають роль «нагадувача», адже

споживачі вже добре ознайомленні з товарною маркою. На етапі занепаду активно необхідно застосувати стимулювання збуту, а інші складові системи маркетингових комунікацій необхідно максимально скоротити.

3. Стратегія просування товару. Важливу роль в комунікаційному комплексі фірми, відіграє вибір стратегії просування товару на ринок. Виділяють дві стратегії:

Стратегія «проштовхування» товару, характеризується тим, що відбувається інтенсивне виведення товару по каналам збуту. Фірма активно пропонує свій товар оптовим покупцям. А ті вже, безпосередньо намагаються активно просувати товар в роздрібній торгівлі, доводячи їх до споживачів [3].

Стратегія «притягування» споживачів до товару, характеризується тим що багато коштів витрачається саме на рекламу і стимулювання споживачів, щоб сформувати попит на товар. Кожна складова системи маркетингових комунікацій має свої особливості, специфічні заходи та прийоми, але всі вони взаємопов'язані і доповнюють одна одну, утворюючи єдиний комплекс.

Література

1. Жигалов В.Т., Шимановська Л.М. Основи менеджменту і управлінської діяльності. К., 1994. - 177 с.
2. Куриляк В.С. Міжнародний менеджмент. - Тернопіль: Карт-Бланш, 2004. – 214 с.
3. Богиня Д. П., Грیشнова О. А.. Основи економіки праці. Навчальний посібник. Київ «Знання-Прес», 2001. – 313с.

Берсуцька Світлана

к.е.н., доцент, перший проректор

Донецького університету економіки та права

Каменська Оксана

к.е.н, доцент кафедри обліку, аудиту та економічного аналізу

Донецького університету економіки та права

м. Бахмут

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ТРУДОВОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ВІДПОВІДНО ДО СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні мотивація персоналу займає центральне місце в системі управління персоналом підприємства, тому що саме вона виступає причиною поведінки співробітників. Мотивований персонал є передумовою успішного функціонування підприємства як у тактичному, так і у стратегічному аспектах. Причому, якщо тактичні кроки можуть приводити до зіткнення інтересів менеджменту та рядових працівників (виплати дивідендів, рішення соціальних питань), то стратегічні плани, навпаки, їх поєднують [1]. Актуальність даної проблеми полягає в необхідності вдосконалення професійної та економічної мотивації працівників промислових підприємств до підвищення якості та ефективності результатів праці відповідно до стратегії.

Питання мотивації праці висвітлювали у своїх працях зарубіжні та вітчизняні вчені: А. Маслоу [2], К. Альдерфер, Ф. Херцберг, Д. Макклелланд, С. Адамс, В. Врум, А. Колот, О. Амоша [3], О. Єськов, Е. Лібанова. У роботах вищезгаданих авторів немає чітко сформульованого методологічного підходу до розробки мотиваційних показників персоналу згідно зі стратегією розвитку підприємства, який є визначальною складовою стратегічного потенціалу підприємства та сприяє його економічній активності в сучасних умовах господарювання.

Сучасні теорії мотивації, засновані на результатах психологічних досліджень, показують, що причини, які спонукають людину віддавати роботі всі сили, досить складні та різноманітні. З одного боку, дії людини визначаються її потребами, з іншого боку, поведінка людини є також і функцією її сприйняття та очікувань. Людський капітал є рушійною силою розвитку підприємства, люди визначають загальні цілі та описують їх за допомогою показників для того або іншого підрозділу підприємства. Мотиваційні показники персоналу згідно зі стратегією розвитку підприємства формуються на основі ключових показників ефективності (КПЕ), які являють собою кількісно виражені фінансові та нефінансові параметри, що показують, наскільки ефективно підприємство досягає поставлених цілей у рамках загальноприйнятої стратегії. Правильний підбір ключових показників є стратегічно важливим завданням у процесі каскадування збалансованої системи показників на рівень окремого працівника. Процес каскадування являє собою деталізацію розроблених стратегічних цілей настільки, щоб вони стали зрозумілі конкретним виконавцям. Для фокусування співробітників на цих цілях необхідні відповідні стимули - зв'язок досягнення цілей із системою вартісної і невартісної мотивації. Співробітник, що бере участь у розробці стратегічних цілей, повинен мати відповідний рівень кваліфікаційної підготовки, тобто його професійні знання, навички та здібності повинні відповідати займаній посаді. Процес каскадування здійснює важливий внесок у навчання стратегії на всіх рівнях організаційної ієрархії. Метою каскадування є надання всім працівникам підприємства можливості демонстрації внеску у загальний успіх реалізації стратегії. Для цього кожен співробітник повинен самостійно розробити набір показників, необхідний, але достатній для досягнення цілей, включених у збалансовані системи показників вищих рівнів.

У якості можливих рівнів можна назвати рівень підприємства в цілому (стратегічний рівень), функціональних підрозділів (тактичний рівень) і окремих співробітників (персональний рівень). Для кожного рівня підприємства формулюються свої цілі. Для стратегічного рівня цілі задає керівництво підприємства. На тактичному рівні цілі розробляються колективом підрозділів.

На індивідуальному рівні формування цілей і показників їх досягнення відбувається при особистій участі кожного конкретного співробітника. Якщо поставлені цілі досягаються, то співробітники одержують обіцяну їм винагороду. Досвід показує, що персонал готовий концентруватися на досягненні поставлених цілей, якщо вони реалістичні. Занадто складні цілі,

імовірність яких вкрай невелика, не мотивують персонал. Досягнення цільових значень стратегічних з відбувається за допомогою стратегічних заходів.

Розробка заходів для того або іншого рівня організаційної ієрархії підприємства у збалансованій системі показників припускає, що управляти їхньою реалізацією будуть співробітники, знання, креативність і професійні навички яких формують стратегічно необхідну інфраструктуру підприємства. Дані елементи інфраструктури являють собою випереджальні індикатори нефінансової складової збалансованої системи показників «Навчання та розвиток» і входять до складу одного з головних нематеріальних активів даної складової - людського капіталу. Складова «Навчання та розвиток» є відправною точкою реалізації стратегії, від якої залежить фінансовий успіх підприємства. Її елементи: людський, організаційний та інформаційний капітал формують цілі, показники і відповідні заходи для реалізації стратегічних цілей всіх інших складових на кожному організаційному рівні. Вдосконалення системи трудової мотивації персоналу промислового підприємства на основі КПЕ дозволяє визначити ефективність праці кожного конкретного співробітника і його внесок у стратегію розвитку підприємства.

Література

1. Маруніч О. Трудовая мотивация: проблемы, теория и практика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rost-tc.ru>
2. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – СПб.: Питер, 2008. – 352с.
3. Амоша О.І. Мотивація персоналу підприємства в ринкових умовах: наоч. навч.-метод. матеріали / О.І. Амоша, О.Л. Єськов, Н.Д. Дарченко. – Донецьк: НАН України; Ін-т економіки пром-сті, 2011. – 200с.

Брігер Аліна

студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., доц. Євтухова С.М.

м. Херсон

АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Для кожного підприємства важливим є створення, збереження та зміцнення конкурентних позицій у довгостроковій перспективі, що неможливо здійснити без розробки стратегії розвитку підприємства та її успішного впровадження. Сучасні підприємства, усвідомлюючи важливість стратегічної поведінки на ринку, яка дозволить їм досягти довгострокового успіху і отримати ряд стійких конкурентних переваг у майбутньому в нестабільних і мінливих умовах середовища своєї діяльності, все частіше звертаються до стратегічного аналізу і стратегічного планування [1, с. 117].

Стратегічна позиція підприємства – це його існуюче та бажане у перспективі місце на ринку, яке забезпечує досягнення стратегічних цілей з урахуванням впливу сукупності взаємодіючих факторів зовнішнього та

внутрішнього середовища [1, с.74]. Значення аналізу стратегічної позиції підприємства допомагає зрозуміти: у якому становищі перебуває підприємство зараз; у якому становищі воно повинно бути через певний проміжок часу; які існують шляхи досягнення багатого становища і якими способами його можна досягнути [2, с. 91].

За допомогою аналізу стратегічної позиції підприємства готується комплексний стратегічний план його розвитку, здійснюється науково-обґрунтована всебічна і своєчасна підтримка, прийняття стратегічних управлінських рішень.

Для аналізу стратегічної позиції підприємства на ринку застосовуються спеціальні методи, найбільш розповсюджені з яких — SWOT, PEST, SNW, SPACE, GAP, LOTS, PIMS-аналізи [3, с. 96].

Діагностику стратегічної позиції підприємства нами наведено на прикладі ПрАТ «Чумак», компанії національного рівня, однієї з найбільших підприємств в Україні [4]. Проводячи аналіз стратегічного потенціалу ПрАТ «Чумак» визначено його основні параметри розвитку.

Так, його основними сильними сторонами є: сильна позиція у ринкових сегментах; компанія є жорстким конкурентом на ринку; використання нових технологій у випуску продукції; вихід на зовнішні ринки; відомий бренд; добре вивчений ринок та потреби покупців; стабільно висока якість продукції та диференціації продукції; поширена мережа роздрібу.

У той же час, нами визначені його стратегічні можливості:

- входження у нові ринки (сегменти);
- розширення виробництва для задоволення потреб споживачів;
- швидке зростання ринку.
- можливість руху в бік більш привабливих стратегічних груп;

Відповідно до проведеного економічного аналізу ПрАТ «Чумак», один з найбільших виробників продуктів харчування в Україні, завершило 2015 рік із чистим збитком 336,6 млн. гривень порівняно з 269,8 млн. гривень збитку в 2014 році. Збитки у 2015 році збільшились на 24,7% порівняно з 2014 роком. Прибуток від операційної діяльності збільшився на 15,8%, що становить 3,4 млн. гривень [4]. ПрАТ «Чумак» посідає друге місце, та займає 23,5% ринку. Ця компанія в минулому була лідером ринку кетчупів, проте припустилася кількох стратегічних помилок і втратила це лідерство [5].

Проведений аналіз стратегічної діяльності ПрАТ «Чумак» на основі показників господарської діяльності показав, що підприємство є лідером української плодоовочевої галузі. Компанія має високий попит на продукцію завдяки таким властивостям: якість товарів, відомий бренд, якість сервісу. У той же час, стратегічний потенціал підприємства дозволяє говорити про те, що компанія безпосередньо відслідковує потреби споживачів і намагається їх задовольнити. При виробництві продукції використовується система «just in time», що дозволяє суттєво скоротити час підготовки до виробництва. Велику увагу приділяють створенню власного логістичного центру. Підприємство віддане ідеї постійного розвитку співробітників.

Таким чином, стратегічна позиція проаналізованого підприємства припускає потребу розроблення й впровадження інтегрованої системи управління, основою якої є система аналізу й оцінювання потенціалу, процесів його зміни. Відповідно до його ринкової позиції у конкурентному середовищі, підприємство може скоординувати обрані стратегії своєї поведінки у сучасних умовах господарювання.

Література

1. Бутинець Ф. Ф. Економічний аналіз. Практикум : навч. посібник для студентів вузів / Ф. Бутинець, Є. Мних В., О. Олійник. – Житомир : ЖІТІ, 2000. – 416 с.
2. Василенко В. А. Стратегічне управління. Навч. посіб. для студ. вищих навч. закл / В. Василенко, Т. Ткаченко. – К: ЦУЛ, 2003. – 395 с.
3. Гаркуша Н. М. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті [Текст] : навч. посіб. / Н. Гаркуша, О. Цуканова, О. Горошанська. - К. : Знання, 2011. – 582 с.
4. Офіційний сайт компанії «Чумак» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.chumak.com>
5. Українська правда. Економічна правда [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу:<http://www.epravda.com.ua/news/2015/03/6/532703/>.

Веретьонова Анастасія

Студентка III курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., доцент Мельникова К.В.

м. Херсон

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Ціна і ціноутворення є важливими складовими функціонування ринкового механізму. Перед усіма комерційними і багатьма некомерційними організаціями постає завдання призначення ціни на свої товари та послуги. У зв'язку з цим підготовка фахівців будь-якої сфери діяльності повинна ґрунтуватися на глибоких знаннях процесу ціноутворення та особливостей цінового регулювання..

В умовах сучасної конкуренції на ринку товарів одним із найважливіших питань кожного підприємства є вдосконалення апарату формування ціни на дану продукцію, для успішного його функціонування та задоволення попиту. Система таких рішень являє собою стратегію ціноутворення. Основним завданням якої є одержання максимального прибутку та задоволення потреб споживача.

При утворенні цієї стратегії кожне підприємство повинно поставити перед собою головну мету: одержання максимальної виручки від реалізації продукції, конкурентноспроможність даного товару на ринку чи його рентабельність.

Принцип цільового спрямування цін - необхідність чіткого визначення проблем, які повинні вирішуватися за допомогою цін (наприклад, проблеми соціального захисту населення, орієнтації цін на освоєння прогресивної

продукції - для цього на певний період часу припускається встановлення високих цін з метою отримання монопольного прибутку).

Принцип безперервного процесу ціноутворення - до діючих цін необхідно постійно вносити зміни і доповнення у зв'язку із зняттям з виробництва застарілих товарів і освоєнням нових, зі змінами в податковому законодавстві та ін. З розвитком ринкових відносин і посиленням конкуренції цей процес набуває динамічності.

Принцип єдності процесу ціноутворення і контролю за дотриманням цін - державні органи зобов'язані контролювати встановлення цін перш за все на продукцію підприємств-монополістів (газ, електроенергія, послуги транспорту та ін.). Також держава має проводити контроль за товарами з вільним ціноутворенням, щоб перевірити правильність застосування встановлених законодавством загальних для всіх суб'єктів принципів ціноутворення. Розрізняють два види контролю:

- державний - здійснюється державними органами ціноутворення загального і регіонального рівнів. Крім того, такий контроль можуть проводити державні комітети з торгівлі, якості товарів і захисту прав споживачів при органах торгівлі як у центрі, так і на місцях;

- громадський - той, що здійснюється товариствами споживачів. Так, в Україні діє Закон "Про захист прав споживачів", який делегує товариствам споживачів отримати певні права з питань контролю за цінами.

Принцип зв'язку ціноутворення із загальною політикою підприємства і ринковою кон'юнктурою означає, що будь-яке рішення стосовно встановлення ціни не повинне суперечити ані стратегічній меті, ані тактичним цілям підприємства, а також має враховувати особливості поточного стану ринкового довкілля (поведінки конкурентів та постачальників, запитів споживачів та ін.).

Для більш успішної політики ціноутворення підприємств необхідно зробити наступне :

1. Створити на території ринку збуту свої торговельні представництва для більш успішного просування товару на ринок;
2. Поставити на високий рівень маркетингові дослідження.
3. Освоювати нові більше зроблені методи ціноутворення.

Аналізуючи ціноутворення на підприємствах в сучасних умовах, слід зазначити, що на сьогоднішній день є безліч методів ціноутворення серед яких підприємство може обрати для себе найефективніше і найраціональніше. Основою є те , що ціноутворення — це складний процес встановлення і розробки ціни на товари та послуги, він є дуже серйозним питанням для кожного підприємства. Саме вирішення даних питань, дає змогу ефективно діяти механізму регулювання ціноутворення.

Література

1. Гаркавенко С.С.Маркетинг: Підручник для вузів. - К: Лібра. 1998. - 384с.
2. Гронтовська Г.Е., Косік А.Ф. Мікроекономіка. Практикум: навчальний посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 404 с.
3. З Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. - К.: КНЕУ, 2002. - 360 с.

4. 4.Сідун В.А., Пономарьова Ю.В. Економіка підприємства: Навч. пос. - Київ: Центр навчаль-ної літератури, 2003. - 436 с.
5. 5.Горошко М.Ф., Кулішов В.В. Мікроекономіка: Тести. Ситуації. Задачі / Навчальний посібник. - К.: Ельга, Ніка-Центр, 2003. - 368 с.

Веремєєнко Марина

Студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., доцент Ковальов В. В.

м. Херсон

НОРМУВАННЯ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА

У процесі роботи підприємства необхідно чітко визначити потребу в оборотних коштах. Надлишок оборотних коштів приводить до нагромадження надмірних запасів, послабленню режиму економії і їхньому використанню не за призначенням.

На практиці використовуються два методи визначення потреби в оборотних коштах: прямий і економічний.

Метод прямого розрахунку забезпечує розробку обґрунтованих норм і нормативів на підприємстві з урахуванням впливу різних факторів, зв'язаних з особливостями організації постачань, виробництва і реалізації продукції.

Економічний метод допускає, що розраховані за допомогою прямого методу нормативи на поточний рік, поділяють на дві частини:

- перша включає нормативи оборотних коштів по статтях , розмір яких прямо залежить від обсягу витрат на виробництво (сировина, основні матеріали, покупні напівфабрикати, допоміжні матеріали, тара, незавершене виробництво і готова продукція (виробничий норматив));

- друга включає статті нормованих оборотних коштів розмір яких прямо не залежить від зміни витрат на виробництво (запчастини для ремонту устаткування, малоцінні і швидкозношувані предмети, витрати майбутніх періодів (невиробничий норматив)) [3].

Нормування оборотних коштів - це визначення раціонального розміру оборотних коштів, які необхідні для забезпечення безперервного та нормального функціонування виробництва [4].

Нормування оборотних коштів сприяє:

1. ефективному використанню оборотних коштів на підприємстві;
2. безперервному і безперебійному процесі виробництва;
3. виконанню планів виробництва, реалізації продукції;
4. мінімізації ризику підприємницької діяльності [1].

Нормування оборотних коштів для утворення виробничих запасів здійснюється з метою забезпечення безперервного процесу виробництва і реалізації продукції. Надлишок оборотних коштів призводить до нагромадження надмірних запасів, послабленню режиму економії та їхньому використанню не за призначенням . Недостача оборотних коштів негативно

впливає на ефективність їх використання, так і на ефективність виробництва [2].

Таким чином, оборотні активи, що є основним елементом матеріальної основи процесу виробництва, певним чином впливають на його хід. Якщо виробництво забезпечене в достатній кількості необхідними елементами оборотних активів – воно працює, як правило, ефективно. Ефективно в цьому випадку використовуються й самі оборотні активи.

Література

1. Андреева, Г.І. Економічний аналіз [Текст]: Навч.-метод. посіб. / Г.І. Андреева. - К.: Знання, 2008. - 263 с.
2. Бабич А.М. Формування оптимальної структури оборотних коштів підприємства / А.М. Бабич // Актуальні проблеми економіки (укр.). - 2013. - № 9. - С.12-24.
3. Бандурка, О.М. Фінансова діяльність підприємства [Текст] / О.М. Бандурка, М.Я. Коробів, П.І. Орлів. - К. Либідь, 2012. - 335 с.
4. Болотіна Н. Б. Трудове право України: [підручник] / Н. Б. Болотіна. – 2-ге вид., стер. – К.: Вікар, 2004. – 645 с.

Водяницька Олена

Студентка III курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: доцент Байша К.М.

м. Херсон

КРЕДИТНІ ОПЕРАЦІЇ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЇХ ПРОВЕДЕННЯ

На сьогоднішньому етапі одну з найважливіших ролей у стимулюванні відтворювальних процесів в економіці відіграє банківський кредит як головне джерело забезпечення грошовими ресурсами поточної господарської діяльності підприємств незалежно від форми власності та сфери господарювання.

Кредит (від лат. *creditum* — позика, борг) — одна з найскладніших економічних категорій, характер об'єктивної необхідності якої обумовлений, з одного боку, становищем та розвитком товарно-грошових відносин, з іншого — такою специфікою її прояву, як поворотний рух вартості. Оскільки надання кредиту є специфічною, відокремленою формою грошових відносин, воно має власні особливості, пов'язані з обслуговуванням усього процесу розширеного відтворення та забезпеченням його безперервності [1].

Кредитні операції - це відношення між кредитором і дебітором (позичальником) із приводу наданих (одержання) у тимчасове користування коштів, їхнього повернення й оплати, а кредитні операції комерційних банків – це вже вид активних операцій, пов'язаних із наданням клієнтам позичок. Банки виконують роль фінансових посередників, приймаючи грошові засоби у вкладників і надаючи їх позичальникам, і отримують за це прибуток,

встановлюючи більш високу відсоткову ставку за позики, ніж ту, яку вони виплачують за вкладом. Банки також отримують додатковий дохід від оплати своїх послуг за надання позик, як, наприклад, у випадку надання іпотечної позики.

Основні вихідні положення, на які спирається теорія і практика кредитного процесу відображені у принципах банківського кредитування. Ці вихідні положення обумовлені цілями та завданнями, що стоять перед банками, а також об'єктивними закономірностями розвитку і функціонування кредитних відносин. Кредитний процес вимагає від банків і всіх господарських суб'єктів чіткого дотримання принципів кредитування [2].

Правильна організація банком процесу кредитування та розробка ефективної і гнучкої системи управління кредитними операціями є основою для фінансової стабільності банків, оскільки кредитна політика банку визначає коло основних цілей і завдань банківської діяльності та окреслює конкретні прийоми, способи і методи її реалізації з метою максимізації доходів від здійснення кредитних операцій та досягнення прийняттого рівня ризиків банківської діяльності у сфері кредитування.

Для банків кредитні операції – це найважливіший вид банківської діяльності, що приносить дохід. Разом з тим, надання кредиту пов'язане з кредитним ризиком, тобто неповерненням суми основного боргу та відсотків за нього юридичними та фізичними особами. У зв'язку з цим при організації кредитних операцій зусилля банків спрямовані на те, щоб уникнути або мінімізувати можливі втрати від невиконання зобов'язань клієнтами.

Таким чином, кредитна політика дозволяє з'ясувати підходи конкретного комерційного банку щодо організації та регулювання кредитного процесу. Під організацією кредитного процесу розуміють техніку та технологію кредитування.

В основі організації процесу кредитування є визначення банком свого місця в банківській системі, тобто він повинен конкретизувати свої цілі, завдання та пріоритети, визначити нішу кредитного ринку, стратегію і тактику кредитної діяльності у відповідності із загальною політикою банку.

Кредитна політика банку - це система заходів, спрямованих на реалізацію прийнятих у банку загальних стратегічних і тактичних цілей, що виражається у визначенні банком своїх пріоритетів у сфері кредитування і в організації механізму кредитування [3].

Кредитна політика, як і будь-яка політика, будується на принципах наукової обґрунтованості, оптимальності, ефективності і єдності елементів. Специфіка банківської справи виражається в принципах прибутковості, прибутковості, надійності і безпеки [4].

Важливо зазначити, що кредитна політика підпорядкована загальній стратегії і тактиці банку, її не можна розглядати як самостійну політику: вона повинна узгоджуватися з депозитною, процентною і іншими політиками банку.

У складі підрозділів банку, які уповноважені здійснювати кредитні операції, чільне місце посідають обліково-операційний відділ та головна

бухгалтерія. Їх функція полягає в нагромадженні, обробці, узагальненні та зберіганні інформації щодо проведених банком операцій, у тому числі кредитних. Якість синтетичного і аналітичного обліку позичкових операцій багато в чому зумовлена можливістю своєчасного отримання інформації про розподіл кредитних вкладень за секторами економіки, видами позик та їх забезпеченням щодо окремих позичальників, про рух і погашення кредитів та ін.

Бухгалтерський облік кредитних операцій ґрунтується на загальноприйнятих у міжнародній практиці принципах, зокрема, безперервності діяльності установи банку, стабільності правил бухгалтерського обліку, обережності поділу звітних періодів з урахуванням дати операції, переваги змісту над формою, оцінки активів та пасивів, окремого відображення активів і пасивів [5].

Бухгалтерський (фінансовий) облік кредитів забезпечує своєчасне та повне відображення банківських кредитних операцій та надання користувачам інформації про стан активів і зобов'язань, результати фінансової діяльності та їх зміни. На основі даних фінансового обліку складається фінансова звітність.

Отже, банківський кредит є найпоширенішою формою кредиту, його роль в економіці не переоцініма. Банківське кредитування - це не тільки рух грошових коштів між контрагентами (банком і позичальником), кредитна операція банку - це деяка унікальна технологія, банківський продукт. Зміст кредитної операції характеризує не тільки сутність банківської форми кредиту, а й організація кредитної діяльності в банку, яка, загалом, виражається у сформованій єдиній кредитній культурі. Кредитна культура, як найбільш загальна характеристика існуючої в конкретному банку системи кредитування, передбачає комплексність і системність підходу до організації кредитного процесу.

Література

1. "Банківська справа" під редакцією В.І. Колесникова, Л. П. Кроливецької, М.: Фінанси і статистика, 2010 р.;
2. Челноков В.А. "Банки: Буквар кредитування. Технології банківських позичок. Навколобанківськими ринковий простір ", М.: АТЗТ" Антедор ", 2011 р.;
3. Банківська справа: стратегічне керівництво / За ред. В. Платнова, М. Хігінса. - М.: Консалтбанкпир, 2012.
4. Банківська справа: Учеб. / Под ред. Г.Г. Коробової. - М.: МАУП, 2013.
5. Несторенко М. В. Облік і аналіз кредитних операцій / Несторенко М. В., Андросова О. Ф. // Економічний простір. – 2012. – № 23/2. – С. 172–178.

Гмиря Вікторія
к.е.н., доцент кафедри банківської справи
Черкаського навчально-наукового інституту
ДВНЗ «Університет банківської справи»
м. Черкаси

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ПІДПРИЄМСТВ АПК В ПОСТКРИЗОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Розвиток агробізнесу в Україні характеризується відповідною перебудовою інституційної структури аграрної економіки, що невід’ємно пов’язано із процесами глобалізації. Україна сформувала значний потенціал розвитку агропромислового комплексу, але існує ряд проблем, які суттєво перешкоджають реалізації цього потенціалу.

Оскільки АПК функціонує в складі великої економічної системи, всередині якої вступає в складні економічні, організаційні та інші відносини, тому його розвиток підпорядковується загальним економічним законам.

Економічне зростання, рівень життя населення багато в чому залежать від стану галузей АПК, в першу чергу, від сільського господарства. Сільське господарство займає дуже важливе місце в житті будь-якого суспільства, бо саме тут виробляється переважна маса продуктів харчування, наявність яких є головною умовою продовольчої безпеки та економічної і політичної незалежності країни. Це складна багатofункціональна соціально-економічна система, головна мета якої – виробництво сільськогосподарської сировини для подальшої переробки та продукції для кінцевого споживання. Завдяки цьому забезпечуючи зайнятість населення, сільське господарство виконує і соціальну функцію, створює передумови для поліпшення рівня життя на селі, несе відповідальність за збереження родючості та якості земель, екологію територій, на яких здійснює господарську діяльність. Воно дає більше половини всієї продукції на території України, концентруючи близько 70% його виробничих основних фондів. Сільське господарство складається з двох груп галузей: рослинництво (землеробство) та тваринництво з такими підгалуззями як зернове господарство, кормовиробництво, виробництво, переробна промисловість.

На сьогоднішній день реформа держпідтримки аграріїв є одним з важливих напрямків стратегії розвитку агропромислового комплексу, розробленої Мінагрополітики [1]. Зусиллями міністерства забезпечено державну підтримку на рівні 5,4 млрд грн на 2017 рік. Крім того, обумовлено продовження реалізації програми на здешевлення кредитів для аграріїв, на яку було закладено близько 300 млн. грн. та підтримку фермерських господарства за рахунок кредитних програм на суму близько 65 млн грн.

Водночас, на більшу увагу заслуговує співпраця з дрібними та середніми сільгоспвиробниками. Зокрема, Державна продовольчо-зернова корпорація України в рамках співпраці з фермерами підписала Меморандум про співпрацю з Аграрним Союзом України, виходячи з положень якого пропонує українським

сільгоспвиробникам вигідні та прозорі механізми співпраці, надає можливість доступу до розгалуженої інфраструктури елеваторних потужностей зернової корпорації на взаємовигідних умовах. [1]

Фінансування АПК у 2016 році проводиться з загального фонду Держави та спеціального фонду. Так, з загального фонду державного бюджету згідно з Законом України „Про Державний бюджет України на 2016 рік” (зі змінами) Мінагрополітики передбачені видатки в обсязі 1638,3 млн гривень. Станом на 07.10.2016 Державною казначейською службою України виконавцям бюджетних програм згідно помісячного розпису асигнувань загального фонду Державного бюджету України спрямовано всього – 1079,9 млн гривень, з них на фінансову підтримку заходів в агропромисловому комплексі шляхом здешевлення кредитів - 131,4 млн. гривень. Зі спеціального фонду Державного бюджету Законом України “Про Державний бюджет України на 2016 рік” Мінагрополітики передбачені видатки в обсязі 1879,3 млн. грн., з них на підтримку розвитку підприємств АПК - 1424,6 млн. грн. (76,0 % від загального обсягу). Станом на 07.10.2016 Державною казначейською службою України спрямовано Аграрному фонду України – 17,4 млн. грн.. [2]

Ще одним інструментом державної підтримки аграрного сектору є надання державних гарантій за кредитами та позиками, що залучаються для фінансування інвестиційних проектів у сфері сільського господарства. Такі гарантії, згідно зі ст. 6 Проекту, передбачається надавати в обсязі до 31,68 млрд. грн. для забезпечення виконання боргових зобов'язань суб'єктів господарювання за кредитами, що залучаються для фінансування інвестиційних проектів у сфері сільського господарства. [3]

Державна фінансова політика у сфері АПК України повинна орієнтуватися на побудову фінансово незалежного аграрного сектора економіки. Основними причинами не ефективного використання коштів державного бюджету є недосконалість механізмів отримання і розподілу бюджетних коштів та порушення бюджетної дисципліни при їх застосуванні.

Державна підтримка агропромислового комплексу має бути здійснена за наявності чітких механізмів фінансової підтримки агропромислового комплексу, спрямованих на подолання найбільш важливих бар'єрів розвитку та забезпечувати стимул аграрним виробникам у подальшій діяльності.

Література

1. Пріоритет Мінагрополітики - посилення прямої співпраці з дрібними та середніми сільгоспвиробниками [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.minagro.gov.ua/node/23381>
2. Стан фінансування АПК у 2016 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/node/18701>
3. Що готує Держбюджет 2017 для аграріїв [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua/finansuvannia-apk/6442-scho-gotuie-derzhbiudzhiet-2017-dlia-agrariiv.html>

Гнилянська Ольга
к.е.н., викладач кафедри менеджменту та міжнародного бізнесу
Львівський інститут менеджменту
м.Львів

СТРУКТУРА РИНКУ КОРПОРАТИВНИХ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

Обов'язковою передумовою ефективного функціонування економічної системи є розвиток фінансового ринку, насамперед, сучасного механізму акумулювання й розміщення заощаджень в національній економіці. Результативність перерозподілу заощаджень від тих, хто володіє тимчасово вільними, до тих, хто їх потребує суттєво впливає на економічне зростання. Фінансовий ринок, ж забезпечує перерозподіл фінансових ресурсів з метою їх ефективного використання в економічній системі. Виконання даного завдання покладене, значною мірою, на ринок корпоративних цінних паперів. Ефективне функціонування ринку корпоративних цінних паперів є не лише обов'язковою передумовою сталого розвитку фінансового ринку, але й чинником, який забезпечує зростання реального сектору економіки.

У економічній літературі існують численні підходи до тлумачення терміну «фінансовий ринок» та «фондовий ринок», що спричинено непослідовністю досліджень та відсутністю детального аналізу сутності даних термінів в умовах ринкових відносин.

Отже, фінансовий ринок - це ринок, на якому визначаються попит і пропозиція на різноманітні фінансові інструменти. Фінансові ринки безпосередньо або через фінансових посередників налагоджують зв'язок між інвесторами і позичальниками. Заощадження, що акумулюються банківськими та небанківськими фінансовими організаціями перетворюються на інвестиційні інструменти, які можуть використовуватись для різних цілей.

Прийнято вважати, що ринок цінних паперів є місцем, де відбувається процес купівлі-продажу та перетинаються попит і пропозиція на особливий товар – цінні папери.

Доволі часто поняття «ринок цінних паперів» ототожнюють з терміном «фондовий ринок». Згідно закону України «Про цінні папери та фондовий ринок», «фондовий ринок (ринок цінних паперів) – сукупність учасників фондового ринку та правовідносин між ними щодо розміщення, обігу та обліку цінних паперів і похідних (деривативів)» [1]. Відтак можемо дійти висновку, що законодавець не розділяє визначення фондового ринку та ринку цінних паперів.

В залежності від суб'єктів випуску цінних паперів виділяються три види ринків: ринок державних цінних паперів, ринок корпоративних цінних паперів, ринок цінних паперів фінансово-кредитних установ.

До фінансових інструментів, що знаходяться в обігу на ринку державних цінних паперів належать цінні паперів, що випущені державою та місцевими органами влади (муніципальні цінні папери). Основним призначенням таких фінансових інструментів є, в першу чергу, покриття бюджетного дефіциту, а також реалізація окремих інвестиційних проектів. У цьому й полягає основна відмінність між державними та корпоративними цінними паперами

Відтак, ринок корпоративних цінних паперів можна визначити як частину фінансового ринку, яка становить сукупність фінансово-кредитних інститутів та соціально-економічних відносин щодо акумуляції, розподілу й перерозподілу фінансових ресурсів, які забезпечують задоволення попиту та реалізацію пропозиції на корпоративні цінні папери.

Відмітною характеристикою ринку цінних паперів фінансово-кредитних установ (інвестиційних фондів, страхових компаній, банків, недержавних пенсійних фондів) є те, що отримані від емісії цінних паперів фінансові ресурси потрапляють не в сектор реальної економіки, а до самих учасників фінансових ринків, що відокремлює їх в окремий сегмент ринку цінних паперів.

Отже, «корпоративні цінні папери» — це цінні папери підприємств, об'єднань підприємств, різних форм акціонерних та інших товариств, які засвідчують майнові права й визначають характер економіко-правових взаємовідносин між сторонами та передбачають виконання зобов'язань згідно з умовами розміщення.

До корпоративних цінних паперів відносять: акції (цінний папір, що закріплює права її власника (акціонера) на отримання частини прибутку акціонерного товариства у вигляді дивідендів, на участь в управлінні акціонерним товариством і на частину майна, що залишається після його ліквідації), облігації (емісійний цінний папір, що закріплює право її власника на отримання від емітента облігації в передбачений нею термін її номінальної вартості і зафіксованого у ній відсотка від цієї вартості або іншого майнового еквівалента), векселі (боргове зобов'язання чітко визначеної форми, що дає незаперечне право на одержання зазначеної в ньому суми грошей у термін, який указано у векселі) та товаророзпорядчі цінні папери (специфічна група цінних паперів, яка надають їхньому держателю право розпоряджатися майном, вказаним у цих документах).

Підсумовуючи зазначимо, що розвиток ринку цінних паперів в Україні є вкрай важливим для функціонування національної економіки в цілому, так як будучи місцем перерозподілу фінансових ресурсів, сприяє їх залученню в найперспективніші галузі народного господарства, що, безумовно, сприяє оптимізації структурних зрушень в економіці.

Література

1. Про цінні папери та фондовий ринок: Закон України від 23.02.2006 № 3480-IV [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://rada.gov.ua/>
2. Школьник І. О. Фінансовий ринок України: сучасний стан і перспективи розвитку: Монографія. / І. О. Школьник. – Суми: ВВП «Мрія-1» ЛТД, УАБС НБУ. –2008. – 348 с.

Годящев Максим
асистент кафедри менеджменту і маркетингу
Східноукраїнського національного
університету ім. В. Даля
м. Сєверодонецьк

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ АКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Формування якісної системи ринково-господарських відносин вимагає від підприємств максимально ефективного використання наявних ресурсів та потенціалу, що визначається станом їх ділової активності. Однією з ключових причин низької ділової господарюючих суб'єктів сьогодення є недостатність розуміння її змісту, переваг, а також відсутність результативного управлінського підходу щодо її раціонального регулювання та оптимального використання джерел розвитку.

Питанням розвитку теоретичних аспектів ділової активності присвячені праці таких вчених-економістів, як О. О. Шеремета [4], О. А. Гарасюка [1], О. А. Гринькевич [2], О. О. Заїкіної [3] та ін. Зазначені автори у своїх роботах досліджували проблеми сутності ділової активності та основних її характеристик. У той же час залишається невизначеним інструментарій управління даною економічною категорією, можливість практичної імплементації його на підприємствах.

Відтак, поняття ділової активності можна розглядати як категорію з ринково-орієнтованою направленістю, яка у широкому сенсі означає комплекс зусиль, спрямованих на досягнення високої позиції на ринку товарів, капіталу й праці, а у вузькому – це ефективність виробничо-комерційної діяльності, успішність здійснюваних зусиль, ресурсів, якісний менеджмент.

Головним завданням формування ефективного механізму управління діловою активністю підприємства має бути оптимальність та інтенсивність використання внутрішніх можливостей та резервів підприємства як основоположних джерел розвитку, а також систематичний аналіз визначених факторів зовнішнього середовища, що прямо та опосередковано впливають на здійснення господарського процесу.

Інструментарієм розвитку даного управлінського механізму має стати розробка обґрунтованих, стратегічно спрямованих заходів підприємства щодо активізації використання інноваційного потенціалу, який формується відповідними ресурсами для вирішення конкретних завдань, рекомбінації управлінських рішень та досягнення вартісної мети підприємства.

Досягнення максимальних результатів управління діловою активністю через інноваційний інструментарій можливе шляхом конкретизації відповідних заходів, що мають бути здійснені підприємствами, а саме: підвищення продуктивності наявних процесів та ресурсів; розробка і впровадження адаптивних інновацій; структуризація елементів господарської системи;

переорієнтація на виробництво нового продукту через зміну управлінської концепції. Запропоновані дії нададуть можливість підприємствам здійснювати максимальну інноваційну активність, що забезпечить формування стабільних конкурентних переваг на внутрішньому та зовнішньому ринках, тим самим збільшуючи ділову активність суб'єктів господарювання.

Література

1. Гарасюк О. А. Проблеми щодо сутності поняття «ділова активність підприємства» / О. А. Гарасюк // Вісник КТУ. – 2010. – № 22. – С. 63.
2. Гринькевич О. А. Інформаційно-аналітичне забезпечення управління діловою активністю підприємств / О. А. Гринькевич, Г. І. Кіндрацька // Економічний аналіз. – 2010. – Вип. 6. – С. 215.
3. Заїкіна О. О. Роль показників ділової активності в оцінці управління підприємством / О. О. Заїкіна // Харчова пром-ть. – 2008. – № 7. – С. 144
4. Шеремет О. О. Фінансовий аналіз [Текст] / О. О. Шеремет. – К., 2009. – 128

Годящева Інна

к.э.н., доц. кафедри менеджмента и маркетинга
Восточноукраинского национального
университета им. В. Даля
г. Северодонецк

СОВРЕМЕННАЯ ПАРАДИГМА УПРАВЛЕНИЯ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ

Современные экономико-политические, социальные и интеграционные особенности, которые формируют векторность развития отечественных предприятий, требуют разработки и совершенствования нетрадиционных подходов к организации управления потенциалом субъектов хозяйствования. В частности, актуальными являются теоретико-практические аспекты организационного и экономического механизмов управления потенциалом, что обосновывается необходимостью использования имеющихся резервов и возможностей предприятий в динамично развивающейся конкурентной среде.

Вопросами оценки и управления потенциалом предприятий посвящены работы многих отечественных и зарубежных исследователей-экономистов, а именно: Е. В. Лапина [2, с. 31], который рассматривал характеристики экономического потенциала; О. В. Арефьевой, изучавшей управление потенциалом промышленных предприятий [1, с. 23]; И. П. Отенка, разработавшего условия применения управленческого механизма потенциала для современных предприятий [4, с. 112]; и др. авторов.

Существующие концепции по-разному трактуют понятие «потенциал» предприятия. Наиболее соответствующей современным условиям хозяйствования является подход О. И. Олесюка, который определяет потенциал как ...«максимально возможную совокупность активных и пассивных, явных и скрытых альтернатив (возможностей) качественного развития социально-экономической системы предприятия в конкретной среде с учетом ресурсных, структурно-функциональных, временных, социокультурных и прочих

ограничений» [3, с. 12]. Такой подход позволяет рассматривать категорию потенциала, позиционируя его по разным структурным аспектам, характеризовать по уровню загрузки и производственной эффективности как объекта управления.

Под управлением развитием потенциала и его повышением определяется целенаправленный комплекс мероприятий по принятию качественных управленческих решений, своевременностью их осуществления относительно оценки и реализации существующих ресурсных возможностей организации, с целью повышения ее добавочной стоимости и обеспечения эффективного развития в долгосрочном периоде.

Исходя из вышеприведенного определения, управленческая парадигма развития потенциала предприятия должна содержать несколько основных концептуальных положений:

1. Ценностная ориентация предприятия. Т.е., предприятие должно рассматриваться как единый механизм, генерирующий ценностные возможности в виде различных благ, высококачественной продукции или услуг для заинтересованных сторон.

2. Необходимость рационализации потенциала, которая формируется через систему ресурсного обеспечения, возможностей и перспектив в определенные промежутки времени.

3. Информационное обеспечение управления потенциалом, способное аккумулировать всю необходимую информацию по его состоянию и возможностям развития.

4. Моделирование потенциала, что определяется изучением потенциала как сложной многофункциональной системы через поведенческий анализ его элементов.

5. Оценка реализации потенциала. На этом этапе осуществляется анализ разработанных управленческих мероприятий и степень их реализованности по выбранному вектору.

Таким образом, формирование управленческого подхода по развитию потенциала предприятий обосновывается наличием определенных концептуальных положений, комплексное использование которых позволит создать качественную систему ценностно-ориентационного управления.

Литература

1. Арефьева О. В. Управление потенциалом развития предприятий: Монография. – К.: ГРОТ, 2004. – 200 с.
2. Лапин Е. В. Экономический потенциал предприятия: Монография. – Сумы: Университетская книга, 2002. – 310 с.
3. Олесюк О. І. Управління потенціалом акціонерних товариств: автореф. дис. канд. ек. наук: 08.06.01 / О. І. Олесюк; Київ: нац. економ. ун-т. – К., 2001. – 20 с.
4. Отенко И. П. Стратегическое управление потенциалом предприятия: Монография. – Харьков: ХНЭУ, 2004. – 216 с.

Голишева Ю.О.

студентка V курсу кафедри обліку і аудиту
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
Науковий керівник: к.е.н., викладач Крутько М.А.
м. Харків

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПІВ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Фінансовий менеджмент як система управління фінансами підприємства відіграє велику роль у ринкових перетвореннях. Він є наукою, яка дозволяє відповісти на питання про те, як краще використати власний і позиковий капітал підприємства, як отримати найбільший прибуток при найменшому ризику та як швидше збільшити капітал.

Слід відзначити, що фінансовий менеджмент не обмежується рамками підприємства, а постійно взаємодіє з бюджетом, позабюджетними фондами, страховими організаціями та банками. Також, фінансовий менеджмент перебуває під впливом таких загальних принципів управління, як стимулювання, планування, узгодження окремих елементів, цільова спрямованість, варіативність. Аналіз літературних джерел показав, що серед наукових діячів немає єдиної точки зору на чіткий перелік принципів фінансового менеджменту [1].

До основних принципів фінансового менеджменту належать такі:

1. Орієнтованість на стратегічні цілі розвитку підприємства – це орієнтація на стратегію довгострокового розвитку підприємства, досягнення стратегічної мети, забезпечення стабільного економічного розвитку в перспективі.

2. Плановість і системність у розробленні управлінських рішень – це планування матеріальних і фінансових ресурсів з метою забезпечення їх збалансованості, системність у розробці стратегії і тактики фінансового менеджменту. У даному випадку фінансове планування має внутрішню орієнтацію з застосуванням державного зовнішнього регулювання.

3. Інтегрування із загальною системою управління підприємством. Фінансовий менеджмент тісно взаємодіє з іншими видами функціонального менеджменту, оскільки прийняте управлінське рішення в будь-якій сфері діяльності підприємства впливає на формування грошових потоків і фінансові результати. Відповідно фінансовий менеджмент перебуває під впливом таких загальних принципів управління, як планування, цільова спрямованість, варіативність тощо.

4. Комплексний характер формування управлінських рішень. Фінансовий менеджмент є комплексною системою управління, що забезпечує розробку взаємозалежних управлінських рішень, кожне з яких вносить свою частку в загальну результативність фінансової діяльності підприємства.

5. Високий динамізм фінансового управління, який враховує зміни факторів зовнішнього середовища, ресурсного потенціалу, форм організації фінансової та виробничої діяльності, фінансового стану підприємства, кон'юнктури фінансового ринку.

6. Варіативність підходів до розроблення окремих управлінських рішень полягає у прогнозуванні варіантів фінансового розвитку підприємства, пошуку та обґрунтуванні альтернативних фінансових рішень [2].

Отже, фінансовим менеджментом є система принципів, засобів та форма організації грошових відносин підприємства, яка спрямована на управління його фінансово-господарською діяльністю, до якої входить інформаційне забезпечення (складання і аналіз фінансової звітності підприємства), розроблення і реалізація фінансової політики підприємства, поточне фінансове планування та контроль, оцінка інвестиційних проектів і формування «портфеля» інвестицій.

Таким чином, удосконалення системи врахування принципів фінансового менеджменту в управлінні підприємством постає одним з ключових факторів підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності. Від нього залежить стабільне функціонування, динамічний розвиток, ринкова позиція підприємства тощо. За цих умов необхідною є наукова організація роботи з управління фінансовими ресурсами, яка забезпечить належний рівень прийняття оптимальних управлінських рішень.

Література

1. Фінансовий менеджмент: Інтегрований навчальний посібник (підручник, електронна навчальна система на комп'ютерній дискеті) / [Омельянович Л.О., Хістева О.В., Чайковська О.В., Зерова О.М.]. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. – 209 с.
2. Фінанси : підручник. / за ред. С.І. Юрія, В.М. Федосова. – 2-ге вид. переробл. і доповн. – К. : Знання, 2012. – 687 с.

Головіна Світлана

студентка II курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к. е. н., доцент кафедри економіки підприємства

Мельникова К.В.

ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

На сучасному етапі розвитку економіки інвестиції займають провідне місце серед найважливіших економічних рушіїв, адже інвестиційні процеси нерозривно пов'язані з розвитком національної економіки, а також є благом, яке дозволяє отримати соціальний ефект у майбутньому.

Інвестиція – спосіб розміщення капіталу, який має забезпечити збереження або збільшення вартості капіталу і (або) принести позитивну величину доходу, тобто інвестиція – це обмін сьогоденної вартості на, можливо, невизначену майбутню вартість [1, с. 315].

Сьогодні є дуже поширеним поняття «міжнародний рух капіталу». Однією із форм такого руху є міжнародне інвестування. Міжнародні інвестиції – це форма руху міжнародного фінансового капіталу. Вільні міжнародні капітали (кошти, ресурси) спрямовуються перш за все у ті галузі і регіони світу, де інвестування, їх з'єднання, обіцяє найвищу віддачу.

Міжнародні інвестиції – це широке поняття, що охоплює процес руху, і сполуки матеріальних й фінансових ресурсів із єдиною метою зростання і розвитку економіки.

У 90-ті роки ХХ століття новою сферою операцій транснаціональних корпорацій стали країни з перехідною економікою, зокрема Україна та інші країни СНД. На той час країна мала ряд переваг для залучення інвестицій: економіко-географічне положення, величезні запаси природних ресурсів, відносно великий і зростаючий ринок, наявність факторів виробництва, інфраструктури, розвиненість науки і технологій, достатньо високий рівень освічених людей, тобто людський капітал.

З кожним роком в Україні прослідковується тенденція до погіршення економічної ситуації. Тому розмір іноземних інвестицій зменшується. Наприклад, у 2004 році обсяг прямих іноземних інвестицій складає 6.6 млрд доларів, а у 2015 році – 3.76 млрд доларів. Такі тенденції обумовлені нестабільною ситуацією у державі, спадом економіки, значним рівнем корупції, погіршенням рівня освіти, інфраструктури, екологічні проблеми тощо.

Таблиця.1

Прямі інвестиції (акціонерний капітал)*

(млн.дол. США)

	Надходження прямих іноземних інвестицій в економіку України	Вкладення прямих інвестицій з України в економіку країн світу
2010	5 851,2	679,5
2011	6 033,7	90,9
2012	5 290,7	662,3
2013	5 462,1	127,5
2014	2 451,7	68,0
2015	3 763,7	27,9
2016	4 405,8	20,7

*Складено на основі [2]

Також негативними характеристиками інвестиційного клімату в Україні є такі, як: недосконалість правового поля, політична нестабільність, непередбачуваність і непрозорість державної політики, надмірна фіскальна активність держави, вузькість та неструктурованість внутрішнього ринку, обтяжлива митна політика, низька якість життя.

В Україні відбуваються всебічні економічні перетворення, що потребують залучення довгострокового капіталу стратегічних іноземних інвесторів.

За таблицею 1 можна дійти висновку, що так званий злам відбувся у 2014 році, саме у цей рік обсяг інвестицій був найменшим. До десятки основних країн-інвесторів України на 2016 рік належать: Кіпр, Нідерланди, Німеччина,

Росія, Австрія, Велика Британія, Віргінські острови, Франція, Швейцарія, Італія.

Позитивний інвестиційний клімат сприяє вирішенню соціальних проблем, забезпечує високий рівень зайнятості населення, дозволяє оновлювати виробництво, проводити модернізацію й нарощувати основні фонди підприємств, впроваджувати новітні технології тощо.

Тож, протягом останніх років обсяг ПІІ в економіку України неухильно падає через невирішену проблему корупції і складнощі ведення бізнесу, соціальні, економічні, політичні проблеми.

Сьогодні ми спостерігаємо тенденцію глобалізації світової економіки, тому іноземні інвестиції можуть надати країні такого поштовху, якого вона потребує, через збільшення капіталу у країні, через введення нових технологій, через розвиток освіти, науки тощо. Але для України все ускладнюється тим, що наша держава постійно знаходиться в економічній кризі та соціально-політичній нестабільності. Хоча, незважаючи ні на що, питання залучення іноземних інвестицій є досі актуальним для України. Інвестиції є безперечною запорукою системного розвитку матеріально-технічної бази, соціально-економічного стану, стимулювання конкуренції на ринку, підвищення рівня життя у країні тощо.

Отже, підводячи загальний підсумок, можна сказати, що однією з найбільш важливих проблем сучасної економіки України є відновлення та покращення інвестиційного клімату, який являється основним показником, що привертає увагу потенційних інвесторів. Проблемі поліпшення інвестиційного клімату приділяють багато уваги українські та зарубіжні практики, спеціалісти і вчені-економісти. Для того, аби ситуація змінилася, в Україні потрібно провести заходи, які пом'якшили б інвестиційний клімат і зробили його вигідним та привабливим для іноземних інвесторів. У рамках державної політики України, це питання набуває стратегічної важливості.

Література:

1. Ковальчук І. В. Економіка підприємства: навч. посібник. – К.: Знання, 2008. - 679 с.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

Джура Ганна

студентка V курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., доцент Мельникова К.В.

м. Херсон

СУТЬ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток ринкових відносин в Україні зумовлює необхідність ефективної діяльності підприємств. Тому для того, щоб вижити, підприємствам необхідно правильно організувати діяльність та формування виробничої потужності. [1, с. 320]

Потенціал будь-якого підприємства визначає результати його діяльності за певний період, отже надає власникам можливість зіставити свої очікування із запланованими результатами, оцінка фінансово-економічних показників стає переконливим аргументом доцільності функціонування будь-якого підприємства.

В умовах ринку, для якого характерна нестабільність цілей підприємства однією з першочергових задач керівництва підприємства стає формування й оцінка поточних і перспективних можливостей підприємства, тобто його потенціалу.

Економічний потенціал розглядається як одна із важливіших динамічних характеристик діяльності підприємства, яка одночасно відображає стан підприємства щодо вимог зовнішнього й внутрішнього середовища та використовується для оцінки його роботи.

Формування потенціалу підприємства – це процес ідентифікації та створення спектра підприємницьких можливостей, його структуризації та побудови певних організаційних форм задля стабільного розвитку та ефективного відтворення. [2, с. 115]

Суттєвий вплив на процес формування економічного потенціалу мають чинники мікро-, макросередовища та епізодичні чинники.

Економічний потенціал підприємства представляє собою складну, динамічну систему взаємопов'язаних елементів. [3]

Структура економічного потенціалу підприємства – це відносно стійкий спосіб організації елементів економічного потенціалу, що розкриває його будову, елементний склад, принцип формування й розвитку.

Підприємства різних галузей та масштабів діяльності матимуть різну структуру потенціалу, проте гіпотетично існує певна сукупність взаємопов'язаних базових елементів і відсутність будь-якого з них унеможливорює діяльність підприємства як економічного суб'єкта.

Важливою умовою при формуванні економічного потенціалу підприємства є врахування його загального стану і особливостей етапу функціонування. Тому доцільним є виокремлення й дослідження такого поняття, як «стадії життєвого циклу підприємства», що суттєво впливає на процес формування потенціалу та визначення його оптимальної структури.

Оцінка економічного потенціалу здійснюється за допомогою таких принципів як: принцип системності, принцип узгодженості, принцип варіантності, принцип оптимальності, принцип комплексності, принцип адекватності, принцип ефективності.

Сьогодні в Україні існує ряд проблем, що гальмують процес формування, впровадження, управління та оцінки потенціалу на підприємстві.

Серед них можна виокремити наступні: відсутність визначеного єдиного чіткого механізму управління інноваційним розвитком підприємств; поступове зниження кількісних і якісних характеристик трудового потенціалу, деформація попиту та пропозиції кваліфікованих кадрів на ринку робочої сили; низький рівень іноземного інвестування в розвиток

економіки країни через її внутрішню нестабільність та відсутність законодавства, яке б захищало інтереси інвестора від свавілля місцевих чиновників та рейдерських атак.

Для вирішення проблем, що постали сьогодні на підприємстві, пов'язані з економічним потенціалом, існує ряд чинників подолання цих негараздів.

Першу категорію становлять кількісні чинники (загальний фінансовий результат; період окупності).

До другої категорії належать чинники, вплив яких може бути оцінений кількісно лише частково (параметри державного регулювання; параметри маркетингового середовища).

І останню категорію становлять якісні чинники (параметри системи управління потенціалом; параметри комплексу взаємопов'язаних факторів.)

Вирішення проблеми формування потенціалу підприємства в подальшому значно вплине на подолання негативних явищ ринкових відносин, тому кожному суб'єкту господарювання необхідно знати і розуміти теоретичні основи, закономірності процесу формування, структуру, джерела зростання, методи оцінювання й напрями ефективного використання такого потенціалу. [4, С. 163 – 170]

Література

1. Бойчик І.М. Економіка підприємства: Навч. посібник/ І.М. Бойчик. – К.: Атіка, 2006. – 528 с.
2. Гавва В.Н. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: Навч. посібник / В.Н.Гавва, Е.А. Божко. – К.: ЦНЛ, 2004. – 224 с.
3. Економічний потенціал – його сутність і значення [Електронний ресурс].- Режим доступу: http://pidruchniki.com/1263111362980/rps/ekonomichniy_potentsial_yogo_sutnis_t_znachennya
4. Козинський С. Проблеми реалізації економічного потенціалу України / С. Козинський //Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2005. – № 2. – С. 163-170

Ємець Олена

студентка III курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н, доцент Мельникова К.В

м. Херсон

УПРАВЛІННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА НА СУЧАСНИХ ЕТАПАХ

Цінова політика – комплекс заходів щодо визначення цін, цінової стратегії і тактики, умов оплати, варіювання цінами залежно від позиції на ринку, стратегічних і тактичних цілей фірми [2]. Перш ніж формувати цінову стратегію, підприємство повинно зібрати та ретельно проаналізувати інформацію про витрати, покупців, конкурентів.

Ефективна цінова стратегія компанії повинна являти собою більш ніж реакцію у відповідь на зміну ринкових умов. Будь-яке цінове рішення повинно відображати насамперед фундаментальну цінову стратегію, по-друге,

сегментацію ринку, по-третє, еластичність ринку, рівень витрат, потенціал конкурента. Необхідно підкреслити, що цінові стратегії є ефективнішими для нових учасників ринків, ніж для великих компаній, присутніх на ринку давно.

Цінова політика об'єднує в собі як стратегічні, так і тактичні аспекти і в найбільш загальному вигляді може бути визначена як діяльність керівництва підприємства із встановлення, підтримки і змінення цін на продукцію, яку здійснюють у руслі загальної стратегії підприємства і спрямовують на досягнення його завдань. Стратегічні аспекти цінової політики охоплюють договірні заходи зі встановлення і змінення цін, які спрямовані на врегулювання діяльності всієї виробничої і товаропровідної мережі підприємства, і підтримку конкурентоспроможності продукції і послуг у співвідношенні зі завданнями загальної стратегії фірми.

Сучасні умови характеризуються підвищенням актуальності питань теоретичного і прикладного характеру, пов'язаних із використанням концепції маркетингового менеджменту [6, с.25].

Однією з основних проблем в галузі цінової політики вітчизняних підприємств є недосконалість її інформаційного забезпечення. Водночас, систематичний збір і аналіз інформації виступають необхідною умовою прийняття оптимальних рішень з цін [5]. Так, Л. В. Балабанова вважає, що «... виробити добре цінове рішення можливо тільки за умови врахування всіх чотирьох категорій суттєво важливих даних: про витрати, про покупців, про конкурентів і про урядову політику» [1]. Даний підхід є найбільш поширеним.

На думку Н. Е. Васильєвої, Л. І. Козлової, при прийнятті рішень щодо встановлення цін необхідно аналізувати такі види інформації: про ринок у цілому, про конкуренцію на ринку, про ціни, про урядову політику, про виробництво і витрати, про обсяги збуту товарів і прибутку. Негативним моментом викладеного підходу є ігнорування такого важливого в сучасних умовах виду інформації, як інформація про покупців. Інформаційне забезпечення процесу ціноутворення в підприємстві можна визначити як систему збору та обробки даних, що дозволяють проаналізувати вплив факторів цінової політики і прийняти обґрунтоване цінове рішення [4, с.46].

Отже, визначення цінової політики є однією з найважливіших завдань, що стоять перед будь-яким підприємством. Дослідження даної теми є необхідним для підприємств безпосередньо й в Україні, у часи економічної та політичної кризи. 4б процес поетапного формування ціни є першим кроком до ефективності цінової політики підприємства. Важливим етапом ціноутворення є формування завдань і цілей цінової політики, що ставить перед собою підприємство, адже вибір методу утворення цін, в першу чергу, залежить від поставлених цілей цінової політики підприємства.

Література

1. Балабанова Л. В. Цінова політика торгівельного підприємства /Л. В. Балабанова. – К. : Професіонал, 2004. – 155 с.
2. Герасименко В. В. Ценовая политика фирмы / В. В. Герасименко. – М. : Финстатинформ, 1995. – 192 с.
3. Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика / С. І. Дугіна. – К. : КНЕУ, 2002.

4. Корінев В. Л. Тактичне спрямування цінової політики / В. Л. Корінев // Маркетинг в Україні. – 2004. – № 1. – С. 45-48.
5. Редченко К. І. Ціноутворення в сучасних умовах / К. І. Редченко // Наук. вісн. – НЛТУУ. – 2009. – Вип. 19.4. – С. 222.
6. Романенко Л. Ф. Роль цінової політики в маркетинговій діяльності підприємства / Л. Ф. Романенко // Стратегія розвитку України. – 2004. – № 1-2. – С. 22-27.

Досенко Валерія

студентка III курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н. доцент Мельникова К. В.

м.Херсон

МАЛІ ПІДПРИЄМСТВА: ПЕРЕВАГИ, НЕДОЛІКИ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Протягом довгого історичного періоду економісти, історики й політичні діячі всіляко занижували роль малого бізнесу в економіці. Окрім того, незважаючи на внесок працівників малих підприємств у розвиток суспільства, донедавна до них ставилися без належної поваги. Хоча еволюція вільної ринкової економіки створила чимало можливостей для всіх видів підприємницької діяльності, спочатку малий бізнес не мав особливих переваг. Але прогресивні політики усвідомили, що ринкова економіка сприятиме конкурентоспроможності вітчизняних виробників, матиме вирішальний вплив на всю економіку, хоча, водночас, висловлювали побоювання щодо закриття державних підприємств і втрати робочих місць через банкрутство неприбуткових підприємств.

В таких країнах, як Польща, Словенія, Чехія та Угорщина швидко запровадили ряд реформ для створення вільної ринкової економіки. Після появи позитивних результатів лібералізації у прогресивніших сусідів поступово змінювалось ставлення до лібералізації з боку консервативних політиків і населення інших колишніх соцкраїн. Економічний прогрес у цих країнах дає підстави для висновку про те, що його поступ значною мірою був забезпечений створенням малого бізнесу. Актуальність даної теми визначається не лише через існування різних думок щодо недоліків, труднощів, механізмів та перспектив розвитку малого підприємництва в Україні, але й через ряд новітніх реалій в економіці країни в цілому, особливості інтеграційних та інвестиційних процесів.

Основними завданнями, які випливають з мети роботи, є:

- уточнення суті економічної категорії "мале підприємство";
- аналіз факторів формування та розвитку малих підприємств в перехідний період;
- вивчення досвіду розвитку малих підприємств в країнах з розвинутою ринковою економікою;

- аналіз функціонування малих підприємств у Волинській та Херсонській областях;

- аналіз проблем функціонування малих підприємств;

- визначення шляхів забезпечення позитивного розвитку та форм державної та регіональної підтримки малого підприємництва в Україні.

При визначенні малого підприємства можуть використовуватись кількісні та якісні критерії.

До якісних критеріїв відносять: висока організаційно- функціональна гнучкість, високий рівень конкуренції, простота організації на основі без цехової структури, поєднання в одній особі кількох виробничо- управлінських функцій, переважна орієнтація на місцеві джерела сировини і ринки збуту продукції, обмеженість грошових і матеріальних ресурсів, потреба у розумній підтримці державою і великим бізнесом.

До кількісних критеріїв відносять: кількість працівників, оборот (обсяг) продаж, величину активів, кількість філій або підрозділів, частку фірми на ринку, сукупний капітал фірми. Суб'єктами малого підприємництва є: фізичні особи, зареєстровані у встановленому законом порядку як суб'єкти підприємницької діяльності; юридичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний період не перевищує 50 осіб та обсяг річного валового доходу не перевищує 1 млн. грн. Середньооблікова чисельність працюючих визначається з урахуванням усіх працівників, у тому числі тих, що працюють за договорами та за сумісництвом, а також працівників представництв, філій, відділень та інших відокремлених підрозділів [2, с.29-30]. Дрібний бізнес відіграє важливу роль в економіці країни. Він:

- забезпечує необхідну мобільність в умовах ринку, створює глибоку спеціалізацію й кооперацію, без яких немислима його висока ефективність;

- здатний не тільки швидко заповнювати ніші, що утворюються в споживчій сфері, але й порівняно швидко окупатися;

- здатний створювати атмосферу конкуренції;

- створює те середовище й дух підприємництва, без яких ринкова економіка неможлива [3, с.112-114].

Малі підприємства відіграють помітну роль у зайнятості, виробництві окремих товарів, дослідницьких і науково-виробничих розробках. Малі підприємства відіграють значну роль у технологічних нововведеннях. Успіх малого бізнесу в цій області можна пояснити наступними причинами. Поглиблення спеціалізації в наукових розробках привело до того, що в багатьох випадках невеликі фірми йдуть по більш простому або ризикованому шляху, працюють у безперспективних галузях. Дрібні фірми також охоче беруться за освоєння оригінальних нововведень, оскільки при випуску принципово нового виробу знижується значення великих лабораторій з устояними напрямками досліджень. До того ж малі фірми прагнуть якомога швидше налагодити масове виробництво. Тим самим, значення розробок, проведених дрібними

підприємствами, досить важливо, насамперед з погляду розширення ринку пропонуваних товарів і послуг, що у свою чергу активно стимулює процес виробництва з метою найбільш швидкого задоволення (знову породженого) попиту, мотивованого розробками, проведеними фірмами малого підприємництва.

Література

1. Плоткін Я.Д. Підприємцю про підприємництво: Навчальний посібник. - Львів: "Альтаїр", 2003, - 234 с
2. Мале підприємництво в Україні. Збірник нормативно-правових актів / За ред. О.В.Кужель, А.К.Кінаха, В.В.Костицького. - К.: Інститут законодавчих передбачень і правової експертизи, 1999. - 190 с.
3. Кузьмін О.Є. Малі форми підприємництва: Навчальний посібник. - Львів: "Центр Європи", 1999. - 274 с.

Дубовик Світлана

к.е.н., доцент

Сумський національний аграрний університет

м. Суми

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СІЛЬСЬКОЇ ТЕРИТОРІЇ

Соціально-економічна ситуація України вимагає якнайскорішого виходу з системної кризи та розв'язання соціальних проблем українського суспільства основу яких складають піднесення рівня та якості життя населення країни, в тому числі сільських територій, підвищення його загального добробуту та збагачення духовно-моральними цінностями.

В соціально-економічному житті України сільські території займають особливе місце. На них проживає третина населення нашої держави і припадає 90% її площі. Але на сьогодні проблема невідповідності рівня розвитку українського аграрного сектору та сільських територій загальному світовому рівню й стандартам країн ЄС, поки що залишається нерозв'язаною. Все це зумовлює необхідність пошуку адекватних інструментів підвищення ефективності функціонування аграрного сектору на основі забезпечення сталого розвитку сільських територій.

Управлінський аспект розвитку сільських територій завдяки розробкам представників різних наукових шкіл та галузей виокремився у самостійний науковий напрям. Значний внесок у наукову розробку та розв'язання зазначеної проблеми зробили представники вітчизняної економічної науки.

Обґрунтуванню концептуальних засад розвитку сільського сектору присвячено праці відомих українських економістів О. М. Бородіної, О. М. Онищенко, М. К. Орлатого, І. В. Прокопи, П. Т. Саблука, Л. О. Шепотько, В. В. Юрчишина та ін.

Питання стратегії розвитку аграрного сектору економіки у постіндустріальний період висвітлені у працях В. Г. Андрійчука, В. М. Гейця, Б. М. Данилишина, Б. Й. Пасхавера, С. Коломийчука, А. В. Лісового, М. Ф. Кропивка.

Означена спрямованість дослідження управління розвитком сільських територій зумовлена необхідністю обґрунтування їх ролі у прискоренні процесу трансформації українського суспільства.

Дослідження теоретичних основ та практичних аспектів управління розвитком сільської території проводилося на прикладі Клишківської сільської ради Шосткинського району Сумської області.

Визначальна мета сільського розвитку – це скорочення масштабів бідності, підвищення рівня життя у сільській місцевості, поліпшення стану здоров'я, розвиток, який збалансований в екологічному, соціальному та економічному аспектах.

До основних проблем соціально-економічного характеру сільської території Клишківської сільської ради слід віднести наступні: високий рівень безробіття; посилення міграції сільського населення; скорочення мережі закладів соціально-культурного призначення; зношеність та застарілість матеріально-технічної бази соціально-культурного призначення; нестача ресурсів для збереження та відтворення виробничого потенціалу села; скорочення природного приросту сільського населення; неякісне і невчасне медичне обслуговування; повна або часткова відсутність побутового обслуговування; недостатній рівень торгового обслуговування, як за якісними, так і за кількісними показниками; зниження обсягів житлового будівництва.

Розвиток сільських територій Клишківської сільської ради характеризується відсутністю належного дорожньо-транспортного сполучення, достатньої кількості об'єктів ринкової, фінансової, підприємницької, інноваційної, соціальної, побутової, комунікаційної та культурної інфраструктури. Її несформованість перешкоджає розвитку підприємницької діяльності, створенню міжгосподарських кластерів та поглиблює периферійний характер розвитку сільських територій.

Сільське населення позбавлене можливості отримання якісних соціальних, побутових, освітніх, медичних і культурних послуг, які переважно надаються в містах і районних центрах.

Необхідними умовами розвитку сільських територій в Україні повинно стати: на нашу думку, створення сприятливих умов для формування стабільної економіки сільської родини; перекваліфікація селян, за умови спеціальних програм, через скорочення осіб, що задіяні в сільському господарстві; підвищення рівня суспільної інфраструктури; формування справжньої, міцної територіальної громади; селяни мають бути рушійною силою у розбудові сільської місцевості; важливість підтримки з боку районних і обласних структур; пошук джерел фінансування, а також залучення власних коштів.

Для забезпечення розвитку сільської території Клишківської сільської ради необхідно розробити заходи за такими напрямками:

1. підвищення якості життя сільського населення;
2. забезпечення охорони та збереження природних ресурсів у сільській місцевості;
3. диверсифікація та розвиток сільської економіки;

4. удосконалення системи управління сільськими територіями;
5. розвиток освіти та інформаційно-консультаційного забезпечення.

Вважаємо, що в результаті реалізації запропонованих заходів відбудеться зростання чисельності сільського населення; підвищення соціальних стандартів; збільшення кількості зайнятого сільського населення; збільшення частки доходів сільських домогосподарств від провадження підприємницької діяльності та самозайнятості; покращення екологічного стану сільської території.

Єщенко Марина

асистент

Донбаської національної академії будівництва і архітектури
м. Краматорськ

ДЖЕРЕЛО ТРУДОВОГО ПРАВА - ВНУТРІШНІЙ ТРУДОВИЙ РОЗПОРЯДОК

На сьогодні однією з тих галузей вітчизняного права, що найбільш динамічно розвиваються, є трудове право. Воно відіграє визначальну роль у соціальних перетвореннях, які відбуваються в Україні.

Реформування трудового законодавства спрямована на приведення його у відповідність з Конституцією України з урахуванням загальноєвропейських принципів і норм міжнародного права, а також нових соціально-економічних реалій, в яких функціонує сучасний ринок праці. Важливе значення для розвитку ефективних механізмів регулювання соціально-трудових відносин має вдосконалення системи соціально-партнерських урік і локальних нормативно-правових актів. До цього часу залишаються спірними проблеми визначення поняття "джерела трудового права", роль і значення судової практики у формуванні вітчизняного трудового законодавства.

Розглянуто питання правового регулювання внутрішнього трудового розпорядку. Згідно з вимогами частини 1 статті 21 Кзпп України визначено, що трудовий договір є угода між працівником і власником підприємства, установи, організації або уповноваженим ним органом чи фізичною особою, за якою працівник зобов'язується виконувати роботу, визначену цією угодою, з підляганням внутрішньому трудовому розпорядкові, а власник підприємства, установи, організації або уповноважений ним орган чи фізична особа зобов'язується виплачувати працівникові заробітну плату і забезпечувати умови праці, необхідні для виконання роботи, передбачені законодавством про працю, колективним договором і угодою сторін [2]. Ми бачимо, що в Кзпп зазначено тим самим важливість внутрішнього трудового розпорядку для виникнення, так і для існування та припинення трудових відносин. Принцип оптимального поєднання централізованого і локального правового регулювання є однією з важливих засад функціонування трудового права в системі права України [8, с. 50-51].

Розглядаючи співвідношення централізованого і локального правового регулювання суспільних відносин, Р. В. Кондратьєв зазначає, що «норми загального значення, які розраховані на їх наступну конкретизацію, і локальні норми як результат конкретизації - це складові частини ... галузі права»[3, С. 43-44]. Інший вчений, В. М. Смирнов, дослідивши наукові розробки з проблем правового регулювання внутрішнього трудового розпорядку і дисципліни праці, згрупував їх у два напрямки. Він вважав, що вчені чи не сприймали внутрішній трудовий розпорядок як самостійне соціальне і правове явище і ототожнювали його з правилами внутрішнього трудового розпорядку, тобто з нормативним правовим актом, або ж в цілому внутрішньому трудовому розпорядку, як правового явища, вони не надавали особливого значення [7, с. 18].

Суспільними відносинами локального характеру є відносини, зумовлені взаємними зобов'язаннями сторін трудового договору і полягають у дотриманні прав і обов'язків кожного з учасників цих відносин, а також відносин режиму робочого часу, стимулювання праці, дотримання трудової дисципліни та ін [1, С. 368-372].

Визнаючи таким чином внутрішній трудовий розпорядок як об'єкт правового регулювання, відзначимо, що мова йде про суспільно-трудові відносини, які виникають безпосередньо у результаті здійснення працівниками своїх трудових функцій за участю і під керівництвом роботодавця і полягають у забезпеченні належного стимулювання праці, раціонального використання робочого часу і дотримання трудової дисципліни. [6, С. 112-120].

Література

1. Голобородько В.О. Внутрішній трудовий розпорядок: поєднання централізованого та локального правового регулювання / В.О. Голобородько // Держава і право. — 2011. — №51. — С. 368—372.
2. Кодекс законів про працю : за станом на 1 лютого 2016 р. / Верховна Рада України. — Режим доступу: http://kodeksy.com.ua/kodeks_zakoniv_pro_pratsyu_ukraini/statja-21.htm
3. Кондратьєв Р. И. Сочетание централизованного и локального правового регулирования трудовых отношений / Р. И. Кондратьев. — Львов : Изд-во Львов. ун-та, 1977. — 151 с.; Кондратьєв Р.И. Локальные нормы трудового права и материальное стимулирование / Р. И. Кондратьев. — Львов : Вища шк., 1973. — 160 с.
4. Панасюк О. Про «внутрішній трудовий розпорядок» як категорію трудового права / О.Панасюк // Право України. — 2005. — № 4. — С. 100-104.
5. Пилипенко П.Д. Внутрішній трудовий розпорядок як об'єкт правового регулювання / П.Д.Пилипенко // Науковий юридичний журнал. — 2011. — № 2/2011. — С. 112—120.
6. Прокопенко В.І. Трудове право України: підручник. Видання третє, перероб. та доповн. — Х.: Консум, 2002. — С. 442.
7. Смирнов В.Н. Внутренний трудовой распорядок на предприятии. — Л. : Изд-во ЛГУ, 1980. — С. 18.

Жебко Галина

студентка IV курсу обліково-економічного факультету
Одеський національний економічний університет
Науковий керівник: к.е.н., доцент Волкова Н. А.
м. Одеса

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Сталий розвиток підприємства зумовлений здатністю керівництва приймати оптимальні рішення, а для цього йому необхідна ефективна інформаційна основа. Обліково-аналітичне забезпечення сталого розвитку підприємства передбачає реалізацію таких його функцій, як облік, аналіз і аудит.

Значний внесок у дослідження проблеми аналітичного забезпечення процесу управління зробили такі вчені: Бондар М.І., Буряк П.Ю., Ф. Бутинець, Г. Кірейцев, Я. Крупка, Л. Гнилицька, О. Гудзинський, , М. Пушкар, , В. Самочкін, М. Чумаченко та інші.

Основою обліково-аналітичного забезпечення є інформація, тобто сукупність відомостей про внутрішнє і зовнішнє середовище підприємства, яку використовують для оцінки й аналізу економічних явищ та процесів для розроблення і прийняття управлінських рішень.

Аналітичне забезпечення прийняття управлінських рішень — це комплекс аналітичних методів, способів, прийомів, практичне використання яких дозволяє оперативно розробляти та приймати результати управлінські рішення за рахунок своєчасного виявлення, вимірювання та нейтралізації негативної дії чинників внутрішнього та зовнішнього середовища з метою підвищення його конкурентоспроможності.

Серед загальнонаукових прийомів економічного аналізу, є спостереження, аналіз і синтез, індукція і дедукція, аналогія та порівняння, логічне рішення і експеримент, узагальнення і обмеження, абстрагування, перехід від абстрактного до конкретного, моделювання[1,с.44].

Аналітичне забезпечення підприємства здійснюється за допомогою таких прийомів економічного аналізу як абстрактно-логічних(якісних) та кількісних прийомів. Кількісні показники отримують в результаті безпосереднього сумування абсолютних величин, внаслідок чого вони вважаються вихідними, первинними. Кількісні показники поділяються на описові та аналітичні. Описові, або економіко логічні, у свою чергу поділяються на методи загального аналізу (абсолютні величини, середні величини, відносні величини, ряди динаміки, графічні методи, групування і зведення, порівняння, деталізації) та прийоми детермінованого аналізу (індексний, балансовий, ланцюгових підстановок, абсолютних різниць, інтегральний, логарифмічний, простого додавання нерозкладного залишку, метод зважених кінцевих різниць, спосіб відносних різниць, спосіб пропорційного поділу). Аналітичні (економіко-

математичні) прийоми включають прийоми стохастичного аналізу та прийоми оптимізації. Стохастичний аналіз (кореляційний) використовується для вивчення стохастичних залежностей між явищами і процесами господарської діяльності і включає в себе такі прийоми, як аналітичні групування, кореляційно - регресивний метод, дисперсійний аналіз, компонентний аналіз. Прийоми оптимізації показників застосовуються для побудови та якісного аналізу складних макромоделей розвитку економіки та її галузей, схем прогнозу поведінки економічної системи та врахування соціально-економічних факторів, виробництва, споживання та обміну, моделей ціноутворення, інноваційних тощо та включають в себе такі прийоми, як прийоми лінійного програмування, аналітичне програмування, теорія ігор, теорія масового обслуговування, інші математичні методи[2].

Якісні виражають витрати якогось ресурсу на одиницю продукції, тому їх безпосереднє сумування не має сенсу. Якісний аналіз повинен не тільки передувати кількісному, він виступає також критерієм справедливості результатів, отриманих на кожній конкретній стадії вивчення причинно-наслідкових зв'язків. Якісний аналіз допомагає виділити з низки взаємопов'язаних показників такі, що в даному конкретному випадку змінюються незалежно від інших – факторні, і такі, величину яких обумовлюють зміни факторних показників – результативні або залежні. [1, с. 44]. До якісних прийомів належать такі прийоми: наукова абстракція, аналіз, синтез, індукція, індукція, аналогія, логіка, системний підхід, комплексний підхід, евристичні прийоми[2].

Інформаційна база аналізу виробничо-фінансової діяльності підприємства повинна передбачати системний характер з виділенням певних підсистем, що допомагають центральній системі накопичувати необхідну і достатню інформацію для вироблення стратегії розвитку підприємства і прийняття ефективних управлінських рішень адміністрацією підприємства [3].

Отже, можна зробити висновок, що метою економічного аналізу являється сприяння виконання планів підприємства та його підрозділів, розвиток та поліпшення економічної роботи за допомогою використання прийомів економічного аналізу у підготовці проектів оптимальних управлінських рішень[4]. Вдосконалення обліково-аналітичного забезпечення підприємств – необхідна умова прийняття обґрунтованих стратегічних управлінських рішень, спрямованих на реалізацію стратегії розвитку й одання їй сталого характеру.

Література

1. Організація та методика економічного аналізу / [Л. О. Бойко, Р. М. Волчек, Н. А. Волкова та ін.]. – Одеса: Навчальний посібник для бакалаврів всіх напрямків підготовки, 2010. – 351 с. – (ОДЕУ).
2. Вецепура Н. В. Організація і методика економічного аналізу / Н. В. Вецепура. – Донецьк: ДонУЕП, 2010. – 280 с. – (Перша частина).
3. Пуцентейло П. Р. Аналітичне забезпечення діяльності підприємства / П. Р. Пуцентейло. // Міжнародний науково-виробничий журнал. – 2015. – С. 168.

Кардаш Микола

Студента III курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., доцент Ковалев В.В.

м.Херсон

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ І ЗАВДАННЯ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ

Кожне підприємство, починаючи свою діяльність, зобов'язане чітко уявляти перспективну потребу у фінансових, трудових і матеріальних ресурсах та джерела їхнього одержання, що зумовлює необхідність фінансового планування.

Фінансове планування - це процес визначення обсягів надходжень відповідних видів фінансових ресурсів (прибутку, амортизації тощо) і їх розподіл за напрямками використання в плановому році.

Партін Г.О і Завгородній А.Г. стверджують, що "... фінансове планування - це розроблення системи фінансових планів за окремими напрямками фінансової діяльності підприємства, які забезпечують реалізацію його фінансової стратегії у плановому періоді" [14, с.132].

На думку Сіренко Н.М., фінансове планування – діяльність, пов'язана з управлінням фінансами та спрямована на забезпечення стійкого фінансового стану і підвищення рентабельності підприємства. Об'єктом фінансового планування виступають фінансові ресурси, що утворюються в процесі розподілу і перерозподілу валового внутрішнього продукту [15, с.214].

До основних завдань фінансового планування на підприємстві відносять:

1. Визначення джерел та обсягів фінансових ресурсів відповідно до потреб підприємства.
2. Виявлення резервів збільшення фінансових ресурсів.
3. Виявлення шляхів найбільш раціонального вкладення капіталу та його ефективного використання.
4. Збільшення прибутку за рахунок економного витрачання коштів.
5. Раціональний розподіл отриманих доходів і накопичень за каналами їхнього використання.
6. Здійснення фінансового контролю за формуванням та використанням фінансових ресурсів і грошових коштів. [3].

Важливість фінансового планування для великих підприємств не викликає сумніву. Більшість з них силами власної планово-фінансової служби та залучених зовнішніх фахівців здійснюють фінансове планування, фінансовий аналіз та розробляють необхідні прогнозні фінансові моделі. Тоді як складнішим залишається розробка фінансових планів для малих і середніх підприємств, де всі завдання щодо фінансового аналізу та фінансового планування вирішує бухгалтер чи директор відповідно до їх компетенції.

Дослідження проблем фінансового планування свідчить, що разом із зростанням розміру малих підприємств і переходом їх у статус середніх зростає потреба у фінансовому аналізі та обґрунтованому фінансовому плануванні. Для ефективної діяльності малих і середніх підприємницьких структур основою має стати фінансовий аналіз та фінансове планування. Разом з тим для малих підприємств фінансове планування є більш актуальним, ніж фінансовий аналіз, в той час як для середніх підприємств пріоритетним є фінансовий аналіз.

Для малих підприємств значною потребою є прогнозування грошових потоків, оскільки тільки стабільність надходження виручки та правильність визначення їх витрат виступають гарантом їх безперервної діяльності. При наданні переваг фінансовому плануванню вагоме значення має також специфіка діяльності (виробничих, торговельних та інших малих і середніх підприємств).

Найважливішою проблемою у сфері фінансового планування є забезпечення обґрунтованості розробки фінансового плану, його реальності. Це залежить значною мірою від достовірності даних щодо збуту, дебіторської заборгованості та строків її погашення, потреб у фінансуванні, налагодженої роботи підрозділів, задіяних у складанні фінансового плану, та оперативності його розробки.

В сучасних умовах зв'язок фінансового і виробничого планування ще більш посилюється, оскільки такі найважливіші показники, як реалізація продукції в грошовому виразі і прибуток, визначають можливості успішного розвитку підприємства, що, в свою чергу, підвищує роль фінансових планів.

Література

1. Партій Г.О. Фінанси підприємства: навч. посіб. / Г. О. Партій, А. Г. Загородній. — Л. : ЛБІНБУ, 2003. — 132 с.
2. Сіренко Н.М. Фінансове планування - складова сталого розвитку підприємства / Н.М. Сіренко, А.В. Бурковська, О.О. Бузнік // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. - 2011. - Вип. 3, Т.2. - С. 214 - 217.
3. Білик М. Бюджетування у системі фінансового планування// Фінанси України. - 2003. - № 3. - С.97-109
4. Білик М. Д. Фінансове планування на підприємстві в сучасних умовах// Фінанси України. - 2006. - № 4. - С.133-141

Ковальов Віталій

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства
Херсонський державний університет
м. Херсон

ПРОЦЕС ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Процес ефективного управління підприємством є важливим фактором діяльності будь-якого господарюючого суб'єкта.

На сьогодні не існує системного тлумачення поняття економічного управління підприємством.

Так А. Гончаров та Н. Олейнікова [2] визначають "економічне управління підприємством" як науку управління підприємством, спрямовану на досягнення його стратегічних і тактичних цілей, яка обумовлена потребами сучасного етапу розвитку ринкової економіки.

А. Большаков розглядає управління як "процес розподілу й руху ресурсів в організації з наперед заданою метою, за наперед розробленим планом і з безперервним контролем за результатами діяльності" [1, с. 14].

Л. Дядечко [3] трактує економічне управління підприємством як перспективне (стратегічне), поточне та оперативне планування, а також організацію і контроль за виконанням планів.

Л. Мясоєдова, Е. Хабибулліна [5] трактують економічне управління підприємством як вид управлінської діяльності, який базується на економічному мисленні та спрямований на вирішення економічних завдань шляхом використання економічних методів управління на основі економічної інформації.

Сфера економічного управління підприємством розглядається наступним чином:

- організаційне управління
- виробниче управління
- економічне управління.

Загальні принципи управління підприємством повинні задовольняти такі вимоги [4, с. 13]:

- відображати загальні положення, які властиві організаціям різних типів і видів;
- відповідати законам розвитку природи, суспільства та бізнесу.

Основними функціями ефективного економічного управління підприємством є:

- планування;
- організаційна;
- керівництва;
- контроль.

Покращити процес економічного управління підприємства можливо за рахунок:

- ефективного управління витратами;
- використання в управлінні системного підходу;
- покращення організаційної структури підприємства;
- оптимізації системи планування, обліку та контролю за основними показниками підприємства.

Література

1. Большаков А.С. Менеджмент : учеб. пособ. / А.С. Большаков. – СПб. : Питер, 2000. – 160 с.
2. Гончаров А. Б. Економічне управління підприємством : конспект лекцій / А. Б. Гончаров, Н. М. Олейнікова // Харк. нац. екон. ун-т. — Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. - 366 с.
3. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко // К. : Центр навч л-

ри, 2007. - 224 с.

4. Менеджмент : навч. посіб. / за ред. С.І. Михайлова. – Вінниця : НОВА КНИГА, 2006. – 416 с.

5. Мясоедова Л. В. Позиционирование экономического управления в общей системе управления предприятием (статья). Модернизация экономики и эффективность управления социально-экономическим развитием : сб. науч. статей по материалам 2-й междунар. конф., 14–15 мая 2010 г., г. Новочеркасск / Юж.-Рос. гос. техн. ун-т (НПИ). — Новочеркасск : ЮРГТУ (НПИ). — С. 209—210.

Козаченко Костянтин

студент V курсу факультету управління та адміністрування, соціально-правових та інформаційних дисциплін
Новокаховський гуманітарний інститут
Науковий керівник: к.е.н. Пшенична М.В.
м. Нова Каховка

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ВАРІАНТІВ ДОСТАВКИ ПРОДУКЦІЇ

Сьогодні в Україні як і в усьому світі в зв'язку з активним розвитком мереж роздрібної торгівлі, вимоги щодо якості обслуговування зростають. Конкурентні позиції торговельних мереж на ринку залежать від їх спроможності забезпечити доступність товарів для споживачів та рівня якості логістичного обслуговування [3]. Доставка продукції являє собою складний технологічний процес, взаємодіючі складові якого визначаються використовуваними транспортно-технологічними схемами (ТТС).

За результатом проведеного аналізу діяльності підприємства встановлено, що більше 30% у загальних витратах, пов'язаних з доставкою та продажем продукції підприємства, складають витрати на її транспортування.

З метою аналізу складових витрат та витрат на транспортування продукції досліджуваного підприємства, в першу чергу необхідно дослідити логістичні схеми її доставки.

Крім того, для аналізу логістичних схем поставок продукції (товару або послуг) в основі визначення партії постачання в закупівельній логістиці використовують показник оптимального (економічного) розміру замовлення. Цей показник виражає потужність матеріального потоку, спрямованого постачальником за замовленням споживача і, який забезпечує для останнього мінімальне замовлення суми двох логістичних складових: транспортно-заготівельних витрат і витрат на формування та збереження запасів [2].

Визначаючи розмір замовлення, необхідно співставити витрати на утримання запасів і витрати на подання замовлень. Оскільки середній обсяг запасів замовлення спричинить збільшення середнього обсягу запасів. З іншого боку, чим більшими партіями здійснюється закупівля, тим рідше доводиться роботи замовлення, а отже, зменшуються витрати на їх подання. Оптимальний розмір замовлення повинен бути таким, щоб сумарні річні витрати на подання

замовлень і на утримання запасів були найменшими за даного обсягу споживання.

Економічний розмір замовлення (economic order quantity - EOQ) визначається за формулою, отриманою Ф.У. Харрісом. Однак у теорії управління вона більш відома як формула Уілсона (формула 1):

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 \times C_o \times S}{C_i \times U}} \quad (1)$$

де EOQ- економічний розмір замовлення, од.;

C_o - витрати виконання замовлення, грн.;

C_i - закупівельна ціна одиниці товару, грн.;

S - річний обсяг продажів, од.;

U - частка витрат зберігання в ціні одиниці товару.

V - корінь квадратний

Знайдемо економічний розмір замовлення за таких умов. Згідно даних обліку підприємства вартість подання одного замовлення складає 200 грн., річна потреба в комплектуючому виробі – 1550 шт., ціна одиниці комплектуючого виробу – 560 грн., вартість зберігання комплектуючого виробу на складі дорівнює 20% його ціни. Визначаємо оптимальний розмір замовлення на комплектуючий виріб. Тоді економічний розмір замовлення буде дорівнювати: $EOQ = \sqrt{\frac{2 \times 200 \times 1550}{0,2 \times 560}} = 74,402$ одиниць. Щоб уникнути дефіциту комплектуючого виробу, можна округлити оптимальний розмір замовлення у більшу сторону. Таким чином, оптимальний розмір замовлення на комплектуючий виріб складатиме 75шт. Отже, протягом року потрібно розмістити 21 (1550/75) замовлення.

На практиці під час визначення економічного розміру замовлення доведеться врахувати більшу кількість факторів, ніж у базовій формулі. Це пов'язано з особливими умовами постачань і характеристиками продукції, з яких можна отримати певний зиск, якщо взяти до уваги такі фактори: знижки на транспортні тарифи залежно від обсягу вантажоперевезень, знижки з ціни продукції залежно від обсягу закупівель, інші уточнення [1].

Вирішення по вибору транспортно-технологічної схеми доставки продукції необхідно приймати на основі аналізу загальних витрат, що означає облік всіх економічних змін. Структура витрат по доставці дрібнопартіоних вантажів, міра її деталізації при різних підходах істотно відрізняються. Аналізуючи вплив зовнішніх факторів на параметри об'єкту, виявлено, що в найбільшій мірі на загальні приведені витрати впливають такий фактор, як: обсяг замовлення споживачів.

Література

1. Кальченко А. Г. Логістика: Підручник. — К.: КНЕУ, 2011. — 284 с.
2. Пономарьова Ю. В. Логістика: Навч. посібник — Вид. 2-ге. — К.: ЦНР, 2012. — 328 с.
3. Уотерс, Д. Логістика. Управление цепью поставок [Текст] / Д. Уотерс. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. — 503 с.

Коптяєва Вікторія

студентка II курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Фурдак Маргарита Миколаївна

м. Херсон

ВИРОБНИЧА ФУНКЦІЯ ЯК МОДЕЛЬ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА

В мікроекономіці виробництво розглядається як процес перетворення вхідного потоку затрат, тобто ресурсів, у вихідний потік випуску з використанням певної технології виробництва. При цьому для свого ефективного функціонування підприємства повинні використовувати в оптимальному поєднанні фактори виробництва (працю, землю, капітал тощо).

Співвідношення між будь-яким набором факторів виробництва і максимально можливим обсягом продукції, що виробляється за допомогою цього набору факторів, характеризує виробничу функцію. Виробнича функція показує функціональну залежність між вхідними ресурсами і виходом готової продукції (обсягом виробництва); вона підкреслює, що вихід продукції є лише функцією кількості вхідних факторів, які використовуються у виробничому процесі.

В загальному вигляді виробнича функція може бути представлена формулою:

$$Q=f(L,K,M,\dots), \text{де}$$

L, K, M – вхідні фактори виробництва, як то: праця, капітал, матеріали та інше.

Слід зазначити, що виробнича функція, як і будь-яка інша економічна модель, є деяким спрощенням дійсності. Наприклад, праця може характеризуватися не одним числом, а сукупністю чисел, оскільки у процесі виробництва використовуються працівники різних професій, кваліфікації, різного вікового складу тощо.

Виробнича функція показує максимально можливий випуск продукції, який може виробити підприємство при кожному конкретному поєднанні різної кількості факторів виробництва. При цьому поняття «максимальний випуск продукції» є дуже важливим з точки зору виробничої функції, адже остання не має передбачати марнотратних чи збиткових виробничих процесів. Виробники повинні використовувати кожне поєднання виробничих факторів з максимальною ефективністю.

Ефективним є виробництво, яке дає змогу випустити максимальний фізичний обсяг високоякісного продукту за допомогою заданого обсягу введених до виробничого процесу ресурсів або, інакше кажучи, яке дає змогу випустити заданий фізичний обсяг високоякісної продукції за допомогою мінімального обсягу введених ресурсів.

Дослідження найбільш прийнятної комбінації ресурсів з метою максимізації обсягу випуску на основі виробничої функції потребує визначення граничної продуктивності кожного ресурсу. Граничний продукт ресурсу— це

додатковий продукт (або додатковий приріст виробництва), отриманий у результаті приросту обсягу одного із ресурсів на одну додаткову одиницю (нескінченно малу величину), за умови, що обсяги всіх інших ресурсів (а тому й затрати на них) залишались незмінними.

Виробничу функцію використовують як в макро-, так і в мікроекономіці. В мікроекономічному аналізі використовують значну кількість виробничих функцій, адже для величезного числа підприємств є безліч можливих комбінацій поєднання ресурсів для виробництва певного обсягу продукції. Отже, на мікрорівні виробнича функція будується для певної технології, з урахуванням всіх умов даного виробництва. З часом, ураховуючи науково-технічний прогрес, може змінюватися використання кількості виробничих факторів, але яких і наскільки – можна дізнатися завдяки даній виробничій функції.

Відтак, виробнича функція — це технологічне співвідношення, що відображає залежність між сукупними витратами факторів виробництва, з одного боку, і максимальним обсягом випуску продукції — з іншого. Виробнича функція вказує на існування альтернативних можливостей, за яких різне поєднання факторів виробництва або їхня взаємозаміна забезпечують такий самий максимальний обсяг випуску продукції.

Економічна сутність будь-якого виробника полягає в тому, що він має на меті одержання прибутку, вся його діяльність спрямована на отримання прибутку після реалізації товару, об'єктивними умовами його існування є безперервний, постійно повторюваний процес виробництва, тобто відтворювання. Відтак, використання виробничої функції при аналізі діяльності підприємства дає можливість власнику знайти найефективніший спосіб виробництва.

Література

1. Бажал Ю. М. Економічна теорія технологічних змін: Навч. посібник. — К.: Заповіт, 1996. — 240 с.
2. Базилевич В. Д. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / 6-те вид. – К: Знання-Прес, 2007. – 719 с.
3. Базилевич В.Д. Мікроекономіка: Підручник – К: Знання, 2007. – 677с.
4. Грабовецький Б. Є., Мороз О. В., Савчук Л. М. Виробнича функція як засіб вдосконалення економічних досліджень: Кафедра менеджменту та моделювання в економіці. Вісник Вінницького політехнічного інституту 2006. №2
5. Попова М.М. Сутність економічної ефективності підприємств АПК України – від класиків політекономії до реалій сучасності. /Вісник Харківського національного аграрного університету, № 4, 2014. – с. 248 - 254
6. Наливайко А. П., Євдокимова Н. М., Задорожна Н. В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни / За заг. ред. А. П. Наливайка. — К.: КНЕУ, 1999. — 208 с.
7. Ульяновченко О. В. Сучасні моделі дослідження операцій в економіці: Навч.посібник / Харківський державний аграрний університет ім. Докучаєва В. В.. — Харків, 2000. – 429с.

Коритько Т.Ю.

к.е.н, с.н.с. відділу проблем економіки підприємств
Інституту економіки промисловості НАН України

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВА

Промислові підприємства виступають основою економічного потенціалу країни та забезпечують конкурентоспроможність її економіки як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. В умовах євроінтеграції для українських промислових підприємств ключовим чинником успішності їх діяльності виступає конкурентоспроможність. У зв'язку з цим загострилася конкуренція між підприємствами за ринки збуту своїх товарів, іноземні інвестиції, інновації і нові технології. Результатом дії механізму конкуренції є селекція товаровиробників заснована на визначенні рівня їх конкурентоспроможності, володінні ключовими ресурсам, компетенціями, що призводить до виникнення проблеми забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств в мовах, які визначені процесами євроінтеграції.

В сучасних умовах при оцінці конкурентоспроможності підприємства застосовують такі підходи, як: маркетинговий, факторний і комплексний.

1. Маркетинговий підхід припускає визначення таких параметрів, як: частка ринку, привабливість ринку (темпи зростання), а також ступінь задоволеності споживачів продукцією підприємства. В рамках даного підходу широко застосовуються матричні методи (матриці ADL, BCG, GE / Mckinsey). Недоліком є те, що даний підхід передбачає збір великого масиву інформації необхідної для проведення аналізу конкурентоспроможності та оцінки характеристик товару на основі експертного методу, який має високий рівень суб'єктивності отриманих оцінок. Перевагою виступає проведення оцінки ефективності системи маркетингу та можливість прогнозування рівня конкурентоздатності.

2. Факторний підхід. В основі факторного підходу лежить порівняння рівня конкурентоспроможності підприємства на основі ключових показників, що характеризують успішність його діяльності з підприємствами-конкурентами.

На думку, Томпсона А.А. і Стрікленда А.Дж. в якості показників, що характеризують успіх підприємства виділяють наступні: якість і характеристики продукції; репутацію (імідж); виробничі потужності; інноваційні можливості; вживані технології; ділерську мережу і можливості розповсюдження; фінансові ресурси та інші [1].

Проте Кревенс Д. вважає, що необхідно проводити оцінку рівня конкурентоспроможності на основі ключових компетенцій, які визначаються: конкурентними перевагами; універсальністю (конкурентна перевага в різних ситуаціях); складністю дублювання [2].

Портер М. зазначає, що на створення конкурентних переваг підприємства

впливають: приналежність підприємства до певної галузі; використання конкурентних стратегій; ланцюжок створення вартості продукції [3].

При даному підході використовуються методи, як засновані на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства і теорії ефективної конкуренції.

Перевагою даного підходу є то, що при визначенні рівня конкурентоздатності враховуються різні аспекти діяльності підприємства. Недоліком підходу виступає те, що для більш повної оцінки необхідно врахувати ряд показників, які здійснюють суттєвий вплив на рівень конкурентоздатності підприємства.

3. Комплексний підхід. Даний підхід засновано на здійсненні комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства, яка здійснюється на підставі визначення не тільки поточного, але і потенційного рівня конкурентоспроможності.

Поточна конкурентоспроможність може визначатися на основі оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства, а потенційна - по аналогії з методами, заснованими на теорії ефективної конкуренції [4].

Перевагою підходу є те, що він дозволяє визначити не тільки рівень поточний конкурентоспроможності підприємства, а також можливу динаміку в майбутньому. Головним недоліком цього підходу є суб'єктивізм у процесі переводу одиничних показників конкурентоспроможності у відносні величини.

Виділення маркетингового, факторного і комплексного підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства дозволяє вибрати найбільш адекватний підхід для вирішення конкретної проблеми, що виникає в процесі управління конкурентоспроможністю. Українські промислові підприємства в умовах торгівлі з країнами ЄС на внутрішньому та зовнішньому ринку функціонують в атмосфері необмеженої конкуренції, яка припускає безперервне підвищення ефективності їх діяльності. Чинниками підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств в цих умовах виступають підвищення якості продукції, виробництво інноваційної продукції, зниження цін на товари і послуги, впровадження інноваційних технологій та інше. Отже, високий рівень конкурентоспроможності промислових підприємств служить гарантом отримання прибутку.

Література

1. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А.Дж. Стриленд – [12-е изд.]. ; [пер. с англ. Ганиева А., Дроздовой В.]. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 928 с.
2. Кривенс Д. В. Стратегический маркетинг / Д. В. Кривенс. – [6-е изд.]. ; [пер. с англ. Ганиева А.]. – К.: Изд-во «Диалектика-Вильямс», 2008. – 752 с.
3. Портер М. Конкуренция / М. Портер – [2-е изд.]. ; [пер. с англ. Пелявский О.]. – К.: Изд-во «Диалектика-Вильямс», 2006. – 608 с.
4. Арбатская, Е.А. Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия / Е.А. Арбатская // Известия ИГЭА. – 2012. – № 1 (81). – С.118-121.

Кримцева Тетяна
асистент кафедри економічної теорії
Херсонський державний університет
м. Херсон

АКТУАЛЬНІСТЬ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

В умовах глобалізації та зростаючої конкуренції стратегія діяльності підприємств харчової промисловості на продовольчому ринку тісно пов'язана з проблемами сталого задоволення народногосподарських потреб та їх здатністю функціонувати в режимі розширеного відтворення. Відсутність ясності в розумінні економічних процесів, що відбуваються в продовольчому комплексі, а також знань у розвитку ринку та конкуренції є причинами кризового становища його складових. Рушійною силою глобальної конкуренції є сприяння економічному розвитку країн, а руйнівною силою – провокування різкої диференціації країн за рівнем життя. Глобальна конкуренція, з одного боку, супроводжується формуванням нових умов і джерел розвитку, а з іншого – несе в собі чисельні виклики – технологічні, економічні, соціальні, цивілізаційні.

З точки функціональності економіка складається з двох секторів: внутрішнього та зовнішнього. Призначення внутрішнього сектору економіки полягає у задоволенні потреб споживачів за рахунок внутрішнього виробництва, зовнішнього – у виході на міжнародні ринки товарів і послуг. При активізації інтеграційних процесів зовнішній сектор економіки набуває все більшого розвитку, поглиблюється його вплив на загальний стан країни і функціонування внутрішнього сектору. При цьому дослідження зовнішньоекономічної діяльності як важливого аспекту функціонування харчової промисловості в новітніх умовах має особливу актуальність. Харчова промисловість є однією з стратегічно значущих галузей світової економіки, що зумовлено її особливою роллю в задоволенні потреб населення в продовольчих товарах. Сьогодні це глобальна проблема сучасності [3, с. 71]. Саме харчова промисловість за умови використання сучасних технологій здатна забезпечити населення Землі продовольством, збільшити вихід кінцевого продукту з сировини, суттєво скоротити її втрати та запропонувати нові харчові нетрадиційні ресурси.

Підприємства харчової промисловості в сучасних умовах безпосередньо стикаються з такими проблемами, як фінансова нестабільність, технічна та технологічна деградація, низький рівень реалізації законодавчих гарантій прав власності та виконання контрактів, порівняно низький рівень менеджменту та адміністративного управління на всіх рівнях ієрархії управління економікою, низький рівень адаптивності до змін зовнішнього середовища, що, в свою чергу, вимагає зміни підходів до формування ринкових стратегій розвитку підприємств харчової промисловості в різних умовах [2, с. 4].

Галузі національної економіки, у тому числі і харчова промисловість, все активніше залучаються до процесів глобалізації, інтегруючись у світову

економічну систему через нарощування обсягів зовнішньоторговельного обороту, динамічне залучення іноземних інвестицій та активну інвестиційну діяльність вітчизняних підприємницьких структур, що відчутно позначається на розвитку внутрішнього ринку. В умовах зростаючої конкуренції на внутрішньому і зовнішньому ринках продовольчих товарів, прискорення перебігу інфляційних процесів, постійного зростання вартості енергоносіїв, дефіциту кваліфікованої робочої сили, інновації стають головним і необхідним чинником забезпечення конкурентних переваг для підприємств харчової промисловості. До того ж в умовах відкритості внутрішнього ринку вітчизняним споживачам пропонується широкий асортимент продовольчих товарів і видів продукції, що швидко змінюється за змістом і упаковкою [1, с. 237]. Без розвинутого власного інноваційного потенціалу вітчизняні виробники не здатні задовольнити сучасні вимоги ринку та конкурувати з більш інноваційно озброєними конкурентами. Тож постійне удосконалення обладнання й технологій та впровадження інновацій є сьогодні необхідною умовою становлення високоефективної, конкурентоздатної на внутрішньому і світовому ринках підприємств харчової промисловості України.

Держава як головний суб'єкт формування конкурентного середовища є спонукаючим чинником для підвищення конкурентоспроможності продовольчих товарів на внутрішньому і на зовнішньому ринках. Саме держава повинна забезпечити створення рівних конкурентних умов на внутрішньому ринку і підтримувати національних виробників на світових продовольчих ринках. Крім того, важливо, щоб проблеми, пов'язані з викликами глобалізації, отримували належну увагу регіональної влади, оскільки саме на регіональному рівні функціонують харчові виробництва [4, с. 39]. Органи державного управління регіонального рівня та органи місцевого самоврядування мають сприяти нарощуванню обсягів виробництва продукції харчової промисловості, підвищенню її конкурентоспроможності через реальну допомогу у встановленні міжгалузевих економічних зв'язків, маркетингову підтримку, налагодження обміну досвідом між регіонами, відродження втрачених і створення нових прямих економічних зв'язків з регіонами інших країн у сфері виробництва та реалізації харчової продукції.

Література

1. Губенко В.І. Україна і СОТ: удосконалення тарифного регулювання для захисту внутрішнього продовольчого ринку [Текст] / В. І. Губенко // Науковий вісник Національного аграрного університету. – 2003. – Вип. 66. – С. 235-239.
2. Кокоть В. Пріоритети зовнішньоекономічних зв'язків України [Текст] / В. Кокоть // Закон і бізнес. – 2006. – № 5 (733). – С. 2-6.
3. Косолапов Н. Глобализация: сущность и международно-политические аспекты [Текст] / Н. Косолапов // Мировая экономика и международные отношения. – 2001. – № 3. – С. 69-73.
4. Сичевський М.П. Сучасний стан та пріоритетні завдання розвитку харчової промисловості [Текст] / М. П. Сичевський // Економіка АПК. – 2004. – № 1. – С. 38-42.

Кулянкова Діана

Студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., доцент Мельникова К.В.

м.Херсон

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні термін «конкурентоспроможність» став одним з найбільш уживаних у науковій літературі. Економісти, представники бізнесу, політики також широко його використовують, коли йдеться про необхідність інтеграції економіки країни в систему сучасного світового господарства. У ринковій економіці стає ясно, що підвищення конкурентоспроможності фірми зокрема і національної економіки в цілому є необхідною умовою для інтеграції країни в глобальну економіку.

Конкурентоспроможність — це здатність певного об'єкта або суб'єкта відповідати запитам зацікавлених осіб в порівнянні з іншими аналогічними суб'єктами та/або об'єктами. Об'єктами можуть бути товари, підприємства, галузі, регіони (країни, області, райони). Суб'єктами можуть виступати споживачі, виробники, держава, інвестори. [2, с 37]

Конкурентоспроможність підприємства — це здатність протистояти на ринку виробникам і постачальникам аналогічної продукції (конкурентам) як за ступенем задоволення своїми товарами або послугами конкретної потреби споживачів, так і ефективності виробничої, маркетингової та фінансової діяльності.

На сьогоднішній день проблема підвищення конкурентоспроможності підприємства стає все більш актуальною. Ринкова ситуація багато в чому залежить від стану і результатів конкурентної боротьби. У період розвитку ринкової економіки визначається необхідність формування виробничого потенціалу та підвищення конкурентоспроможності компанії.

Підприємства надають великого значення аналізу своїх сильних і слабких сторін для оцінки реальних можливостей у конкурентній боротьбі і розробці заходів і коштів, за рахунок яких підприємство могло б підвищити конкурентоспроможність і забезпечити свій успіх. У процесі маркетингового дослідження для оцінки конкурентоспроможності підприємства користуються деякими чисельними показниками, які свідчать про ступінь стійкості положення підприємства, здатності випускати продукцію, що користується попитом на ринку і забезпечує підприємству одержання намічених та стабільних кінцевих результатів.

Важливе значення має аналіз витрат обігу, вироблений шляхом віднесення величини збутових витрат до розмірів прибутку. Таке зіставлення робиться зазвичай не тільки по всій сумі збутових витрат, але і по окремих елементах: збутових філій, торговельним посередникам, по конкретних товарах і ринкам збуту. Аналіз ефективності інвестиційних проектів витрат обігу

дозволяє виявити непродуктивні витрати по всій системі руху товарів від продавця до покупця.

На конкурентоспроможність підприємства впливають ряд факторів:

1. Динаміка масштабів довгострокового попиту. Зменшення або збільшення довгострокового попиту є важливим чинником при прийнятті рішень щодо інвестування для збільшення продуктивної потужності підприємства. Підйом довгострокового попиту залучає нові підприємства на ринок, а падіння попиту навпаки викликає відтік підприємств; динаміка структури попиту. Ці зміни являють собою причину зміни вимог споживача до сервісу, створення нових каналів збуту, зміна в асортименті нового товару, відновлення продукту галузі є ключовою рушійною силою — впливає на методи виробництва, ефективні масштаби випуску, маркетингові витрати, канали розподілу.

2. Технологічні інновації. Часті технологічні нововведення в методах виробництва, розмір інвестицій дозволяють збільшувати значення ефекту життєвого циклу товару.

3. Маркетингові інновації. Періодично фірми пропонують ринку свою продукцію, користуючись новими шляхами і способами, намагаючись збільшити купівельний інтерес, підштовхнути попит, зменшити витрати на одиницю продукції.

4. Динаміка лідерства. Означає вхід в конкуренцію і вихід з неї великих фірм.

5. Дифузія досягнень. Якщо нова технологія стає відомою суперникам, постачальникам, дистриб'юторів, споживачів, то знижуються бар'єри для входження в галузь.

6. Динаміка ефективності. З появою в галузі нових ефективних масштабів виробництва, які зменшують витрати на одиницю продукції, великі підприємства можуть примусити інші підприємства до стратегій «фіксованого зростання».

7. Купівельні переваги. Найчастіше зростає число покупців вирішує, що товари масового споживання за низькими цінами цілком відповідають їх смакам і перевагам так само, як і товари з більш високими цінами, що дають можливість вибору.

8. Державне регулювання ринку. Дії держави через свої інститути, включаючи регулювання економічних відносин, а також зміна державної політики, можуть вплинути на ринок і конкурентні умови.

9. Зростання детермінації. Означає зменшення невизначеності і ризику. Нові галузі характеризуються великою невизначеністю інформації про потенційні можливості ринку [3, с 12] .

Існує кілька шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства:

1. Постійне використання нововведень.

2. Пошук нових, більш досконалих форм товару, що випускається.

3. Випуск продукції такої якості, яка б відповідала державним і світовим стандартам.

4. Збут товарів в ті сегменти ринку, де найбільш високі вимоги до якості та сервісного обслуговування.

5. Використання тільки високоякісної сировини і матеріалів.

6. Постійне навчання і перепідготовка кадрів.

7. Підвищення матеріальної зацікавленості працівників і поліпшення умов праці.

8. Проведення маркетингових досліджень ринку, з метою встановлення потреб покупців.

9. Аналіз своїх конкурентів, для виявлення своїх сильних і слабких сторін.

10. Підтримання контактів з науково-дослідними організаціями та інвестування наукових розробок, спрямованих на підвищення якості продукції.

11. Використання найбільш ефективних рекламних заходів.

12. Реєстрація свого товарного знаку і використання фірмових марочних виробів [4, с. 67] .

Використовуючи ці шляхи, підприємство зможе як підвищити свою конкурентоспроможність, так і зміцнити свою фінансову стійкість.

Література

1. Захаров А. Н. Конкурентоспроможність підприємства: сутність, методи оцінки і механізми підвищення . – А. Н. Захаров, А. А. Зокін/ Бізнес і банки. — 2013. — № 1–2.
2. Криворотов В. В. Механизм повышения конкурентоспособности отечественных предприятий. — Е: УГТУ-УПИ, 2013.
3. Миронов М. Г. Конкурентоспроможність. — М.: «Альфа-Пресс». -2011. —160с.

Куниця Дар'я

асистент кафедри менеджменту і адміністрування
Херсонський державний університет
м. Херсон

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ ТА МЕТОДИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Сучасні корпоративні відносини розвиваються в складних економічних умовах. Нестабільність системи господарювання виявляється у коливаннях економічної кон'юнктури, яка поглиблюється кризовими явищами в політиці та економіці. На думку деяких дослідників, корпоративні відносини в Україні ще перебувають на етапі свого становлення, оскільки стан деяких галузей господарства не завжди відповідає їх динаміці розвитку. Функціонування останніх випереджає ступінь розвиненості інституційного середовища, в якому вони діють, зокрема це виявляється у незбалансованій діяльності органів державної влади стосовно учасників корпоративних відносин, низькому рівні корпоративної культури, наявності зловживань у межах вітчизняного корпоративного сектору [1].

Серед основних проблем корпоративного управління доцільно відзначити наступні:

- складність структури корпоративного управління. Помилки та прорахунки у впровадженні корпоративного управління не зменшують його прогресивності, але іноді створюють уяву про неможливість використання корпоративного управління на теренах вітчизняних підприємств;

- невизначеність зовнішнього середовища, в якому функціонують акціонерні товариства. Зовнішнє середовище в Україні залишається складним, невизначеним, з великою кількістю неринкових ознак. Складність прогнозування змін середовища обмежує можливості адаптації підприємства до його вимог з метою виживання. Основною причиною є слабка законодавча база. Нормативна база для врегулювання господарських відносин в Україні ще остаточно не сформована для умов ринкових відносин. Законодавство України в сфері регламентації господарських механізмів має недоліки та неузгодженості, що сприймаються як бар'єри, хоча за останні роки можна констатувати поживлення роботи у цих напрямках;

- проблеми управління корпоративними правами акціонерів. Основні корпоративні права акціонерів включають: право на отримання частини прибутку корпорації у вигляді дивіденду; право на отримання частки майна при ліквідації підприємства; право на участь в управлінні компанією шляхом голосування на загальних зборах акціонерів; право на отримання інформації про діяльність корпорації.

Зважаючи на розглянуті проблеми, можна виділити такі напрямки їх вирішення: формування належного зовнішнього середовища функціонування підприємств корпоративної форми власності; подолання бар'єрів, що стримують впровадження корпоративного управління; вдосконалення управління з поступовим переходом на засади корпоративного; чітка законодавчо закріплена регламентація порядку виплати дивідендів; широке впровадження практики використання інституціональної угоди; впровадження гнучкої системи пільгового оподаткування дивідендів з метою залучення інвестицій в цінні папери корпорацій [3].

Отже, корпоративне управління – це відносно нова сфера в економічному житті України. З метою її вдосконалення необхідні системний моніторинг практичної діяльності вітчизняних корпорацій, розроблення методики оцінки стану корпоративного управління та заходи правового регулювання і контролю з боку держави.

До найважливіших напрямків вдосконалення системи корпоративного управління слід віднести забезпечення захисту прав дрібних акціонерів. Це сприятиме більшому залученню коштів інвесторів, а також більш оптимальному та раціональному розподілу капіталу в масштабах української економіки.

Література

1. Верескун М. В. Анализ формирования украинской модели корпоративного управления // Электронный институциональный репозиторий Приазовского государственного технического университета. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://eir.pstu.edu/handle/123456789/563>

2. Войцеховська Ю. В., Войцеховська В. В. Проблеми корпоративного управління в Україні та шляхи їх вирішення /Ю. В. Войцеховська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2009. - № 640. – с.244-247.
3. Практика корпоративного управління в Україні 2003: Аналітичний звіт за результатами дослідження. Автори дослідження: Ігор Кітєла та Олег Кіняєв/ Міжнародна Фінансова Корпорація, 2004.
4. Шеремет О. Удосконалення корпоративного управління // Економіка України. – 2009. – №1. С. 5.

Лимаренко Анастасія

студентка V курсу навчально-наукового інституту бізнесу і менеджменту
Харківський національний технічний університет сільського господарства

імені Петра Василенка

Науковий керівник: к.е.н., викладач Крутько М.А.

м. Харків

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ

Організація внутрішнього фінансового контролю займає значне місце в прогнозуванні порушень, налагодженні ефективного та результативного виконання покладених завдань та функцій, управління фінансовими ресурсами.

На сьогоднішній день державний контроль практично не виконує попереджувальної та профілактичної функції, а виступає реєстратором порушень. Не дивно, що В.В. Котов [1] виділяє пріоритет внутрішнього контролю при розгляді перспективи розвитку фінансового контролю.

Основним напрямом, на який орієнтуються світові тенденції внутрішнього фінансового контролю – це управління ризиками. Кожен суб'єкт господарювання має створити систему управління ризиками і визначити їх допустимий рівень, який не перешкодить досягнути мети фінансово-господарської діяльності.

Виділяють такі основні види ризиків:

- операційний ризик;
- інвестиційний ризик;
- фінансовий ризик.

Процес управління ризиками складається з наступних етапів:

- усвідомлення ризику, визначення причин його виникнення та ризикових сфер;
- аналіз та оцінка ризику;
- мінімізація або обмеження ризиків за допомогою відповідних методів управління;
- здійснення постійного контролю за рівнем ризиків із застосуванням механізму зворотного зв'язку [2].

До основних інструментів нейтралізації ризиків відносять:

- формування відповідних резервів;
- диверсифікація ризиків;
- хеджування;

- страхування ризиків страховими компаніями [3].

Одним із загальноприйнятих на світовому фінансовому ринку і найбільш поширених методів є хеджування (від англ. hedge – захищатися від можливих втрат, ухилятися, обмежувати). Цей метод набув широкого практичного використання в країнах з розвинутою ринковою економікою у процесі управління грошовими потоками в часі та здійснення оптимальної інвестиційної політики

Використання методу хеджування ризиків можливе лише на основі глибокого уявлення про його сутність та зміст, критерії та принципи вибору інструментів здійснення. Проблема ефективного управління фінансовими ризиками в нашій країні без методів хеджування не може бути вирішеною, тому актуальним є питання висвітлення суті цього процесу [4].

Основними фінансовими методами хеджування є:

- форвардний контракт;
- ф'ючерс;
- опціон;
- своп.

Вказані фінансові інструменти можуть використовуватися з метою нейтралізації ризиків зміни цін на окремі позиції активів, а також в спекулятивних цілях.

Отже, для можливості попередження виникнення фінансових ризиків в процесі господарської діяльності може бути використаний позитивний досвід суб'єктів господарювання зарубіжних країн, які звертають значну увагу на питання управління ризиками, на відміну від політики управління фінансовими ризиками в економіці нашої країни, де фактори економічної нестабільності ускладнюють проблему ефективного управління всім комплексом ризиків, що виникають. Тому, для успішної діяльності українських суб'єктів господарювання потрібно створити нормативний акт, який би визначав єдині засади розвитку фінансового контролю, а особливо управління ризиками.

Літератур

1. Котов В.В. О теоретических проблемах правовой концепции интегрированной системы негосударственного финансового контроля / В.В. Котов // Актуальные проблемы российского права.– 2008. – № 1.– С. 70
2. Гришова І.Ю. Економічна сутність фінансових ризиків у підприємстві / І.Ю. Гришкова // Економіка АПК. – 2005. – № 7. – С.83–86.
3. Крутько М.А. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник / М.А. Крутько, С.М. Калініченко, О.М. Гіржева, С.В. Кускова. – Харків: «Міськдрук», 2016. – 320 с.
4. Мізюк Б.М. Фінансовий механізм управління ризиками підприємств / Б.М. Мізюк // Фінанси України. – 2003. – № 11. – С. 66–72

Лісінчук А.С.

Студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: доц. Башинський І.А.

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇХ МІСЦЕ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІЦІ

У господарській діяльності підприємства важливу роль відіграють його основні засоби, без яких процес виробництва продукції, виконання робіт або послуг неможливі.

Основні засоби – це частина засобів виробництва, яка бере участь у процесі виробництва у період більше одного року, зберігаючи при цьому матеріальну форму і властивості, а також переносить свою вартість на готову продукцію частинами у вигляді амортизаційних відрахувань [3, с. 317]. Основні засоби являються матеріально-технічною базою виробництва.

До основних засобів згідно П(С)БО 7 належать матеріальні активи, яке підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва фбо постачання товарів і послуг, надання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік). У таблиці 1 наведено основні групи і підгрупи основних засобів на підприємстві.

Серед проблем використання основних засобів виділяють: моральне старіння, високий рівень зносу, перш за все, їх активної складової, а також відновлення вартості основних засобів [2, с. 54].

Таблиця 1

Групи та підгрупи основних засобів

№ групи	Назва групи
1	Земельні ділянки
2	Капітальні витрати на поліпшення земель
3	Будинки (виробничі, адміністративні, склади), споруди (мости, греблі, автомобільні дороги) та передавальні пристрої (кабельні лінії, каналізація, водоканали, лінії електромереж).
4	<p>Машини й устаткування:</p> <ul style="list-style-type: none"> — силові (котельні установки, електродвигуни, гідроагрегати, турбоагрегати, газотурбінні установки, двигуни внутрішнього згорання, трактори, електротехнічне устаткування); — робочі (металорізальні верстати, компресорні машини й устаткування, насоси, вантажо-розвантажувальні машини й устаткування для земельних і кар'єрних робіт); — вимірювальні та регулювальні прилади, лабораторне устаткування (контрольно-вимірювальна апаратура, геодезичні прилади, вагоне устаткування, обчислювальна техніка); — інші машини й устаткування комунального господарства, спортивне, театральне, музичне устаткування.

5	Транспортні засоби
6	Інструменти, прилади, інвентар (меблі)
7	Робоча і продуктивна худоба
8	Багаторічні насадження;
9	Інші основні засоби

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про основні засоби визначено в Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», затвердженому наказом Міністерства фінансів України від 27 квітня 2000 р. № 92. Норми цього положення застосовуються підприємствами, організаціями та іншими юридичними особами всіх форм власності [1, с. 93].

Усі операції, пов'язані з рухом основних засобів, оформлюються первинними документами, які забезпечують правильність і своєчасність їх обліку. Порядок відображення надходження основних засобів в бухгалтерському обліку та формування їх первісної вартості залежить від того, яким чином і на яких умовах вони придбані. Так, надходження основних засобів оформляється «Актом прийому-передачі основних засобів».

Отже, основні засоби – це ті засоби, що беруть участь у процесі виробництва у період більше одного року, зберігають матеріальну форму і властивості, впливають на вартість готової продукції. До основних засобів належать земельні ділянки, капітал, будівлі, транспортні засоби, устаткування, інструменти, худоба, власні насадження. Методологічні засади формування інформації про основні засоби визначено в Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби».

Література

1. Ковальчук І.В. Економіка підприємства : навч. посібник / І.В. Ковальчук. – К. : Знання, 2008. – 679 с.
2. Лесняк В.А. Экономическая сущность основных средств и их идентификация / В.А. Лесняк // Terra Economicus. – 2013. – № 1-2. – С. 54
3. Непочатенко О.О. Фінанси підприємств : підручник / О.О. Непочатенко, Н.Ю. Мельничук – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 504 с.

Ловигіна Вікторія

студентка ІV курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

м. Херсон

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ЯК ЕЛЕМЕНТ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Соціально-психологічні чинники формують відносини працівника до праці і її умов, психологічний клімат у виробничих колективах. Соціально-психологічні чинники повинні враховуватися при будь яких змінах на підприємстві, які так чи інакше впливають на особисте життя працівника та

життя його родини і саме тому вони є одним з найважливіших елементів кадрового менеджменту.

Головним для керівника є методи менеджменту, які спрямовані на підтримку саме соціально-психологічного клімату на підприємстві для досягнення працівниками поставлених цілей та за умов сприятливих для них.

Соціальні відносини - основа соціально-психологічних методів менеджменту. Вони виникають в процесі виробництва та впливають на кінцевий результат діяльності всього підприємства.

Результат праці залежить від різних соціально-психологічних факторів, а вміння враховувати та за їх допомогою свідомо впливати на вчинки та поведінку працівників допомагає керівнику формувати колектив, який має одні цілі та завдання. Соціологічні дослідження свідчать про те, що якщо успіх діяльності господарського керівника на 15% залежить від його професійних знань, то на 85% - від вміння працювати з людьми[1].

Кожній групі працівників (колективу) властивий свій психологічний клімат, а тому знаючи особливості поведінки характеру кожної окремої людини, можна прогнозувати його поведінку в потрібному для колективу напрямі. Важливою умовою створення трудових колективів є дотримання принципу сумісності характерів. Науковці стверджують, що бажання людини працювати залежить не тільки від роботи, але і від соціально-психологічних факторів сумісності працівників. Від цього продуктивність праці може збільшитися приблизно в півтора рази, але якщо приділяти недостатню увагу цим факторам кадрового менеджменту – продуктивність праці може дуже швидко знизити.

Для того, щоб управління було ефективним, недостатньо прораховувати лише сумісність характерів працівників, потрібно ще здійснювати необхідний управлінський вплив. Для таких цілей застосовуються соціально-психологічні методи, які включають в себе сукупність різних прийомів впливу на відносини працівників на підприємстві та впливу на виконання поставлених завдань. Вони включають в себе методи впливу на працівників за допомогою певних стимулів. Керівник повинен зрозуміти що важливо саме для цього працівника і в залежності від цього сформувати стимул, який буде діяти саме цю людину.

Соціально-психологічні методи застосовуються на підприємстві для того, щоб керівнику було легше вирішувати певні організаційні питання, але на першому місці - мета формування колективу з сприятливим кліматом, який спонукає працівників до більшої віддачі на робочому місці. Ці методи базуються на одному простому правилі – всі цілі, які були поставлені підприємством, можуть бути досягнуті за допомогою одного критерію – людського фактору. Уміння правильно керувати цим критерієм допоможе підприємству досягти значних успіхів як в виробничій сфері так і в міжособистісній[2].

Всі прийоми соціально-психологічного впливу залежить в першу чергу від керівника. Його успіх залежить від форм впливу на працівників та, найважливіше, кінцевих результатів впливу. В якості основних форм такого

впливу можна рекомендувати: планування соціального розвитку трудових колективів; переконання як метод виховання і формування особистості; економічне суперництво; можливість критики і самокритики; обговорення актуальної проблематики з представниками колективу, що є однією з форм участі персоналу в управлінні організації.

Використання соціальних методів означає створення рівних можливостей для всіх членів колективу при отриманні різних соціальних благ; організацію і проведення соціального планування та регулювання, спрямованих на поліпшення умов праці та відпочинку членів трудового колективу, підвищення їх виробничої активності. Саме це відбувається через обмін досвідом, поширення починів, новаторство, виховання, переконання, проведення різних свят, урочистих вечорів, конкурсів .

Найбільш складні за своїм змістом психологічні методи управління, вони засновані на глибокому пізнанні психологічної природи людини, структури його потреб. Тут без допомоги науки керівнику не обійтися, бо закони поведінки людини приховані від безпосереднього спостереження. Щоб застосовувати ці методи, треба знати психологічні особливості окремих робітників, соціально-психологічні особливості окремих груп і колективів[3].

Отже, я вважаю за необхідне відзначити, що в роботі менеджера важливим є не тільки ефективне використання того чи іншого методу, а їх узгодження між собою, комплексне використання всіх груп методів.

Література

1. Менеджмент. Песоцкая Е. В., Русецкая О. В., Трофимова Л. А./ Под ред. д.э.н. проф. Петров А. Н., Юрайт 2012 - С. 645.
2. Калініна Т. Фізіологія і психологія праці: Конспект лекцій / Харківський національний економічний ун-т. — Х. : ХНЕУ, 2005. — 268с.
3. Балл Г. Психологія праці та професійної підготовки особистості: Навч. посібник / Академія педагогічних наук України; Інститут педагогіки і психології професійної освіти / П.С. Перепелиця (ред.), В.В. Рибалко (ред.). — Хмельницький : Універ, 2001. — 330с.

Лучинецкий Владимир

студент IV курса факультета автоматизации машиностроения и информационных технологий
Донбасская Государственная Машиностроительная Академия
Научный руководитель: к.т.н., доцент Нечволода Л.В
г. Краматорск

УПРАВЛЕНИЕ КАДРОВЫМ СОСТАВОМ ОХРАННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В настоящее время отбором персонала является процесс изучения психологических и профессиональных качеств работника с целью установления его пригодности для выполнения обязанностей на определенном рабочем месте или должности, выбора из совокупности претендентов наиболее подходящего с учетом соответствия его квалификации, специальности, личных

качеств и способностей характеру деятельности, интересам организации и его самого. [1]

В малом предприятии управленческие проблемы играют не меньшее, а часто и большее значение, чем на крупном предприятии, так как здесь острее конкуренция и меньше запас устойчивости. Успешная реализация целей любого предприятия непосредственно связана с оптимальным использованием ее человеческих ресурсов. Персонал предприятия – это его личный состав, работающий по найму, обладающий качественными характеристиками и имеющий трудовые отношения с работодателем. Отбор кандидатов в охранном предприятии начинается с приема резюме. Менеджер анализирует каждое резюме, и наиболее подходящие оставляет для дальнейшего рассмотрения. Предпочтения, при отборе кандидатов, отдаются тем, чье резюме составлено наиболее грамотно, имеется опыт работы в нужной для организации среде. [1]

Следующим традиционным методом отбора на должность, является собеседование, когда каждый претендент проходит беседу с менеджером отвечая на различные вопросы.

Исследование задачи по отбору персонала показывает, что в реальной постановке эта задача является многокритериальной, так как характеризуется множеством различных критериев. [1]. Данная задача, во-первых требует высокой квалификации персонала, а во-вторых, она характеризуется большой вычислительной сложностью. Для преодоления перечисленных трудностей при решении управленческих задач требуется разработать методы, позволяющие моделировать управленческие решения и внедрять на их основе интеллектуальной системы поддержки принятия решений.

Одним из методов автоматической классификации объектов является метод к ближайших соседей. Основным принципом данного метода является то, что объект присваивается тому классу, который является наиболее распространенным среди соседей данного элемента. Соседи берутся исходя из множества объектов, классы которых уже известны, далее высчитывается, какой класс наиболее многочислен среди них. Каждый объект имеет конечное количество атрибутов (размерностей) [2]. Применение метода ближайших соседей позволит повысить эффективность принятия решений по трудоустройству на охранном предприятии, не требуя при этом специфических знаний от лица, принимающего решение.

Таким образом, для оптимального отбора кадров лучше использовать интеллектуальные математические методы, которые позволят автоматизировать отбор претендентов, предоставив сразу потенциальные кадры для собеседования, что позволит исключить влияние человеческого фактора, сэкономить время, а также финансовые средства.

Литература

1. Базарова Т.Ю., Еремина Б.Л. Управление персоналом М.: ИНФРА-М, 2008. — 429 с.
2. Журавлев Ю. И., Рязанов В. В., Сенько О. В. «Распознавание». Математические методы. Программная система. Практические применения. Фазис, 2006. — 159 с.

Макаренко Сергій

к.е.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування
Херсонський державний університет

Шкворченко Анна

студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонський державний університет
м. Херсон

РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЧНИХ ПЛАНІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ОБСЯГІВ ТА ЯКОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ

Головним завданням, направленим на підвищення конкурентоспроможності підприємства, є удосконалення виробничих процесів шляхом розробки оптимальної стратегії розвитку, яка б дозволила найбільш вигідно пристосуватися до потреб навколишнього бізнес-середовища і відповідати йому. У зв'язку з цим стратегія розвитку підприємства повинна постійно змінюватися і пристосовуватися до зовнішніх умов функціонування [1].

Основні планові показники діяльності суб'єкта господарювання формуються на стадії стратегічного маркетингу на підставі розроблених нормативів конкурентоспроможності товарної продукції, враховуючи перспективні переваги підприємства, а також стратегічні параметри товарних ринків. Під час управління та стратегічного планування маркетингових заходів керівник підприємства повинен враховувати попит на продукцію, що виготовляється на даній виробничій ділянці. Маючи достовірну інформацію щодо обсягів попиту на продукцію керівництво може провести відповідні заходи зі стратегічного планування потужностей та визначити найбільш ефективний комплекс маркетингових заходів [3].

Для прогнозування обсягів попиту на продукцію (роботи, послуги) пропонується використовувати наступну множинну лінійну регресію:

$$X_0 = A_0 + A_1 * X_1 + A_2 * X_2, \quad (1)$$

де X_0 – обсяг попиту, ум. од.;

X_1 – середня ціна умовної одиниці, грн;

X_2 – рівень середньомісячного доходу населення даної місцевості, грн;

A_0, A_1, A_2 – коефіцієнти.

Проведені розрахунки дозволили побудувати функцію попиту на виконання будівельних робіт у м. Херсоні:

$$X_0 = 60897,19 - 2,72105 * X_1 + 3,189576 * X_2$$

Враховуючи, що темп зростання середньомісячної заробітної плати в інтервалі 2010-2016 років складав біля 13%, то прогнозований розмір середньомісячної заробітної плати в 2017 році у м. Херсоні складатиме біля

4350 грн. Розрахунковий середньорічний рівень цін за кв. метр житла складатиме 18000 грн. Отже, прогнозований обсяг попиту на будівельні роботи та введене в експлуатацію житло складатиме:

$$X_0 = 60897,19 - 2,72105 * 18000 + 3,189576 * 4350 = 25792,95 \text{ (кв. метрів)}$$

Результати проведених досліджень свідчать, що при наявному рівні купівельної спроможності місцевого населення та запланованому рівні цін за кв. метр житла обсяги попиту на виконання будівельних робіт у м. Херсоні зменшаться. Разом з тим, враховуючи, що головним завданням діяльності підприємств будівельної галузі є виробництво якісної продукції та послуг з метою задоволення потреб населення, то мінімізація витрат на сировину може призвести до погіршення її якості та створення в подальшому аварійно-небезпечної ситуації у житловому об'єкті. При застосуванні неякісної сировини для будівництва будівель строк їх експлуатації може значно зменшитися.

Отже, керівництву підприємства потрібно визначити оптимальний виробничий процес, який дозволить досягти бажаних технічних результатів з мінімальними витратами сировини, з урахуванням подальшої оптимізації логістичних маршрутів та впровадженням нових більш прогресивних технологій. Зазначене надасть можливість зменшити вартість будівництва кв. метра житла і таким чином сприятиме активізації попиту на ринку новобудов в умовах фінансової кризи.

Література

1. Трут О. О. Операційний менеджмент: підручник. К.: Академвидав, 2013. 348 с.
2. Свидрук І. І., Миронов Ю. Б., Кундицький О. О. Теорія організації: підручник. Львів: Новий Світ-2000, 2013. 175 с.
3. Гелловей Л. Операционный менеджмент. Принципы и практика. СПб.: Питер, 2010. 320 с.

Мельник Ганна

Асистент кафедри економіки підприємства
Донбаська державна машинобудівна академія
м. Краматорськ

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЛАНЦЮЖКА ЦІННОСТЕЙ В УПРАВЛІННІ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Концепцію ланцюжка цінностей було вперше сформульовано М. Портером у 1985 році. Під ланцюжком цінностей розуміють узгоджений набір видів діяльності, що створюють цінність для підприємства, починаючи від вихідних джерел сировини до готової продукції, доставленої кінцевому споживачу, включаючи післяпродажне обслуговування.

Аналіз вартісного ланцюжка забезпечує міцне підґрунтя для стратегічної оцінки поточної позиції підприємства на ринку та його майбутнього розвитку.

Отримання й підтримка конкурентної переваги потребує від підприємства розуміння всієї системи постачання цінностей, а не тільки тієї частини ланцюжка, в якій це підприємство безпосередньо приймає участь. Постачальники і споживачі, і постачальники постачальників, і споживачі споживачів мають частку прибутку, яку важливо визначити при з'ясуванні позиціонування фірми, оскільки кінцевий споживач, врешті решт, сплачує за усі частки прибутку по всьому ланцюжку цінностей (див. рис. 1).

Виокремимо переваги концепції ланцюжка цінностей на відміну від концепції доданої вартості по ключовим сферам отримання прибутку:

1) *Зв'язок із постачальниками.* У цій сфері отримання прибутку концепція доданої вартості починається надто пізно: якщо розпочинати аналіз витрат в момент закупівель, то втрачаються усі можливості використання зв'язків із постачальниками підприємства. Слід зауважити, що зв'язок повинен регулюватись таким чином, щоб як підприємство, що розглядається, так і постачальник цього підприємства опинились у вигазі.

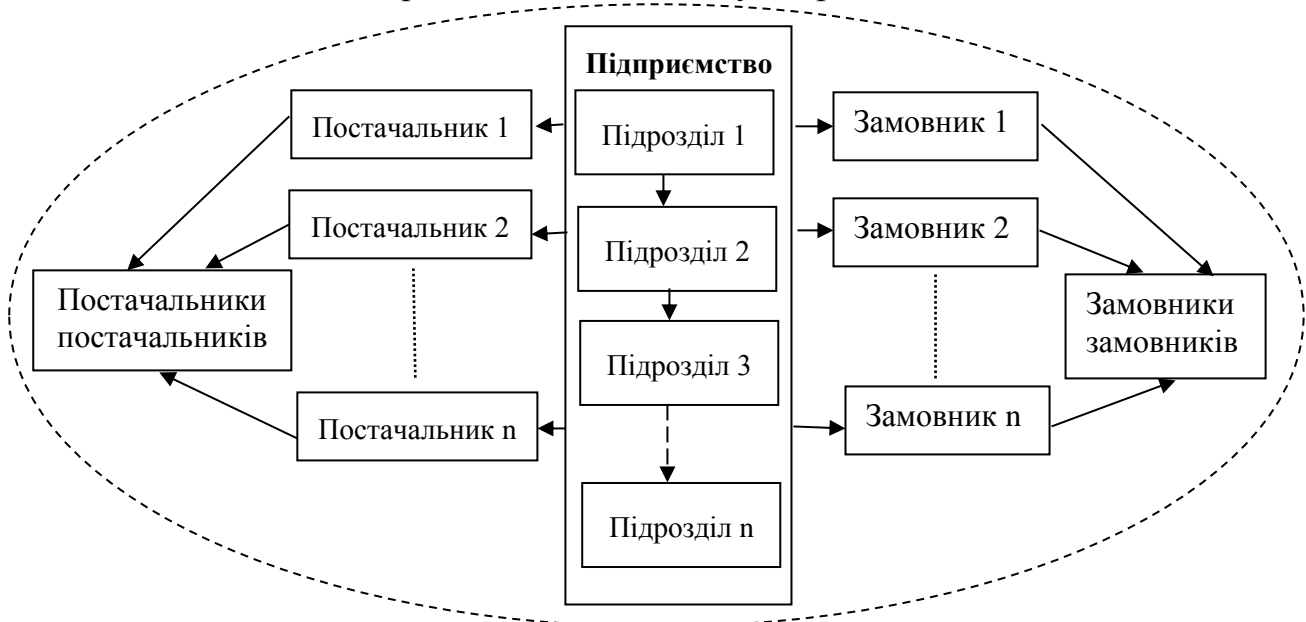


Рисунок 1. Розвиток конкурентної переваги шляхом зв'язку із замовниками, постачальниками та між ланцюжками цінностей всередині підприємства

2) *Зв'язки зі споживачами.* Вданому випадку концепція доданої вартості закінчується надто рано: завершення аналізу витрат у момент реалізації не дає можливості використовувати зв'язки із замовниками підприємства. Система ж ланцюжка цінностей виявляє те, як продукція підприємства уписується у ланцюжок цінностей покупця.

3) *Технологічні зв'язки всередині ланцюжка цінностей одного підрозділу підприємства.* На відміну від концепції доданої вартості, визнаючи взаємозв'язок між окремими видами економічної діяльності зі створення вартості всередині підприємства, аналіз ланцюжка цінностей надає можливості,

які, свідомо збільшуючи витрати одного виду економічної діяльності, що створює вартість, можуть привести до зниження загальних витрат.

4) *Зв'язки між ланцюжками цінностей підрозділів всередині підприємства.* Різко контрастуючи із концепцією доданої вартості, аналіз ланцюжка цінностей також визнає потенціал прибутку, отриманого від використання зв'язків між видами економічної діяльності різних підрозділів.

Таким чином, переваги концепції ланцюжка цінностей на відміну від концепції доданої вартості, очевидні. Разом з тим, існують достатньо суттєві складнощі щодо впровадження цієї концепції в реальне економічне життя.

С. Ф. Голов відмічає «...практичне застосування такого аналізу дуже ускладнюється відсутністю необхідної інформації про витрати й доходи конкурентів на різних стадіях вартісного ланцюжка. Крім того, традиційна система бухгалтерського обліку зазвичай не забезпечує аналітичною інформацією за стадіями вартісного ланцюжка...» [1].

На думку Пітера Друкера «...більшості компаній буде нелегко перейти на систему розрахунку витрат усього економічного ланцюжка. Для цього потрібні однакові або принаймні сумісні системи бухгалтерського обліку в усіх компаніях, що належать до економічного ланцюжка. Адже звичайно кожна компанія веде бухгалтерський облік на власний розсуд і при цьому переконана, що саме її система – єдина можлива і правильна. Більше того, обчислення витрат вартісного ланцюжка вимагає, щоб компанії, які становлять цей ланцюжок, обмінювалися внутрішньою інформацією, проте, як відомо, навіть у межах однієї компанії працівники без захоплення сприймають ідею обміну інформацією. Та, попри всі перешкоди, розрахунок витрат по всьому економічному ланцюжку будь-що впроваджуватиметься, бо інакше навіть найефективніші компанії втратять цінові переваги...» [1].

Підсумовуючи, можна сказати, що підприємство являє собою тільки частину з більш широкого набору видів економічної діяльності у системі доставки цінностей. Оскільки не існує двох підприємств, що конкурують на цілковито однакових ринках, що мають спільних постачальників і замовників, загальний ланцюжок вартості для кожного підприємства – унікальний [2]. Слід наголосити, що кожне підприємство потрібно розглядати в контексті загального ланцюжка видів економічної діяльності, що створюють цінність, але тільки як частину цього ланцюжка.

Література

1. Голов С.Ф. Управлінський облік. Підручник / С.Ф.Голов. – 4-те вид. – К.: Лібра, 2008. – 704 с.
2. Шанк Дж. К. Стратегическое управление затратами / Дж. К. Шанк, В. Говиндараджан. Пер. с англ. СПб.: ЗАО «Бизнес Микро», 1999. – 288с.

Мельникова Катерина
доцент кафедри економіки підприємства
Херсонський державний університет
м. Херсон

ЗБАЛАНСОВАНА СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ – НЕОБХІДНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних складних економічних умовах функціонування вітчизняні підприємства відчувають потребу в нових методах управління для забезпечення своїх конкурентних переваг на ринку. Протягом останніх десятиліть спостерігаються зміни в методах управління підприємством, тоді як методичні підходи до оцінки діяльності залишаються незмінними.

Класично склалося, що оцінка результатів діяльності підприємства орієнтується на фінансові показники діяльності, що не повною мірою відображає об'єктивність оцінювання. Підприємствам необхідна система оцінки, здатна збалансовано та адекватно відображати траєкторію руху в досягненні цілей стратегії розвитку, достовірно діагностувати зрушення та зміни, що відбуваються на підприємстві. Дана система оцінки представлена збалансованою системою оцінки, яка містить важелі управління діяльністю підприємством.

Тематиці збалансованої системи показників у теоретичному та практичному аспектах присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних авторів. Необхідно виділити роботи таких зарубіжних дослідників, як Каплан Роберт С., Нортон Дейвід П., Пол Р. Нівен.

Серед вітчизняних науковців це питання розкрито у працях: А. М. Гершун, Л. М. Малярець, П. Хорват, Н. В. Лазебна та ін. Проте дані автори не виділяють конкретних етапів у побудові збалансованої системи та залишають поза увагою специфіку діяльності підприємства.

Оцінка результатів діяльності підприємства орієнтується на фінансові показники, що не є об'єктивним оцінюванням його господарювання. Підприємствам необхідна така система оцінки, яка на шляху до досягнення цілей стратегії їх розвитку дозволить ефективно управляти процесом господарювання. Система оцінки має містити важелі управління діяльністю підприємства. Впровадження збалансованої системи показників (ЗСП) як нового методу управління здатне активізувати функції управління, спрямовані на вирішення наявних економічних проблем кожного окремого підприємства. Збалансована система показників, крім фінансових, включає показники, що характеризують ключові сфери діяльності підприємства, від яких залежить успішна реалізація стратегії. Це вигідно виокремлює ЗСП для обґрунтування оцінки діяльності підприємства.

Впроваджувати збалансовану систему показників необхідно поетапно: перший етап – підготовчий; другий – безперервний циклічний процес

розгортання та доробки системи. Спочатку потрібно виділити ключові стратегічні цілі, які й будуть утворювати основу всього аналізу, такі як „фінанси”, „клієнти”, „процеси”, „розвиток”. Розбиваючи ці поняття на більш вузькі, можна скласти дерево рішень стосовно проблеми підвищення ефективності управління підприємством [3, с. 56].

Сьогодні ЗСП є найуспішнішою спробою до інтеграції використання фінансових та нефінансових показників. Як показує практика, на компанію необхідно 15–20 показників, на підрозділ близько 7–10, для одного співробітника не більше 5. ЗСП фокусує оцінювання на чотирьох тісно пов'язаних перспективах: на фінансові результати, на споживачів, внутрішню організацію та на навчання й розвиток персоналу. У типовій ЗСП кожна буде містити ключові фактори успіху та відносні показники, які стимулюватимуть виконання у певних перспективах [1]. Традиційні концепції оцінки ефективності діяльності компанії засновані на вимірах виключно фінансових показників [2, с. 112]. Слід зазначити, що ЗСП підтримує вимірювання фінансових показників, проте передбачає управління саме нефінансовими показниками, які відображають рух компанії до створення її майбутньої вартості через інвестиції в персонал. Більш широкий погляд на управління забезпечує об'єктивну картину стану компанії, аналіз можливостей, конкурентоспроможності. Етапами проведення аналізу за допомогою ЗСП виступає: SWOT-аналіз і визначення факторів успіху; визначення стратегічних цілей та їх відображення на основі побудови стратегічної карти; визначення показників по кожній складовій ЗСП та цільових значень, проведення розрахунку даних показників; план стратегічних заходів та підтримка, оновлення та розвиток збалансованої системи показників фінансового характеру.

Фінансова складова є однією з ключових складових ЗСП. Як правило, основним завданням у рамках фінансової складової є збільшення рентабельності продукції, рентабельності власного капіталу, чистого грошового потоку та чистого прибутку. Фінансові цілі лежать в основі дерева цілей, однак існує тісний взаємозв'язок із цілями в галузі маркетингу, внутрішніх процесів і розвитку персоналу.

У розрізі фінансової складової було розраховано наступні показники: коефіцієнт абсолютної ліквідності, загальної ліквідності, довгострокового залучення позикових коштів, рентабельності власного капіталу та рентабельності активів. У рамках клієнтської складової, як вважає Л. М. Малярець, управлінці визначають ключові сегменти ринку, на яких підприємство має намір зосередити свої зусилля щодо реалізації своїх продуктів. Ця складова дає можливість менеджерам підсилити стратегію в галузі маркетингу і продажів, що повинно призвести до зростання фінансових показників у майбутньому. Для вирішення даного завдання було проведено аналіз таких коефіцієнтів, як частка ринкового сегмента, кількість постійних клієнтів та основних конкурентів, рентабельність продажів та питома вага дебіторської заборгованості.

Складова внутрішніх бізнес-процесів ідентифікує основні процеси, які потребують удосконалення та розвитку. Ефективність бізнес-процесів визначає цінність пропозиції підприємства, від якої залежить кількість залучених клієнтів і кінцевий фінансовий результат [3, с. 62]. Після того як ключові бізнес-процеси було виявлено, визначають параметри, що характеризують дані процеси, і розробляють показники ефективності. У нашому випадку були визначені такі показники, які відповідають бізнес-середовищу функціонування підприємства: рентабельність продукції, коефіцієнт зносу і придатності основних засобів, оборотності оборотних активів та рентабельності виробництва.

Четверта складова системи – якості та розвитку персоналу. У ній основними показниками ефективності можуть бути задоволення співробітників, їх утримання, вміння і кваліфікація, можливість миттєво одержувати інформацію, необхідну для ухвалення управлінських рішень [3, с. 16]. Основними показниками у рамках цієї складової є: коефіцієнт підвищення кваліфікації, рентабельність персоналу, плинність кадрів, фактичний обсяг активів на одного працюючого та частка персоналу у загальній чисельності персоналу конкурента.

Отже, збалансована система показників на основі використання випереджуючих показників дозволить виявляти та усувати недоліки у діяльності підприємства ще до того, як їх наслідком буде погіршення фінансових показників; надасть можливість за необхідності оперативно коригувати управлінські рішення у процесі діяльності; дасть змогу за допомогою нефінансових показників розглядати діяльність підприємства у розрізі створення вартості, результатом чого стане підвищення конкурентоспроможності українських підприємств.

Література

1. Лазебная Н. В. Преимущества и недостатки применения системы сбалансированных показателей в планировании деятельности предприятий [Электронный ресурс] / Лазебная Н. В. – Режим доступа: <http://zhurnal.ape.relarn.ru/articles/2006/269.pdf>.
2. Леонтьев Б. Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе / Леонтьев Б. Б. – М.: Акционер, 2002. – 200 с.
3. Малярець Л. М. Збалансована система показників в оцінці діяльності підприємства / Л. М. Малярець, А. В. Штереверя. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. – 188 с.
4. Нивен Пол Р. Діагностика збалансованої системи показників: Підтримуючи максимальну ефективність / Нивен Пол Р. ; [пер. з англ.; за наук. ред. М. Горського]. – Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2006. – 256 с.
5. Хорват П. Сбалансированная система показателей как средство управления предприятием / Хорват П // Проблемы теории и практики управления. – 2000. – № 4. – С. 108– 113.
6. Шевченко П. Укрнафта: подорож у часі і просторі / Павло Шевченко, Михайло Цукор. – Київ: ТЗОВ „Видавничий дім „Лідер XXI століття”. 2008. – 243 с.

Мороз Аліна

Студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., доцент Ковальов В. В.

м. Херсон

ПОКАЗНИКИ РІВНЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ

Основним економічним показником, що характеризує ефективність витрат праці персоналу підприємства, є продуктивність праці.

Під продуктивністю праці розуміють ефективність витрат живої праці, яка визначається кількістю продукції, що виготовляється за одиницю робочого часу, або витратами живої праці на виготовлення одиниці продукції.

Н.М. Бондар вважав, що на продуктивність праці впливають внутрішні та зовнішні фактори.

- зовнішні - такі, що об'єктивно перебувають за межами впливу підприємства (вимоги чинного законодавства в галузі праці, ринкова інфраструктура, забезпеченість країни природними ресурсами тощо);

- внутрішні - ті, на які підприємство може безпосередньо впливати (характер продукції, технологія виробництва, рівень кваліфікації персоналу, безперебійність постачання ресурсів тощо) [2].

Рівень продуктивності праці характеризується показниками виробітку й трудомісткості продукції.

Виріток – це кількість продукції, що виготовляється за одиницю робочого часу або припадає на одного середньооблікового працівника промислово-виробничого персоналу підприємства.

Для кількісної оцінки виробітку можуть застосовуватися натуральні, вартісні й трудові показники.

Натуральні показники відображають вироблену продукцію у штуках, метрах, кубометрах тощо або в умовно-натуральних одиницях, що припадають на одного середньооблікового працівника за певний період. Натуральні показники виробітку застосовуються на підприємствах із невеликою номенклатурою продукції. На підприємствах із широкою номенклатурою продукції використовуються умовно-натуральні показники (наприклад, умовна консервна банка) [3].

Виріток у натуральних показниках визначається діленням обсягу виробленої продукції на середньооблікову чисельність промислово-виробничого персоналу або на кількість затраченого часу, вираженого в норма-годинах.

Вартісні показники продуктивності праці характеризують вартість продукції, що припадає на одного середньооблікового працівника.

Виріток у вартісних вимірниках обчислюється діленням обсягу виробленої продукції у вартісному вираженні на витрати часу.

Трудові показники виробітку відображають витрати робочого часу на

виготовлення одиниці продукції [4].

Виробіток у трудових вимірниках обчислюється діленням обсягу продукції, вираженої у витратах робочого часу в нормо-годинах, на середньооблікову чисельність промислово-виробничого персоналу.

На підприємствах визначають годинний, денний, місячний та річний виробіток.

Годинний виробіток обчислюється діленням обсягу випущеної за певний період продукції на кількість годин, відпрацьованих усіма працівниками протягом цього самого періоду.

Денний виробіток визначається діленням обсягу випущеної за певний період продукції на кількість людино-днів, відпрацьованих за цей самий час.

Місячний (річний) виробіток визначається діленням обсягу випущеної за місяць (рік) продукції на середньооблікову чисельність промислово-виробничого персоналу або основних робітників [5].

Через наявність внутрішньозмінних, цілодобових простоїв у роботі із різних причин (несвоєчасне постачання сировини, вихід із ладу обладнання тощо) темпи зростання годинного, денного та місячного (річного) виробітку можуть не збігатися [4].

Інший показник продуктивності праці – трудомісткість – є протилежним до виробітку і відображає витрати робочого часу на виробництво одиниці продукції. Порівняно з показником виробітку він має такі переваги:

- відображає прямий зв'язок обсягу виробництва і витратами праці;
- дає змогу виявити фактори і резерви зростання продуктивності;
- дає змогу порівнювати витрати праці на однакові вироби в різних цехах та дільницях підприємства [1].

Підвищення продуктивності праці – це складний процес, але він є необхідною передумовою забезпечення економічного розвитку підприємства, оскільки виступає джерелом збільшення обсягів виробництва продукції, приводить до скорочення затрат праці на виробництво продукції, економії робочого часу, обумовлює скорочення витрат на оплату праці, сприяє зниженню витрат на виробництво продукції тощо.

Література

1. Болотіна Н.Б. Трудове право України: [підручник] / Н.Б. Болотіна. – 2-ге вид., стер. – К.: Вікар, 2004. – 645 с.
2. Бондар Н.М. Економіка підприємства: Навч. посіб.– К.: Видавництво А.С.К., 2004. – 400 с.
3. Гетьман О.О. Продуктивність праці: поняття і види [Електронний ресурс] / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. — Режим доступу: http://pidruchniki.ws/14051003/ekonomika/produktivinst_pratsi_ponyattya_vidi.
4. Єлець О.П. Продуктивність праці: роль, сутність та чинники / О.П. Єлець, М.О. Глазкова // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/1365/123.pdf?sequence=12011>
5. Завіновська Г.Т. Економіка праці: навч. посіб. / Г. Т. Завіновська. — [3-ге вид., без змін]. — К. : КНЕУ, 2007. — 304 с.

Москаль Анна

Студентка III курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., доцент Петренко В.С.

м.Херсон

СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ДЛЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Одним із найбільш важливих завдань, які стоять перед інвестором є вибір об'єктів інвестування, що мають найпривабливіші перспективи розвитку та дозволяють забезпечити найвищу ефективність інвестицій. В той же час підприємство проявляє ініціативу і прагне знайти потрібного інвестора, а потім переконати його інвестувати грошові кошти. Успіх такого переконання обумовлюється рівнем інвестиційної політики підприємства.

Теоретичне обґрунтування концептуальних і методичних засад інвестування на мікрорівні та побудова ефективної системи його управління вбачається неможливими без з'ясування сутності такого базового поняття, як інвестиційна діяльність.

Інвестиційна діяльність підприємства - це цілеспрямований процес пошуку необхідних інвестиційних ресурсів, вибору ефективних об'єктів (інструментів) інвестування, формування збалансованої по обраних параметрах інвестиційної програми (інвестиційного портфеля) і забезпечення її реалізації [3].

Інвестиційну діяльність підприємства можна розглядати як два етапи: на першому відбувається створення (залучення) джерела (капіталу), на другому безпосередньо здійснюється вкладення джерела в майновий об'єкт.

Об'єктами інвестиційної діяльності є будь-які не заборонені законом до використання фінансові вкладення в новостворені та модернізовані основні засоби, цінні папери, цільові грошові вкладення (внески в науково-технічну продукцію, права та інтелектуальні цінності, майнові права тощо [2].

До суб'єктів інвестиційної віднесені інвестори й учасники [1]. Суб'єкти інвестиційної діяльності є саме тими особами, що планомірно здійснюють моніторинг економічної ситуації в країні, стану інвестиційного ринку тощо з метою визначення пріоритетних напрямів інвестування та доцільності реалізації інвестиційних проектів на всіх стадіях їх здійснення з позицій як потенційного інвестора, так і учасника інвестиційної діяльності. Інвестори є суб'єктами інвестиційної діяльності, які приймають рішення про вкладання власних, позикових і залучених майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти інвестування. Учасниками інвестиційної діяльності можуть бути громадяни та юридичні особи України й інших держав, які забезпечують реалізацію інвестицій як виконавці замовлень або на підставі доручення інвестора.

Інвестиційну діяльність підприємства можна формалізувати як складну відкриту динамічну систему, оскільки їй притаманні всі основні особливості останньої, а саме: цілісність, відносна відокремленість від оточуючого середовища, пов'язаність із ним, структурованість, багатоаспектність, цілеспрямованість тощо [4].

Фундаментальна роль інвестиційної діяльності полягає в дослідженні й виявленні резервів, а також у розробці науково обґрунтованих проектів із метою їх подальшого ефективного використання. Уже це передбачає, що інвестиційна діяльність являє собою насамперед формулювання самої ідеї, мети інвестування. У зв'язку з цим постає питання про напрям інвестування. Далі необхідно вирішити проблему пошуку інвестиційних ресурсів. Потім варто вибрати об'єкт інвестування, розглянути варіанти інвестиційної привабливості об'єктів, прорахувати можливі ефекти й тощо. Нарешті, треба вступити у відносини з інвесторами й тими, хто буде реалізувати інвестиційний проект. Очевидно, що весь ланцюжок визначених дій і являє собою інвестиційну діяльність. Отже, можна говорити про те, що інвестиційна діяльність – це система економічних (виробничих) відносин.

На основі вищесказаного можна зробити висновок, що основою розвитку будь-якої економічної системи є інвестиції. Активна інвестиційна діяльність на макрорівні дозволяє суб'єктам господарювання вести інноваційну діяльність, оптимізувати процес виробництва, нарощувати виробничі потужності, освоювати нові ринки збуту, реалізовувати свої стратегічні завдання тощо. Грамотно розроблена інвестиційна діяльність на макрорівні дає можливість державі найбільш ефективним способом вирішувати соціально-економічні питання і зміцнювати свої позиції на світовому геополітичному просторі.

Тому питання, пов'язані з аналізом та оцінкою інвестиційної діяльності підприємства, є особливо актуальними.

Література

1. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.1991 р. №1560-ХІІ зі змінами від № 3038-VI (3038-17) від 17.02.2011 // Відомості Верховної Ради України. — 2011. — № 22. — С. 184.
2. Шевчук В. Я. Основи інвестиційної діяльності / В. Я. Шевчук, П. С. Рогожин. — К. : Генеза, 2012. — 384 с.
3. Удалих О.О. Управління інвестиційною діяльністю підприємства: Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ. – 2013. – с.292 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ivk.knteu.kiev.ua/files/2015/metodMBA/korkaz/IM_konspect.pdf
4. Гриньова В.М. Інвестування: Підручник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrbukva.net/page,2,119019-Investicionnyiy-analiz.html>

Мохненко А.С.

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства
Херсонського державного університету

Ковальчук О.

студентка IV курсу, факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

ФОРМИ РЕФІНАНСУВАННЯ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах переходу до ринкової економіки питання пов'язані з аналізом оборотних коштів підприємства мають важливе практичне значення. Недостатній фінансовий стан підприємства є причиною його неплатоспроможності, погіршення фінансової стійкості і можливого банкрутства. Разом з тим, надлишкові активи підприємства є перешкодою його ефективного розвитку і приводять до незапланованих витрат та зайвих резервів.

На склад і структуру оборотних коштів підприємства значний вплив має дебіторська заборгованість. Дебіторська заборгованість визначається як сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату. Дебіторами можуть бути як юридичні, так і фізичні особи, які заборгували підприємству грошові кошти, їх еквіваленти або інші активи. За даними бухгалтерського обліку можна визначити суму заборгованості на будь-яку дату, але звичайно така сума визначається на дату балансу [3, с. 124].

Найвідомішим інструментом інкасації дебіторської заборгованості є надання знижок за швидку оплату продукції. Застосування механізму знижок за швидку оплату доцільне лише постійним клієнтам за суворого дотримання ними платіжної дисципліни за термінами та сумами [1, с. 40].

Розвиток ринкових відносин та інфраструктури фінансового ринку дозволяє використовувати в практиці фінансового менеджменту ряд нових форм управління дебіторською заборгованістю, тобто її рефінансування або прискорений метод переводу дебіторської заборгованості в більш ліквідні оборотні активи, грошові кошти, короткострокові цінні папери.

Основними формами рефінансування дебіторської заборгованості є: факторинг, облік векселів, які видані покупцям продукції, форфейтинг. Найефективнішим інструментом при управлінні дебіторською заборгованістю є факторинг.

Факторинг – фінансова комісійна операція, при якій клієнт переуступає дебіторську заборгованість факторинговій компанії з метою миттєвого отримання більшої частини платежу, гарантії повного погашення заборгованості, зниження витрат по веденню рахунків [2, с. 27].

Погашення заборгованості за факторингом здійснюється за рахунок коштів, перерахованих дебіторами за отримані товари (роботи, послуги), після їх зарахування на спеціальний транзитний рахунок банку.

У разі наявності непогашеної заборгованості за факторингом та отримані

від дебітора відмови від повної або часткової оплати відвантажених йому товарів (виконаних робіт, наданих послуг) з поважних причин (через невідповідність за якістю, асортиментом тощо), постачальник зобов'язаний, в строки передбачені Генеральною угодою факторингу, повернути банку відповідну суму отриманого авансу. Сума коштів, що підлягає поверненню, розраховується від суми авансу пропорційно вартості товару (робіт, послуг) за яким отримана відмова в оплаті, до загальної суми рахунку-фактури прийнятої банком до факторингу.

Потрібно зазначити, що в результаті проведення факторингових операцій стан дебіторської заборгованості покращується за всіма показниками. Зокрема коефіцієнт відволікання активів і середній період інкасації дебіторської заборгованості зменшуються, а кількість оборотів дебіторської заборгованості збільшується. Зокрема факторингова операція дозволяє підприємству-продавцю рефінансувати переважну частину дебіторської заборгованості щодо наданого покупцю кредиту в короткі строки, скоротивши тим самим період фінансового і операційного циклів. Все це свідчить про позитивний вплив факторингу на стан дебіторської заборгованості і доцільність його проведення.

До недоліків факторингової операції можна віднести лише додаткові витрати продавця, пов'язані з продажем продукції, а також втрати прямих зв'язків з покупцем в процесі здійснення ним платежів.

Отже, в сучасних умовах господарювання розробка ефективного управління оборотними коштами та дебіторською заборгованістю є одним із ключових завдань у вирішенні задач підприємства з позиції забезпечення належного рівня фінансової безпеки та досягнення позитивних результатів у фінансовому оздоровленні.

Література

1. Блонська В. І. Вдосконалення системи управління оборотними коштами торговельного підприємства / В.І. Блонська // Наука й економіка. – 2010. – № 3 (19). – С. 40.
2. Гетьман О.О. Економіка підприємства / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – С.27.
3. Іванілов, О. С. Економіка підприємства / О. С. Іванілов. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – С. 124.

Мут Вадим

студент IV курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., доцент Сунякова К.М.

м. Херсон

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ МАЛИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Сучасні умови господарської діяльності характеризуються постійними змінами. Незворотність цих змін призводить до необхідності постійного моніторингу бізнес-умов збоку господарських суб'єктів. Саме здатність

підприємств реагувати на ці зміни визначає їх успіх в умовах сьогодення. Зокрема успіх підприємницької діяльності залежить від чіткої і злагодженої системи стратегічного управління, впровадженої на багатьох підприємствах в Україні та світі.

Узагальнюючи підходи до розуміння сутності стратегічного управління [1], визначимо стратегічне як одну з підсистем менеджменту організацій, що виконує велику кількість завдань стосовно стратегічного аналізу, розробки, реалізації і контролю стратегії організації. Предметом стратегічного управління є базисні процеси в організації і за її межами, вишукування і нарощування стратегічного потенціалу організації. Для впровадження системи стратегічного управління необхідні великі витрати часу і ресурсів, в окремих випадках створюється навіть спеціальний підрозділ, який відповідає за всі питання, пов'язані зі стратегічним аналізом і постійним моніторингом зовнішнього середовища, розробкою і виконанням стратегії. Така практика, зокрема, використовується в більшості корпорацій. Більш цікавим, з нашої точки зору, є дослідження доцільності застосування стратегічного управління на підприємствах малого бізнесу [2].

Зокрема, основними перевагами стратегічного управління на малих підприємствах є: краще розуміння поточного стану компанії; оцінка переваг та недоліків компанії і зосередження на тому, що являє для неї стратегічний інтерес; правильне визначення завдань і цілей компанії; підготовка засобів для вирішення завдань і досягнення цілей організації; оцінка ефективності реалізації стратегії компанії тощо. Проте, для стратегічного управління малих підприємств існують і обмеження: недостатня кількість або відсутність необхідних знань та інформації про стратегічне планування та його переваги, нестача часу і недостатнє планування, відсутність надійної стратегічної інформації для управління підприємством, невелика численність штату співробітників та інше [3].

Діагностувавши наявні елементи системи стратегічного управління на підприємстві, виявлено ряд проблем вирішення яких дозволить сформувати систему стратегічного управління для малого підприємства: відсутність місії; відсутність навичок стратегічного мислення; відсутність довгострокового планування, тому що планування є основною ланкою та організаційним початком всього процесу реалізації цілей підприємств; відсутність довгострокових інвестицій, які повинно мати підприємство з метою одержання прибутку, здобуття контролю над іншими підприємствами, одержання доступу на певний сегмент ринку.

Застосувавши стратегічний аналіз сильних і слабких сторін, можливостей і загроз ТОВ «Нефтеснабпром-А» виявлено наступне: до сильних сторін ТОВ «Нефтеснабпром-А» можна віднести конкурентоздатну цінову політику та високий контроль якості; до слабких сторін - невдале розташування та недостатньо високий прибуток; до можливостей - налагодження роботи з постачальниками інших регіонів та вихід на нові ринки; до загроз - зниження рівня життя населення та зростаючий конкурентний тиск тощо.

Складання матриці можливостей дозволило підприємству визначити пріоритетні фактори зовнішнього середовища і своєчасно використати їх (табл. 1).

Таблиця 1

Матриця «вірогідність/вплив» для позиціонування можливостей зовнішнього середовища ТОВ «Нефтеснабпром-А»*

	Вірогідність			
		Висока	Середня	Слабка
Дія	Сильне	Не повністю задоволений попит на продукцію	Вихід на нові ринки.	
	Помірне	Високий бар'єр входу на ринок	Налагодження роботи постачальниками інших регіонів	
	Слабке		Неефективна діяльність конкурентів.	Розорення і відхід фірм конкурентів

* Джерело: розробка автора.

На основі поєднання факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на ТОВ «Нефтеснабпром-А», вважаємо за необхідне застосувати такі заходи стратегічного управління малим підприємством:

- відкрити ще одну точку збуту;
- пошук нових постачальників, які продаватимуть свою кращу продукцію дешевше, за умови менших витрат на транспортні послуги;
- збільшення прибутку за умови виходу на нові ринки;
- проблема розташування зможе вирішитися за умови налагодження роботи з постачальниками інших регіонів.

Отже, найбільш значимими і вірогідними виявилися можливості розширення частки ринку та розширення асортименту. До критичного стану підприємства можуть привести: нестабільність валютного курсу, вихід в галузь великого числа конкурентів і перемикання споживачів на продукцію підприємств конкурентів.

Таким чином, застосування інструментів стратегічного управління для малого підприємства надає змогу визначити наявні і поточні ресурси для використання можливостей і уникнення загроз, які виникають в галузі – все це здатне забезпечити довгострокове стабільне функціонування підприємства в сучасних умовах господарювання.

Література

1. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Підручник. – Вид. 2-ге, перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2006. – с. 699.
2. Скібіцький О.М. Стратегічний менеджмент: Навч. посібник. – К.: ЦНЛ, 2006. – с. 312.

3. Шершньова З.Є., Оборська С.В., Ратушний Ю.М. Стратегічне управління: Навч.-метод. посібник. – К.: КНЕУ, 2006. – с. 232.

Нефьодова Яна Сергіївна
студентка V курсу групи Мн-12-м
факультету економіки і менеджменту
Донбаської державної машинобудівної академії
Науковий керівник: к.ф.н., доцент Болотіна Є.В.

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА НОВА ЯКІСТЬ УПРАВЛІННЯ

Глобалізація економічної діяльності є однією з головних тенденцій в розвитку сучасного світу, що величезним чином впливає не лише на економічне життя, але й тягне за собою політичні (внутрішні і міжнародні), соціальні і навіть культурно-цивілізаційні наслідки. Ці наслідки все більше відчують на собі практично всі країни і серед них, звичайно, Україна, яка цілком усвідомлено, активно і цілеспрямовано рухається в напрямку інтеграції в світову економіку. Тому аналіз цього всесвітнього процесу має не лише теоретичне, але і суто практичне, і причому надзвичайно важливе, значення для України, для її зовнішньоекономічної, а в більш широкому значенні - всієї економічної політики.

Глобалізація представляє собою формування єдиного економічного, політичного та інформаційного простору. Посилення процесів глобалізації йде під впливом перш за все країн, що розвиваються на постіндустріальній основі. Глобалізація обумовлена:

- 1) потребами розвинених країн експортувати нові технології і знання, а країн, що розвиваються - природні ресурси і промислові товари;
- 2) неймовірним розширенням можливостей обміну товарами і інформацією; стрімким зростанням обсягів міжнародної торгівлі і гігантських потоків капіталу, що вільно переміщуються по планеті;
- 3) розвитком всесвітніх комунікаційних мереж і взаємопроникненням соціокультурних парадигм [1].

Основа роботи менеджера це прийняття управлінських рішень від яких залежить робота організації. Отже прийняття ефективних управлінських рішень є головною функцією менеджменту.

Одним із важливих напрямків розвитку менеджменту в умовах глобалізації є формування системи глобального менеджменту, що за допомогою сучасних комунікаційних технологій витісняє традиційні системи менеджменту.

Переорієнтування бізнесу з вітчизняного ринку на глобальний потребує від менеджера нового мислення та управлінських навичок. Культурне розмаїття обумовлене глобалізацією потребує більш глибокого розуміння особливостей міжнародного бізнесу та національних культурних явищ. Також менеджерам необхідно приділяти достатньо уваги міжнародним відносинам та зарубіжним ринкам, та що не менш важливо вивчати культурні відмінності.

У своїй статті Болотін Є.В. пише, що особливості сучасного стану економіки України диктують аргументи на користь розвитку співпраці з ЄС. Європейська інтеграція і членство в Європейському Союзі є стратегічною метою України тому, що найкращим чином реалізує національні інтереси у формуванні соціально-орієнтованої ринкової економіки та побудові розвиненої демократичної держави, зміцнює позиції країни в системі міжнародних відносин.[2]

Модель менеджменту визначає організацію, управління, роботу, відносини на фірмі, вона є її основою просування вперед. Так спостерігаючи за розвитком моделей менеджменту розвинутих держав світу можна за отримати в них деякі особливості, щоб створити свою унікальну модель менеджменту. Наприклад американська модель менеджменту передбачає головним зростання виробництва та прибутку. Працівники схильні до боротьби за лідерство, також характерна жорстка дисципліна. Європейська модель управління багато в чому схожа з Американською, але має свої особливості. Так у Європі навіть у великих компаніях дочірні підприємства залишаються самостійними, що дозволяє приймати рішення щодо виробництва, фінансів чи інновацій на місцях.

Японія запозичила в США та Європі орієнтацію на нові технології та психологічні методи управління. В Японії практичні знання цінюються більше за теоретичні, тому підготовка менеджерів починається з практики, а не з теорії. Також характерною особливістю японського менеджменту є колективна відповідальність замість персональної. Японські менеджери значну увагу приділяють технологічним нововведенням [3].

Для України користь японського менеджменту полягає в синтезі найкращого, що було розроблено в культурі управління США та Європи.

Глобальний менеджмент за своєю природою є політичним і стратегічним управлінням. Вироблення та реалізація найбільш загальних стратегічних рішень – головна його функція. Сучасні центри глобального менеджменту створюють відповідну інфраструктуру, здатну завдяки застосуванню новітніх технологій.

Сьогодні без розуміння сутності глобалізації важко бути ефективним менеджером, приймати стратегічні рішення, шукати засоби раціонального управління. Глобалізація економічної діяльності безпосередньо впливає на сферу бізнесу, де в даний час йде складний процес переплетення ділових культур і підготовки фахівців для роботи в міжнародних компаніях. Компанії повинні брати до уваги підхід, цінності, очікування, сприйняття і поведінку співробітників, що представляють різні культури.

Література

- 1.Зеленов Л.А., Владимиров А.А., Степанов Є.І. Сучасна глобалізація: стан і перспективи - СПб.: Ленанд, 2010.- 304 с.
2. Болотіна Є.В. Україна в «глобальному світі»: соціально-економічний аспект // Вісник ДДМА. - 2014. - №3 (Е). - С.223-228.
- 3.Короткова Е.М Історія менеджменту підручник. – М.: Инфра-М, 2010. - 240 с.

Панасенко Олександр

студент IV курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н. Макаренко С.М.

м. Херсон

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ ПЛАНУВАННЯ ПОТРЕБ У ТРУДОВИХ РЕСУРСАХ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасні умови управління підприємствами характеризуються подальшим удосконаленням планування, широким використанням економіко-математичних методів [1]. Водночас потрібно враховувати, що встановлені планові завдання повинні бути хоча і напруженими, проте досяжними. Не має сенсу вимагати неможливого, навіть самий старанний та наполегливий працівників на максимумі своїх можливостей пропрацює досить значний час, а потім все одно значно здасть позиції і, можливо, звільниться із займаною посади. Саме тому не варто вимагати від своїх співробітників працювати на межі можливостей з метою досягнення поставленої мети, потрібно знаходити компроміс між напруженістю планів і поставленою метою [2].

Враховуючи, що персонал є найголовнішим виробничим ресурсом вітчизняних підприємств, то в сучасних умовах ведення бізнесу найголовнішою складовою ефективного стратегічного управління персоналом є застосування таких концептуальних засад [3]:

- розгляд працівника як основного джерела підвищення продуктивності і ефективності виробництва;
- залучення працівників до розробки і прийняття управлінських рішень;
- посилення уваги до індивідуальності, ціннісних орієнтирів, гідності, свободи, цілей працівника;
- формування лідерського і новаторського духу;
- турбота про умови праці, рівень освіти і кваліфікації, стан здоров'я кожного працівника;
- дотримання законодавства про працю;
- поєднання поточних і перспективних потреб у робочій силі;
- оптимальне дотримання індивідуальних, колективних і суспільних інтересів працівників;
- співпраця з профспілками;
- індивідуальний розвиток керівників і працівників.

Основними факторами, які мотивують працівників активно брати участь у професійному навчанні та забезпечувати постійний індивідуальний розвиток є:

- бажання зберегти місце роботи чи посаду;
- зацікавленість у збільшенні заробітної плати;
- бажання одержати нову посаду або підвищити рівень посади (майстер, старший майстер, начальник і т. д.);

- інтерес до процесу освоєння нових знань і навиків;
- бажання встановити контакт з іншими слухачами.

На досліджуємому підприємстві ДП «Херсонський річковий порт» питання про підвищення кваліфікації працівників не піднімалося жодного разу, що пояснюється відсутністю посадової особи, яка займалася б організацією цих питань. Враховуючи зазначене першочерговим завдання є внесення змін у штатний розпис ДП «Херсонський річковий порт» з метою включення до організаційної структури управління підприємством відділ по роботі з особовим складом, який займатиметься питаннями підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації персоналу. Формування стратегії підготовки та перепідготовки персоналу в системі кадрового менеджменту ДП «Херсонський річковий порт» слід розпочинати з формулювання генеральної цілі - місії даної організації. Так, корпоративною стратегією (місією) ДП «Херсонський річковий порт» пропонується обрати саме створення ефективної системи стратегічного управління, оскільки саме від неї залежить ефективність діяльності підприємства. Розпочинати удосконалення необхідно перш за все, з системи кадрового менеджменту на ДП «Херсонський річковий порт». Адже від того, на скільки кваліфіковано буде виконуватися робота, залежатимуть загальні результати господарської діяльності підприємства.

Виходячи з аналізу мотиваційного механізму, що склався на ДП «Херсонський річковий порт», а також ситуації, що склалося на ринку робочої сили, враховуючи внутрішню структуру і систему управління персоналом на підприємстві, пропонується: розробити мотивовану систему оплати праці для працівників; розробити для ДП «Херсонський річковий порт» механізм планування кар'єри і підготовки керівних кадрів.

Система матеріальної зацікавленості персоналу ДП «Херсонський річковий порт» повинна будуватися як система інвестування працівників, налаштована на високу ефективність згідно критерію оцінки і зіставлення результатів і витрат праці. Потрібно розробити та впровадити підхід, відповідно до якого оплата праці набуває функції інвестицій як робочої сили, тобто інвестицій, які можна назвати кваліфікаційно-трудохими. Такі інвестиції набагато ширші, ніж традиційна заробітна плата, вони не зводяться до неї і не обмежуються нею. Основне їх джерело - це кінцевий результат.

Література

1. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент: Учебник. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Дело, 2001. — 448 с.
2. Планування та прогнозування в умовах ринку. – Навч. посіб./ За ред. В.Г. Воронкової. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 608 с.
3. Планування діяльності підприємства: Навч. посіб. / За заг. ред. В. Є. Москалюка. — К.: КНЕУ, 2005. — 384 с.

Петренко Вікторія

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства
Херсонський державний університет
м. Херсон

ПОРЯДОК СТВОРЕННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ СПІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Спільні підприємства є самостійними учасниками зовнішньоекономічних відносин, і відповідно до ст. 1 Закону "Про зовнішньоекономічну діяльність", визначаються як підприємства, які ґрунтуються на спільному капіталі суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, на спільному управлінні та на спільному розподілі результатів і ризиків [1].

На сьогодні спільними визначаються лише ті підприємства, які засновані за участю іноземних суб'єктів. Підприємства, створені на основі поєднання майна, яке є власністю різних українських суб'єктів права власності, належать до категорії підприємств, заснованих на змішаній формі власності. Враховуючи класифікацію, надану Господарським кодексом, спільні підприємства можуть бути віднесені до виду підприємств, заснованих на змішаній формі власності, оскільки вони також створюються поєднанням майна різних форм власності. Однак ці поняття не варто ототожнювати, оскільки спільні підприємства становлять особливу групу таких підприємств – серед їх засновників обов'язково має бути іноземний суб'єкт.

У вітчизняній економічній літературі під терміном "спільне підприємство" розуміють одну з форм міжнародного співробітництва, яка є юридично закріпленою угодою між суб'єктами господарювання різних країн про створення самостійної організаційної одиниці, у межах якої партнери домовляються про часткове об'єднання всіх видів ресурсів, спільне виконання певних видів діяльності та пропорційний розподіл прибутку і ризику. СП є найбільш розвиненим видом спільної підприємницької діяльності.

Слід зазначити, що спільні підприємства використовуються не тільки для освоєння ринку країни, що приймає, а й з метою подальшого виходу на ринки сусідніх країн або цілих регіонів світу.

Згідно з законодавством України спільне підприємство може бути створеним наступним чином:

- шляхом його заснування;
- у результаті придбання іноземним інвестором частки участі у діючому підприємстві без іноземної інвестиції;
- у результаті придбання юридичною чи фізичною особою України частки участі у підприємстві зі стовідсотковою іноземною інвестицією [2, с.170].

Процес заснування СП базується на чинному законодавстві, відображає логіку і порядок аналітично-організаційних робіт, що склалися, і включає кілька стадій, що подано на рисунку 1 [3, с.30].



Рис. 1. Порядок створення спільних підприємств

Після вибору оптимального (з погляду інтересів українського та іноземного партнерів) варіанта створення СП рекомендується скласти попередній бізнес-план за прийнятою як для українського, так і для іноземного партнера методикою. Головні розділи плану включають обсяги необхідних інвестицій і технологій, потреби в основному й оборотному капіталі, у позикових коштах, розрахунки витрат виробництва та цін на готову продукцію, а також інші важливі показники діяльності підприємства (розробка стратегії маркетингу, страхування підприємницької діяльності, розробка фінансового плану й фінансової стратегії тощо).

На основі досліджень можна сформулювати наступну систему функціонування спільних підприємств. По-перше, така система повинна базуватися на наступних принципах: принцип самостійності, принцип єдності інтересів, принцип рівноправності, принцип вигідності, принцип добровільності, принцип відповідності чинному законодавству. З точки зору зовнішнього середовища дана система ґрунтується на політико-правових, економічних та соціально-культурних складових. З точки зору внутрішнього середовища – це технологічні, матеріальні, інформаційні організаційні, фінансові, трудові, екологічні складові. Лише за умови об'єднання складових системи можна отримати більший економічний ефект, ніж в їх відокремленні. Завдяки роботі такого механізму функціонування спільних підприємств відбувається оптимізацію функцій та аспектів згідно з принципами їх створення.

Крім того, робота за такою схемою передбачає необхідність й окреслює напрями вдосконалення взаємовідносин із зовнішнім середовищем, що дасть

можливість перейти на якісно вищий рівень діяльності. Стає зрозумілим, що певні дії уряду, готовність вітчизняних підприємців до прийняття іноземного досвіду, зменшення ризиків, висока віддача капіталовкладень – рушійні сили інвестиційного забезпечення в аграрному секторі економіки.

Отже, проаналізувавши становище в Україні можна зробити висновок, що при створенні і діяльності СП на території України реалізуються цілі, що сприяють вивозу капіталу у вигляді СП, що забезпечує оновлення техніко-технологічної бази без залучення власних валютних коштів; використання потенціалу іноземного партнера для виробництва конкурентоздатної продукції; розширення експорту продукції використанням торгової марки партнера, його збутової мережі та техобслуговування за рахунок одержання від іноземного партнера матеріалів, які не виготовляються чи дефіцитні, комплектуючих виробів, вузлів і деталей; розподіл з іноземним партнером комерційного ризику, у разі недосягнення економічних результатів

Література

1. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність".
2. Петренко П.Д. Спільні підприємства у контексті чинного законодавства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minjust.gov.ua>.
3. Погребняк Л.В. Спільні підприємства : навч. посібн. / Л.В. Погребняк. – Львів : Вид-во ЛНАУ, 2010. – 160 с.

Пилипенко Катерина

студентка V курсу факультета автоматизації машиностроєння і
інформаційних технологій

Донбасская государственная машиностроительная академия

Научный руководитель: к.т.н., доцент Нечволода Л.В.

г. Краматорск

АНАЛИЗ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ДЛЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Сложившиеся в настоящее время экономические условия в стране формируют среду функционирования огромного количества предприятий, характеризующуюся жесткой конкуренцией и высокой степенью неопределенности. В связи с этим очень остро стоит вопрос об автоматизации управления на предприятиях. Автоматизированные системы управления предприятием необходимы для оптимизации и повышения эффективности работы менеджеров. Специалисты утверждают, что управление предприятием при помощи автоматизированных систем способствует росту конкурентоспособности любого предприятия. Человеческие ресурсы предприятий и организаций рассматриваются как наиболее ценный ресурс, а развитие их потенциала – как важная стратегическая задача предприятий для достижения успеха.

Задача отбора персонала на выполнение работ является важным звеном работы предприятий. Правильное назначение сотрудника на выполнения

задания может повысить не только производительность труда, но и увеличить прибыль предприятия, повысить лояльность сотрудников [1].

Несмотря на то, что существует большое количество программных продуктов для решения актуальных проблем по управлению персоналом, назначение сотрудников на выполнения заданий производится в основном «вручную» начальниками отделов, цехов и других подразделений, решения которых базируются на профессиональном опыте и здравом смысле. Однако данная основа недостаточно прочна и с ростом объемов заданий, уменьшением допустимого времени реакции на внешние воздействия, увеличением количества критериев, которые необходимо учитывать для принятия оптимального решения, возможны проблемные ситуации для управляющих. И, конечно, к недостаткам принятия решения на выводах начальника также можно отнести «человеческий фактор» и проблему объективности принятого решения.

В связи с этим актуальным является автоматизация процесса распределения работ между сотрудниками с помощью математических методов и моделей.

В общем случае для решения задач распределения трудовых ресурсов могут использоваться следующие математические методы и модели:

- линейные оптимизационные модели;
- методы динамического программирования;
- методы сетевого программирования;
- методы основаны на транспортных сетях;
- методы дихотомического программирования;
- эвристические методы;
- методы решения многокритериальной задачи о назначениях (МНЗ) [2].

Проанализировав данные методы и модели, можно прийти к выводу, что наиболее подходящими являются методы решения многокритериальной задачи о назначениях, так как, в основном, данные методы предоставляют возможность принятия участия ЛПР (начальника подразделения), при распределении трудовых ресурсов и имеют возможность многокритериальной оптимизации, что в нашем случае также необходимо.

Методы решения многокритериальной задачи о назначениях достаточно разнообразны. Главными критериями при выборе метода решения являются: возможность участия ЛПР (начальника подразделения) в процессе распределения работ и высокая точность при сравнении критериев.

Рассмотрим возможность применения популярных методов для решения многокритериальной задачи о назначениях (таблица 1).

Таблица 1

Применение методов для решения многокритериальной задачи о назначениях

Метод	Возможности	Возможность использования
1. Теоретико-игровой метод решения многокритериальной задачи о назначении [3].	1. Требуется участие ЛПР 2. Критерии имеют одинаковую важность	Не применим
2. Метод, основанный на алгоритмах порядковой нормализации критериев [4].	1. Требуется участие ЛПР 2. Средняя точность при сравнении критериев	Не применим
3. Метод, основанный на использовании генетического консилиума [5].	1. Требуется участие группы экспертов 2. Слабая точность при сравнении критериев	Не применим
4. Метод, основанный на использовании нечетких бинарных отношениях [5].	1. Не требуется участие ЛПР 2. Слабая точность при сравнении критериев	Не применим
5. Метод, основанный на человекомашинных процедурах [6].	1. Требуется участие ЛПР 2. Высокая точность при сравнении критериев	Применим

Проанализировав преимущества и недостатки методов решения многокритериальной задачи о назначениях, можем прийти к выводу, что применим метод О. И. Ларичева [6], основанный на человекомашинных процедурах, который использует помощь ЛПР при необходимости, учитывает важность критериев, имеет высокую точность при сравнении критериев. Имеется возможность использовать метод при различном количестве элементов множеств, и разным числе критериев.

Литература

1. Большухина И. С. Экономика предприятия: учебное пособие / И. С. Большухина, В.В. Кузнецов – Ульяновск: УлГТУ, 2007. – 118 с.
2. Пелих А.С. Экономико-математические методы и модели в управлении производством: учебное пособие для вузов / А.С. Пелих, Л.Л. Терехов, Л.А. Терехова – Ростов н/Д.: «Феникс», 2005. – 248 с.
3. Левин С. В. Теоретико игровой подход к решению многокритериальной задачи о назначениях: учеб. пособие для вузов / С. В. Левин, А. А. Петрик. – М.: Вестник ХАИ, вып.50, 2011. – 101 с.
4. Никонов Я. О. Математические методы решения многокритериальной задачи о назначении: учеб. пособие для вузов / О.Я. Никонов, О.А. Подоляка, А.Н. Подоляка, Е.В. Скакалина. – М.: Вестник ХНАДУ, 2011. – вып.55. – 112 с.
5. Лотов А. В. Многокритериальные задачи принятия решений: учеб. пособие / В. А. Лотов, И. И. Поспелова. – М: МАКС Пресс, 2008. – 197 с.
6. Ларичев О. И. Теория и методы принятия решений, а также Хроника событий в Волшебных Странах: учебник / И. О. Ларичев – М.: Логос, 2002. – 305 с.

Пінчук Юлія

студентка III курсу обліково-економічного факультету
Одеський національний економічний університет
Науковий керівник: к.е.н., доцент Волкова Н.А.

м. Одеса

ЕВРИСТИЧНИЙ ПРИЙОМ В ЕКОНОМІЧНОМУ АНАЛІЗІ

Під час проведення економічного аналізу слід враховувати те, що математичні методи є важливою, але не вичерпною основою прийняття рішення.

Поряд із різними прийомами аналізу, таких як загальні та універсальні, в ході системних досліджень використовують і евристичні прийоми, які ґрунтуються на інтуїції та досвіді дослідників.

Слово "евристика" трактується як метод пошуку, винаходів. Основи евристичних методів були закладені ще у філософській концепції Сократа.

Евристичні методи є універсальними, і їх застосовують у всіх сферах науки і практики. Їх широко використовують також в економічному аналізі. Методи евристичного пошуку надзвичайно різноманітні.

Евристичні методи – це спеціальні методи аналізу, що базуються на використанні досвіду, інтуїції фахівця та його творчого мислення. Евристичні методи поділяються на експертні та психологічні.

Експертні методи є комплексом логічних та математичних прийомів і процедур дослідження, в результаті яких від фахівців-експертів одержують інформацію, необхідну для прийняття зважених раціональних управлінських рішень.

Психологічні методи – сукупність правил і процедур, які забезпечують розв'язання проблем та вирішення творчих завдань [1].

До методів мало упорядкованого пошуку рішень належать методи аналогії, інверсії, емпатії, ідеалізації. Ці методи бувають індивідуальні і колективні. Їх часто називають психологічними.

В основі методів упорядкованого пошуку рішень лежить науково обґрунтований алгоритм творчого процесу, який включає етапи, під етапи, кроки і процедури. Дані методи є складними комплексними методиками роботи по винаходах, пов'язаних зі створенням нової техніки, технології. Сюди належать метод АРЗВ (алгоритм розв'язку задач по винаходах) та вепольний метод [2].

Комбіновані методи застосовують як інтуїцію, так і деякі правила та закономірності раціональної думки. Розрізняють індивідуальні та колективні комбіновані методи.

Прикладом індивідуальних методів є: метод контрольних питань, метод індивідуального мозкового штурму, метод інтерв'ю, метод сценарію, «Дельфі». Ці методи передбачають персональну роботу з кожним експертом.

Прикладом колективних методів є: метод мозкового штурму,

метод «635», метод синектики, метод колективного блокнота, метод комісії [3].

Дослідивши евристичні прийоми, які застосовуються в економічному аналізі, можна стверджувати, що вони є значним фактором у пошуку розв'язання різного роду економічних задач.

Для пошуку нових рішень і заходів, що забезпечать їх втілення у життя необхідно активізувати творче мислення фахівців. Цьому сприяє застосування в аналізі евристичних методів, що є сукупністю правил і процедур, які стимулюють вирішення творчих завдань.

Література

1. Купалова Г.І. Теорія економічного аналізу: Навч. посіб. – К.: Знання, 2008. – 639 с.
2. Економічний аналіз. Навчальний посібник / В.М. Серединська, О. М. Загородна, Р.В. Федорович. – Тернопіль: Видавництво Астон, 2010.
3. Волкова Н. А., Подвальна Н. Е. Організація та методика економічного аналізу: Навч. посібник. – Одеса: ОНЕУ, ротапінт. – 2013. – 267 с.

Полторацький Микола

аспірант кафедри інноватики та управління
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»,
заступник голови з економіки ДП «АМПУ»,
м. Маріуполь
Науковий керівник: д.е.н., професор Логутова Т.Г.
м. Київ

ПОТОЧНИЙ СТАН ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ»

Залізничний транспорт України є провідною галуззю в дорожньо-транспортному комплексі країни, який забезпечує 82% вантажних та майже 50% пасажирських перевезень, здійснюваних всіма видами транспорту.

Публічне акціонерне товариство «Українська залізниця» – національний перевізник вантажів та пасажирів. Метою діяльності товариства є задоволення потреб у безпечних та якісних залізничних перевезеннях, забезпечення ефективного функціонування та розвитку залізничного транспорту, створення умов для підвищення конкурентоспроможності галузі. Товариство є правонаступником усіх прав та обов'язків Державної адміністрації залізничного транспорту України, а також підвідомчих підприємств і закладів, що мали статус окремих юридичних осіб. За обсягами вантажних перевезень українська залізниця займає четверте місце на Євразійському континенті, поступаючись лише залізницям Китаю, Росії та Індії [1].

Індекс тарифів на перевезення вантажів залізничним транспортом за даними [2] має наступну позитивну динаміку: у 2013 р. (при базі 2008 р.) склав на 145,4; у 2014 р. – 164,9; у 2015 р. – 209,8; у 2016 р. – 241,3; а прогноз наведеного показника складає 301,6 (за даними КМУ) [2]. При цьому індекс цін на виробників промислової продукції має також позитивну динаміку, а саме: у 2013 р. – 158,0 (при базі 2008 р.); у 2014 р. – 208,2; у 2015 р. – 261,1; у 2016 р. – 343,3; а прогноз наведеного показника у 2017 р. складає 372,56.

Одним із ключових техніко-економічних показників є внутрішній вантажообіг (млрд. т-км), що у 2015 р. в порівнянні з 2013 р. знизився на 13,8%; у 2016 р. – на 15,14% та у 2017 р. прогнозується зріст наведеного показника на 1,9% відносно 2016 р. [2]

Прогноз доходної ставки (коп. 10 т-км) у 2017 р. складає збільшення на 29,2% відносно 2016 р. за рахунок збільшення середньорічних тарифів на ключові групи перевезення товарів залізничним транспортом.

Динаміка зміни середньорічних тарифів на перевезення 1 тони вантажів залізничним транспортом у національній валюті має наступний тренд: до 2013 р. спостерігалось збільшення наведеного показника до 8,59 грн. (2013 р.), а у 2016 р. зменшення категорії на 48,54%, прогноз зросту показника у 2017 р. складає 23,53% відносно 2016 р. [2]

Слід зазначити, що середня доходна ставка ПАТ «Укрзалізниця» відносно має один з найбільш нижчий показник та у порівнянні з іншими міжнародними компаніями складає 0,11 дол. США / 10 т-км; Belarusian Railway (Білорусь) – 0,20 дол. США / 10 т-км; SZDC (Чехія) – 0.80 дол. США / 10 т-км; PKP S.A. (Польща) – 1,08 дол. США / 10 т-км та МАВ (Угорщина) – 1,21 дол. США / 10 т-км.

Заплановане збільшення планового показнику капітальних інвестицій ПАТ «Укрзалізниця» у 2017 р. складає 114%; придбання основних засобів 314% та модернізація основних засобів 45%. Джерелами фінансування капітальних інвестицій у 2017 р. є: власні кошти підприємства (66,24%), кошти МФО (32,84%), бюджетні кошти (0,54%) та інші джерела (0,38%).

Таким чином, розвиток ПАТ «Укрзалізниця» відбувається по всіх напрямках діяльності підприємства з метою забезпечення вантажних та пасажирських перевезень переважно за рахунок підвищення тарифів.

Література:

1. Загальна інформація. ПАТ «Укрзалізниця» [Електронний режим]. – Режим доступу: http://uz.gov.ua/about/general_information/.
2. Державна служба статистики України, 1998-2017 [Електронний режим]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Пузанова Яна
студентка III курсу
факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету
м. Херсон

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ

Одним з важливих чинників підвищення ефективності підприємницької діяльності є ефективне управління матеріальними ресурсами. Сучасні підприємства ще не включили управління ресурсами до складу основних напрямків активно здійснюваної стратегії своєї поведінки у ринковому середовищі, явно недостатньо використовують даний фактор підвищення

конкурентоспроможності. Аналіз існуючої практики господарювання на підприємствах індустріально розвинутих країн показує, що загальним орієнтиром в управлінні ресурсами є їх мінімізація в допустимих межах, що приводить до прискорення обороту власних коштів і підвищення на цій основі конкурентоспроможності, зміцнення і розширення своєї ніші на ринку товарів, робіт і послуг.

Проблеми оптимізації матеріальних ресурсів підприємства та ефективного управління ними зумовлена тим, що стан ресурсів характеризує вплив на конкурентоспроможність підприємства, його фінансовий стан і фінансові результати. Забезпечити високий рівень якості продукції та надійність її поставок споживачам неможливо без створення оптимальної величини запасу готової продукції, а також запасів сировини, матеріалів, напівфабрикатів, продукції незавершеного виробництва та інших ресурсів, необхідних для безперервного і ритмічного функціонування виробничого процесу. Занижені запаси матеріальних ресурсів можуть привести до збитків, пов'язаних з простоями, з незадоволеним попитом і, отже, до втрати прибутку, а також втрати потенційних покупців продукції. З іншого боку, накопичення зайвих запасів пов'язує оборотний капітал підприємства, зменшуючи можливість його вигідного альтернативного використання і уповільнюючи його оборот, що позначається на величині загальних витрат виробництва і фінансових результатах діяльності підприємства.

У сучасній ринковій економіці підвищення ефективності управління матеріальними ресурсами досягається за рахунок впровадження логістичної концепції, що передбачає інтегрований підхід до управління запасами в межах логістичної системи, підпорядкування стратегії управління матеріальними запасами глобальної ринкової стратегії підприємства, визначення оптимальної величини запасів матеріальних ресурсів на основі прогностичних оцінок їх потреби, яка в свою чергу формується відповідно до графіка виготовлення продукції та її постачання споживачеві [2].

При логістичному підході до управління запасами увага приділяється тимчасовому аспекту. Завдяки подачі потрібних матеріалів потрібне місце і в потрібний час досягається значне скорочення всіх видів запасів матеріальних ресурсів, що дає можливість підійти до реалізації концепції "виробництва з нульовим запасом". З позицій логістики систему управління матеріальними запасами необхідно розглядати як окрему підсистему загальної логістичної системи, основна мета функціонування якої полягає у підтримці такого рівня запасів, при якому досягається висока оборотність запасів, задовільний обслуговування споживачів і оптимальні витрати на зберігання запасів.

Логістична система (ЛС) - це адаптивна система зі зворотним зв'язком, яка виконує ті чи інші логістичні функції (операції), складається з підсистем і має розвинуті внутрішньо системні зв'язки та зв'язки із зовнішнім середовищем. При реалізації очевидних переваг логістичного підходу до управління підприємством на сучасному етапі розвитку українських підприємств, його впровадженню перешкоджає наявність певних проблем, одним з яких є

відсутність методик формування логістичних систем, які б характеризувалися відносною простотою і високою адаптивністю до дій зовнішнього і внутрішнього середовища. Одним з найбільш важливих факторів ефективності логістичних систем є матеріальні запаси, яким не приділяється необхідна увага, про що свідчить відсутність єдиного визначення сутності запасів як економічної категорії. Як свідчить аналіз публікацій з цієї проблеми, робота в галузі моделювання управління запасами матеріальних ресурсів знаходиться на стадії теоретичних досліджень, хоча її практична значущість безперечна [1].

Таким чином, специфіка формування і використання матеріальних ресурсів зумовлена їх призначенням у суспільному відтворенні і полягає, по-перше, у забезпеченні безперервності і плановірності процесу виробництва та реалізації продукції, по-друге, в мобілізації внутрішніх виробничих резервів. Розробка ефективної логістичної системи управління ресурсами є запорукою успішного функціонування підприємств в умовах економічних обмежень. Для її реалізації необхідно: впроваджувати систему контролю за використанням запасів у виробничому процесі з метою оптимізації витрат на транспортування, зберігання і підготовку до запуску у виробництво; підвищити інтенсивність використання запасів через прискорення їх обертання [3].

Література

1. Пути эффективного управления оборотными активами промышленных предприятий/ В.П.Кодацкий//Актуальні проблеми економіки. – 2008. - №4. – с. 149-154;
2. Бауэрске Д.Дж., Клосс Дейвид Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок, 2-изд./Пер. с англ. – М.: ЗАО “Олимп-Бизнес”, 2005. – 640 с.
3. Логистика: учеб. Пособие / под ред. Б.А. Аникина, Т.А.Родниной. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. – 408 с.

Ратошнюк Віктор

к.с.-г.н., старший науковий співробітник
Інститут фізіології рослин і генетики НАН України,
м. Київ

Ратошнюк Тетяна

к.е.н., старший науковий співробітник
Інститут сільського господарства Полісся НААН України,
м. Житомир

МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ ВЗАЄМОДІЇ ПРОДУКТИВНОСТІ І СИСТЕМИ АГРОТЕХНІЧНИХ ЗАХОДІВ ВИРОЩУВАННЯ ЛЮПИНУ ВУЗЬКОЛИСТОГО

Вирішення більшості проблем технологічного циклу вирощування сільськогосподарських культур значно спрощується завдяки моделюванню, одним із завдань якого є виявлення кількісної міри впливу того чи іншого фактора, елемента технології, комплексу факторів на кінцевий результат – урожайність. Такими факторами, або ж елементами, на основі яких можливе програмування урожаю і побудова математичних моделей можуть бути процеси росту і розвитку рослин, фотосинтезу, симбіотичної діяльності систем,

вплив метеорологічних факторів – водного та температурного режимів, систем удобрення культур, обробітку ґрунту, захисту рослин з метою оцінки втрат урожаю та інші [1].

При вирощуванні люпину вузьколистого особливої уваги заслуговує питання науково обґрунтованого використання мінеральних добрив, вибору оптимального режиму їх внесення з врахуванням специфіки культури, а саме здатності фіксування атмосферного азоту, типу ґрунтів, особливостей впливу погодних умов та елементів технології вирощування.

На базі експериментальних даних по розробленню технологій вирощування люпину вузьколистого, які базуються на основі діагностичних методів управління процесами формування урожаю залежно від температури повітря та кількості опадів з врахуванням системи обробітку ґрунту, строків, способів сівби та норм висіву насіння, раціональної системи живлення з використанням мінеральних добрив, а також позакореневого підживлення за різних технологічних схем протягом 2011-2013 рр. нами розроблені математичні моделі залежності врожайності від зазначених вище факторів.

Методи регресійного аналізу забезпечують не тільки оцінку тісноти зв'язку між ознаками, а й встановлення виду цього зв'язку у вигляді рівняння регресії, що описує залежність між значенням однієї ознаки (залежної, поведінку якої вивчають) та значеннями певної сукупності ознак (незалежних, вплив яких на залежну ознаку намагаються оцінити)[2]. В наших дослідженнях ми провели пошук такої залежності у криволінійному вигляді, яке виражене у рівнянні багатовимірної криволінійної регресії.

Переважає більшість процесів, технологій, або ж цілих технологічних циклів у сільськогосподарському виробництві характеризується кількісними показниками, такими як величина врожаїв, результати вимірів розмірів рослин, параметри, які характеризують властивості ґрунту, сорту, і т.п. При цьому в загальній амплітуді мінливості одні значення ознак можуть спостерігатися частіше, тобто з більшою імовірністю, а другі рідше – з меншою імовірністю. В цій ситуації лише методи математичної статистики дають можливість правильно оцінити значення ознак, визначити амплітуду їх варіювання і вчислити можливість їх виявлення за тих чи інших обставин. Однією з важливих переваг математичної статистики є можливість не лише узагальнювати результати досліджень, але також оцінювати їх надійність та ступінь достовірності, а також проводити прогнозування системи, яку вивчаємо.

Проведений математичний аналіз показників, які характеризують процеси росту, розвитку рослин і формування урожаю зерна різних сортів люпину вузьколистого свідчить про те, що кожен з них відзначався відповідним рівнем стабільності, амплітудою коливань кількісних величин, величиною коефіцієнтів варіації і кореляції. За результатами багаторічних експериментальних даних створені математичні моделі залежності урожайності зерна люпину вузьколистого від умов мінерального живлення за різних норм висіву, за звичайного рядкового способу сівби в поєднанні з двома

позакореневими підживленнями водорозчинними азотно-фосфорно-калійними добривами з мікроелементами (табл. 1).

Таблиця 1

Математичні моделі залежності урожайності зерна люпину вузьколистого від умов мінерального живлення за різних норм висіву насіння, при звичайному рядковому способі сівби, в середньому за 2011-2013 рр.

Сорт	Норма висіву млн шт./га	Рівняння регресії	Множинний коефіцієнт кореляції, R	Коефіцієнт детермінації, D, %
Олімп	0,6	$Y = 13,7302 + 0,0289X - 0,1287 \sqrt{X}$	0,915	83,7
	0,9	$Y = 17,8371 + 0,0363X - 0,1476 \sqrt{X}$	0,912	83,2
	1,2	$Y = 19,1453 + 0,0381X - 0,1487 \sqrt{X}$	0,909	82,6
Переможець	0,6	$Y = 12,6243 + 0,0254X - 0,1039 \sqrt{X}$	0,912	83,2
	0,9	$Y = 16,3459 + 0,0318X - 0,1167 \sqrt{X}$	0,907	82,3
	1,2	$Y = 17,5369 + 0,0348X - 0,1367 \sqrt{X}$	0,906	82,1
Грозинський 9	0,6	$Y = 15,6331 + 0,0315X - 0,1257 \sqrt{X}$	0,907	82,3
	0,9	$Y = 19,3403 + 0,0391X - 0,1537 \sqrt{X}$	0,912	83,2
	1,2	$Y = 21,4480 + 0,0434X - 0,1796 \sqrt{X}$	0,909	82,6

Примітка: Y – урожайність зерна, ц/га

X – сумарна кількість елементів мінерального живлення, кг/га

Створені моделі є достовірними на 95%-ому рівні ймовірності за критеріями Фішера (за якими визначається достовірність всього рівняння) та критеріями Стюдента (за якими встановлюють достовірність коефіцієнтів регресії) і надають можливість моделювати варіанти, які не ввійшли до схеми дослідження.

Аналіз кореляційної матриці показників структури і урожаю зерна досліджуваних сортів свідчить про існування різного за величиною та ступенем інтенсивності зв'язку між наведеними показниками, що підтверджується величиною коефіцієнта кореляції. Зокрема, кореляційний зв'язок між урожайністю і умовами мінерального живлення за різних норм висіву насіння при звичайному рядковому способі сівби визначався показниками, які знаходилися в межах від – 0,906 до 0,915.

В процесі математичного аналізу встановлено, що на урожайність сортів люпину за усіх норм висіву мінеральне живлення впливало найбільше. Це підтверджують коефіцієнти детермінації, які знаходяться у межах 82,1-83,7 %.

Таким чином, розраховані математичні моделі засвідчили існування істотної залежності рівня урожайності зерна сортів люпину від кількості елементів мінерального живлення за усіх норм висіву.

Література

1. Платонов В.А. Моделирование агрометеорологических условий и оптимизация агротехники (АСУТП в земледелии) / В.А. Платонов, А.Ф Чудновский. – Л.: Гидрометеиздат, 1984. – 280 с.

2. Вергунова І.М. Основи математичного моделювання / І.М. Вергунова. – К.: Нора-прінт, 2000. – 146 с.

Решетняк Тетяна

асистент

кафедри Інформаційні системи прийняття рішень
Донбаська державна машинобудівна академія

МЕТОДИ РЕЙТИНГОВОГО ОЦІНЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ЇХ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ

Оцінка фінансового стану визначає місце підприємства у конкурентному середовищі. У процесі фінансового аналізу виникає необхідність комплексного показника, який би дозволив порівнювати фінансовий стан різних підприємств з найменшими витратами часу.

Рейтинг (оцінка, віднесення до класу, розряду, категорії) – це оцінка позиції досліджуваного об'єкта, яка подана на шкалі показників [1].

Питання рейтингового оцінювання фінансового стану підприємств висвітлювались у працях російських учених: М.І.Баканова, А.Д.Шеремета, Р.С.Сайфуліна [2]; білоруських учених: Г.В.Савицької [3], Н.А.Русак і В.А.Русак [4]; вітчизняних учених: В.І.Ляшенко, А.А.Садекова і Н.А.Лисової [1] та рядом інших науковців.

У літературі [1, 5] автори зазначають три основні групи об'єктів рейтингового оцінювання:

- рейтинги фінансових позицій учасників ринку;
- рейтинги цінних паперів (фондові або кредитні рейтинги);
- рейтинги бізнес-планів інвестиційних проектів.

Перші два види рейтингів фінансових позицій підприємств більше підходять для оцінки інвестиційних компаній та фірм. Нас цікавить процедура розрахунку рейтингів фінансового стану підприємств.

Проблема рейтингового оцінювання розв'язується шляхом отримання агрегатного показника на базі набору вихідних окремих і подальшим ранжируванням за значенням агрегованого показника.

Аналіз літературних джерел [1-5] відносно методів розрахунків агрегованого показника виявив, що найбільш часто у наукових працях висвітлюються такі методи: метод геометричної середньої, метод коефіцієнтів, метод підсумовування місць, метод відстаней та експертно-статистичний метод.

Але дані методи мають цілий ряд суттєвих недоліків:

- 1 Метод геометричної середньої та метод коефіцієнтів можуть бути застосовані тільки для відносних показників, значення яких менше одиниці, тобто для невеликої кількості показників. Крім того, обернення на нуль хоча б одного із співмножників одразу робить комплексну оцінку, яка дорівнює нулю.
- 2 Метод відстаней використовує абсолютну рівнозначність показників.

Умовою нормування показників служить відношення до підприємства-еталона, але при цьому не враховується важливість від'ємності між чисельними значеннями нормованих показників у разі різних варіантів групування. До того ж, у даному методі відсутня можливість безпосередньої побудови агрегатного показника, а ранжирування забезпечується тільки співвідношенням з деяким абстрактним еталоном.

3. Експертно-статистичний метод побудови агрегатного показника передбачає (за допомогою експертів) уточнення виду функції, яка використовується для розрахунку рейтингової оцінки, визначення параметрів обраної функції, оцінки якості підбору функції та її параметрів. Основним недоліком цього класу методів за працею [1] є відсутність на даний час у нашій країні соціально-економічних умов для можливості існування незалежної та об'єктивної експертної оцінки тих процесів, які пов'язані з фінансовими інтересами.

Можна сказати, що решта методів, запропонованих їх авторами, являють собою модифікації запропонованих вище методів визначення агрегатної оцінки інвестиційної привабливості підприємств.

У процесі розрахунку рейтингу фінансового стану треба отримати такий узагальнюючий показник, за яким підприємства можна ранжувати. Вихідні дані для розрахунку цього показника необхідно обирати за однаковими правилами. Таким вимогам відповідає сукупність відносних аналітичних показників фінансового стану, які можна обчислити за даними стандартів фінансової звітності: рентабельністю, оборотністю активів, ринковою стійкістю, фінансовою незалежністю. І нарешті, оскільки є об'єктивна потреба у постійній актуалізації результатів рейтингу підприємств, методика розрахунку рейтингової оцінки має бути формалізована і запрограмована.

Існують різні методи і критерії для визначення рейтингової оцінки, яким задовольняють усі наведені вимоги. Спільним у них є те, що, насамперед, треба визначити перелік фінансових показників як чинників, що впливають на узагальнюючу оцінку.

Література

1. Садеков А. А. Инвестиционная привлекательность предприятий/ А.А.Садеков, Н.А.Лисова. – Донецк, 2001. – 345 с.
2. Шеремет А.Д., Негашев Е. В. Методика финансового анализа – М.: ИНФРА-М, 1999. – 176с.
3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособ. – 6-е изд., перераб. и доп. – Минск: ООО «Новое знание», 2001. – 704 с.
4. Русак Н.А. Финансовый анализ субъекта хозяйствования: Справ. пособ./ Н.А.Русак, В.А.Русак. – Мн.: Выш. шк.,1997. – 309 с.
5. Шкромид В.В. Рейтингова оцінка фінансового стану підприємства. //Фінанси України. – 2003. – №1. – С.46-54

Рижикова Наталія

к.е.н., доцент, Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
м. Харків

СТАДІЇ ІНВЕСТУВАННЯ ВЕНЧУРНОГО КАПІТАЛУ

Венчурне інвестування – це система вкладення коштів у нові проекти. Його головна і принципова відмінність від традиційного полягає в тому, що необхідні кошти можуть надаватися під перспективну ідею без гарантованого забезпечення наявним майном або іншими активами підприємця. У венчурному бізнесі прийнята наступна класифікація компаній, що претендують на отримання інвестицій [1]:

Seed - проект або бізнес-ідея, яку необхідно профінансувати для проведення додаткових досліджень або створення пілотних зразків продукції перед виходом на ринок.

Start up - компанія з короткою історією операційної діяльності. Фінансування для таких компаній необхідно для проведення науково-дослідних робіт і початку продажів.

Early stage - компанії на ранньому етапі розвитку. Інвестиції в ці компанії відрізняє найбільший фінансовий ризик і найбільш висока їх окупність в разі успіху в порівнянні з інвестиціями на інших етапах існування компаній.

Expansion – компанії, що розширюються. Їм потрібні додаткові вкладення для фінансування своєї діяльності на розширення обсягів виробництва і збуту, проведення додаткових маркетингових досліджень, збільшення статутного капіталу або оборотних коштів тощо.

Венчурний капітал може бути використаний для фінансування старту, початкового розвитку, розширення або реструктуризації компанії. Найбільшій підтримки потребують новостворені компанії, тому фінансування ранньої стадії є найбільш важливим. Практично у всіх країнах приплив приватного капіталу в компанії цього типу є недостатнім. Зарубіжна венчурна індустрія в цілому, за винятком США, має відносно низький рівень інвестицій в компанії, що знаходяться на стадіях старту або початкового розвитку. Але якщо компанії не отримують хорошої підтримки на старті, життєздатність інвестицій на пізніх стадіях знижується. В той же час, небажання приватного сектора вкладати кошти в новий бізнес зрозуміло: воно пов'язане з отриманням прибутків нижче середнього рівня. Проте дослідження показують, що прибутки на цьому етапі починають зростати, у міру того як накопичується досвід і венчурна індустрія досягає «критичної маси». У цьому відношенні держава, що надає венчурний капітал новоствореним компаніям на ранніх стадіях інвестиційного циклу, може зіграти роль катализатора [2].

Як показує практика, найбільш ефективними для підтримки компаній на ранньому етапі розвитку виявляються такі види венчурних програм: державні прямі інвестиції; пільги, що надаються інвесторам у МСП на ранніх етапах

розвитку; забезпечення акціонерного капіталу венчурних фондів, що вкладають кошти у ці компанії; підтримка деяких витрат фондів ранніх стадій, таких як витрати на експертизу або поточні витрати, що допоможе збільшити дохід від портфельних інвестицій. На відміну від указаних, програми, що пропонують боргове фінансування або гарантії кредиту, хоч і можуть бути частково корисні новим компаніям, але все ж таки не дуже їм підходять внаслідок того, що більшість новостворених компаній мають у своєму розпорядженні обмежений капітал і їм важко обслуговувати борги. Участь держави у венчурному бізнесі в описаних вище формах продовжує залишатися стійким явищем в індустріально розвинених країнах.

Література

1. Венчурні інвестиції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.soldis.com.ua/uk/node/78>
2. Москвін С.О., Венчурні фонди інноваційного розвитку // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №2. – с.89-95.

Софієнко Альона

к.е.н., декан факультету міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу
Херсонський національний технічний університет
М. Херсон

ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ВПЛИВУ ТОРГОВОЇ МАРКИ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГУ

Маркетингова діяльність як елемент об'єкта господарювання існує на будь-якому підприємстві, тому що сучасне бізнес-середовище є ринковим та з певним динамічним конкурентним виміром. Без дієвих маркетингових складових підприємство не спроможне втриматися на ринку, адекватно реагувати на зміни у маркетинговому середовищі. Визначення ефективності маркетингової діяльності на підприємстві нагально важлива та складна задача, навіть складніша за визначення фінансової ефективності. Це пояснюється багатьма факторами і, по-перше тим, що фінансова ефективність стосується інформаційної бази окремого підприємства, а маркетингова ефективність базується ще і на динамічній інформації з мікро- та макромаркетингового середовища. Крім цього, маркетингова ефективність може знаходитися в суперечці з фінансовою ефективністю. Тому будь-яке підприємство потребує набору показників для оцінки його ринкової діяльності [1]. Р. Бест згрупував показники ефективності маркетингу в три категорії показників, які дають можливість оцінити: ринкову ефективність, конкурентну ефективність, ефективність співпрацювання з клієнтами. Використання таких показників дозволяє управлінцям прогнозувати ефективність маркетингової діяльності, а не лише констатувати теперішній результат підприємництва. Цим автором розроблена формула чистого прибутку від маркетингової діяльності. Вона супроводжується п'ятьма стратегіями маркетингу, реалізація кожної з яких по різному впливає на отримання прибутку [1]. Іншим автором надано критику

спробі науковців уніфікувати єдиним показником оцінку маркетингової діяльності або роботи маркетингового відділу підприємства [2]. Еволюційні спроби науковців, щодо методик оцінювання маркетингу, відірвані від практики через надмірну складність та значну витратність реалізації, тому варто застосовувати три параметри оцінки ефективності маркетингу, які забезпечать повноту та достатність оцінювання. До них віднесено: 1) ринкову долю, 2) лояльність споживачів, 3) імідж торгової марки. Визначення параметру ринкової долі підприємства (товару, послуги, торгової марки) пов'язується цим автором із необхідністю постійного моніторингу кон'юнктури ринку (стану та етапу розвитку). Співвідношення попиту та пропозиції на ринку прямо впливає на управлінські маркетингові рішення. Особливо це стосується ринків споживчих товарів та послуг, загальну та, навіть, детальну інформацію яких можна знайти в межах кабінетних досліджень. Параметр іміджу торгової марки потребує проведення польових досліджень, які надають змогу достовірно визначити відсоток збільшення обігу продукції торгової марки, як результат певного підвищення її визнання споживачами. Параметр лояльності споживачів можна підвищувати екстенсивним шляхом (через розширення штату маркетологів, додаткові витрати на рекламу, нові продукти, тощо) та інтенсивним шляхом (через більш якісне управління діяльністю відділу маркетингу). В якості показника такого параметру цей автор пропонує коефіцієнт утримання як відношення кількості постійних клієнтів підприємства до кількості плинних клієнтів [2]. Сучасні науковці і практики все частіше визнають доленосною бізнесову функцію торгової марки, на якій засновується успіх всього підприємства. Велика схожість та ще більша різноманітність споживчих товарів актуалізують безперечну необхідність ідентифікації товарів та виробників. Переваги, які надає торгова марка власнику, підтверджуються даними багатьох соціологічних опитувань. 70% покупців готові заплатити за свою улюблену торгову марку ціну, яка на 25% перевищує ціну найближчої конкуруючої марки. Дослідження уподобань споживачів показало, що більше 75% споживачів хотіли б при виборі продуктів переважно обирати торгові марки. Наявність вагової торгової марки забезпечує виробнику ефект масштабу не тільки у виробництві, але й у комунікаціях та дистрибуції [3]. Тому ефективність маркетингової діяльності визначається в значній мірі розвитком торгової марки, як об'єкту окремої стратегічної бізнес-функції. Наука визнала багато пропозицій щодо оцінки вартості торгової марки, а через неї і ефективності маркетингової діяльності підприємства. Так, Скот М. Девіс рекомендує оцінку проводити що півріччя по чотирьох якісних показниках (обізнаність про марку, розуміння позиції марки, імідж марки, виконання марочного контракту) та щорічно по чотирьох кількісних показниках (кількість нових покупців, кількість потенційно втрачених покупців, частота покупок у зв'язку із торговою маркою, цінова премія на марочні товари) [4]. На думку деяких авторів, для оцінки ефективності торгової марки необхідним є проведення трекінгових досліджень. Крім того, паралельно потрібно оцінювати і ефективність реклами в рамках одного і того ж трекінгу [5]. Г.В. Геєр вважає,

що торгова марка, яка досягла рівня бренду – це найважливіший нематеріальний актив, який має бути оціненим в довгостроковій перспективі [6]. Т.ч. вплив торгової марки на ефективність діяльності підприємства взагалі, та маркетингу включно, можна поділити на якісний та кількісний, на короткостроковий та довгостроковий, на прямий (фінансовий, економічний, інвестиційний) та опосередкований (через внутрішні комунікації та зовнішні комунікації). В зв'язку з цим, слід використовувати відомі методи оцінки ефективності з певним врахуванням запропонованих видів впливу торгової марки на цю ефективність.

Література

1. Эффективность и рентабельность маркетинга. Роджер Бест. Глава из книги «Маркетинг от потребителя». [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://mannivanov-ferber.ru/books/sse/mbmanedgment>.
2. Маркетинг – три критерия эффективности. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.indexbox.ru/research/publications/marketing-tri-kriterija-effektivnosti_if/
3. Конкурентный брендинг и экономически эффективный маркетинг. [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://www.class.ru/stati/marketing/effektiv-marketing.html>
4. Сравнительный анализ существующих методик оценки стоимости торговой марки. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://dis.ru/librari/detail_nhnSID=23462
5. Трекинг-исследования: оценка эффективности рекламы и параметров торговой марки. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://789ru/news/7627_629.html
6. Фінансова вартість брендів і методи її оцінки. Г.В. Геєр// Університетські наукові записки, 2006, № 3-4 (19-20), С.469-475. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.univer.km.ua/visnyk/1194.pdf>

Тараненко Дмитро

Студент IV курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонський державний університет
Науковий керівник: к.е.н. доцент Ковальов В.В.
м.Херсон

ІТ-АУТСОРСИНГ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Економічний розвиток України сприяв активізації попиту на послуги з аутсорсингу. Серед них найнеобхіднішими є - ІТ-аутсорсинг, кадровий та обліковий аутсорсинг. А у цій групі інтенсивно розширює сфери використання ІТ-аутсорсинг. Серед послуг ІТ-аутсорсингу значне поширення має технічне обслуговування офісної техніки та системне адміністрування. На другому місці є аутсорсинг ІТ-інфраструктури, управління додатками і аутсорсинг ІТ-фахівців.

Аутсорсинг не є новою концепцією. Бізнес-процеси такого типу управління, друку і реклами були укладені із зовнішні виконавцями ще багато десятиліть тому. Проте, ІТ-аутсорсинг є відносно новою практикою,

незважаючи на деякі схожості з комп'ютерним бюро послуг 1960-х і 1970-х років в США.

Аутсорсинг може мати вражаючий успіх, якщо він впроваджується з обґрунтованих причини і має під собою реалістичні очікування від цього впровадження. Також дуже важливою складовою є правильно відібрати бізнес-процес, який при відправленні його на аутсорсинг зможе принести компанії солідні ливіденти.

Проблеми, що змушують підприємства звернутися до послуг сторонніх фірм, обумовлені їхньою потребою зосередитися на основній діяльності, не відволікаючись на непрофільні напрями, в найкоротші терміни налагодити і постійно підтримувати безперебійну роботу інформаційних систем, скоротити фінансові витрати на побудову та підтримання ІТ-систем, оперативно залучати кваліфікованих фахівців до вирішення ІТ завдань, отримати швидкий доступ до передових інформаційних технологій, знизити ризик втрати важливих даних.

ІТ-аутсорсинг буває повним або частковим. Під повним аутсорсингом розуміють передачу сторонній організації всіх процесів обслуговування ІТ-інфраструктури компанії. Частковий аутсорсинг - залучення сервісної компанії до обслуговування певної частини інформаційної системи компанії. Приміром, сервісну компанію можна залучити для обслуговування філії компанії. Або ж для обслуговування однотипних компонентів ІТ-інфраструктури - мережевого обладнання, копіювальної техніки тощо.

Для застосування аутсорсингу найбільш ефективним чином, слід для початку розібратися в тому, які організовані сервісні ІТ-процеси є в компанії. Найкраще, це необхідно провести аудит інформаційної системи та сервісної ІТ-служби. Такі дослідження дозволяють оцінити ефективність роботи інформаційної системи компанії і виявити ряд «вузьких місць» в її обслуговуванні. Щоб розуміти, скільки грошей витрачається на 3 роботу ІТ-служби, цей аудит повинен включати оцінку витрат на утримання інформаційної системи.

Оцінити точне число українських компаній, що пропонують послуги аутсорсингу на зовнішніх ринках, і зайнятих в них спеціалістів досить важко, зважаючи на специфіку ведення подібного бізнесу. Тому оцінювати ситуацію потрібно виключно аналізуючи діяльність великих компаній, для яких публічність - важлива складова процесу формування іміджу. За даними DOU.UA на кінець січня 2013 року 25 найбільших аутсорсингових компаній країни забезпечили робочі місця для більш ніж 21 тис. співробітників. Примітно, що майже 60% цієї кількості припадає на п'ятірку лідерів: EPAM Systems, Luxoft, SoftServe, GlobalLogic і Ciklum

Кадрове питання - мабуть, найбільш складне в цьому бізнесі, оскільки брак кваліфікованих співробітників є основним стримуючим фактором на шляху розвитку компаній. Сплеск попиту на фахівців викликав значне зростання заробітних плат в галузі, розміри яких істотно перевищують середньоукраїнські показники по багатьох інших галузях

Аутсорсинг - лише один з підходів до управління процесами. Не слід розглядати його як панацею від усіх бід компанії. Доцільність застосування аутсорсингу повинна бути обґрунтованою для кожного випадку окремо. Аутсорсинг може вивільнити частину ресурсів ІТ-служби компанії для виконання більш пріоритетних завдань. Це буде тимчасовим заходом, який дозволить реорганізувати сервісний підрозділ фірми. Ефективність подібного рішення і всі фінансові витрати на навчання персоналу сервісної ІТ-служби, її укомплектування потрібними фахівцями - все повинно бути прораховано і економічно обґрунтовано.

Україна посідає 15 місце у світовому рейтингу виробників програмного забезпечення, на відміну від інших економічних показників. Її річна частка у світовому аутсорсингу складає приблизно \$600 млн. У нашій країні налічується близько тисячі компаній, що займаються розробкою ПЗ: у сфері зайнято близько 25-30 тисяч українських фахівців. Тому розвиток у сфері ІТ-аутсорсингу можна віднести до прерогативного напрямку розвитку України. Більшість вітчизняних компаній орієнтовані на закордонні ринки: 55-60% нашого аутсорсингу – це продукція на експорт. Досі аутсорсингові компанії були зосереджені у великих містах, тому наступним кроком є активний розвиток цієї галузі у регіонах та розширення ринків як за межами України, так і на внутрішньому ринку.

Література

1. Barbash, A. (2009), "Outsourcing in Ukraine: trends and forecasts", available at: <http://www.it4business.ru/business/2149/>.
2. DOU.ua
3. Halvey JK & Melby BM, Information Technology Outsourcing Transactions, John Wiley & Sons Ltd 1996

Ткачук Альона

студентка V курсу центру заочної форми навчання
Одеський національний економічний університет

Науковий керівник: к. п. наук, ст. викладач Осичка Олена Василівна
м. Одеса

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні економіка глобалізується. Цей процес досить складний та суперечливий. Він відбувається в умовах обмеженості ресурсів та використання hi-tech технологій. Для того, щоб сучасне підприємство прогресувало, важливо правильно розробити його конкурентну стратегію. Конкурентна стратегія є запорукою успіху підприємства на ринку. Вдало обрані конкурентні стратегії сприяють зміцненню ринкової позиції підприємства, становленню бренда, досягненню конкурентних переваг.

Тему конкурентної стратегії підприємства ґрунтовно досліджували такі вітчизняні та зарубіжні вчені як Г. Л. Азоев, Г. Л. Багієв, Є. А. Бельтюков, О. С. Віханський, І. М. Герчикова, Є. П. Голубков, Г. Я. Гольдштейн,

І. Ансофф, А. А. Марченко, М. І. Книш, Р. А. Фатхутдінов, Ф. Буккерель, А. Дайан, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, Г. Мінцберг, Л. А. Некрасова, М. Портер, А. Дж. Стрікланд, А. А. Томпсон і багато інших.

Аналізуючи теоретичні аспекти конкурентної стратегії підприємства, логічно розпочати з визначення стратегії підприємства в широкому розумінні. Отже, *стратегія підприємства* – це систематичний план його потенційної поведінки в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток середовища та підприємництва, що включає формування місії, довгострокових цілей, а також шляхів і правил прийняття рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, сильних сторін і можливостей, усунення слабких сторін та захист від загроз зовнішнього середовища з метою майбутньої прибутковості. Можна припустити, що необхідність розробки підприємствами стратегії викликана нестабільністю ринкового середовища, неповнотою інформації про його майбутній стан і вплив зовнішніх факторів на підприємство.

Розглянемо визначення конкурентної стратегії вітчизняних та зарубіжних науковців. Г. Азоєв конкурентну стратегію підприємства визначає як план дій організації, спрямований на досягнення успіху у конкурентній боротьбі на певному ринку [1].

У І. Ансоффа конкурентна стратегія – це стратегія, що концентрується на діях та підходах, які пов'язані із управлінням та спрямовані на забезпечення успішної діяльності в одній специфічній сфері бізнесу (стратегічній зоні) [2].

Ю. Іванов вважає, що ретельно розроблена програма заходів, які мають бути реалізовані організацією з метою досягнення вигідної конкурентної позиції на ринку та адаптації організації до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі, є конкурентною стратегією організації [3].

На думку М. Портера конкурентна стратегія спрямована на те, щоб зайняти стійку і вигідну позицію, яка дасть змогу організації протистояти натиску тих сил, які визначають конкурентну боротьбу в галузі [4].

М. Саєнко під конкурентною стратегією розуміє спосіб отримання стійких конкурентних переваг в кожній СОБ підприємства шляхом конкурентної боротьби, задоволення різноманітних і мінливих потреб покупців краще, ніж це роблять конкуренти [5].

Для А. Томпсона та А. Стрікланда – це розроблення управлінських рішень, які спрямовані на встановлення і зміцнення довгострокової конкурентної позиції підприємства в конкретній галузі [6].

Н. Треншов вважає стратегію конкурентної боротьби за кожною складовою портфелю бізнесів у різних видах діяльності конкурентною стратегією [7].

Для А. Філатова – це стратегія підприємства у визначеній сфері діяльності, тобто в конкретній галузі або на конкретному ринку [1].

На думку З. Шершньової – це ділова стратегія організації, основою якої є стійка конкурентна перевага» [8].

Професор Є. А. Бельтюков, проаналізувавши різні підходи до визначення поняття «конкурентна стратегія організації», дійшов висновку, що можна виділити такі його синоніми як ділова стратегія, бізнес-стратегія та базова стратегія [9, с. 7].

Конкурентні стратегії втілюються в бізнес-планах та ілюструють те, як підприємство конкуруватиме на конкретному товарному ринку; кому, за якими цінами буде збувати товари; як їх рекламуватиме; як досягатиме перемоги в конкурентній боротьбі. Наприклад, стратегія вибору ринків, стратегія конкуренції на вибраному ринку, і далі на вибраному ринку, а саме, досягнення переваг у конкуренції на основі лідерства в цінах, ринкова спеціалізація, ринкова кооперація тощо. Конкурентна стратегія дає змогу отримати конкретні показники (індикатори) для порівняння позиції підприємства. Кожне підприємство дотримується власної конкурентної стратегії для завоювання кращої позиції та здобуття вигоди від конкурентної переваги.

Література

1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. / Г. Л. Азоев. – М. : ЦЭИМ, 2001. – 207 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; пер. с англ. ; под ред. Л. И. Евенко. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
3. Иванов Ю. Б. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : Монографія / Ю. Б. Иванов та ін.; За заг. ред. Ю. Б. Иванова ; ХНЕУ. – Х.: ВД «ИНЖЕК», 2006 – 383 с.
4. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 234 с.
5. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства: підручник. / М. Г. Саєнко. – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. – 390 с.
6. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. 17-е изд.; пер. с англ. – М.: ИД «Вильямс», 2007. – 928 с.
7. Тренев Н. Н. Стратегическое управление: учеб. пособие / Н. Н. Тренев. – М.: ПРИОР, 2000. – 282 с.
8. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник / З. Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
9. Бельтюков Є. А., Некрасова Л. А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності / Є. А. Бельтюков, Л. А. Некрасова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 2 (12). – С. 6-13. [Електронний ресурс] – Режим доступу до журн.: <http://www.economics.opu.ua/files/archive/2014/n2.html>

Токарева Аліна

Студентка V курсу факультету економіки і менеджменту
Донбаська державна машинобудівна академія
науковий керівник: Михайличенко Н.М., канд. екон. наук, доцент
м. Краматорськ

ПОТЕНЦІАЛ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АВІАГАЛУЗИ УКРАЇНИ

В умовах постійного зростання вартості та обмеженості інвестиційних ресурсів виникає потреба у розробці нових методичних підходів щодо забезпечення ефективності та розвитку інвестиційного потенціалу в авіагалузі України. Загалом інвестиційний потенціал – це організована взаємодія внутрішніх та зовнішніх економічних можливостей та ресурсів, які створюють умови для сталого розвитку та дають змогу реалізовувати стратегічні та тактичні цілі у сфері інвестиційної діяльності.

На сучасному етапі розвитку на авіапідприємствах України виникає ціла низка економічних труднощів. Насамперед, авіагалузь потребує підвищення інвестиційної привабливості; модернізації парку повітряних суден; застосування технологій на рівні міжнародних стандартів для якісного і безпечного обслуговування пасажирів; вирішення проблем забезпечення безпеки польотів у цивільній авіації; додаткового інвестування в сучасні аеровокзальні комплекси [1].

У загальній системі транспорту країни показники діяльності авіапідприємств мають найвищі темпи зростання, тому стабілізація їх розвитку дозволить підприємствам авіагалузі бути конкурентоспроможними як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках авіаційних послуг та сприятиме ефективному розвитку економіки країни загалом.

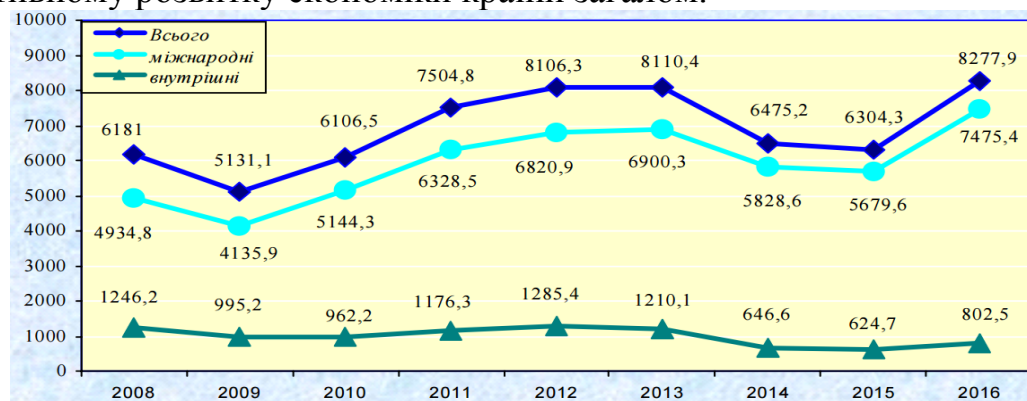


Рисунок 1. Динаміка обсягів перевезень пасажирів авіаційним транспортом України, тис.чол. [2]

Основним предметом купівлі-продажу авіакомпаній є послуги, створені у процесі повітряних перевезень пасажирів і вантажів. Упродовж 2016 року на ринку пасажирських та вантажних авіаперевезень налічувалось 29 вітчизняних авіакомпаній (з них 19 авіакомпаній - пасажирські). Українські авіакомпанії здійснили 79,5 тис. комерційних рейсів (за 2015 рік – 66,3 тис. рейсів).

Кількість перевезених пасажирів збільшилась порівняно з 2015 роком на 31,3 відсотка та склала 8277,9 тис. чоловік, що на 2,1 відсоток перевищила показник «пікового» 2013 року, це свідчить про відновлення українського ринку пасажирських авіаперевезень після спаду 2014-2015 рр. Пасажиропотоки через аеропорти України зросли на 20,9 відсотка та становили 12929,9 тис. чоловік. Розвиток сектора міжнародних повітряних перевезень зумовив позитивну динаміку, яку зафіксовано у 2016 році (рисунок 1).

Можна вважати надзвичайно високим потенціал розвитку ринку авіаційних перевезень в Україні. Про це свідчать і її територіальна перевага як найбільшої за площею країни континентальної Європи, і значна кількість великих міст, і вигідне географічне розташуванням на перехресті транзитних шляхів між Сходом та Заходом. Зрозуміло, що можливість використання цього потенціалу буде збільшуватися за умови політичної стабілізації в країні, її економічного зростання, і, як наслідок цього, поступового підвищення платоспроможності населення, його потреб на авіаперельоти у справах бізнесу та туризму. Намагаючись розширити географію повітряних сполучень, Україна впевнено крокує шляхом лібералізації своїх авіаційних перевезень.

Залучення інвестицій в галузь авіаційних перевезень в Україні матиме позитивний результат і значною мірою залежатиме від ефективності державного регулювання, правовою основою якого є Повітряний кодекс України, закони України «Про природні монополії», «Про транспорт», «Про ліцензування видів господарської діяльності» та ін. Зокрема, на інвестиційну привабливість впливають законодавчо-нормативні, соціально-політичні, організаційно-економічні чинники. При виборі об'єкта інвестування важливою умовою постає форма власності підприємства. Розвиток інвестування в авіаційній галузі не може бути здійснено в повному обсязі, оскільки частина авіапідприємств виступає суб'єктами державної власності. Так, розвиток авіакомпаній-суб'єктів колективної власності знаходиться в залежності від їх інвестиційного потенціалу. Сучасні тенденції щодо використання операційного лізингу як інструменту організації діяльності в сфері авіаперевезень вказують на відсутність достатніх ресурсів для придбання повітряних суден. А незадовільний стан аеропортів України вказує на недостатнє фінансування їх розвитку [3].

Забезпечення інвестиційної привабливості авіапідприємств, з одного боку, може здійснюватися завдяки інвестиційному поглинанню інвестором, а з іншого – запровадженням протипоглиняльної стратегії авіаційного підприємства, яка обумовлена прибутковістю бізнесу і потребою сформувати ефективну систему економічної безпеки, авіаційної безпеки и безпеки польотів.

Література

1. Жаворонкова Г. В. Стратегічне управління авіатранспортними підприємствами: [Текст]: монографія / Г. В. Жаворонкова, І. П. Садловська, Т. Н. Шкода, В. О. Жаворонков; за ред. Жаворонкової Г. В. – К. : Кондор- Видавництво, 2012. – 676 с.
2. Дані державної статистичної звітності [Електронний ресурс] / Державна авіаційна адміністрація Міністерства транспорту та зв'язку України. — Режим доступу: <http://www.avia.gov.ua> .

3. Стратегічний план розвитку авіаційного транспорту на період до 2020 року від 21 грудня 2015 року № 546 [Електронний ресурс] / Міністерство інфраструктури України. – Режим доступу: <http://mtu.gov.ua>

Трушкіна Наталія
науковий співробітник відділу проблем
перспективного розвитку паливно-енергетичного комплексу
Інститут економіки промисловості НАН України
м. Київ

СЦЕНАРІЇ РОЗВИТКУ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ВУГІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Розробка стратегічних орієнтирів розвитку збутової мережі та об'єктів логістичної інфраструктури вугільної галузі базується на визначенні майбутніх потреб та можливих обсягів видобутку та споживання вугілля в Україні. За умови швидкоплинності змін закономірностей і тенденцій розвитку вугільної промисловості, що склалися за останні три роки, особливо у зв'язку з подіями на Сході України, які, в першу чергу, спричинили катастрофічні наслідки саме для вугледобувного виду діяльності, прогностичні оцінки можуть бути розроблені лише на короткострокові терміни (період упередження до 3–5 років) та за декількома сценаріями.

Використання моделей тенденцій або закономірностей зміни рівнів рядів динаміки базується на припущенні, що вони мають досить однозначно визначену тенденцію або закономірність розвитку. За умови наявності чіткої тенденції до зростання або зменшення використовують для апроксимації трендові моделі, зокрема лінійні, експоненційні, параболічні, гіперболічні, логарифмічні та інші. Якщо ж рівні рядів динаміки мають автокореляційну складову, тобто кожний поточний рівень повністю або частково включає попередні з визначеним лагом запізнення або глибиною автокореляції, то застосовують авторегресійні моделі, зокрема інтегровані авторегресійні моделі Бокса-Дженкінса (ARiСС або їх модифікації – моделі ОЛІМП або ARiСС [1–5]). У зв'язку з тим, що в останні періоди суттєво змінилися умови формування рівнів рядів динаміки, використовуються адаптивні моделі, зокрема моделі Хольта, Брауна та інші.

Вибір оптимального варіанту моделювання ряду динаміки та моделі для визначення прогностичних оцінок базується на сполученні формальних критеріїв апроксимації та змістовному аналізі результатів прогнозування. З усіх розроблених варіантів формально доцільно вибирати той, що відповідає наступному сполученню критеріїв: найменше значення $\sum (y_t - \hat{y}_t)^2$ – критерій МНК (метод найменших квадратів); найменше значення відносної помилки апроксимації $-\varepsilon_{\text{відн.}} = \left(\sum \frac{|y_t - \hat{y}_t|}{y_t} \right) \div n \cdot 100$; максимальне значення F-критерію – критерій Фішера-Снедекора.

Модель можна використовувати для аналізу та прогнозування за умови її статистичної достовірності та точності. Критерієм статистичної достовірності (адекватності) є співвідношення: $F_p \geq F_\alpha$, де F_α – табличне значення F-критерію; α – рівень статистичної достовірності або значущості. Статистична точність визначається за допомогою $\varepsilon_{\text{відн.}}$. Якщо $\varepsilon_{\text{відн.}} \leq 15\%$, модель відповідає умовам статистичної точності. У зв'язку з тим, що при розрахунках моделей Хольта та Брауна, а також інтегрованих авторегресійних моделей скорочуються ряди динаміки і значення F-критерію неспівставні, тому вибір оптимального варіанту моделі в даному дослідженні здійснюється лише на підґрунті відносної помилки апроксимації, тобто за $\min \varepsilon_{\text{відн.}}$.

Визначено, що розробляється два варіанта прогнозних оцінок – песимістичний (інерційний) та оптимістичний. Перший базується на збереженні тих тенденцій та закономірностей, що склалися в цілому за 2007–2015 рр., тобто з урахуванням втрат, обумовлених воєнним конфліктом на Донбасі. За оптимістичним сценарієм виключено показники 2015 р., тобто прогноуються можливі значення відповідних показників, якими вони могли б бути за умови повернення частини непідконтрольних територій під юрисдикцію України.

Виходячи з того, що найбільші втрати вугільна галузь мала в 2015–2016 рр., загальна тенденція обсягів видобутку вугілля як за трендовими моделями, так і на основі інтегрованих авторегресійних моделей при розробці песимістичного (інерційного) сценарію відсутня. Усі наведені моделі не відповідають критеріям статистичної точності та достовірності, тому прогнозні оцінки визначено на основі простих методів екстраполяції. Зокрема, за останніми статистичними даними, річний темп зростання обсягів видобутку вугілля в 2016 р. порівняно з попереднім склав 104,7% – ця швидкість приросту обсягів видобування закладена в прогнозні оцінки.

Різницю між прогнозними значеннями можливого видобутку вугілля, які одержані на основі оптимістичного та інерційного сценаріїв, умовно можна визначити як потенційні втрати обсягів видобутку. За розрахунками, потенційні втрати вугільної промисловості при збереженні тих умов, що склалися на протязі 2014–2016 рр., за прогнозними оцінками на 2017–2020 рр. становитимуть 92 млн т, тобто майже 23 млн т щорічно.

Обсяги споживання як за песимістичним, так і за оптимістичним сценаріями, суттєво перевищують обсяги видобутку. Наприклад, станом на 2017 р. за умови збереження тих тенденцій, що склалися, обсяги видобутку на 21,5 млн т менше, ніж можлива потреба у поставках вугілля. А протягом наступних трьох років цей розрив дещо зменшується, але все ж навіть при незначних приростах обсягів видобутку у 2020 р. нестача вуглевидобутку для задоволення рівня споживання становитиме 10,2 млн т. За оптимістичним сценарієм розвитку прогнозних оцінок також зберігається суттєва нестача обсягів видобутку для покриття можливих обсягів споживання вугілля – від 22 млн т (у 2017 р.) до 14,3 млн т (у 2020 р.).

Покриття нестачі обсягів видобутку вугілля можливе за рахунок імпорту та додаткового використання залишків вугілля на складах вугледобувних підприємств України. Виходячи з того, що обсяги імпорту вугілля в країні за 2014 та 2015 рр. суттєво не відрізнялися, то при розробці прогнозних оцінок можливих обсягів імпорту можна зупинитися на одному варіанті прогнозу, тобто з урахуванням обсягів і 2015 р. Якщо додаткова потреба у поставках вугілля формуватиметься за песимістичним сценарієм, то її можна задовольнити тільки за рахунок нарощування обсягів імпорту, адже можливості мобілізації обсягів залишків на складах вітчизняних вугледобувних підприємств практично незмінні. Їх значення коливається в межах від 2,85 до 3,1 млн т.

Отже, за визначеними варіантами необхідність формування збутової мережі і логістичних центрів підтверджується за всіма можливими сценаріями розвитку або стагнації вугільної промисловості в Україні.

Література

1. Дуброва Т.А. Прогнозирование социально-экономических процессов. Статистические методы и модели [Текст] / Т.А. Дуброва. – М.: Маркет ДС, 2007. – 192 с.
2. Шамилева Л.Л. Статистическое моделирование и прогнозирование [Текст] / Л.Л. Шамилева. – Донецк: Каштан, 2008. – 310 с.
3. Модели оценки, анализа и прогнозирования социально-экономических систем: монография [Текст] / Т.С. Клебанова, Н.А. Кизим. – Харьков: ИНЖЕК, 2012. – 276 с.
4. Грабовецький Б.Є. Планування та економічне прогнозування: монографія [Текст] / Б.Є. Грабовецький. – Вінниця: ВНТУ, 2013. – 66 с.
5. Сучасні проблеми прогнозування розвитку складних соціально-економічних систем: монографія [Текст] / За ред. О.І. Черняка, П.В. Захарченка. – Бердянськ: ФОП Ткачук О.В., 2014. – 458 с.

Ушкаренко Юлія

д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії
Херсонський державний університет
м. Херсон

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В аграрному секторі економіки України існує велике розмаїття організаційно-правових структур, діяльність яких спрямована на подальший розвиток сільського господарства, ефективне використання земельних ресурсів і забезпечення населення продуктами харчування. Одною із таких структур є кооперативні підприємства. З їх ефективним функціонуванням можливе вирішення важливих соціально-економічних проблем приватних сільськогосподарських виробників – особистих селянських і фермерських господарств та фізичних осіб – сільськогосподарських товаровиробників.

Світовий досвід і вітчизняна практика свідчать, що кооперативи є невід'ємною складовою ринкової економіки й важливою умовою розвитку сільськогосподарського виробництва і відродження села [1, с. 20]. Через

систему кооперативів, що належать безпосередньо сільгоспвиробникам у Бельгії, Великобританії, Польщі реалізується понад 50% продукції молочарства, у Нідерландах, Австралії та Данії ця частка становить 95%. Близько 90% молокозаводів у країнах Європейського Союзу та Північної Америки є кооперативними [1, с. 21].

В умовах ринкової економіки досягнення успіху та ефективного вирішення стратегічних і тактичних завдань вимагає пошуку нових резервів підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських кооперативів. Базисом для забезпечення конкурентоспроможності кооперативу є перш за все формування могутнього потенціалу, який буде забезпечувати реалізацію стратегічної мети виробництва та як наслідок економічного зростання. Ефективне використання потенціалу підприємства означає можливість одночасно і раціонально використовувати всі наявні ресурси для досягнення високих кінцевих результатів і задоволення потреб споживачів [2, с. 96].

Вважаємо, що конкурентоспроможність потенціалу кооперативу – комплексна порівняльна характеристика, яка відображає рівень переважання сукупності показників оцінки можливостей кооперативу, що визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу стосовно сукупності аналогічних показників кооперативів – конкурентів. Структура конкурентоспроможного потенціалу підприємств сільськогосподарської кооперації представлена на рис. 1.



Рис. 1 Структура конкурентоспроможного потенціалу сільськогосподарських кооперативів

Залежно від глобалізації цілей дослідження виділяють такі рівні конкурентоспроможності потенціалу сільськогосподарських кооперативів: світове лідерство, світовий стандарт, національне лідерство, національний стандарт, галузеве лідерство, галузевий стандарт. Конкурентоспроможність потенціалу сільськогосподарських кооперативів має кілька особливостей, а саме: конкурентоспроможність не є іманентною якістю кооперативу, вона може бути виявлена та оцінена тільки за наявності конкурентів; це поняття є відносним, тобто воно має різний рівень стосовно різних конкурентів; конкурентоспроможність потенціалу кооперативу визначається продуктивністю використання залучених до процесу виробництва ресурсів; рівень конкурентоспроможності потенціалу кооперативу залежить від рівня конкурентоспроможності його складових, а також від загальної конкурентоспроможності галузі та країни [3, с. 198].

Існують три групи факторів, які формують конкурентоспроможний потенціал підприємств сільськогосподарської кооперації. Перший елемент блоку характеризується виробничою потужністю кооперативу, обсягом товарів або обсягом послуг, що надаються кооперативом. Ураховується наявність портфеля замовлень, наповненість якого визначає завантаження виробничих потужностей на найближчий і віддалені періоди. Другий елемент потенціалу – це капітал кооперативу: склад, кредитні можливості, ліквідність і швидкість обороту капіталу. Третій – це моральний капітал, накопичений кооперативом, його імідж. Четвертий – товар, обсяг і асортиментна структура продажу, товарні запаси, якість товару; це найважливіший елемент визначення конкурентоспроможності кооперативу, а п'ятий елемент – трудові ресурси: витрати робочого часу, кваліфікація та творча активність кадрів тощо.

Таким чином, найважливіший показник конкурентоспроможності сільськогосподарських кооперативів – це конкурентоспроможний потенціал. Здобутки кооперативу, досягнення поставленої стратегічної мети, можливість збереження своїх позицій на ринку та забезпечення розвитку підприємств сільськогосподарської кооперації можливе лише при підвищенні конкурентоспроможності потенціалу.

Література

1. Маслак О.М. Становлення сільськогосподарської обслуговуючої кооперації в Україні /О.М. Маслак //Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2009. – № 2. – С. 20-25.
2. Даниліна Н.В. Формування потенціалу підприємства: теоретичні основи та особливості / Н.В. Даниліна //Прометей. – 2010. – № 2 (32). – С.96-98.
3. Пожуєв О.В. Оцінка конкурентоспроможності потенціалу суб'єктів господарювання та методи його оцінювання /О.В. Пожуєв// Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 5. – С. 198-202.

Федорчук Олександр

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств
Херсонський державний університет

Щаслива Ганна

к.е.н, доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Міжнародний університет бізнесу та права

ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕВАГИ ІНВЕСТУВАННЯ В ТРАНСПОРТНУ ІНФРАСТРУКТУРУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

Стан транспортної інфраструктури аграрного сектору України протягом тривалого часу характеризується невідповідністю потребам сільського господарства, як за якістю, так і кількісними параметрами, внаслідок недостатнього фінансування і невисокого рівня інвестиційної активності з боку приватного капіталу, існування неефективної системи регулювання, високий ступінь зносу активів (до 65%) . При цьому саме інфраструктура є одним з визначальних чинників конкурентоспроможності економіки країни в цілому і регіонів зокрема.

Однак за даними Всесвітнього банку в 2016р за якістю інфраструктури аграрний сектор України перебував на 72 місці в рейтингу з 143 країн, причому за якістю автомобільних доріг - на 137, залізничного полотна - 26, портових мереж - 85, а авіатранспорту – 131 відповідно [1] .

Інвестиції в транспортну інфраструктуру аграрного сектору мають істотні економічні переваги як в короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі. Докази цих переваг чітко видно в багатьох інфраструктурних проектах, які недавно були завершені по всій країні. Ці інвестиції, показують наступні переваги для економіки нашої країни: зниження перевантаженості ключових вузьких в плані пропускної здатності місць; підвищення безпеки на дорогах і мостах нашої країни, що може як рятувати життя людей, так і скорочувати проблемні місця на основних магістралях; розширення послуг пов'язаних з пасажиро- і вантажоперевезеннями; нові види транспорту для агропідприємств, аграрних туристів до місця призначення в більш ефективному режимі; обслуговування інфраструктури старіння, що часто призводить до досягнення найвищої віддачі від інвестицій в інфраструктуру.

Інвестиції в транспортну інфраструктуру аграрного сектору можуть надати істотний позитивний вплив на довгострокові показники економіки. Інвестиції, які створюють, підтримують або розширюють транспортні мережі, сприяють підвищенню економічної ефективності, підвищенню продуктивності, і, як наслідок, більш швидке зростання економічної активності.

Проте, не дивлячись на потенційні значні довгострокові економічні вигоди від інвестицій в інфраструктуру, протягом багатьох років Україна недостатньо інвестувала в розвиток аграрного сектору. Наша держава вкладає порядку 0,3% ВВП в розвиток інфраструктури (в т.ч. й аграрної). У той час як

США інвестують близько 2% ВВП, Китай і Європа близько 9% і 5% в розвиток інфраструктури, відповідно.

Переваги інвестування в інфраструктуру особливо очевидні, коли в економіці аграрного сектору, як сьогодні, неефективно використовуються багато видів ресурсів. На додаток до довгострокових наслідків для економічного зростання і продуктивності, інвестиції в інфраструктуру можуть мати короткострокові вигоди, підтримуючи зайнятість в будівництві, ремонті і продукуванні кінцевого продукту. Більш того, збільшення витрат працівників, найнятих в аграрному секторі, може мати позитивні наслідки для економіки всієї країни. Наразі такі короткострокові ефекти можуть сильно варіюватися в залежності від реального стану економіки в цілому.

Зазначимо, що економічна криза, яка активно протікала в 2008-2011 рр., Привела до відновлення інтересу до державно-приватного партнерства в урядів багатьох розвинених і країн, що розвиваються, оскільки дефіцит фінансування не дозволяв їм самостійно реалізовувати стратегічно важливі інфраструктурні проекти, в тому числі і в сфері транспорту аграрного сектору.

Усвідомлюючи важливість і практичну цінність залучення приватного капіталу в транспортну галузь сільського господарства країни необхідно концентруватися не стільки на даному процесі, скільки на пошуку оптимальних способів взаємодії приватного і державного секторів в проектах для максимізації ефективності такого партнерства.

Вважаємо за необхідне негайні суттєвих інвестицій в транспортну інфраструктуру. Вигоди від цих інвестицій будуть включати довгострокове збільшення економічних показників країни, а також такий необхідний короткостроковий імпульс економічній активності, щоб прискорити відновлення економіки після найважчого економічного спаду з часів фінансової кризи 2008-2011 рр.

Сьогодні важливо зорієнтувати інвестиції в інфраструктуру аграрного сектору таким чином, щоб отримати найбільші економічні вигоди. Також необхідно відзначити цінність інноваційних механізмів фінансування для підвищення ефективності інвестицій в державну інфраструктуру за рахунок розширення взаємодії з приватним сектором. Недавні державні інвестиції в транспортну інфраструктуру вже принесли конкретні економічні вигоди українському суспільству, і подальші зусилля по заохоченню збільшення розмірів і якості інвестицій мають ґрунтуватися на цих успіхах.

Література:

1. Состояние транспортной инфраструктуры тормозит экономический рост [Электронный ресурс] // Проект фонда «Эффективное управление». – Режим доступа: http://competitiveukraine.org/events/issledovaniya/sostoyanie_transportnoy_infrastruktury_tormozit_ekonomicheskij_rost.html
2. Статистическая информация. Инвестиции и основные средства // Государственная служба статистики Украины. - Режим доступа: <http://ukrstat.gov.ua/>
3. Partnering for value. Structuring effective public-private partnerships for infrastructure [Электронный документ] // A Deloitte Research study, 2010. – Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Public-Sector/dttl-pspartnering-value-08082013.pdf>

Фурдак Маргарита

к.е.н, ст. викладач кафедри економіки підприємств
Херсонський державний університет
м. Херсон

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ВИНОГРАДАРСТВА І ВИНОРОБСТВА УКРАЇНИ - ПРИНЦИПИ ТА ПРІОРИТЕТИ ПОБУДОВИ

Виноградарство і виноробство традиційно були і залишаються сьогодні ефективними галузями агропромислового виробництва України. Вони відіграють важливу роль як у наповненні державного та місцевих бюджетів, так і у вирішенні інших соціально-економічних проблем.

Крім того, велике господарське значення виноградарсько-виноробної галузі зумовлюється цінними поживними та лікувально-оздоровчими властивостями свіжого винограду і продукції, що одержують з нього (як то ізюм, кишмиш, вино, оцет, олія, відходи виноробного виробництва тощо), невибагливістю винограду до ґрунту, а також його меліоративною роллю під час освоєння схилкових, кам'янистих і піщаних земель, непридатних для вирощування інших культур.

В той же час із вступом України до Світової Організації Торгівлі (СОТ) вітчизняне виноградарство і виноробство опинилось в умовах жорсткої та досконалої ринкової конкуренції, що призвело до обмеження державного протекціонізму національних виробників, більшість яких до того ж виявились з досить низьким рівнем конкурентоспроможності.

Невідповідність національних стандартів вимогам європейської якості продукції, неготовність задовольнити технічні, санітарні та фітосанітарні умови для експорту призвели до ситуації коли національні товаровиробники виявились фактично усуненими від торгівлі виноградно - виноробною продукцією на світовому ринку.

Основними причинами дестабілізації виноградарсько-виноробної галузі України стали закладання виноградників без урахування природно-екологічних факторів; нераціональний сортовий склад насаджень; низька якість садивного матеріалу винограду; низький рівень агротехнічного стану виноградників; а також загальна стагнація економіки України.

Відтак подальший розвиток галузі потребує таких якісних перетворень, які б забезпечили підвищення конкурентоспроможності виноградарсько-виноробної продукції. Тому сьогодні пріоритетним є визначення таких стратегічних орієнтирів розвитку вітчизняного виноградарсько-виноробного виробництва, відповідно до яких Україна має проводити політику сучасного нормативно-правового, економічного, екологічного, фінансового та соціального регулювання на основі впровадження інноваційної моделі розвитку галузі.

Формування стратегії розвитку виноградарсько-виноробного підкомплексу України в нових економічних умовах має відбуватись за певними

принципами з урахуванням економічних, екологічних та соціальних пріоритетів. Зокрема, головними принципами побудови стратегії розвитку виноградарства і виноробства України мають бути: створення сприятливих умов для інтеграції галузей у світовий економічний простір; можливість забезпечення економічної незалежності країни та її продовольчої безпеки; формування науково обґрунтованої та соціально-орієнтованої інноваційної моделі структурної модернізації виноградарсько-виноробної галузі.

Важливою умовою досягнення стратегічних напрямів виступає системність здійснюваних заходів стосовно забезпечення довгострокових економічних, соціальних й екологічних пріоритетів, як то: використання екологічно чистих та ресурсозберігаючих технологій виробництва продукції; створення нових робочих місць, підвищення рівня життя в регіонах; скорочення міграції сільського населення.

Слід зазначити що з метою уникнення ризиків виникнення негативних наслідків для економічної та соціальної сфери в період підготовки та входження вітчизняного виноградарства та виноробства в єдиний європейський простір, Україні варто було б узагальнити та врахувати досвід виноградарсько-виноробних країн, які вже приєдналися до ЄС.

Зокрема, практика світового виноградарства показує, що саме дрібний і середній виробник є творцем і власником вин найвищих категорій якості. Так, у Німеччині 70 тисяч фермерів забезпечують утримання 100 тисяч гектарів виноградників; виробників вина там – 35 тисяч. В Угорщині виділено 22 регіони виноградарства. Зокрема, регіон Шалмон має 300 виноградників і 3000 виробників вина. Це сприяє розвитку здорової конкуренції і, як результат, високій якості виноробної продукції.

В цілому ж, розвиток виноградарства та виноробства найближчим часом має визначатися загальноекономічною ситуацією в державі і здатністю галузі оперативно реагувати на гострі виклики сьогодення.

Шатковська Маріна Сергіївна

Студентка 3-го курсу

економіко-правового факультету

Одеського національного університету імені І.І.Мечникова

Науковий керівник: д.е.н., доцент Ніценко В.С.

м. Херсон

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Ринкові відносини потребують ґрунтовного аналізу ринкових ситуацій з тим, щоб визначити принципи дії ринкових механізмів. Такий аналіз у розвинутих країнах виявив цілу низку об'єктивних закономірностей і дав змогу планувати кількість товару відповідно до вимог споживачів, «підігнати» товар під наявний на ринку попит. У результаті відбулась переорієнтація

виробництва, а слідом за ним і попиту. Почалось становлення так званого ринку покупця – практичне втілення концепції маркетингу [5, с.421].

Потужного розвитку економічний аналіз набув у більшості розвинених країн у період переходу до ринкових відносин, оскільки саме тоді й виникла потреба застосовувати у господарській діяльності позикові засоби, тобто виникла потреба визначати рівень ризику, поглиблювати аналіз фінансового стану підприємств-позичальників.

В Україні за останнє десятиріччя внаслідок реформування економіки та переходу до ринкових відносин зросла потреба у проведенні економічного аналізу не тільки виробництва продукції, а й її збуту. Практично провідну роль в організації аналітичної роботи відіграє здійснення аналізу не лише по підприємству в цілому, а власне за окремими виробничими і технологічними операціями, у зв'язку з чим починають використовувати новий вид аналізу – операційний, основи якого в Україні тільки розробляються [1, с.327].

Економічний аналіз – це комплексне глибоке вивчення роботи підприємств, їх підрозділів та інших господарських формувань для об'єктивної оцінки її результатів і виявлення можливостей дальшого підвищення ефективності господарювання. Розглянемо основні визначення економічного аналізу, які існують на даному етапі його розвитку.

Зміст економічного аналізу – це комплексне всебічне дослідження всіх сторін діяльності підприємства на основі використання відповідних джерел інформації, вивчення окремих елементів економічної роботи, виявлення і вимірювання впливу факторів на результати діяльності підприємства, зіставлення витрат і результатів, узагальнення результатів аналізу і, нарешті, обґрунтування альтернативних варіантів управлінських рішень з метою вибору оптимального [2].

Велику роль відводять аналізу у справі визначення та використання резервів підвищення ефективності діяльності суб'єкта господарювання в конкурентному середовищі на основі використання досягнень науково-технічного прогресу та передового досвіду. Щоб вижити в конкурентній боротьбі і змінювати свої ринкові позиції, кожне підприємство має постійно шукати резерви підвищення ефективності своєї діяльності. Це об'єктивний процес, без якого неможливий поступальний розвиток суспільства. Аналіз сприяє економічному використанню ресурсів, виявленню і впровадженню передового досвіду, науковій організації праці, використанню нової техніки і технології виробництва та запобіганню зайвих витрат. У наслідок цього змінюється економіка підприємства та підвищується ефективність його діяльності [4, с.334].

Сучасний економічний аналіз повністю змінює свою парадигму від оцінно-статистичного до пошуково-прогностичного з вибором оптимальних управлінських рішень у зоні невизначеності та ризику. Сама ж методика конкретних аналітичних досліджень має бути наближеною до господарських потреб підприємства, відповідати повсякденним запитам управління, бути надійним економічним інструментом управління підприємством.

В ситуації, що склалася сьогодні в Україні, роль економічного аналізу значно зростає, особливо в умовах виникнення кризових явищ на підприємстві, коли саме завдяки проведенню комплексного економічного аналізу вдається визначити причини кризи та розробити і обґрунтувати можливі шляхи виходу з криз. Сучасний економічний аналіз дає можливість запроваджувати на підприємстві системи комп'ютерного аналізу основних показників діяльності підприємства, але недоліком є те, що в Україні така практика проведення економічного аналізу не знайшла широкого розповсюдження [3, с.189].

Література

1. Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання [Текст] : підручник / П.Я. Попович. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2008. – 630 с.
2. Рзаєва Т.Г. Економічний аналіз [Текст] : навч. посіб. / Рзаєва Т.Г. – Хмельницький : ХНУ, 2003. – 198 с.
3. Сіменко І.В. Якість систем управління підприємствами: методологія, організація, практика: монографія [Текст] / І.В. Сіменко. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. – 394 с.
4. Тарасенко Н. В. Економічний аналіз [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. закладів освіти / Н.В. Тарасенко. – 4-тє вид., стер. – Л. : Новий Світ-2000, 2008. – 344 с.
5. Чумаченко, М.Г. Економічний аналіз [Текст] : навч. посіб. / М.А. Болюх [та ін.]; ред. М. Г. Чумаченко; Київський національний економічний ун-т. – 2.вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2003. – 555 с.

Швецова Ірина

студент V курсу факультету економіки і менеджменту
Донбаська державна машинобудівна академія
Науковий керівник к.е.н., доцент Михайличенко Н.М.
м. Краматорськ

ШЛЯХИ ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСТВА НА ПІДПРИЄМСТВІ

Світова фінансова криза спричинила появу проблем реального і фінансового сектору економіки України, призвела до зростання кількості фінансово неспроможних підприємств у різних галузях. Вітчизняним підприємствам необхідно швидко й ефективно реагувати на зміни зовнішнього середовища. Таким чином, банкрутство підприємств – сьогодні досить актуальна проблема.

Зазначеній проблематиці присвячені праці провідних вітчизняних вчених в області банкрутства, таких як Троц І.В. [1], Ковальчук І.В. [2], Дашко І.М. [3].

Метою доповіді є визначення сутності поняття банкрутства та факторів, що можуть до нього спричинити, а також розробка шляхів запобігання банкрутству підприємств.

Банкрутство – це інструмент виведення суб'єктів підприємницької діяльності з кризової ситуації, оскільки в основі самої процедури банкрутства лежать конкретні дії, результатом яких є звільнення підприємства від боргів та повернення дебіторської заборгованості.

На функціонування багатьох підприємств негативно впливає кризовий стан глобальної економіки. В Україні зростає кількість підприємств, які

знаходяться в кризовому стані або на межі банкрутства. Станом на 2016 рік 1524 компанії в Україні були визнані банкрутами, а в процедурі банкрутства знаходяться ще 2073 підприємств. Збільшення кількості підприємств-банкрутів з кожним роком послаблює економіку держави, яка на пряму залежить від розвитку підприємництва.

До основних причин виникнення банкрутства на українських підприємствах є криза в економіці, інфляційні процеси, недосконале законодавство і податкова політика, а також неефективне управління.

Для України наслідки банкрутства є негативними, це призводить до зменшення пропозиції товарів чи послуг, збільшення рівня безробіття в країні, а також зменшення податкових надходжень до державного бюджету.

Надмірне зростання кількості збанкрутілих підприємств в Україні спричинене відсутністю досконалої системи прогнозування та подолання банкрутства на підприємстві [1].

Основними складовими системи прогнозування банкрутства на підприємстві є:

1) Діагностика – призначена для оцінки ключових сфер діяльності підприємства; основними завданнями її є аналіз фінансового стану та оцінка виникнення ризику банкрутства.

2) Моніторинг – його основним призначенням оцінка виникаючих загрозливих ситуацій, а основне завдання – це спостереження за процесами, які протікають в середовищі підприємства.

3) Прогнозування – полягає в своєчасній розробці заходів, які спрямовані на подолання негативних тенденцій на підприємстві, основні завдання: дослідження тенденцій теперішнього розвитку та передбачення можливих негативних ситуацій, які можуть призвести до банкрутства підприємства.

4) Планування – забезпечує конкретизацію стратегій та досягнення поставлених цілей. Мета планування – це кінцевий стан, якого підприємство прагне досягти в певний момент у майбутньому [2].

5) Контролінг – основна його задача – це збір і обробка інформації в процесі розробки, координація і контроль за виконанням планів на підприємстві [3].

6) Економічна безпека – являє собою гарантію ефективного функціонування та розвитку підприємства.

7) Антикризове управління – передбачає небезпеку виникнення кризових явищ та розробку заходів щодо зниження негативних наслідків кризи.

8) Ризик-менеджмент – передбачає створення заходів щодо зменшення та уникнення ризиків.

9) Санація – фінансове оздоровлення підприємства, тобто відновлення платоспроможності, ліквідності та прибутковості.

10) Реінжиніринг – використання сучасних інформаційних технологій для досягнення нових ділових цілей.

11) Реорганізація – процес, в ході якого розробляється нова стратегія та принципи функціонування. В основі реорганізації лежить переорієнтація підприємства, орієнтація на ринок, на потреби споживача, закриття безперспективних товарів, переорієнтація на виробництво товарів, яких потребує ринок.

12) Реструктуризація – передбачає вдосконалення системи управління, системи маркетингу, управління персоналом, системи збуту.

Використання розглянутих напрямів вирішення проблеми банкрутства та ефективне управління дадуть змогу заздалегідь визначити загрози та сприятимуть стабілізації діяльності підприємства в кризових умовах, запобігаючи його банкрутству.

Література

1. Троц І. В. Формування системи попередження, прогнозування і подолання банкрутства промислових підприємств / М. П. Войнаренко, І. В. Троц // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 4 (20). – С. 272–278.
2. Ковальчук І. В. Економіка підприємства: навч. посіб. / І. В. Ковальчук. – К. : Знання, 2008. – 679 с.
3. Дашко І. М. Стратегічний контролінг на підприємстві: його сутність, значення, основні методи та інструменти / І. М. Дашко // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 20. – С. 25-29.

Шийко Надія

Студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонський державний університет
Науковий керівник: проф. Мохненко А.С.
м.Херсон

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Прибуток є основним узагальнюючим показником фінансових результатів господарської діяльності підприємства [1]. Він є основним джерелом розвитку підприємства, науково-технічного удосконалення його матеріальної бази і продукції. Прибуток має загальнодержавне значення, адже він служить джерелом сплати податків до бюджету і джерелом суспільного добробуту.

Формування доходів суб'єкта господарювання здійснюється за такими складовими, у розрізі яких і формуються окремі складові сукупного прибутку суб'єкта господарювання:

- доходи від основної діяльності, що включають насамперед дохід від реалізації продукції, товарів, робіт та послуг;
- доходи від іншої операційної діяльності, яка включає дохід від реалізації оборотних активів, реалізації курсових різниць, оренди, отримані штрафи, пені, неустойки, списання зобов'язань та ін.;
- доходи від фінансових операцій, які формуються за рахунок

отримання доходів від вкладень в асоційовані та дочірні підприємства, спільної діяльності, доходи від портфельного інвестування та ін.;

- доходи від звичайної діяльності, що визначаються формуванням доходів від фінансових інвестицій, реалізації необоротних активів, безоплатно одержаних активів тощо;

- доходи від надзвичайних подій.

Залежно від джерел формування виділяють такі основні види прибутку:

Валовий прибуток – це прибуток, розрахований по реалізованій продукції у вигляді різниці між чистим доходом від реалізації продукції і собівартістю реалізованої продукції.

Чистий дохід (виручка) від реалізації – це сума грошових коштів, які надійшли підприємству від продажу продукції по цінах реалізації без податку на додану вартість і акцизного збору.

Прибуток від операційної (основної) діяльності визначається як сума валового прибутку та інших операційних доходів за мінусом адміністративних витрат, витрат на збут продукції, робіт, послуг та інших операційних витрат.

При цьому до складу інших операційних доходів включають: дохід від операційної оренди активів; дохід від операційних курсових різниць; відшкодування раніше списаних активів; дохід від реалізації оборотних активів та ін.

Прибуток від звичайної діяльності визначається як сума прибутку від операційної (основної) діяльності, доходів від участі в капіталі, фінансових та інших доходів за мінусом витрат від участі в капіталі, фінансових та інших витрат.

Прибуток від надзвичайних ситуацій визначається у вигляді різниці між доходами, що надійшли у відшкодування понесених від стихійного лиха втрат, і збитками, спричиненими цим лихом.

Чистий прибуток є сумою фінансових результатів від звичайної діяльності, доходів від надзвичайної діяльності, а саме та частина прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податків, зборів, відрахувань та інших обов'язкових платежів до бюджету.

Процес розрахунку прибутку може бути поділений на такі етапи:

1. Визначення чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тобто доходу від реалізації продукції з вирахуванням з вирахуванням ПДВ, суми акцизного збору, інших податків і зборів;

2. Розрахунок валового прибутку;

3. Визначення фінансового результату – прибутку від операційної діяльності;

4. Розрахунок прибутку від звичайної діяльності до оподаткування;

5. Визначення прибутку від звичайної діяльності, який розраховується як різниця між прибутком від звичайної діяльності до оподаткування та податком на прибуток.;

6. Визначення чистого прибутку звітного періоду.

Фактори, що впливають на формування прибутку підприємства

класифікують наступним чином:

1. Зовнішні фактори: природні умови, транспортні умови, інфраструктура ринку, рівень інфляції, конкуренція на ринку.

2. Внутрішні фактори:

- Виробничі – основні засоби, матеріальні ресурси, трудові ресурси;
- Позавиробничі – комерційна діяльність;
- Екстенсивні – обсяг виробничих ресурсів, тривалість використання ресурсів, непродуктивне використання ресурсів;
- Інтенсивні – ефективність використання ресурсів.

Планування і формування прибутку залишається не тільки у сфері інтересів підприємства. У цьому зацікавлені також держава, комерційні банки, інвестиційні структури, акціонери та інші власники цінних паперів.

Підвищення прибутковості підприємств є основним джерелом збільшення доходів до державного бюджету, що у свою чергу допоможе посилити національну економіку. Тому формування та підвищення прибутку підприємства є дуже важливим фактором для майбутнього економіки України.

Література

1. Гетьман О.О. Економіка підприємства / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – С.27.
2. Іванілов, О.С. Економіка підприємства / О.С. Іванілов. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – С. 124.

Шульга Марина

к.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу
Херсонський національний технічний університет
м. Херсон

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Харчова промисловість України є найбільш розвинутою та бюджетно-формуючою галуззю національної економіки. Її розвиток залежить від належного могутнього потенціалу, одним з важливих елементів якого є інноваційні ресурси, які забезпечують впровадження нових досконалих високопродуктивних засобів виробництва та прогресивних технологій, що особливо важливо у конкурентній боротьбі, оскільки дозволять опиратись впливу зовнішніх чинників.

Проблеми інноваційного розвитку харчової промисловості досліджували багато вчених: Й. Шумпетер, Р. Солоу, Р. Фостер, Л. Федулова, С. Ілляшенко, Р. Фатхутдинов, О. Шпикуляк та інші. Вперше термін «інновація» запропонував австрійський вчений Й. Шумпетер. Він розглядав інновацію як будь-яку можливу зміну, що відбувається внаслідок використання нових або вдосконалених рішень технічного, технологічного, організаційного характеру в процесах виробництва і збуту продукції [1, с. 218]. У Законі України «Про інноваційну діяльність» термін «інновації» вживається наступним чином:

«новостворені і вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і соціальної сфери» [2, с. 5]. За цими визначеннями інноваційна діяльність – це практичне використання науково-технічного результату й інтелектуального потенціалу з метою отримання нового чи поліпшення існуючого продукту, способу його виробництва та задоволення потреб суспільства.

Дістали висновку, що інноваційна діяльність харчових підприємств – це виготовлення нового продукту, упровадження нового методу виробництва, освоєння нового ринку, отримання нових джерел якісної сировини. Отже, інновації вводяться з метою покращення якості продукту, зменшення витрат та отримання максимального прибутку.

До загальних напрямів інноваційної діяльності в харчовій промисловості відносять: технологічні, асортиментні, маркетингові та організаційні напрями.

До особливостей технологічних інновацій відносять:

- застосування ресурсозберігаючих технологій;
- переоснащення технологічних ліній;
- удосконалення технологічних процесів

Загальними особливостями асортиментних інновацій на харчових підприємствах є виробництво продуктів з урахуванням новітніх технологій та технічних рішень, що забезпечують ефективність діяльності підприємств харчової промисловості. До інноваційної діяльності відносять також маркетингові дослідження ринку збуту та пошук нових споживачів. Організаційна інновація є впровадженням нового організаційного методу в діяльності підприємства, в організації робочих місць або зовнішніх ринків.

Кількість харчових підприємств, які впроваджували інновації в період з 2010 по 2015 рр. зросла. Якщо у 2010 р. 156 підприємств впроваджували інновації, з них 69 – нові технологічні процеси, та 112 підприємств освоїли виробництво інноваційних видів продукції, то у 2015 р. частка інноваційно-активних підприємств зросла до 296, введено 129 сучасних технологічних процесів та 135 підприємств освоїли виробництво новітніх видів продукції [3, с. 106]. Збільшення кількості інновацій можна пояснити тим, що харчова промисловість відноситься до інвестиційно-привабливих галузей, оскільки її продукція користується стійким попитом.

Інноваційна діяльність харчових підприємств є головним чинником успіху в зростаючій ринковій конкуренції, основним засобом підвищення ефективності виробництва та якості продукції харчової промисловості. Для вдосконалення розвитку інноваційної діяльності на харчових підприємствах необхідно запропонувати низку ефективних фінансово-економічних важелів, а саме: бюджетне фінансування, дотації, пільгові кредити та пільгове оподаткування науково-дослідних і дослідно-конструкторських установок; надання державних дотацій і пільгових кредитів підприємствам продовольчого машинобудування для стимулювання випуску інноваційно-технологічного

устаткування, залучення інвестицій задля використання вітчизняних передових технологій та адаптації до вітчизняних умов іноземних технологічних інновацій.

Література

1. Шумпетер И. Теория экономического развития [Текст] /И. Шумпетер. – М.: Прогрес, 1982. – 455 с.
2. Закон України «Про інноваційну діяльність» // Урядовий кур'єр. – 2002. – № 143. – С. 5-16.
3. Статистичний щорічник України за 2015 рік. – К.: Державний комітет статистики України, 2016. – 566 с.
4. Мамочка А.Ю. Інноваційний розвиток харчової промисловості в Україні /А.Ю. Мамочка// Вісник сумського національного аграрного університету. – 2012. – № 1. – С. 15-19.

Яласт Валерія

Студентка II курсу факультету економіки та менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., доцент Петренко В.С.

м. Херсон

СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Найважливішою передумовою розвитку економіки загальноцивілізованим шляхом є розвиток і вдосконалення підприємництва як особливого виду господарської діяльності. Підприємництво є одним з найважливіших чинників розвитку національної економіки. Підприємництво є передумовою інноваційного типу економічного зростання, яке ґрунтується на підприємницькій ініціативі в сфері науково-технічної та організаційно-економічної діяльності. Підприємництво, концентруючи в собі найхарактерніші властивості ринкових відносин, виступає рушійною силою життєдіяльності і розвитку ринкової економіки. Сприяючи зростанню суспільного добробуту, створюючи умови для реалізації економічних інтересів, здібностей, талантів людей, підприємництво сприяє також національному єднанню, відродженню національної самосвідомості.

Малі підприємства - це організаційно-економічний вид підприємств, які згідно ст.2 Закону "Про підприємства в Україні" кваліфікуються за показником чисельності зайнятих працівників з градацією за сферами діяльності. [1]

Мале підприємництво здійснюється шляхом створення розгалуженої системи малих підприємств. Згідно ст.2 Закону України "Про підприємства в Україні" до малих відносяться такі підприємства:

- у промисловості та будівництві – з чисельністю працюючих до 200 чоловік;
- в інших галузях виробничої сфери – з чисельністю працюючих до 50 чоловік;
- у науці і науковому обслуговуванні – з чисельністю працюючих до 100 чоловік;

- у галузях невиробничої сфери – з чисельністю працюючих до 25 чоловік;
- у роздрібній торгівлі – з чисельністю працюючих до 15 чоловік.

В економічній літературі виділяють три основні функції підприємництва. Перша функція – ресурсна. Для будь-якої господарської діяльності необхідні економічні ресурси – фактори виробництва. До них належать, як відзначалося, насамперед природні ресурси – земля, корисні копалини, ліси і води. Важливими є інвестиційні ресурси – машини, обладнання, інструменти, транспорт, інші засоби, що використовуються для виробництва товарів і послуг та доставки їх споживачеві, а також власне фінансові ресурси. Третій вид ресурсів – це людські трудові ресурси. Вони визначаються якісним і кількісним складом робочої сили, її кваліфікацією, спеціалізацією, рівнем зайнятості. Підприємець, що бере на себе ініціативу новаторського, нетрадиційного поєднання факторів виробництва – землі, капіталу, праці, – сприяє зростанню виробництва товарів і послуг, підвищенню ефективності економіки. Домагається він цього, здійснюючи другу функцію підприємництва – організаторську. Підприємець використовує свої здібності, щоб забезпечити таке з'єднання і комбінування факторів виробництва, яке найкраще призведе до досягнення мети, отриманню високого доходу. Третя функція підприємництва – творча, пов'язана з новаторством. У зв'язку з посиленням функції, пов'язаної з інноваціями, створюється новий економічний клімат для підприємництва. Зростає ринок науково-технічних розробок, або венчурного підприємництва, зайнятого впровадженням новинок техніки і технологій. Розвивається інформаційна інфраструктура підприємництва, розширюється доступ до корисної інформації. Вплив держави, як основної складової політичної системи, на підприємництво повинно зводитися до створення сприятливого політичного, правового, податкового середовища для його розвитку, не порушуючи при цьому умов конкуренції. Надмірне штучне втручання політичної системи в підприємницьке середовище (прямим регулюванням або субсидуванням) може не відповідати інтересам суспільства. Для підприємців основний спонукальний мотив – можливість одержання прибутку. Діяльність підприємця нерозривно зв'язана з господарським ризиком. Саме ця обставина є потужним стимулом економії ресурсів, вимагає від підприємця детального аналізу рентабельності проектів, відповідального ставлення до інвестицій, раціонального витрачання ресурсу, найманню робочої сили. Здебільшого особистості, котрі мають власний бізнес і завдяки цьому сильніші спонукальні мотиви, більше зацікавлені в якісній і продуктивній праці, ніж наймані працівники. Такий психологічний феномен вільної праці для одержання власного зиску забезпечує ще більший вигравш для економіки, загалом.

Отже, малі підприємства є одним із дійових засобів вирішення першочергових соціально економічних проблем. Серед них можна навести: прискорення структурної перебудови економіки, забезпечення насиченості ринку товарами і послугами, створення конкурентного середовища, створення нових робочих місць шляхом самозайнятості, забезпечення ефективного використання місцевих сировинних ресурсів тощо. Однак, не зважаючи на всі позитивні зрушення, мале підприємництво наражається на велику кількість

перешкод. Його розвиток відбувається нерівномірно, хаотично та суперечливо, йому не приділяють належної уваги державні органи: програми підтримки є декларативними, немає узгодженості у діях центральної та місцевої влади, слабка фінансова допомога тощо.

Література

1. Бобиль В. Розвиток малого та середнього підприємництва як складова соціально-економічної стабільності сучасної України //Україна: аспекти праці. - 2008. - № 3. - С. 35-38
2. Бондарук Т. Г. Державна політика підтримки малого підприємництва //Актуальні проблеми економіки. - 2007. - № 6. - С. 115 - 122.
3. Бусек Ю. Малые и средние предприятия: политика и управление/ Ю.Бусек // Проблемы теории и практики управления. - 2002. - № 2. - С. 64-70
4. Варналій З. Мале підприємництво : Основи теорії і практики: Монографія/ Захарій Варналій,. -3-тє вид., стереотипне. -К.: Знання, 2005. -302 с.

СЕКЦІЯ 2 СТРАТЕГІЧНІ ІМПЕРАТИВИ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Агошков Максим

студент 3 курсу обліково-економічного факультету
Одеський національний економічний університет
Науковий керівник: к.е.н., доцент Волкова Н.А.
м. Одеса

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

В умовах ринкової економіки, розвиток будь-якої галузі виробництва чи розвитку сфери послуг не можливий без використання сучасних методів менеджменту. Поєднання гнучких, нових, креативних методів менеджменту та маркетингу є основою для вдалого розвитку більшості сучасних галузей. Основною проблемою є те, що велика кількість підприємців, керівників не приділяють достатньої уваги сучасним тенденціям менеджменту. Але це є вкрай важливим, адже саме менеджмент дає ефективний розвиток для компанії: варто згадати блискучий успіх Генрі Форда та сучасну популярність Гугл.

Сучасний менеджмент розвивається в руслі визнання соціальної відповідальності менеджменту і бізнесу перед суспільством і працівниками. З кінця двадцятого століття, основна увага приділяється соціальному аспекту управління. Менеджмент стає більш направленим на людину, задля підвищення ефективності. Таким чином, виникають нові принципи менеджменту для організацій. До таких принципів можна віднести: доброзичливе відношення до кожного працюючого, незалежно від посади; відповідальність за успішну діяльність компанії, а не задоволення власних потреб; ефективне використання комунікації, як всередині організації, так і поза її межами; сприяння професійному росту підлеглих, прагнення до постійного удосконалення особистої роботи та діяльності організації. [1] Зараз є такі основні моделі управління, як європейська, американська та японська. З особливостями кожної моделі можна ознайомитися в більшості підручників з менеджменту, тому, я вважаю, що більшу увагу слід приділити не теоретичним, а практичним аспектам сучасного менеджменту, за приклад можна взяти сучасну корпорацію Гугл.

Компанія провела дослідження, результатом яких стало створення уявного портрета сучасного ефективного керівника. Отже, сучасний керівник має бути хорошим тренером для своїх працівників; він має розширювати їх зону відповідальності; сучасний керівник зацікавлений в досягненні успіхів своєї команди, цікавиться справами співробітників у роботі та особистому житті; керівник має бути прикладом для інших, він продуктивно використовує свій час і орієнтується на досягнення конкретних результатів; сучасний керівник має бути комунікативним, вміти слухати та правильно ділитися інформацією;

керівник має допомагати підлеглим в досягненні кар'єрного росту; успішний керівник має чітку стратегію та план; керівник має бути ерудованим у своїй галузі, він може дати пораду та виразити свою експертну точку зору[2].

Як можна побачити, концепція менеджменту компанії Гугл вже не включає просто постановку задач та контроль їх виконання. Необхідно навчати персонал, розкривати таланти в працівниках та персоналізовано підходити до кожної проблеми. Однак, необхідно знати, що така стратегія підійде далеко не кожному підприємству, адже задля злагодженої роботи необхідно не лише використовувати найновіші та креативні способи керування, але й варто приділити увагу ретельному відбіру кадрів.

На мою думку, основні методи та прийоми відомих зарубіжних компаній варто спробувати залучити у сучасні українські підприємства більшості галузей, адже, на теперішній час, велика кількість компаній використовують ще радянські методи керування, які може і працювали якось у плановій економіці, але наша країна вже більше, ніж чверть століття, намагається розвивати ринкову економіку. Не варто придумувати щось нове, задачею сучасних менеджерів є лише адаптація західних методів керування до сучасних реалій української економіки.

Література

1. Менеджмент. Навч. посіб. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 312 с.
2. Архив gb.ru. Исследование компании Google: 8 качеств успешного управленца :19 ноября 2012 .Ксения Дементьева.

Балабатько Д.М.

студентка V курсу кафедри обліку і аудиту
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
Науковий керівник: к.е.н., викладач Крутько М.А.
м. Харків

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

На сьогоднішній день в частині понятійного апарату управління грошовими потоками склалась складна ситуація, яка зумовлена великою кількістю як зовнішніх так і внутрішніх факторів. До основних можна віднести наступні: економічну ситуацію, соціальну складову, політичну та геополітичну картини, процеси міжнародної глобалізації та ін.

Управління грошовими потоками – одна з найголовніших функцій фінансового менеджменту підприємства. Непрофесійне управління грошовими потоками може призвести до появи непередбачених збитків, або до втрати альтернативних можливостей [1].

Згідно з П(С)БО № 4, грошові кошти – це готівка (валюта України та іноземна валюта у вигляді грошових коштів), кошти на рахунках у банках та депозити до запитання. У процесі кругообігу грошові кошти підприємства утворюють грошові потоки [2].

Одні економісти (І. Єпіфанова [3], О. Стащук [4]) визначають грошовий потік як різницю між отриманими й виплаченими підприємством грошовими коштами за певний період часу. Вивчивши точки зору вчених, щодо пояснення визначення грошових потоків, зазначимо що грошовий потік – це кругообіг (надходження та витрачання) грошових коштів на всіх рахунках і у касі підприємства, що виникає в процесі його діяльності та у комплексі складає його грошовий обіг.

Основними проблемами управління грошовими потоками на вітчизняних підприємствах є: відсутність чіткого розмежування управління грошовими потоками в розрізі операційної, фінансової та інвестиційної діяльності; низький рівень застосування в процесах управління грошовими потоками сучасних програмних продуктів; недотримання гнучкості планування грошових потоків; відсутність чіткого розробленого процесу складання фінансових планів; низька ефективність використання грошових коштів у результаті здійснення підприємством зовнішньоекономічної діяльності; недотримання пропорцій розподілу грошових коштів для здійснення підприємством реальних фінансових інвестицій; нераціональне встановлення інтервалів та методів планування; допущення помилок в обліковій документації тощо.

Якщо прийняти до уваги вищесказане, для підвищення ефективності управління грошовими потоками господарюючим суб'єктам у сучасних умовах розвитку необхідно: залучати в практику розрахунок системи показників грошових потоків як вимірників фінансової стійкості, платіжної стабільності та нормальної платоспроможності; досліджувати галузеві закономірності системи управління грошових потоків та враховувати їх у практиці обліку та аналізу підприємства; визначати потоки в обліковій, у тому числі оперативній, інформації для формування своєчасного та повного інформаційного забезпечення аналізу та управління руху грошових коштів підприємства; удосконалити методiku аналізу грошових потоків, що повинна здійснюватися, виходячи з реального фінансового стану підприємств; урахувати фактори та необхідність систематизації і управління руху коштів вітчизняних господарюючих суб'єктів в умовах невизначеності та ризику [2].

Таким чином можна зробити висновок, що для сільськогосподарських підприємств має велике значення наявність контролю та правильного управління грошовими потоками. Застосування новітніх облікових систем, налагодження системи контролю і аналізу даних є основними шляхами по виведенню системи управління грошовими потоками на позитивно-ефективний рівень функціонування.

Література

1. Мартиненко В.П. Фінансовий менеджмент: підручник / В.П. Мартиненко, Н.І. Климаш, К.В. Багацька, І.В. Дем'яненко, [та ін.] за заг. ред. Т.А. Говорушко. – Львів «Магнолія 2006», 2014. – 344с.
2. Андієць В.С. Дослідження основних сутнісних характеристик «грошових потоків підприємства» / В.С. Андієць // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 8. – С. 167–172.

3. Єпіфанова І.Ю. Вхідні та вихідні грошові потоки підприємства як економічна категорія / І.Ю. Єпіфанова // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні». – Вінниця, 2013. – С. 247–249.

4. Стащук О.В. Оптимізація в системі управління грошовими потоками інвестиційної діяльності підприємства / О.В. Стащук // Наукові записки. – Острог, 2007. – Вип.9, Ч.2. – С.451–458.

Камєнєва Аліна

студент IV курсу економіко-гуманітарного факультету

Беззубко Борис

викладач кафедри економіки і менеджменту

Донбаська національна академія будівництва і архітектури

м. Краматорськ

СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УКРАЇНІ

Економіка України є перехідною від адміністративно-командної до соціально-ринкової. Ринкові перетворення потребують наукового обґрунтування і вирішення низки управлінських проблем макро і мікроекономічного характеру. Сьогодні в Україні можна виділити щонайменше три напрями в управлінні. Перший умовно називають менеджментом здорового глузду. Цей вид управління розвивається на багатьох приватизованих та новостворених підприємствах так званих нових українців. Нові власники не мали професійного управлінського досвіду. Первісне нагромадження капіталу не потребувало високого професіоналізму в керуванні бізнесом, достатньо було і менеджменту здорового глузду першопрохідців. У процесі інтеграції та концентрації капіталу проблеми управлінського професіоналізму загострились.

Другий підхід у керуванні - професійний ринковий менеджмент, представниками якого є західні фірми, що успішно працюють на українському ринку. Вони принесли з собою не тільки західну культуру, а й новітню технічну базу менеджменту, яка доволі міцно вкорінилась у ділових організаціях України. Якщо донедавна в українських директорів підприємств були службові автомобіль, телефон і секретар, то в сучасних керівників є персональні комп'ютери, мобільні телефони, бази даних, системи зв'язку через Інтернет та ін. Атрибутом сучасних українських фірм стали гарні офіси, ввічливі менеджери і секретарки. Проте реформа менеджменту на цьому й закінчилась. Методи і форми діяльності апарату керування не змінилися з часів колишньої адміністративно-командної системи. Більшість нових керівників ще не сприйняли власне західних технологій внутрішньо фірмового корпоративного керування та групової взаємодії.

Зрештою, третій підхід у менеджменті втілює переважна більшість керівників радянського зразка, які дотримуються методів та стилю керування адміністративно-командної системи. Досвід керування підприємствами у них чималий, проте нема досвіду ведення бізнесу як такого[1].

Особливу важливість в умовах інформаційної революції і введення системи трудових відносин, при якій співробітники працюють спільно, але не разом, набуває адекватне інформування кожного працівника, особливо про зміни. Найціннішим активом будь-якої компанії XXI століття стають працівники розумової праці та їх продуктивність. Найбільшою і швидкозростаючою групою персоналу в категорії працівників розумової праці стають «нові службовці», які займаються не тільки інтелектуальною працею, але і фізичною, гармонійно поєднуючи їх.

Головними видами діяльності, які становлять процес менеджменту, є планування й ухвалення рішень, організація, лідерство і контролювання. Їх не виконують систематично і за складеним графіком. Для досягнення успіху менеджери також прагнуть мати технічні, між особові, концептуальні, діагностичні, комунікативні навички, вміння правильно ухвалювати рішення і розподіляти час. Ефективна практика менеджменту потребує синтезу науки і мистецтва, тобто поєднання раціональної об'єктивності та інтуїтивної проникливості[2].

Для сучасного українського бізнесу характерна зацикленість на грошах, недостатня духовність і творчість. Це зумовлено економічною ситуацією в нашій країні. Разом з тим, вже є бізнесмени, для яких «нести в світ прекрасне» не пусті слова. Вони прагнуть покращити цей світ у рамках своїх можливостей.

Багато українських бізнесменів думають буквально так: «мій бізнес – це я». Такі бізнесмени не будуть думати про людей, які розвивають його бізнес. Для них характерна позиція: якщо в компанії трапляються невдачі – винні співробітники, але якщо стався успіх, то він став можливий завдяки особистим зусиллям керівника. Ця проблема свідчить про невміння розділяти успіх зі своїми співробітниками. Основою бізнесу повинна стати клієнтоорієнтованість, а не збагачення компанії. Якщо дотримуватись цього правила, то й збагачення стане саме собою зрозумілим, адже коли думаєш про клієнтів, є шанс заробити гроші [3].

Отож, завдання менеджменту стають дедалі більш складними, охоплюючи не тільки виробництво, розподіл, обмін, фінансування, але й канали та комунікації, через які здійснюються ці процеси, вирішення питань соціального характеру. Все це потребує аналізу конкретної ситуації за всіма прийнятними факторами, оцінки ступеня їх впливу на діяльність організації з метою розробки прийняття та реалізації управлінських рішень. Сучасні менеджери повинні бути дослідниками власних організацій, проектувальниками, котрі створюють пізнавальні процеси, які роблять можливим самоорганізацію, тобто все необхідне для ефективного управління підприємницькою діяльністю, що постійно змінюється та оновлюється[4].

Література

1. Шатун В.Т. Основи менеджменту: навчальний посібник. – Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2006. – 376 с.
2. Бердинець М. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 352 с.

3. Фінансовий менеджмент [текст] : навч. посіб. / С. А. Кузнецова. – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 124 с.

4. Іваніченко О.Ф. Особливості становлення сучасного менеджменту в Україні/ О.Ф. Іваніченко, М.Є. Долгунін. [Електронний ресурс]. – Доступ до ресурсу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=75274>

Несіна Тетяна

студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., проф. Тюхтенко Н.А.

м. Херсон

АКТУАЛІЗАЦІЯ ПИТАНЬ КАДРОВОГО АУДИТУ ДЛЯ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У сьогоденнішніх умовах господарювання ефективність діяльності будь-якої організації значною мірою залежить від кадрової складової. Кадровий потенціал підприємства є його стратегічним ресурсом в конкурентній боротьбі.

Кадровий аудит є специфічним видом аналізу кадрового стану організації, оцінки рівня її забезпечення трудовими ресурсами, способом забезпечення відповідності кадрової складової цілям та стратегії розвитку, а також інструментом визначення готовності організації до змін за рахунок її кадрового потенціалу.

В Україні проблематику аудиту персоналу активно досліджують консалтингові компанії. Питання теоретичної сутності, цілей і методів кадрового аудиту є предметом уваги російських та українських науковців А. Кібанова, В. Лученко, І. Миколайчук, Т. Ніконової, Ю. Одегова. Різні аспекти технології та методів оцінки кадрового потенціалу представлені у роботах Т. Білорус, А. Вязігіна, В. Данюка, Ф. Хміля та ін.

Мета дослідження полягає у розкритті поняття кадровий аудит, визначення потреби кадрового аудиту для підприємства та актуальність питання аудиту персоналу для сучасного підприємства.

Кадровий аудит є категорією, яка вже достатньо сформувалася у світовій практиці управління персоналом, а для української економіки - це досить нове поняття.

В Україні питаннями кадрового аудиту та особливостями його застосування керівниками вітчизняних підприємств активно займаються представники різних консалтингових компаній.

Фактично кадровий аудит є специфічним видом аналізу кадрового стану організації, оцінки рівня її забезпечення трудовими ресурсами, способом забезпечення відповідності кадрової складової цілям та стратегії розвитку, а також інструментом визначення готовності організації до змін за рахунок її кадрового потенціалу.

Кадровий аудит - це сучасний метод оцінки кадрової забезпеченості підприємства, відповідності кадрового потенціалу компанії її цілям і стратегії,

перший етап побудови ефективної кадрової політики, інструмент підвищення результативності менеджменту та розвитку організації.

Поява аудиту кадрової складової в практиці країн з розвинутою ринковою економікою датується ще першою половиною ХХ ст., як один з показників зрілості соціально-економічних відносин. В економічній науці європейських країн аудит в трудовій сфері визначається, як соціальний аудит і виконує роль інструменту управління і способу спостереження, який дає можливість оцінити здатність підприємства або організації управляти кадровими проблемами.

Він ґрунтується на методології і використанні методів, які дозволяють при зіставленні з довідниковими матеріалами, визначити сильні сторони і проблеми у сфері використання кадрового потенціалу.

Потреба аудиту персоналу обумовлюється високою плинністю кадрів в організації, значних втрат робочого часу, необхідністю проведення атестації персоналу та введення нових посадових інструкцій, реорганізації підприємства.

Кадровий аудит - запорука стабільності і передумова успішного розвитку організації. Вітчизняним підприємствам доцільно засвоїти і застосовувати увесь комплекс методів його проведення. Чітка організація роботи служби внутрішнього кадрового аудиту дозволяє уникнути багато помилок у процесі діяльності підприємства.

За допомогою кадрового аудиту можна спостерігати поліпшення роботи компанії, структурних підрозділів і окремо кожного працівника. Також спостерігається оптимізація чисельності персоналу, підвищення результативності компанії за рахунок чіткого розподілу обов'язків.

Отже, кадровий аудит - це сучасний метод оцінки кадрової забезпеченості підприємства, відповідності кадрового потенціалу компанії її цілям і стратегії, перший етап побудови ефективної кадрової політики, інструмент підвищення результативності менеджменту та розвитку організації. В Україні питаннями кадрового аудиту та особливостями його застосування керівниками вітчизняних підприємств активно займаються представники різних консалтингових компаній. Потреба аудиту персоналу обумовлюється високою плинністю кадрів в організації, значних втрат робочого часу, необхідністю проведення атестації персоналу та введення нових посадових інструкцій, реорганізації підприємства.

Література

1. Білорус О. Г., Панченко Є. Г, Менеджмент: конкурентноздатність і ефективність. – К.: Знання, 1992. – 40с.
2. Веснин В.Р. Менеджмент: Учебник для студ.вузов. - М.: Элит-2000, 2003. - 546 с.
3. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ, 2002. - 501 с.
4. Глухоа В. В. Основы менеджмента: Учеб.-справ. Пособие. – СПб.: Специальная литература, 1995. – 327 с.
5. Грачев М. Суперкадры. Управление персоналом в международной корпорации. – М.: Дело, 1993. – 344 с.
6. Гріфін Р.В., Яцура В. Основы менеджменту: Підручник. - Л.: БаК, 2001. – 624 с.

Протосавіцька Єлизавета

Студентка III курсу факультету готельно-ресторанна справа
Уманський національний університет садівництва
Науковий керівник: викладач Парубок Н.В.
м. Умань

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ

Інноваційний розвиток анімаційної діяльності в різних туристичних галузях підприємств залежить від багатьох чинників, які потребують організації програм дозвілля для дорослих та дітей, денних та вечірніх анімаційних шоу-програм, спортивних змагань, привітання зі святом (день народження, 8 березня, день закоханих тощо), екскурсійні програми по місту та туристичних об'єктах.

Анімація - це своєрідна послуга, що переслідує мета - підвищення якості обслуговування, і в той же час - це своєрідна форма реклами, повторного залучення гостей і їхніх знайомих, теж переслідує мету - просування туристичного продукту на ринку для підвищення прибутковості турбізнесу, вважає Гаранін М.І. [1].

За твердженням Зоріна, анімація в туризмі - це діяльність з розробки та поданням спеціальних програм проведення вільного часу. Анімаційні програми включають спортивні ігри та змагання, танцювальні вечора, карнавали, гри, хобі тощо [2].

В свою чергу розглядають готельну та туристську анімацію.

Готельна анімація - комплекс рекреаційних послуг, заснований на особистих людських контактах аніматора готелю з гостями і спільною їхньою участю в розвагах, пропонувані анімаційною програмою підприємства готельного господарства. Має на меті реалізацію нової філософії готельного обслуговування - підвищення якості надання послуг і рівня задоволеності гостя відпочинком тощо [3].

Туристська анімація - це туристська послуга, при наданні якої турист утягується в активну дію. При підготовці анімаційних програм враховуються такі особливості туристів, як стать, вік, національність, а також активність участі туристів [1].

Анімаційна діяльність спрямована відволікти відпочиваючого від повсякденних турбот, залишити гарні емоції та враження від розваг, екскурсій та шоу програм.

В якості прикладу можна ввести інновації туристичної в городі Умань. Організувати похід не тільки в заповідний парк «Софіївка», але й провести екскурсію по підземеллю колишнього греко-католицького Василіанського монастиря, що має П-подібну форму, засновником був граф Францішек Потоцький. Побудували його в 1764–1766 роках, і він був великим центром освіти. Не тільки релігійної, а й світської. Тут розміщувалася школа з 400

учнями. Одягнений в бранку монах проведе цікаву і не забуваючу екскурсію по підземеллю монастиря, розповість історію і обов'язково зробить селфі-знімок.

Будинок Василіанського монастиря входить до складу історико-архітектурного заповідника «Стара Умань». Це найстаріша зі збережених споруд міста. Сьогодні в ньому знаходиться педагогічне училище і адміністрація заповідника[4].

Також для любителів історії і літератури є можливість відвідати музеї в Умані і не один, а шість музеїв: «Художній музей», «Уманський краєзнавчий музей», «Музей діячів літератури і мистецтва Уманщини», «Музей-квартири Надії Віталіївни Суровцової», «Музей культури та побуту Уманщини», «Музей мармурової скульптури», «Музей-ресторан Українське село»[5].

Протягом перебування туриста в готелі аніматори мають забезпечити повну його задоволеність під час відпочинку, залишити гарні враження і позитивні емоції.

Адже відпочиваючий є самою достовірною і в залежності від того як він відпочив буде реклама для готелю і його бажання знову відвідати цей город і поселитися саме в цьому готелі.

Завдання анімаційної служби - постійний контакт із відпочиваючими, результат якого в значній мірі впливають на загальний відгук про відпочинок. І саме завдяки цьому контакту готель може мати певний відсоток постійних клієнтів. Готелі, які прагнуть збільшити цей відсоток (в основному це сімейні готелі), намагаються удосконалювати роботу анімаційної команди[3].

Анімаційна програма включає в себе не тільки конкурси, шоу програми та інше, але й аніматора, який має володіти почуттям гумору, знати як зацікавити туриста, правильно організувати програму з перервою на перекус, дати туристам відвідати сувенірні магазини. Також аніматор при організації програми має включати такі особливості як стать, вік, рівень освіченості, настрої на момент реалізації програми.

Анімаційна діяльність не тільки задовольняє потреби туриста у відпочинку, також вона сприяє задоволенню готеля у прибутках, чим краща анімаційна діяльність, тим більше гості готові віддати за якісний відпочинок, і тим більше дохід підприємства. Підприємство здатне конкурувати з іншими пропонуючи кращі умови проживання, харчування та анімаційні послуги для задоволення потреб туриста у відпочинку на який він очікує.

Література

1. Гаранін М.І. Менеджмент туранимації в туркомплексах // Актуальні проблеми туризму"99. - М, 1999. - С.50-58.
2. Зорін В., Квартальнов Ст. Тлумачний словник туристських термінів. Туризм. Туристська індустрія. Туристський бізнес. - Москва-Афіни: INFOGROUP, 1994. - 408 с.
3. Готельні анімаційні послуги і програми. Навчальні матеріали онлайн – Режим доступу: http://pidruchniki.com/12060218/turizm/gotelni_animatsiyni_poslugi
4. Рідна Черкащина – Режим доступу: <http://ck.ridna.ua/2014/10/19/tajemnytsipidzemnyh-hodiv-umani/>
5. Музеї. Умань інфо – Режим доступу: <http://uman.info/ua/catalogue/muzeyi>

Синякова К.М.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування
Херсонський державний університет,
м. Херсон

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Швидкі технологічні зміни сучасного бізнес-світу неодмінно знаходять своє відображення у всіх напрямках діяльності організації, зокрема у царині стратегічного управління, ефективність якого визначає довгострокові перспективи функціонування організації. Формування і функціонування системи стратегічного управління визначаються особливостями організації, разом з тим, існують загальноприйняті в практиці бізнесу елементи і процеси стратегічного управління: визначення місії, візії, цілей організації, інструменти аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища, аналіз конкурентоспроможності, формування стратегічного набору, складання стратегічних планів і програм розвитку, організаційне та мотиваційне супроводження реалізації стратегії, стратегічний контролінг та ін.

Досягнення запланованих стратегічними планами і програмами показників і орієнтирів стає неможливим без відповідного ресурсного забезпечення – кадрового, фінансового, інформаційного, техніко-технологічного, часового тощо. Зосереджуючи увагу саме на кадровій складовій забезпечення стратегічного управління, слід відзначити, що на сьогоднішній день, саме працівники, з адекватними сучасному стану компетенціями здатні забезпечити довгострокові конкурентні переваги організації.

В сучасних умовах економічного розвитку відповідність компетенцій персоналу вимогам бізнес-середовища є критично важливим атрибутом ефективної діяльності організацій різних масштабів, форм власності та видів діяльності. Забезпечення такої відповідності в стратегічному вимірі реалізується на всіх етапах відтворення персоналу: формування, використання і розвитку. Визначення потреби в набутті необхідних компетенцій, в свою чергу, визначається шляхом постійної перевірки рівня і складу наявних компетенцій на відповідність до вимог бізнес-середовища – все це реалізується в процесі оцінювання персоналу організації. Слід відзначити, що на сьогоднішній день, оцінювання не має значення без урахування взаємозв'язку з добром персоналу, адаптацією, мотивацією, навчанням і розвитком, роботою з кадровим резервом, управління організаційними змінами.

Основоположним пунктом побудови ефективного процесу оцінювання персоналу організації є виявлення потреб в оцінці. При цьому, йдеться як про потреби організації, так і про потреби працівників. До основних потреб організації в оцінюванні персоналу можна віднести необхідність отримання інформації для вдосконалення навичок і здібностей працівників, диференціації

рівнів матеріальної винагороди, визначення індивідуального трудового внеску та кандидатів на просування, і також для пошуку шляхів більш ефективного використання людських ресурсів в організації. Працівники, в свою чергу, також мають потреби в оцінюванні, які полягають в отриманні інформації про сильні та слабкі сторони своєї діяльності, в одержанні матеріальної винагороди певного рівня, адекватної затраченим трудовим зусиллям, в порівнянні власних здобутків з результатами діяльності інших співробітників, в пошуку напрямів підвищення своєї конкурентоспроможності на внутрішньо фірмовому та зовнішньому ринках праці [2].

Усю сукупність методів оцінювання персоналу організації розподіляють на традиційні та нетрадиційні. Традиційні методи сфокусовані на окремому працівникові, оцінюючи його поза організаційним контекстом, зазвичай ґрунтуються на оцінці співробітника керівником, орієнтовані в минуле і не враховують довгострокові перспективи розвитку організації і співробітника. До цієї групи методів відносяться біографічний метод, метод заданої бальної оцінки, ранжування, метод попарних рівнянь, метод еталону, графічного профілю, оцінка за результатами професійної діяльності тощо. Більш прогресивними та адекватними сучасності, на нашу думку, є нетрадиційні методи оцінювання, в яких основною одиницею організації та оцінювання є робоча група, тому значна увага приділяється оцінці працівника його колегами, а також здатність працювати в групі. В рамках застосування нетрадиційних методів оцінювання оцінка окремого працівника і робочої групи проводиться з урахуванням результатів роботи всієї організації, до уваги береться не тільки успішне виконання сьогоденних функцій, а й здатність до професійного розвитку і освоєння нових професій і навичок. До нетрадиційних методів відносяться метод атестації, метод «360 градусів», метод ассесмент-центру, оцінювання за цілями та метод оцінки за ключовими показниками ефективності діяльності [1,3].

Таким чином, вивчення потреб в оцінюванні та застосування на цій основі дієвих методів оцінювання персоналу, сприяє побудові ефективної системи оцінювання персоналу в системі стратегічного управління організацією.

Література

1. Балабанова Л. В. Стратегічне управління персоналом підприємства: навч.-метод. посібник у схемах/ Л. В. Балабанова, О. В. Стельмашенко. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2013. – С.56-59.
2. Колот А. М. Мотивація персоналу: підручник [Текст] / А. М. Колот. – К.: КНЕУ, 2012. – С. 180-192
3. Петрова Л.І. Стратегічне управління людськими ресурсами : навч. посіб. / І. Л. Петрова. — К. : КНЕУ, 2013. – С. 48-50.

Соловйов Андрій

к.е.н., доцент, декан факультету економіки і менеджменту
Херсонський державний університет
м. Херсон

ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМИ ВИРОБНИЧИМИ СТРУКТУРАМИ

Характерна риса економічного розвитку сільського господарства полягає в тому, що воно тісно пов'язано з галузями промисловості та сферою реалізації продукції, стає багатофункціональним, його галузі поєднуються сукупністю суспільно важливих цілей, з'являються нові види економічних зв'язків. Аграрна виробнича структура (АВС) являє собою всі виробничі і побутові умови в сільській місцевості регіону та має у своєму складі соціальні, технологічні та економічні елементи, що визначають продуктивність, якої можна досягти, дохід та його розподілення, а також соціальний стан населення [1, 2]. Ця концепція визначає будь-яку форму сільського господарства як систему побудовану на взаємодії природних і штучних екосистем, а також аграрної виробничої структури, в даному випадку підсистеми, яка безпосередньо виробляє продукцію однієї або кількох галузей.

Будь-яку АВС можна визначити, з одного боку, як об'єкт управління, отже розглядати як змінну частину виробництва, впорядкування якої дасть змогу організувати виконання заданих функцій сукупності структурних елементів системи виробництва, що допомагають виявити взаємозв'язки між ними та виробничими процесами, а з іншого, як суб'єкт, що виступає регулятором система управління за допомогою якого забезпечується ефективно досягнення кінцевого результату (виробництво продукції).

Інформаційні технології, в основу яких покладено децентралізовану обробку даних на автоматизованих робочих місцях, обмін інформацією за допомогою телекомунікацій, накопичення і зберігання великих обсягів інформації в базах даних і знань, набули поширення в інформаційних системах малих і великих підприємницьких структур, державних органів, міжнародних організацій і забезпечили їх інтеграцію в глобальний процес інформаційного оновлення [3, с. 660].

На функціонування АВС, як на головний чинник за допомогою якого відбувається відтворення робочої сили відповідно до соціальної орієнтованості всього аграрного сектору економіки впливають особливості аграрного виробництва, що мають своїм наслідком значне ускладнення процесу управління виробництвом, а це зумовлює необхідність розробки підсистеми управління в аграрних виробничих структурах, яка б базувалася на високоефективному використанні інформаційного та інтелектуального ресурсів.

Кожна АВС існує у певному діапазоні змін якостей, причому суттєвими характеристиками систем є притаманні їм організація і структура, які вони

можуть зберігати в цьому діапазоні. Зважаючи на це, для будь-яких АВС і особливо для високоорганізованих, найбільш важливо побудувати та проаналізувати зв'язки підсистем та ієрархічних рівнів усередині системи. Збільшити вагомість інформаційного забезпечення управлінських рішень можливо із залученням інфокомунікаційних систем, які надають інфокомунікаційне забезпечення (ІКЗ) управлінському процесу та у поєднанні з рештою чинників дають змогу досягти більшої ефективності виробництва. У загальному випадку під ІКЗ розуміють напрямок, сутність якого полягає в розробці методів, джерел та організації інформації, що відображає об'єкти, якими управляють та характеризує їх зовнішнє середовище [4].

Найбільш систематизовано і послідовно зміст ІКЗ можна визначити як організацію потоків інформації, процеси її збирання, зберігання, оновлення, переробки та передачі з метою відображення зовнішнього середовища та об'єкта управління, формування бази знань (БЗ) і баз даних (БД) для розробки управлінських рішень, які сприяють досягненню цілей підприємства.

Можна констатувати, що ІКЗ є дієвим інструментом організаційних змін, який дає змогу підприємству змінювати відповідно до сучасних концепцій менеджменту свою структуру, комунікації, методи управління та прийняття управлінських рішень. Разом із тим нинішній стан ІКЗ характеризується неопрацьованістю загальної методології вирішення проблеми, індивідуальним підходом до організації ІКЗ кожної конкретної системи управління та відсутністю економічного обґрунтування підходів.

Література

1. Food and agriculture organization of the United Nations [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://aims.fao.org/>
2. Арзамасцев А.А. Алгоритм самоорганизации структуры искусственной нейронной сети в процессе ее обучения / А.А. Арзамасцев // Вестник Тамбовского университета. Серия: Естественные и технические науки. – 2007. – Т. 12. – № 1. – С. 105-106.
3. Faust N.L. Geographic Information Systems and Remote Sensing Future Computing Environment / N. L. Faust, W. H. Anderson, J. L. Star // Photogrammetric Engineering and Remote Sensing, 1991. – № 57 (6). – P. 655-668.
4. Hopfield J.J. Neural networks and physical systems with emergent collective computational abilities / J.J. Hopfield // Proc. Nat. Acad. Sci. USA. – 1982. – Vol. 79. – P. 2554-2558.

Федяєва Марія

к.е.н., доцент кафедри економічної теорії
Херсонський державний університет
м. Херсон

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ ПРОЦЕСІВ У НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Розбудова державності в Україні та формування ринкових відносин супроводжуються ускладненням процесів у соціальній, економічній і

політичній сферах суспільного розвитку. За таких умов важлива роль відводиться державі, її регуляторному механізму, від якого вимагається втілення в життя конституційних принципів свободи особи, приватної власності, підприємництва, справедливості, гуманізму, що є головною умовою формування ринкової економіки, громадянського суспільства, демократичної, соціальної правової держави. Важливе місце у забезпеченні цих вимог має державне регулювання національної економіки, визначення стратегічних напрямів регуляторної політики. Стратегія розвитку регуляторної політики держави - це узагальнена модель, спрямована на реалізацію регуляторних функцій держави в управлінні економічними процесами, в якій визначаються майбутній стан національної економіки, планові дії до його досягнення, напрями, цілі та пріоритети діяльності. Також ця модель включає ресурсний потенціал, необхідні нововведення, засоби реалізації та індикатори досягнення з урахуванням вітчизняного та світового досвіду, внутрішніх можливостей національної економіки та змін у зовнішньому середовищі.

Сьогодні перед Україною постала необхідність прискореного проведення ефективних реформ, в тому числі і в сфері державного регулювання національної економіки, чому сприяє вибір комплексу стратегічних напрямів їх здійснення: проведення системних змін в економіці, включаючи інституційні та структурні перетворення, лібералізацію економіки, фінансову стабілізацію. Такий процес реформування в світовій практиці має два шляхи вирішення [1; 2]:

- проведення необхідної кількості радикальних реформ у короткі терміни (шокова терапія);
- поступове проведення часткових реформ та їх поетапне поглиблення («градулізм»).

Європейська практика засвідчує, що оптимальним є гармонійне поєднання цих двох напрямів. Вкрай нагальною є необхідність проводити реформи державного регулювання національної економіки в контексті загальносвітових тенденцій у розвитку трансформаційних процесів, які впливають на хід перетворень в Україні. Реформи мають забезпечувати реалізацію комплексної стратегії розвитку, до якої в тому числі відноситься ефективне державне регулювання.

До стратегічних пріоритетів розвитку регуляторної політики держави відносимо:

- урахування міжнародного досвіду;
- розвиток креативної економіки;
- трансформацію правового поля відповідно до сучасних тенденцій в країнах ЄС;
- формування ефективного інституту місцевого самоврядування;
- використання медіативного типу розвитку ідеології.

Урахування міжнародного досвіду при розвитку регуляторної політики держави в Україні можливе і доцільне за умови конгруентності інституціональних меж України та країни-експортера інституціональних

інновацій. Конгруентність як необхідна умова використання міжнародного досвіду обґрунтована у [3].

Як відзначив Х. Йоас [4], розвиток креативності неможливий без відповідної трансформації ідеологічних основ розвитку суспільства. В свою чергу розвиток ідеології в інституціональному розумінні можливий за умови медіативного типу прогресування. Нарешті, медіативне прогресування в науковій літературі [3] пов'язується зі змінами правового поля та формуванням ефективного інституту місцевого самоврядування, що пов'язане не тільки з децентралізацією владних повноважень, а і зі збільшенням ступеня відповідальності.

Таким чином, всі визначені нами стратегічні пріоритети розвитку державної регуляторної політики в Україні безпосередньо пов'язані з інституціональними змінами в національній економіці.

Література

1. Ведение бизнеса – 2013: Разумный подход к регулированию деятельности малых и средних предприятий. Сопоставительные данные об условиях регулирования предпринимательской деятельности по 185 странам: [Электронный ресурс]. - 10-е изд. МБРР/ВБ, 2013. – Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/Foreign/DB13-Overview-Russian.pdf>
2. Гальцова О.Л. Інституційне середовище та регуляторна політика в розвитку АПК: європейський досвід та вітчизняні реалії / О.Л.Гальцова // Інституціональний вектор економічного розвитку / Institutional Vector of Economic Development: [Збірник наукових праць]. - Вип. 5 (1). - Мелітополь: Вид-во КПУ, 2013. – С. 143-158.
3. Еволюція інституціональної теорії в контексті трансформації сучасних економічних систем: [монографія] / Ю.В.Богоявленська, К.С.Шапошников; Житомирський національний технологічний університет. – Житомир: Вид-во ЖДТУ, 2010. – 550 с.
4. Йоас Х. Креативность действия: [монография] / Х. Йоас. – СПб: Питер. – 600 с.

СЕКЦІЯ 3

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Багдасар'ян Аліна

студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонський державний університет
Науковий керівник: к.е.н., доцент Демченко О.Г.
м. Херсон

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМИ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

Безробіття залишається драматичною ознакою переходу до ринкової економіки впродовж двадцятирічного періоду соціально-економічних перетворень в Україні. Нові суперечливі тенденції динаміки українського безробіття потребують свого осмислення та врахування в розробці адекватної політики зайнятості на ринку праці.

Теоретичні, методичні та прикладні аспекти безробіття, причини його виникнення та шляхи регулювання досліджували А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс, Дж. М. Кейнс та інші. Безробіття як одна з найбільш актуальних проблем економіки привертає надзвичайну увагу також сучасних дослідників. Над проблематикою функціонування ринку праці працюють такі українські економісти як Заярна Н. М., Ільч Л. М., Нікіфоров П. О., Пищуліна О. М. та інші.

Безробіття – це соціально-економічне явище, при якому частина робочої сили (економічно активне населення) не зайнята у сфері економіки. Тобто у реальному житті безробіття виступає як перевищення пропозиції робочої сили над попитом на неї [1].

Частка економічно-активного населення має постійний характер, та становить у середньому 64,0%. Порівнюючи даний показник з іншими країнами різницю помітно, адже у розвинених країнах цей показник трохи більший. Зазвичай на даний показник впливають декілька факторів серед яких демографічна ситуація в Україні та політика пенсійної реформи. Рівень економічної активності серед осіб віком 15-70 років знизився з 64,9% за 2015 рік до 62,4% за 2016 рік, а серед осіб працездатного віку – з 72,9% до 71,4% відповідно. Рівень зайнятого населення серед осіб віком 15-70 років знизився з 60,2% за 2015 рік до 56,6% за 2016 рік, а серед осіб працездатного віку – з 67,3% до 64,5% відповідно. Рівень безробіття серед осіб віком 15-70 років зріс з 9,5% за 2015 рік до 9,7% за 2016 рік, а серед осіб працездатного віку – з 9,5% до 9,6% відповідно [5].

Економічна наука неодноразово робила спроби з'ясувати причини безробіття і з часом прийшла до висновків, що причин незайнятості може бути безліч: міграція робочої сили; спад економіки і відповідне скорочення сукупного попиту на робочу силу; важкі умови праці; нерегулярна чи взагалі

відсутня виплата заробітної плати; обмежена кількість робочих місць; процеси приватизації та роздроблення. Це пов'язано передусім, з мізерними інвестиціями, низьким рівнем запровадження сучасних технологій в економіку і т. д.[6].

Аналізуючи наслідки безробіття можна виділити як позитивні так і негативні риси. До негативних соціально-економічних наслідків безробіття можна віднести: загострення криміногенної ситуації в країні; посилення соціальної напруженості; падіння рівня життя; зростання витрат на соціальну допомогу безробітним; недовиробництво ВВП; зниження податкових надходжень. Незважаючи на негативні наслідки, можна відзначити й ряд позитивних моментів, пов'язаних із безробіттям: підвищення соціальної цінності робочого місця; збільшення особистого вільного часу; зростання свободи вибору місця роботи; стимулювання зростання інтенсивності і продуктивності праці [2].

Державні і територіальні програми зайнятості населення спрямовані на: сприяння розвитку і структурній побудові економіки, попередження розвитку безробіття і його скорочення шляхом підвищення економічної заінтересованості підприємств і організацій у створенні додаткових робочих місць, переважно гнучкими формами зайнятості; формування кадрової, інформаційної, статистичної, фінансової та науково-методичної бази державної служби зайнятості.

Таким чином, основними шляхами вирішення проблеми безробіття в Україні є: запровадження ефективної системи страхування; стимулювання використання технологій, що передбачають залучення великої кількості робочої сили; реалізація спеціалізованих програм, які забезпечують зайнятість молоді; створення реальних передумов для обґрунтування вибору професії та місця роботи серед молоді [3].

Отже, високий рівень безробіття – це проблема, яку потрібно вирішувати і яка потребує глибокого наукового аналізу та вироблення на цій основі практичних рекомендацій, які можуть використовуватися для розробки та реалізації ефективної соціально - економічно політики, направленої на забезпечення продуктивної зайнятості економічно активного населення країни, зменшення рівня безробіття до мінімального соціально – допустимого рівня.

Література

1. Базилевич В.Д. Макроекономіка : підручник / В. Д. Базилевич, К.С. Базилевич, Л.О. Баластрик. – К. : Знання, 2004. – 851 с.
2. Безробіття його причини та наслідки. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.ukr.vipreshebnik.ru>
3. Васильченко В.С. Державне регулювання зайнятості: Навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 2005. – 252 с.
4. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>
5. Петрова І.Л. Проблеми та перспективи мінімізації безробіття / І.Л. Петрова // Економіка та держава. – 2006. – №5. – С. 90-92.

Бєлік Тетяна
студентка IV курсу факультету автоматизації машинобудування та
інформаційних технологій
Донбаська державна машинобудівна академія
Науковий керівник: к.т.н., доцент Нечволода Л.В.
м. Краматорськ

АВТОМАТИЗАЦІЯ АНАЛІЗУ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ

Стрімкий розвиток комп'ютерних технологій призвів до автоматизації багатьох областей людської діяльності, в тому числі і вищої освіти. В умовах ринкової економіки у зв'язку з прогресом науки і техніки, ускладненням соціальних і економічних ситуацій зростають вимоги до підготовки фахівців, об'єктивно виникає потреба в модернізації системи освіти, та на зміну категорії «професіоналізм» як головної виробничої цінності приходить категорія «професійна компетентність» [2].

Розвиток компетентності студента є одним з найважливіших завдань будь-якого вищого навчального закладу. У процесі навчання компетентність студентів зростає, і досягаються такі рівні цілей: знання, розуміння, застосування, аналіз, синтез, оцінка.

Поряд з вибором методу оцінки сформованості компетентності, необхідно виділити її складові. Цій проблемі присвячено досить багато робіт. Їх аналіз показав, що будь-яку компетенцію можна розділити на два основних компоненти: когнітивна складова, пов'язана зі знаннями та способами їх отримання; особистісна складова, що представляє собою мотиви і ціннісні установки особистості, які проявляються в процесі реалізації компетенцій.

У зв'язку з вищесказаним, доцільно автоматизувати систему аналізу професійної компетентності студентів. Для оцінки компетентності студентів використовуємо модульно-рейтингову систему. Вхідними параметрами є організаційно-управлінська і виробничо-технологічна діяльність, аналітична, наукова, проектна та загально професійна компетентності. Складемо навчальну вибірку, в якості вихідної оцінки може виступати сумарна (підсумкова) оцінка за результатами державного випускного іспиту і захисту дипломного проекту.

Можливе проставлення вихідної оцінки експертом, в цьому випадку необхідно визначитися зі шкалою значень вихідного показника, наприклад, [0..10]. Важливим є визначення узгодженості думок експертів.

Класичні нейронні мережі, такі як багатошарові персептрони, мають важливий недолік – труднощі при інтерпретації отриманих результатів [1]. У спеціальній літературі наводяться два основні підходи до побудови логічно прозорих нейронних мереж. Перший підхід полягає в контрастуванні, тобто спрощенні структури нейронної мережі шляхом скорочення кількості нейронів і зв'язків. Другий підхід передбачає використання для вирішення завдання апроксимації іншого класу нейронних мереж.

Реалізуємо нечіткі нейронні мережі Такагі-Сугено-Канга, в яких модель виведення (функція укладення) визначається у вигляді сукупності M нечітких правил [3].

Етапи навчання і тестування нечіткої нейронної мережі Такагі-Сугено-Канга.

1. Попередня обробка даних, усунення аномалій, кластеризація. Кількість класів відповідає кількості нечітких правил.

2. Навчання шару фазифікації нечіткої нейронної мережі (визначення для k -го правила і вхідної змінної x_i значення функції приналежності).

3. Навчання шару укладення нечіткої нейронної мережі і тестування. В якості опції укладення часто використовується звичайний поліном першого порядку. Вихід системи визначається як середньозважене за всіма M правилами.

Таким чином, дослідження проблем оцінки компетентності студентів виводить нас на новий рівень – проблему управління знаннями на основі використання систем штучного інтелекту.

Література

1. Горбань А. Н., Россиев Д. А. Нейронные сети на персональном компьютере. – Новосибирск: Техническая книга, 2006. – 368 с.
2. Зимняя И.А. Ключевые компетентности как результативно-целевая основа компетентностного подхода в образовании. Авторская версия. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2004. – 36 с.
3. Takagi T., Sugeno M. Fuzzy identification of system and its application to modeling and control // IEEE Transactions on systems, man and cybernetics. – 1985. – Vol. 15, № 1.

Белка Вікторія

студентка III курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: асистент Кримцева Т.І.

м. Херсон

СПОЖИВАННЯ ДОМАШНІХ ГОСПОДАРСТВ ЯК ФАКТОР ЗРОСТАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

В умовах ринкової економіки функціонує безліч господарських одиниць, кожна з яких має свої економічні цілі. З усієї сукупності учасників сучасної економічної діяльності виділяють три їх основних типи: домашнє господарство, підприємство та державу. Серед них одним з найменш досліджених суб'єктів ринку є домогосподарство, що частково пояснюється взаємодією його економічних та соціальних внутрішніх складових, які залежать від психологічних, політичних, історичних та інших чинників, що визначають економічну діяльність людей.

Найважливішим показником добробуту населення, що повною мірою відображає основні тенденції ринкової трансформації економіки є споживча поведінка домогосподарств. Крім того, рівень та структура споживання населення виступають індикаторами соціально-економічного стану розвитку

домогосподарства та держави в цілому. Тому такі показники мають велике значення при розробці та реалізації державних програм, спрямованих на усунення диспропорцій у життєвому рівні різних соціально-економічних груп населення.

Домогосподарство виступає важливою соціально-економічною складовою суспільства, первинним суб'єктом економічної системи і представляє інтереси всього населення. Значення домашнього господарства визначається тим фактом, що інші суб'єкти економічної системи – держава та різні економічні організації – не можуть повністю розв'язати всі соціально-економічні проблеми суспільства, особливо ті, що пов'язані з розвитком індивіда. Сьогодні члени домашнього господарства беруть активну участь у різних сферах життєдіяльності країни та виконують велику кількість різноманітних функцій, серед яких особливе місце займає споживання матеріальних й нематеріальних благ [1]. На специфіку споживчої поведінки домогосподарства впливає багато економічних факторів, що є першочерговими при прийнятті рішення щодо придбання певного блага, зокрема розміри бюджету сім'ї, ціни на товари та послуги та інші. Проте, з точки зору системного аналізу, не можна цілісно дослідити особливості споживання сім'ї без урахування її соціальних, демографічних, психологічних, моральних та інших чинників розвитку. Так, структура та розміри споживання домашнього господарства залежать від наступних факторів: кількісного складу, віку членів, наявності дітей та їх чисельності, особливостей менталітету та культури споживання. Наприклад, вітчизняні дослідники визначають, що українські споживачі знаходяться під впливом дії таких специфічних чинників, як вплив досвіду та стилю життя в умовах централізовано-планової економіки, складність економічної ситуації, поява нових економічних питань [3].

Значний вплив на формування споживчої поведінки домогосподарства спричиняють такі суспільно-соціальні фактори як мода та престиж. Про значення останнього ще наприкінці XIX століття наголошував відомий американський економіст Т. Веблен, автор концепції про «демонстративне споживання». Згідно з науковими розробками вченого, товари починають цінуватися не за їх корисні властивості, а за те, наскільки володіння ними буде виокремлювати їх власника від оточуючих його людей. Чим більше людина коштів витрачає на придбання престижних товарів, тим вище піднімається престиж самої людини. Саме тому, засобами демонстрації грошової сили та суспільного визнання, а також засобами придбання або збереження доброго імені є бездіяльність і демонстративне матеріальне споживання [2, с. 113-120].

У структурі споживчих витрат, як і в характеристиці споживчої поведінки домогосподарств, відбивається взаємозалежність потреб і матеріальних можливостей населення. Враховуючи, що потреби населення протягом певного проміжку часу залишаються практично незмінними, різка зміна пропорцій всередині споживчих витрат наочно ілюструє динаміку рівня життя населення. А міжнародні і територіальні відмінності в цих показниках (в межах однієї країни або однорідних за природно-кліматичних умов і національним

традиціям регіонів) ілюструють розриви в рівні життя населення територій [4]. Це пов'язано з тим, що доходи споживача (для переважної їх числа) обмежені, і їх фактичне використання є результатом здійснення домогосподарством бюджетної політики, залежною і від величини доходу, і від рівня цін, і від потреб членів домогосподарства, в тому числі майбутніх. Домогосподарство як система, визначивши для себе оптимальне значення функції розподілу доходу, зберігає цей стан до зміни умов (дохід, розмір домогосподарства, його склад та ін.).

Споживання домогосподарств є одним з головних чинників, що формує споживчий попит, який відіграє важливу роль у стимулюванні та розвитку економіки. Особливості споживчої поведінки домогосподарств відображають не тільки рівень успішного функціонування даної господарської одиниці, але й ефективність національної економіки. Тому члени домогосподарства та держава повинні бути зацікавлені у підвищенні якості споживання, що можна досягти не тільки завдяки збільшенню трансфертів та мінімальної заробітної плати, але й за рахунок перегляду стандартів якості більшості товарів та послуг.

Література

1. Ватаманюк М. Споживча поведінка домогосподарств в умовах перехідної економіки /І М. Ватаманюк // ІІ Фінанси України. - 2004. - № 12. - С. 69-76.
Веблен Т. Теория праздного класса: пер. с англ. / Т. Веблен ; ред. В. В. Мотылев. – М. : Прогресс, 1984. – 367 с.
2. Кузик І. О. Аналіз поведінки домогосподарств у сучасних економічних теоріях / І О. Кузик // ІІ Вісник Львівського ун-ту. Серія економічна. — 2009. — Вип. 41. — С. 308—315.
3. Левків Г. Я. Основні елементи моделювання поведінки споживача [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuiv.gov.ua>

Боталова Ольга

студентка ІV курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонський державний університет
Науковий керівник: к. е. н., доцент Жнакіна Е.Г.
м. Херсон

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В ПРОЦЕСАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Важливою особливістю сучасного етапу розвитку світового господарства є поглиблення інтеграційних процесів. На міждержавному рівні інтеграція відбувається шляхом формування регіональних економічних об'єднань держав і узгодження їх внутрішньої та зовнішньої економічної політики. Взаємодія національних господарств проявляється, перш за все, у лібералізації умов товарообміну і переміщення виробничих ресурсів між країнами. Україна також активно намагається інтегруватися у світову спільноту, віддаючи перевагу євроінтеграційному вектору.

Відносини між Україною та Європейським Союзом були започатковані в грудні 1991 року, коли Міністр закордонних справ Нідерландів, як представник

головуючої в ЄС країни, у своєму листі від імені Євросоюзу офіційно визнав незалежність України. У подальшому стратегічний курс України на європейську інтеграцію був підтверджений та розвинутий у Стратегії інтеграції України до ЄС, схваленій Указом Президента України 11 червня 1998 року, та Програмі інтеграції України до ЄС, схваленій Указом Президента України 14 вересня 2000 року.

Політика України щодо розбудови відносин з Європейським Союзом впроваджується на основі Закону України від 1 липня 2010 року «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» [1]. Відповідно до статті 11 Закону однією з основоположних засад зовнішньої політики України є «забезпечення інтеграції України в європейський політичний, економічний, правовий простір з метою набуття членства в ЄС».

Першочергові пріоритети становлення та розвитку України як члена європейської сім'ї визначено Стратегією сталого розвитку «Україна – 2020». У Документі зазначено, що ратифікувавши Угоду про асоціацію між Україною та ЄС, Україна отримала інструмент для внутрішніх перетворень, а виконання вимог цієї Угоди дає можливість Україні в подальшому стати повноцінним членом ЄС [2].

За 2016 р. експорт товарів до країн ЄС збільшився порівняно з 2015р. на 3,7%, імпорт – на 11,8%. У загальному обсязі зовнішньоторговельних операцій частка країн ЄС порівняно з 2015 р. збільшилась і становила в експорті 37,1%, в імпорті – 43,7% [3].

Найбільші обсяги експорту до країн ЄС склали продукція агропромислового комплексу та харчової промисловості (30,5%), недорогоцінні метали та вироби з них (22,9%), чорні метали та вироби з них (21,9%). Найбільші експортні поставки здійснювались до Польщі, Італії, Німеччини, Угорщини, Іспанії, Нідерландів, Румунії та Чехії. Найвагоміші обсяги імпорту товарів із країн ЄС склали механічні та електричні машини (21,1%), продукція хімічної промисловості (17,8%), мінеральні продукти (15,2%). Найбільші імпортні поставки серед країн ЄС здійснювались із Німеччини, Польщі, Франції, Італії, Угорщини та Великої Британії.

Частка послуг, наданих країнам ЄС, збільшилась у загальному обсязі експорту послуг і становила 30,6%, в імпорті – зменшилась і склала 44,0%. Найбільші обсяги експорту послуг країнам ЄС припадали на транспортні послуги, з переробки матеріальних ресурсів, у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні. Найбільшу частку в загальному обсязі імпорту послуг від країн ЄС становили транспортні послуги, фінансові, ділові та послуги, пов'язані з подорожами.

У 2016 році в економіку України інвесторами з країн ЄС вкладено 1972,0 млн. дол. США прямих інвестицій (акціонерного капіталу), що складає 45% від загального обсягу надходжень в Україну. До основних країн-інвесторів належать Кіпр, Велика Британія, Нідерланди та Австрія.

Для України європейська інтеграція – це шлях модернізації економіки, подолання технологічної відсталості, залучення іноземних інвестицій і новітніх

технологій, створення нових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника, вихід на світові ринки, насамперед на ринок ЄС. Як невід’ємна частина Європи Україна орієнтується на діючу в провідних європейських країнах модель соціально-економічного розвитку [4].

Політичні переваги інтеграції України у ЄС пов’язані зі створенням надійних механізмів політичної стабільності, демократії та безпеки. Членство у ЄС відкриє шлях до колективних структур спільної безпеки Євросоюзу, забезпечить ефективнішу координацію дій з європейськими державами у сфері контролю за експортом і нерозповсюдження зброї масового знищення, дасть змогу активізувати співробітництво в боротьбі з тероризмом, організованою злочинністю, контрабандою, нелегальною міграцією, наркобізнесом тощо [5].

Таким чином, європейський вибір України відкриває нові перспективи співробітництва з розвинутими країнами континенту, надає можливості економічного розвитку, зміцнення позицій України у світовій системі міжнародних відносин, є найкращим способом реалізації національних інтересів.

Література

1. Закон України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» від 01.01.2015 № 2411-17. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
2. Указ Президента України «Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» від 12.01.2015 №5/2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/>
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Віннік В.В. Участь України в європейських інтеграційних процесах: тенденції та перспективи. / [Електронний ресурс] / В.В. Віннік. – Ефективна економіка. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>
5. Офіційний сайт Представництва України при Європейському Союзі та Європейському співтоваристві з атомної енергії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraine-eu.mfa.gov.ua/>

Бутівчак Катерина

студентка V курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: д.е.н., професор Ушкаренко Ю.В.

м. Херсон

АНАЛІЗ СТАНУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

В сучасних умовах господарювання ефективна реалізація експортно-імпортного потенціалу України залежить не лише від економічної ситуації в країні, а й від змін, що відбуваються в світогосподарському середовищі. Експортно-імпортні операції є особливим видом економічної діяльності, тісно пов’язаною з усіма галузями господарської системи України. В Україні міжнародні відносини залишаються пріоритетним напрямом політики

держави, що створює передумови для розвитку торгівлі і сприятливого інвестиційного клімату в країні [4].

Стосунки з країнами Європейського Союзу мають для України велике значення. Це сприяє підвищенню рівня міжнародних торговельних зв'язків та рівня конкурентоздатності вітчизняної економіки на світовому ринку. Співпраця з Європейським Союзом передбачає доступ до світових ринків, інформаційних технологій і розширення участі у міжнародних інвестиційних процесах.

За 2016 р. експорт товарів до країн ЄС становив 13497,7 млн. дол. США і збільшився порівняно з 2015 р. на 3,7% (на 482,5 млн. дол.), імпорт – 17138,2 млн. дол. та збільшився на 11,8% (або 1808,0 млн. дол.). Негативне сальдо становило 3640,5 млн. дол. (у 2015 р. цей показник становив – 2315,0 млн. дол.) [2].

Найбільші обсяги експорту до країн ЄС склали продукція агропромислового комплексу та харчової промисловості – 30,5% від загального обсягу експорту, недорогоцінні метали та вироби з них – 22,9%, чорні метали та вироби з них – 21,9%, електричні та механічні машини – 14,7%.

Найбільші експортні поставки здійснювались до Польщі – 16,3% від загального обсягу експорту до країн ЄС, Італії – 14,3%, Німеччини – 10,5%, Угорщини – 7,8%, Іспанії та Нідерландів – по 7,4%, Румунії – 5,3% та Чехії – 4,2%. Найвагомійші обсяги імпорту товарів із країн ЄС склали механічні та електричні машини – 21,1% від загального обсягу імпорту, продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості – 17,8%, мінеральні продукти – 15,2%, товари агропромислового комплексу та харчової промисловості – 10,0%, засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби – 8,9%.

Найбільші імпортні поставки серед країн ЄС здійснювались із Німеччини – 25,2% від загального обсягу імпорту до країн ЄС, Польщі – 15,7%, Франції – 8,9%, Італії – 7,9%, Угорщини – 4,7% та Великої Британії – 4,1%. Обсяг імпорту товарів проти 2015 р. серед найбільших країн-партнерів збільшився із Франції на 71,4%, Італії – на 39,1%, Великої Британії – на 24,4%, Польщі – на 15,9% та Німеччини – 8,6%.

У 2016 р. експорт послуг до країн ЄС становив 2950,9 млн. дол. США і збільшився порівняно з 2015 р. на 0,8% , імпорт – 2336,7 млн. дол. та зменшився на 15%. Найбільші обсяги експорту послуг країнам ЄС припадали на транспортні послуги – 37,8% від загального обсягу експорту послуг країнам ЄС, з переробки матеріальних ресурсів – 22,8%, у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні – 20,0% та ділові – 11,7% [2].

Серед країн ЄС найбільші обсяги послуг надавалися Німеччині – 16,3% від загального обсягу експорту послуг, Великій Британії – 15,4% та Кіпру – 7,8%. При цьому серед країн ЄС найбільші обсяги послуг були отримані від Великої Британії – 23,3% від загального обсягу імпорту послуг країн ЄС, Німеччини – 14,2%, Кіпру – 10,5% [2].

Аналіз експортно-імпортної діяльності України свідчить про те, що за правильної політики в зовнішньоекономічній сфері Україна має всі необхідні

передумови для успішного розвитку у сфері зовнішньої торгівлі, покращення стану національного виробництва та підвищення економічного розвитку системи господарювання. ЄС є найбільшим торговельним партнером України, частка якого становить 37,3% загального обсягу торгівлі країни. Торговельні відносини України з ЄС значно впливають на розвиток експортно-спрямованих галузей економіки, підприємництва, ринку праці та інвестиційного клімату країни.

Література

1. Аналіз зовнішньоекономічних відносин України з країнами ЄС: структура, тенденції та динаміка розвитку / Ю.О. Кахович, А.Д. Голованюк, М.І. Прімак // Культура народів Причорномор'я. – 2011. – № 196. Т. 2. – С. 30-34.
2. Державний комітет статистики: [Електронний ресурс]: офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Зовнішня торгівля України за 2015 рік: статистичний збірник. – К., 2016. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Копійка В.В. Європейський Союз: історія і засади функціонування: навч. посіб. / В.В. Копійка, Т.І. Шинкаренко; за ред. акад. НАН України, надзв. і повнов. посла України Л.В. Губерського. – К.: Знання, 2012. – 760 с.

Годовенко Ніка

студентка V курсу факультету міжнародної економіки

Одеський національний економічний університет

Науковий керівник: к. ю. н., старший викладач Ткачук А. С.

м. Одеса

ЗАХИСТ ХУДОЖНЬОЇ ВИШИВКИ ЯК ОБ'ЄКТУ АВТОРСЬКОГО ПРАВА

Вишивка – це твір ужиткового мистецтва, що є визначальним саме в нашій країні. У статті 8 ЗУ «Про авторське право та суміжні права» перелічено об'єкти авторського права, серед яких визначено і твори ужиткового мистецтва, що свідчить про захист законодавством авторських прав на вишивку [1].

Однак, вишивка може бути не лише об'єктом авторського, а й патентного права, у разі якщо малюнок вишивки є частиною запатентованої схеми одягу, готового виробу, набору для вишивання. Тоді вступає у дію ЗУ «Про охорону прав на промислові зразки». Як зазначено у ст. 5 ЗУ «Про охорону права на промислові зразки»: «Об'єктом промислового зразка може бути форма, малюнок чи розфарбування або їх поєднання, які визначають зовнішній вигляд промислового виробу і призначені для задоволення естетичних та ергономічних потреб» [2].

Як вказано у п. 3 ст. 8 ЗУ «Про авторське право і суміжні права», авторське право поширюється лише на форму твору, а не на зміст, що з огляду на особливість даного об'єкту потребує роз'яснення. Так, авторське право не поширюється на будь-які ідеї, теорії, принципи, методи, способи, концепції, навіть якщо вони виражені, описані, пояснені, проілюстровані. Таким чином, техніка вишивки – не є об'єктами авторського права. Використання петель,

фасонів, їх змішування і поєднання фактур – це методи, способи чи принципи, тобто всі можуть користуватися зазначеними методами як і коли завгодно для створення авторського твору.

Проте, сама викрійка, інструкція з вишивки – це об'єкти авторського права, оскільки тут використовується творчість, авторський дизайн, авторська сукупність різних технік для отримання творчого результату. Тому при передрукуванні інструкції та схеми вишивки необхідно отримати дозвіл від автора.

Виключення складають лише категорія творів фольклору, що не мають конкретних авторів і згідно з ст. 10 Закону відносяться до категорії творів, що не є об'єктами авторського права [1]. Але якщо створено певну схему вишивання, метод поєднання візерунків, комбінування та чергування таких узорів, то охороні підлягає не окремий узор як об'єкт народної творчості, а сама схема, комбінація, метод, втілені в об'єктивній формі, що мають творче рішення і художню цінність.

Як і інші об'єкти авторського права, схема вишивки, якщо вона не є об'єктом патентного права, не потребує реєстрації, щоб користуватися правовою охороною. Проте, плагіат – це найпоширеніша форма порушень прав автора у наш час, тому автору, який хоче оприлюднити свою творчість та зберегти за собою авторські права слід заздалегідь подбати про їх захист [3].

Так, найпоширенішим варіантом в умовах розвитку технологій, є оприлюднення схеми вишивок та робіт в мережі Інтернет із зазначенням дати оприлюднення та імені автора. У наш час серед митців даної сфери популярні сайти, де різні майстри викладають свої твори, а розробники сайту накладають на зображення напис з ім'ям автора, зазначенням електронної адреси сайту. Такий спосіб допоможе митцеві при потребі доказів під час проведення слідства, проте з іншого боку, імовірність плагіату при такому способі оприлюднення зростає. Іншим способом оприлюднення, що є більш надійним з позицій ризику плагіату, є відправлення рекомендаційного листа зі схемами, фотокартками вишивок іншому митцю або творчій спілці. В обох випадках дата оприлюднення стане доказом першості оприлюднення.

Проте, відповідно до законодавства, якщо схему буде змінено, взято за основу тільки ідею або стиль виконання, порушенням законодавства про авторське право це не вважатиметься. Але діюча презумпція авторства захищає права творця. Варто враховувати, що й відсутність новизни, актуальності, унікальності у схемі вишивки не є підставою для позбавлення такого твору охорони.

Розглядаючи дану категорію творів як об'єкт авторського права, потрібно відмітити, що авторське право на схему вишивки і право власності на готовий товар з вишивкою за схемою не є одним і тим же. Авторське право не охороняє результати використання схеми, а лише виключає такі дії без згоди автора схеми.

Отже, можна зробити висновок, що вишивка може бути об'єктом як патентного, так і авторського права, законом захищається саме схема вишивки,

а не зображення, тема, ідея. Для підтвердження авторства на схему вишивки не потрібно її реєструвати, проте довести авторство може оприлюднення схеми з вказанням ім'я автора та дати оприлюднення.

Література:

1. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23 грудня 1993 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1994 – № 13 – Ст. 64. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>
2. Про охорону прав на промислові зразки: Закон України від 23 грудня 1993 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1994 – № 7 – Ст. 34. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3688-12>
3. Іськова Ю. А. «Модний» бізнес – продукт творчої діяльності // Ю. А. Іськова // Юридична газета. – 2010. – № 9. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vasko-nazarchuk.com/uk/146/>

Голубка Михайло

Викладач вищої категорії,

голова циклової комісії обліку та фінансово-економічної діяльності

Мельник Ольга

викладач II категорії

Львівський кооперативний коледж економіки і права

м.Львів

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПОГЛЯДИ МИТРОПОЛИТА АНДРЕЯ ШЕПТИЦЬКОГО ЩОДО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ ТА ЕКОНОМІЧНИХ ЗНАТЬ СЕРЕД ГРОМАДЯН

Наукова стаття присвячена дослідженню соціально-економічних поглядів митрополита Андрея Шептицького. Визначено, що економічні думки митрополита були у тісному взаємозв'язку з його практичними поглядами та діяльністю. Досліджено, що митрополит користувався переліком категорій економічних дисциплін, а також був дуже обізнаний у сучасних тенденціях формування та розвитку економічних знань серед населення.

Теоретичні надбання та практичні аспекти дослідження митрополита А. Шептицького недостатньо досліджені, особливо у сфері аналізу соціально-економічних тенденцій та поширення економічних знань серед населення на території Західної України та обґрунтування важливості впливу економічних показників на життєво важливі показники діяльності населення в окремому регіоні та в загальному сегменті України.

Більшість науковців у процесі дослідження економічних поглядів митрополита Андрея Шептицького на розвиток та поширення економічних знань в краю зосереджували свої погляди на соціальному вченні митрополита. Господарські та економічні ідеї митрополита та інші практичні аспекти діяльності митрополита наразі залишаються поза увагою дослідників. Варто відзначити, що економічні надбання митрополита Андрея Шептицького дозволяє доповнити і розширити наявні дослідження з цієї

проблематики та показати рівень важливості для господарської діяльності та розвитку освітньої сфери на території всієї України.

Мета дослідження полягає у вивченні основних економічних поглядів митрополита А. Шептицького; визначення особливостей думок митрополита щодо основних категорій господарської системи; обґрунтування економічних поглядів митрополита щодо розвитку економічних знань для громадян.

Діяльність митрополита Андрія Шептицького пов'язана із всебічним дослідженням багатьох сегментів. Шептицький, окрім духовно-релігійної роботи, яка була ключовою його сферою, митрополит мав звання доктора права, також був депутатом Віденського парламенту і Галицького сейму, та авторитетним громадським діячем і підприємцем. Упродовж 1865-1944 рр. період життєдіяльності Шептицького характеризується важливими соціально-економічними і політичними трансформаціями в Україні загалом та на території Західної України зокрема, що значно вплинуло на економічні думки населення.

Основу економічних надбань Андрея Шептицького складає моральна складова соціально-орієнтованої позиції митрополита. Митрополит писав: «Як у кожній праці і в кожному слові, так і в тому моєму письмі я шукаю лише добра народу, що до якого я почуваюся до важких і святих для мене обов'язків. Ті обов'язки накладає на мене не лише моє становище Митрополита, але і торжественна присяга, зложена в день вступлення в монастир, що буду відповідно до моїх сил працювати для добра суспільности, а найбільше саме переконання, що ставить мене в ряді громадян-патріотів із яких хотів би я бути найліпшим» [1]. Саме цими висловами митрополит Шептицький обґрунтовує та досліджує пріоритетні інтереси народів на шляху державотворення та розвитку економічних систем.

Економічні думки митрополита Шептицького представлені основними фактами його діяльності, результатами економічних досліджень, численними посиланнями, а також листами та зверненнями. Варто відзначити, що економічні дослідження митрополита були сформовані у процесі важливих трансформаційних процесів в Україні. Зокрема, автори Т. Івашків та Л. Федик зазначають, що діяльність митрополита припала на період змін у показниках розвитку соціальної економіки, коли спостерігалось зародження капіталізму на території Галичини до формування економічної кризи у світі на кін. 1920 р. та початку економічної розрухи, яка була зумовлена війнами у світі [2, с. 275].

Варто відзначити, що перші посилання та заяви митрополита А. Шептицького мали соціально-психологічний інтерес до духовенства.

Література

1. Вибрані соціально-економічні концепції Митрополита Андрея Шептицького : Metropolis Sheptycki.pl [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://metropolitaszepetycki.pl/pl/artukuy/artukuy-w-jezyku-ukrainskim/453/454.html>
2. Івашків Т. С. Економічні погляди митрополита А. Шептицького / Т. С. Івашків, Л. Б. Федик // Науково-інформаційний вісник «Економіка». – 2015. – № 12. – С. 275-281.
3. Рибак Ю. Вибрані соціально-економічні концепції митрополита Андрея Шептицького / Ю. Рибак // Слуга Божий митрополит Андрей Шептицький : збірник

популярно-наукових доповідей і статей, та іншого архівного матеріалу, скомплектований з нагоди відзначень 45-ої і 50-ої річниць смерті митрополита Андрея Шептицького. – Філядельфія : друкарня видавництва «Америки», б.р. – С. 207-215.

4. Злупко С. М. Українська економічна думка : постаті і теорії / С. М. Злупко ; упоряд. Я. Злупко ; Львівський Національний університет імені Івана Франка. – Львів : Свросвіт, 2004. – 543 с.

5. Августин Р. Р. Економічний персоналізм митрополита Андрея Шептицького / Р. Р. Августин // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.4. – С. 385-393.

6. Вербова О. С. Інституціональне поле національного господарського руху в Західній Україні (1848-1944 рр.) : дис. ... доктора екон. наук : 08.00.01 / Оксана Степанівна Вербова. – Київ, 2015. – 416 с.

Гончаренко Сергій

Студент IV курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: д.е.н., проф., Ушкаренко Ю.В.

м. Херсон

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Питання перспективи розвитку іноземного інвестування в Україні залишається одним з найактуальніших. Іноземний капітал сьогодні особливо необхідний у тих сферах економіки України, активізація яких допоможе вивести її з кризового стану, зняти наростаюче соціальне напруження в суспільстві. Насамперед, це виробництво продуктів харчування, товарів широкого попиту та послуг, ліків; агропромислове господарство; паливно-енергетичні галузі; розвиток інфраструктури (транспорт, телекомунікації, побутовий сервіс); розвиток готельного господарства і туризму; стимулювання залучення іноземних інвестицій у наукову, науково-технічну та інноваційну сфери [1].

На нашу думку, ключові перспективи залучення іноземних інвестицій в економіку України можуть полягати у наступному:

- галузеві перспективи. Для досягнення стабільного економічного зростання інвестиційні ресурси повинні бути спрямовані в ті галузі, які забезпечують максимальний економічний ефект та підвищення конкурентоспроможності економіки країни. Найкращою довгостроковою альтернативою може стати впровадження промислової політики з систематичним залученням іноземних технологій, капіталу і ноу-хау;

- технологічні перспективи. Для національної економіки важливим є формування кінцевого циклу виробництва готової продукції. Саме обсяг виробництва кінцевої продукції впливає на кількісні характеристики економічного зростання країни. Тому важливим напрямком вкладення іноземних інвестицій повинні стати технології ресурсозбереження, зокрема енергозбереження;

- перспективи регіонального розвитку. На сьогодні розподіл іноземних інвестицій є нерівномірним – більше 50% всіх іноземних інвестицій направлені на Київ та Київську область. Тому необхідна стратегія, яка спрямована на використання ресурсного потенціалу всіх регіонів;

- інституційні перспективи. Необхідність вироблення в Україні комплексу заходів спрямованих на боротьбу із зловживаннями та на залучення іноземних інвестицій відповідно до встановлених в країні пріоритетів розвитку.

Необхідно виділити перспективні зони для іноземних інвестицій в Україні:

1. Західний регіон (Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська, Тернопільська, Волинська області), де ефективним може бути створення виробництва з використанням місцевих природних ресурсів - сірки, калійної та кухонної солі, вугілля, нафти та газу, а також розвиток мережі оздоровчих курортно-туристичних комплексів.

2. Придніпровський регіон (Запорізька, Дніпропетровська області), де необхідно дати потужний імпульс розвитку малоенергомістких виробництв середнього та точного машинобудування, автомобіле- та літакобудування. Перспективними є чорна і кольорова металургія, які становлять майже чверть усього промислового виробництва, 75% якого зосереджено у Дніпропетровському регіоні [2].

3. Південний регіон (Одеська, Миколаївська, Херсонська області), де найбільш вигідним є проведення реконструкції та технічного переоснащення портового господарства, розвиток виробництва обладнання для харчової та консервної промисловості, розширення мережі оздоровчих, курортно-туристичних комплексів.

4. Регіони України, забруднені внаслідок аварії на Чорнобильській атомній електростанції, у яких, необхідно впровадити унікальні наукові дослідження, найновітніші технології та здійснити комплекс заходів щодо екологічного, економічного та соціального відродження територій.

Відтак, залучення іноземного капіталу в розвиток економіки України є досить важливим фактором її економічного розвитку. Цілеспрямована інвестиційна політика держави повинна забезпечувати вигідні умови для розвитку всіх сфер діяльності країни і формувати у державі сприятливий інвестиційний клімат, який є необхідним елементом стабілізації економіки в найближчі часи в Україні.

Для виправлення існуючої ситуації, необхідне широкомасштабне залучення іноземних інвестицій в Україну. Приплив іноземного капіталу допоможе вирішити проблему поповнення внутрішніх заощаджень для активного фінансування розвитку вітчизняних підприємств, забезпечить фінансування дефіциту поточного рахунку платіжного балансу, а також сприятиме припливу значної частини фінансових ресурсів у ноу-хау і доступу до зовнішніх ринків. Загалом інвестори оптимістично налаштовані щодо розвитку економічної ситуації та змін інвестиційного клімату в Україні [2, с. 21-22].

На нашу думку, для активізації залучення іноземних інвестицій необхідне виконання наступних завдань: стимулювання реалізації інвестиційних проектів у пріоритетних галузях економіки та інвестиційної активності суб'єктів малого підприємництва.

Література

1. Донченко К.О. Основні напрями стимулювань ефективної структури експорту / К.О. Донченко // Фінансова консультація. – 2000. – № 39. – С. 34-40.
2. Навроцька Н.А. Пріоритети іноземного інвестування в економіку України / Н.А. Навроцька // Економічний простір. – 2012. – № 58. – С. 19-26.

Гридасов Олександр

студент IV курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонський державний університет
Науковий керівник: д.е.н., професор Ю.В. Ушкаренко
м. Херсон

ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ

В сучасних умовах в Україні спостерігаються загрози для економічної безпеки явища на ринку нерухомості, пов'язані з корупційними схемами, підвищеною спекулятивною активністю та створенням тіньових «пірамід» на ринку житла, а також з фінансовою кризою. До 2009 р. відбувалося різке підвищення цін на нерухомість в усіх областях України. Загалом, протягом 2008-2015 рр. вартість житла у Києві та обласних центрах (Дніпропетровську, Донецьку, Одесі, Львові, Тернополі) зросла на 500-600 %. Оскільки за цей час ВВП збільшився всього на 40 %, а середня заробітна плата – у 2,7 рази, очевидно, що лише зростанням цих фундаментальних економічних чинників не може бути пояснене настільки стрімке подорожчання нерухомості. Приміром, у Польщі середня заробітна плата вчетверо вища, ніж в Україні, проте вартість житла у Варшаві чи Кракові не перевищує її вартості у Києві чи Львові. У США середня вартість одного кв. м нерухомості у житловому секторі знаходиться у межах від 750 до 1800 дол. США [1].

Причинами відзначених негативних тенденцій слід вважати: корупційні дії чиновників, що спричиняють штучне підвищення чи підтримання необґрунтовано завищених цін на житло; недостатню ефективність діяльності органів державної влади щодо унеможливлення створення фінансових «пірамід» на ринку нерухомості; значні валютні надходження з-за кордону, наприклад, доходи нелегальних мігрантів з України, що використовуються на купівлю житла; зростання норм відрахувань у місцеві бюджети та компенсаційний фонд від операцій з нерухомістю; припинення відшкодування відсотків комерційним банкам за програмою Державного фонду сприяння молодіжному житловому будівництву через недостатність коштів у бюджеті; кредитування не лише потенційних покупців житла, але й будівельних організацій, за якого самі банки вкладають кошти у великі інвестиційні проекти

з огляду на їх високу дохідність, що робить для банків не вигідним і навіть ризиковим здешевлення житла чи навіть припинення тенденції до його подорожчання; створення ажіотажного попиту на житло [1].

Негативними наслідками відзначених негативних тенденцій на ринку нерухомості є: завищення вартості української нерухомості порівняно з іншими країнами світу за обома критеріями: «житло/заробітна плата» і «житло/рента»; спотворення інвестиційних пріоритетів; збільшення потреби у зовнішніх запозиченнях через перевищення обсягами кредитування акумульованими на депозитних рахунках заощаджень; перерозподіл коштів на користь власників нерухомості, що означає поглиблення майнового розшарування та посилення соціальної напруженості; загроза дестабілізації фінансового сектора в разі некерованого падіння цін на нерухомість; створення перешкод для функціонування ринку праці у зв'язку з утрудненням мобільності робочої сили [1, с. 123].

З метою поліпшення ситуації на ринку нерухомості вважаємо за доцільне здійснити такі заходи: забезпечити організацію прозорих тендерів щодо будівництва житла за Програмою молодіжного житлового кредитування; створити спеціальний фонд резервування та гарантування внесків при інвестуванні будівництва житла; запровадити обмеження банківського кредитування в іноземній валюті на придбання житла; запровадити на законодавчому рівні порядок формування стратегічних планів забудови міст з метою унеможливлення корупційного надання ділянок під забудову місцевими органами влади; цілеспрямовано здійснювати наближення цін на житлово-комунальні послуги до економічно обґрунтованої реальної вартості [2, с. 93].

Основними механізмами стимулювання розвитку ринку нерухомості нині слід визначити такі:

1. Організаційно-економічні, що здатні забезпечити розвиток інфраструктури ринку.
2. Фінансово-економічні, які б дозволяли забезпечити участь громадян із середнім доходом у процесі іпотечного кредитування.
3. Інвестиційні, що формували б інвестиційну привабливість об'єктів нерухомого майна окремих регіонів країни.
4. Податкові, які створювали б встановлення рівня оподаткування об'єкта нерухомості залежно від його інвестиційної привабливості, за диференційованими ставками.
5. Нормативно-правові, що формували б прозорий та чітко регульований характер взаємовідносин між учасниками ринку [3, с. 70].

Для досягнення поставлених завдань необхідно: сформувати реєстр об'єктів нерухомості, що перебувають у державній власності; чітко розмежувати й скоординувати повноваження всіх державних органів, що здійснюють функції розпорядження та управління окремими категоріями нерухомого майна; здійснити перехід до пооб'єктного управління об'єктами нерухомості, що становлять єдиний майновий комплекс; забезпечити застосування механізму ринкової оцінки при використанні державної

нерухомості; забезпечити професійну підготовку державних службовців, що здійснюють управління державною нерухомістю.

Література

1. Шевчук В. Передумови та загрози перегріву ринку нерухомості / В. Шевчук // Стратегічні пріоритети. – 2009. – № 1. – С. 118-127.
2. Завора Т.М. Становлення ринку житла в Україні / Т.М. Завора// Регіональна економіка. – 2007. – № 1. – С. 87-95.
3. Павлов В. Механізми стимулювання розвитку сучасного ринку нерухомості / В. Павлов // Регіональна економіка. – 2005. – № 2. – С. 67-75.

Давиденко Юлія

студентка V курсу факультету міжнародної економіки
Одеський національний економічний університет
Науковий керівник: к. ю. н., старший викладач Ткачук А. С.
м. Одеса

ОРИГІНАЛЬНА СТРАВА ЯК ОБ'ЄКТ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

В наш час над захистом своїх кулінарних шедеврів все частіше замислюються як власники продуктових концернів, так і представники ресторанного бізнесу. Адже успіх в ресторанному бізнесі залежить не тільки від смачної кухні і відмінного сервісу. Секрет гарного і популярного закладу обумовлюється багатьма факторами. Одним із найважливіших факторів є концепція меню. Тому кожному себе закладу варто попрацювати над унікальністю своїх страв і напоїв. У той же час варто пам'ятати, що розробивши фірмові страви та напої, а також їх подачу, необхідно юридично захистити себе від бажаючих подавати такі ж самі страви в інших ресторанах. Рецепт являє собою набір різнорідних елементів: назва, інформація про інгредієнти, час приготування, обладнання та умови, необхідні для приготування, покрокова методика приготування, спосіб сервіровки та ін. Захистити потрібно кожен із цих елементів [1].

Оригінальна страва – унікальне поєднання інгредієнтів, що є цінним нематеріальним активом ресторану. Існує кілька варіантів охорони оригінальних страв в якості об'єктів права інтелектуальної власності: оригінальна страва як об'єкт авторського права; оригінальна страва як об'єкт промислової власності; оригінальна страва, як об'єкт комерційної таємниці; оригінальна страва як торговельна марка.

В Україні назву, рецепт приготування страви, а також його технологічну карту можна зареєструвати як літературний твір. Основною проблемою є те, що правова охорона поширюється тільки на форму вираження твору і не поширюється на будь-які ідеї, принципи, методи, процедури, процеси, способи, концепції, навіть якщо вони виражені, описані, пояснені, проілюстровані у творі. Тому в даному випадку охоронятися буде, фактично, лише текст рецепта або технологічної карти, а не створена на основі цього страва. Величезною

перевагою в такій моделі охорони є право автора вимагати компенсацію в розмірі від десяти до двохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з конфіскацією незаконно виготовленої продукції та обладнання і матеріалів, які призначені для її виготовлення, в разі порушення авторських прав. До того ж, твір охороняється протягом усього терміну життя автора, а також 70 років після його смерті [2, ст. 51²].

Також, певну комбінацію інгредієнтів можна запатентувати як продукт. Процедура приготування страви може претендувати на отримання охорони в якості процесу (способу). Варто відзначити, що запатентованим може бути також нове застосування вже відомого продукту або процесу. В Україні вже видано патенти на винахід № 97891 «Спосіб виробництва надтонкого печива з гладкою поверхнею», патент на винахід № 97040 «Спосіб приготування вина плодово-ягідного десертного Медова жимолость», патент на винахід № 97082 «Спосіб приготування збагаченої риби осетрової гарячого копчення» [3].

Найбільш універсальним варіантом, що дозволяє забезпечити цілісну охорону рецепта є його охорона в якості комерційної таємниці. Для цього інформація про рецепт страви повинна бути секретною, мати комерційну цінність, а також захищатися від розголошення. В даному випадку компанія спочатку може бути власником комерційної таємниці. Таким чином, компанія самостійно повинна вжити всіх належних заходів для того, щоб забезпечити захист рецептів приготування страв, а саме: оформити наказ про те, що дана інформація має комерційну цінність і не підлягає розголошенню, обмежити доступ співробітників до такої інформації, повідомити співробітникам, які матимуть доступ до рецептів страв, що інформація є секретною, визначити характер відповідальності за розголошення рецепту страви, тому що він є комерційною таємницею. Саме в якості комерційної таємниці охороняється відома суміш спецій KFC (Kentucky Fried Chicken), рецепт напою Coca-Cola. Значна перевага охорони рецепта страви в якості комерційної таємниці – це те, що така охорона надається на необмежений термін.

Якщо необхідно захистити назву страви, то найбільш прийнятним варіантом буде зареєструвати її як торгову марку. Процедура реєстрації може тривати 13-14 місяців, після чого буде видано спеціальне свідоцтво. Термін охорони торговельної марки в Україні становить 10 років, по закінченню яких цей термін може бути продовжений. Сьогодні такий механізм охорони активно застосовується корпорацією McDonald's, яка зареєструвала в якості торговельних марок назви своїх страв. Наприклад, в Україні видано Свідоцтво на знак для товарів і послуг для МакФлурі та МакСанді.

Таким чином, є достатньо шляхів та способів захисту права інтелектуальної власності на кулінарні рецепти. Це і норми авторського права, і норми патентного права, і норми, що регулюють відносини з використання товарних знаків. Який саме вид захисту слід обрати залежить від цілей, які переслідує правовласник.

Література

1. Митягин К., Черкасова О. Як захищати окремі частини рецепта [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nevskylaw.ru/blog/yuridicheskaya-podgotovka/>

2. Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07.12.1984 // Відомості Верховної Ради Української РСР (ВВР). – 1984. – № 51. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/80731-10>

3. Малик І. Блюда от шефа: Как ресторану защитить уникальный рецепт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ubr.ua/business-practice/laws-and-business/bluda-ot-shefa-kak-restoranu-zashitit-unikalnyi-recept-358987>

Демченко Олена

к. е. н., доцент, доцент кафедри економічної теорії
Херсонський державний університет
м. Херсон

РИНОК ПОСЛУГ: СУЧАСНІ ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ СУТІ ТА СТРУКТУРИ

Одним із найважливіших показників розвитку господарського комплексу будь-якої країни є рівень розвитку ринку послуг. Формуючись під впливом складних суспільних процесів, він відображає всю сукупність соціально-економічних проблем, їх динаміку і перспективу.

Сьогодні є серйозні підстави очікувати подальшого зростання як загального обсягу ринку послуг, так і, відповідно, обсягу трудових, матеріальних та фінансових ресурсів, що задіяні в цій сфері. Паралельно із зростанням обсягу, принципово змінюються й якісні характеристики сучасних послуг: зростають вимоги до їхньої якості, поруч із традиційними з'являються принципово нові види, розширюються і оновлюються групи потенційних споживачів.

Таким чином в сучасних умовах виключно важливим є як науково обгрунтоване розуміння суті, основних причинно-наслідкових зв'язків і залежностей сфери послуг, так і комплексного аналізу її структури.

Ключовими завжди були три питання: по-перше, - визначення поняття "послуга", по-друге, - опис властивих послугам характеристик і, нарешті, - класифікація послуг.

Поняття "послуга" нараховує безліч трактувань. Огляд найбільш обгрунтованих (на нашу думку) та вживаних науковцями з існуючих підходів щодо визначення цього поняття дає підстави виділити два із загальних підходів до визначення послуги:

- 1) "послуга" як дія, що приносить користь;
- 2) "послуга" як продукт (результат) діяльності.

Якщо послуга - це дія або результат корисної діяльності, що змінює стан особи або товару, то в умовах ринкової економіки послуга, безумовно, є товаром, який має і вартість, і корисність, і ціну. Але це товар специфічний, що має ряд характеристик, які відрізняють послуги від товарів матеріальних.

Головними особливостями послуг як спеціального виду товару є їх невідчутність, невіддільність виробництва і споживання, нездатність до зберігання й висока ступінь невизначеності або мінливості.

Надання послуг на ринку пов'язано з виникненням особливих проблем, зокрема, з класифікації та сегментації цього специфічного ринку. Ринок послуг починають вивчати багато науковців, серед яких: О.Пашук, В.Маркова, Е.Мандебура, О.Шкапова, І.Новікова. В своїх дослідженнях вони розглядають поняття послуги, її класифікацію та процес продажу на ринку [1; 2; 3; 4; 5]. А.Аброськін, Н.Панкратьєва аналізують розвиток сфери послуг, роблячи акцент на проблемі державного регулювання [6; 7]. Але жоден із зазначених авторів не досліджує проблему сучасної класифікації послуг, що виникає з розвитком ринку та появою нових видів послуг.

Сьогодні ми стикаємося з таким парадоксом, що в західних країнах послуги переважно враховуються в складі ВВП і становлять один з головних пріоритетів державної економічної політики. У нашій же країні склалося інше ставлення до сфери послуг. Тільки незначна частина послуг в галузях будівництва, транспорту, зв'язку, у сфері обслуговування матеріального виробництва включалася до складу ВВП. Переважна ж частина послуг: житлове і комунальне господарство, побутове обслуговування, охорона здоров'я, освіта, фізкультура і спорт, культура і мистецтво, наука і багато інших - належала до невиробничої сфери і називалася власне сферою послуг. За діючою й дотепер методологією обліку ця сфера розглядається як невиробнича, результати її діяльності не враховуються в національному доході і фінансуються з державного бюджету за залишковим принципом. Проте ми поступово переходимо на міжнародну систему рахунків, змінюються джерела фінансування сфери послуг.

Таким чином, існуюча класифікація послуг не відображає дійсної картини ринку невиробничих послуг, що призводить до не досить реальних показників розвитку соціально-економічного комплексу. Тому подальший ґрунтовний аналіз класифікацій, запропонованих економістами, з одного боку, та ринку невиробничих послуг, з іншого боку, є виключно актуальним.

Література

1. Пашук О.В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід: Навчальний посібник / О.В. Пашук. – К.: ВД „Професіонал”, 2015. – 560 с.
2. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. / В.Д. Маркова - М.: Финансы и статистика. - 2012. – 127с.
3. Мандебура Е.В. Маркетинг услуг / Е.В. Мандебура. – Киев.: ВИРА-Р, 2001. – 574 с.
4. Шнакова О.М. Маркетинг послуг: Навч. посібник. / О.М. Шнакова. – К.: Кондор, 2013. – 316 с.
5. Новікова І.В. Сфера послуг. Навч. посібник. / І.В. Новікова. – К.: Вид-во Європейського університету, 2011. – 273 с.
6. Аброськін А. Сфера услуг и экономическое развитие / А. Аброськин // Вопросы статистики. - 2008. - №10. – С.10-12.
7. Панкратьєва Н. Система статистических показателей сферы услуг как сектора экономики / Н. Панкратьєва // Вопросы статистики. - 2012.- №4.– С. 8 – 10.

Діброва Олена
аспірантка кафедри фінансів
Одеський національний економічний університет
Науковий керівник: к.е.н., доцент Слатвінська М.О.
м. Одеса

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

В економічній системі дохід виступає однією з найбільш важливих категорій, яка відображає рівень соціально-економічного життя суспільства.

В умовах ринкового розвитку економіки роль доходу зростає, оскільки розширюються можливості та джерела його отримання, до того ж дохід виступає одним із вагомих об'єктів оподаткування.

Дохід – це багатомірне економічне поняття, за суб'єктами привласнення він може виступати доходом держави, громадянина чи підприємства, дослідження сутності якого ми проведемо на рівні фізичних осіб.

Слід зазначити про відсутність єдиного узгодженого визначення доходів фізичних осіб ні в економічній літературі, ні в чинному податковому законодавстві України.

В економічній літературі налічується значна кількість окремих розрізнених трактувань поняття «дохід». Майже всі визначення зводяться до розуміння доходу як грошових і матеріальних цінностей, але у кожному з них підкреслюється певна ознака доходу з деталізацією форм, джерел отримання та суб'єктів привласнення.

Серед сучасних науковців, які здійснюють дослідження щодо сутності доходів варто відзначити К.В. Кощенко, В.М. Опаріна, Г.А. Оганяна, С.М. Панчишина, В.О. Паламарчук, А.П. Румянцев, М.І. Савлука.

Вичерпним, на нашу думку є визначення доходу наведено у економічному тлумачному словнику в частині понятійної бази законодавства України під ред. К. Д. Гордієнко, де автором дохід визначається як сума будь-яких коштів, вартість матеріального й нематеріального майна, інших активів, що мають вартість, у т.ч. цінних паперів або деривативів, одержаних платником податку у власність або нарахованих на його користь, чи набутих незаконним шляхом протягом відповідного звітного періоду з різних джерел як на території України, так і за її межами [1, с. 85].

Слід зазначити, що саме в такій редакції вперше було викладено поняття «доходи» в податковому законодавстві України, а саме в Законі України від 22.05.03 №889-IV «Про податок з доходів фізичних осіб» [2].

З прийняттям Податкового Кодексу України від 02.12.2010 № 2755-VI було запроваджено визначення доходів як загальної суми доходу платника податку від усіх видів діяльності, отриманого протягом звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як на території України, її континентальному шельфі у виключній (морській) економічній зоні, так і за їх межами. Доцільно зазначити, що дане визначення доходів виступало

узагальненим терміном податкової системи, в ньому окреслено види діяльності, форми виплати чи нарахування доходів, а також джерела їх походження, але зовсім не розкрито сутність доходів [3].

Згодом, Законом України «Про внесення змін Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи» від 28.12.2014 р. № 71-VIII [4] дане визначення було скасовано, а отже визначення доходів у вітчизняному податковому законодавстві і до сьогодні відсутнє.

Враховуючи, що визначення доходів виступає основою понятійно-категоріального апарату системи оподаткування взагалі і системи оподаткування доходів фізичних осіб у тому числі, пропонуємо авторський підхід щодо інтерпретації даної дефініції. Так, для цілей оподаткування, вважаємо за доцільне під терміном «доходи» розуміти - кошти, вартість матеріального майна та інших активів, грошове вираження нематеріального майна, одержаних платником податку протягом податкового періоду з різних джерел як на території України, так і за її межами. Запровадження такого визначення доходів в ПКУ, на нашу думку, сприятиме уникненню колізій визначення даного поняття та підвищенню ефективності адміністрування ПДФО.

Література

1. Економічний тлумачний словник. Понятійна база законодавства України у сфері економіки. – К. : КНТ, 2007. – 360 с.
2. Закон України від 22.05.03 №889-IV «Про податок з доходів фізичних осіб» Державна фіскальна служба України Офіційний портал - електронний ресурс. Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/zakonodavstvo/podatkove-zakonodavstvo/zakoni-ukraini/arhiv-zakoniv-ukraini/zakoni-ukraini-za-2003-rik/print-42255.html>
3. Податковий кодекс України - Верховна Рада України. Редакція від 02.12.2010 № 2755-VI, - електронний ресурс. Режим доступу: http://kodeksy.com.ua/podatkovij_kodeks_ukraini/statja-14.htm
4. Закон України «Про внесення змін Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи» від 28.12.2014р. № 71-VIII - електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/71-19>

Дівісенко Владислав

студент IV курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., доцент Демченко О.Г.

м. Херсон

ІНВЕСТИЦІЇ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК СТАЛИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

На сучасному етапі розвитку науки все більше уваги приділяється дослідженню економіки, що ґрунтується на новітніх інформаційно-комунікаційних технологіях, системі безперервного навчання та визначає розвиток країни серед інших держав світу. Саме знання набувають вирішального значення та стають джерелом багатства, а здатність їх

накопичувати та застосовувати виступає головним чинником інноваційного розвитку та конкурентоспроможності країни.

Людський капітал виступає необхідною умовою становлення економіки знань, а продукування знань та ідей є основою економічного розвитку. Освіта, виховання, здоров'я, розвиток творчих здібностей виступають чинниками формування якісного людського капіталу, що забезпечить у майбутньому високий рівень особистого та суспільного доходу, мультиплікативний макроекономічний ефект.

При визначенні людського капіталу особливу увагу слід звернути на сукупність продуктивних здібностей, особистих рис характеру та мотивацій людини, що були сформовані і розвинуті внаслідок певних інвестицій, перебувають в особистій власності індивіда, використовуються ним в економічній діяльності та мають здатність впливати на збільшення власних заробітків, доходів фірм і збільшення національного доходу. Інвестиції в людський капітал варто розглядати через всі види витрат грошових і матеріальних ресурсів, а також витрат часу на формування інтелектуального потенціалу в майбутньому [2]. Управління інвестиціями в людський капітал є науково обґрунтованим процесом координації людських, матеріальних і грошових ресурсів з метою економічно ефективного формування, накопичення і продуктивного використання людського капіталу задля реалізації цільової спрямованості господарюючих структур на розв'язання соціальних, екологічних та економічних завдань.

Згідно з визначенням, даним С. Л. Брю і К. Л. Макконнеллом: «Інвестиції в людський капітал – це будь-яка дія, яка підвищує кваліфікацію і здібності і тим самим продуктивність праці робітників. Витрати, які сприяють підвищенню чисті- небудь продуктивності, можна розглядати як інвестиції, оскільки поточні витрати здійснюються з тим розрахунком, що ці витрати будуть багато разів компенсовані в майбутньому» [3, с. 150]. З усіх видів інвестицій у людський капітал найважливішими є вкладення в охорону здоров'я, загальну та фахову освіту (включаючи постійне професійне навчання на виробництві). Витрати на охорону здоров'я (витрати на профілактику захворювань, медичне обслуговування, відповідне харчування, поліпшення житлових умов, тощо) створюють умови для підвищення якості людського капіталу та ефективності його використання.

Особливістю таких вкладень в людський капітал є те, що ці витрати опосередковано примножують знання і досвід людей, сприяють зростанню продуктивності капіталу, втіленого в людях. Загальна і фахова освіта поліпшує якість, підвищує рівень і запас знань людини, тим самим збільшує обсяг і якість людського капіталу. Доведено, що саме дошкільна, початкова і середня освіта мають особливе значення у формуванні інтелектуального рівня людського капіталу, його якісних ознак, підвищують рівень знань[1]. На цих етапах закладається початковий запас людського капіталу для життя в суспільстві і формується основа його подальшого розвитку і збагачення.

Інвестиції у вищу, професійно-технічну освіту не тільки сприяють формуванню висококваліфікованих робітників та спеціалістів, а й завдяки їх використанню, забезпечують більш високі темпи економічного розвитку.

Якщо розглянути участь держави в інвестуванні у людський капітал (освіта, охорона здоров'я, діяльність у сфері культури та спорту), то можна відзначити, що за останні чотири роки інвестиції в освіту за рахунок коштів держбюджету коливалися у межах 15,9-21,3% загального обсягу інвестицій в основний капітал за видами економічної діяльності; в оновлення сфери охорони здоров'я та соціальної допомоги – у межах 14,2-23,3%; у діяльність у сфері культури та спорту, відпочинку та розваг – у межах 11,2-24,4%. За кожним видом економічної діяльності державна частка становить приблизно п'яту частину, що для соціально-орієнтованих сфер діяльності є неприпустимим [4].

Слід також зазначити, що в Україні збільшується чисельність працюючої молоді, яка не має ні професії, ні відповідної кваліфікації, а тому може працювати лише на низькооплачуваній та некваліфікованій роботі. За таких умов неможливо вирішувати завдання формування або нарощування людського капіталу, оскільки з такою працею не пов'язується майбутнє, вона не цінується і не вимагає підвищення кваліфікації. В умовах глобалізації, економіка знань стає найбільш перспективною моделлю соціального та господарського розвитку, що в своїй основі має зростання ролі науки та освіти для суспільного прогресу. Саме тому, головним стратегічним пріоритетом держави стає розвиток людського капіталу за рахунок здійснення інвестицій в освіту, науку, професійну підготовку, охорону здоров'я, що забезпечує у майбутньому стабільний макроекономічний ефект та здатність швидко реагувати на глобальні виклики.

Література

1. Кошулько О. П. Інновації в управлінні людським й інтелектуальним капіталами // Проблеми науки. – 2007. – № 5. – С. 45–48.
2. Левчук О.В. Управління інвестиціями у людський капітал: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.03/ О.В.Левчук. – Нац. аграрний ун-т.- К., 2008.- 20 с.
3. Макконел К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконел., Брю С.Л. – М.: Республика, 2002. – 241 с.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Євстаф'єва Аліна

студентка II курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к. е. н., доцент Жнакіна Е.Г.

м. Херсон

ОСОБЛИВОСТІ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ТОВАРАМИ ТА ПОСЛУГАМИ

Міжнародна торгівля займає ведуче місце в системі всесвітніх економічних відносин. Міжнародної торговий обмін є одночасно і

передумовою, і наслідком міжнародного поділу праці, виступає важливим фактором формування і функціонування світового господарства. Розвиток зовнішньої торгівлі, зокрема нарощування експорту країни на світовому ринку, збільшення або, принаймні, збереження його питомої ваги у світовій торгівлі є надзвичайно важливим чинником функціонування національної економіки України.

Беручи участь в міжнародній торгівлі, країни отримують [1, с. 34]: можливість експортувати ті товари, у виробництві яких ширше споживаються ресурси, котрі є в них у порівняно великій кількості; можливість імпортувати такі товари, для виробництва яких потрібно було б витратити багато порівняно обмежених у неї ресурсів; ефект економії на більших масштабах виробництва, спеціалізуючись при цьому на більш вузькому наборі товарів.

При експортній діяльності підприємства отримують вигоди за рахунок: використання надлишкових виробничих потужностей; отримання більш високого прибутку; значних обсягів зарубіжного продажу; зменшення витрат виробництва; розподілу ризику; знань та досвіду, отриманих фірмами в процесі роботи на закордонних ринках. При імпортній діяльності підприємства отримують вигоди за рахунок: уникнення обмежень внутрішнього ринку; отримання дешевих високоякісних матеріалів, комплектуючих, технологій для їхнього використання у своєму виробництві; використання надлишкових потужностей торговельно-збутової мережі; доповнення наявних асортиментних груп товарів; можливості розподілення операційних ризиків.

Україна належить до групи країн, які високозалежні від міжнародної торгівлі. У 2016 р. експорт товарів становив 36362,8 млн. дол. США, імпорт – 39248,6 млн. дол. Порівняно із 2015 р. експорт скоротився на 4,6%, імпорт збільшився на 4,6%. Негативне сальдо становило 2885,8 млн. дол. Зовнішньоторговельні операції проводились із партнерами із 226 країн світу. Серед регіонів світу в експорті лідирують країни ЄС та СНД (37,1 та 16,6%), в імпорті – також країни ЄС та СНД (43,7 та 21,8%) [2].

Товарна структура зовнішньої торгівлі в 2016 р. має чітко виражений сировинний характер. Основу товарної структури експорту становлять недорогочінні метали та вироби з них (22,9%), продукти рослинного походження (22,3%), жири та олії тваринного або рослинного походження (10,9%). У загальному обсязі імпорту товарів переважають мінеральні продукти (21,6%), машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання (20,1%), продукція хімічної промисловості (14,3%).

У 2016 р. експорт послуг становив 9631,4 млн. дол. США, імпорт – 5304,7 млн. дол. Порівняно із 2015 р. експорт скоротився на 1,1%, імпорт – на 4,0%. Позитивне сальдо становило 4326,7 млн. дол. Із загального обсягу експорту послуг 37,8% становлять послуги до країн СНД та 30,6% – до країн ЄС. Найбільшими імпортерами послуг у 2016 р. були Туреччина (12,8%), Велика Британія (10,3%), Російська Федерація (9,4%) [2].

Найбільша частка в загальному обсязі українського експорту припадала на транспортні (54,7%), послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та

інформаційні послуги (16,3%). Найбільшу частку в загальному обсязі імпорту послуг становили державні та урядові послуги (23,8%), транспортні послуги (21,1%), послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю (10,6%).

Український експорт протягом останніх років переживає складні часи. Для поточного року була характерна різноспрямована ситуація. З одного боку, збереглися деякі минулорічні негативні тенденції, зокрема: нестабільна політико-економічна ситуація в окремих районах Луганської і Донецької областей, продовження військової агресії з боку Росії; значна сировинна спрямованість вітчизняного експорту; відсутність доступу до кредитних ресурсів, системні проблеми розвитку зовнішньоекономічної діяльності. З іншого боку, в поточному році з'явилися окремі позитивні ознаки у вигляді поживлення попиту на деякі товари українського експорту при одночасному продовженні зростання виробництва промислової продукції [3].

Зовнішня торгівля товарами і послугами відіграє важливу роль у формуванні ВВП країни, стимулюванні розвитку економіки України. Зміна структури експорту в бік зростання частки товарів із більшою питомою вагою доданої вартості можливе за створення якісних конкурентоспроможних товарів та формування іміджу країни на світових ринках [4]. Вирішення проблеми залежності від імпорту енергоносіїв лежить у модернізації ЖК комплексу України, пошуку альтернативних джерел енергії для української економіки.

Таким чином, розвиток зовнішньої торгівлі України в найближчій перспективі залежить від виваженої політики уряду щодо стимулювання власного виробництва, зниження кризових явищ, подолання безробіття, сприяння зміцненню національної валюти.

Література

1. Міжнародна торгівля : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / за ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, М.І. Барановської – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 441 с.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/>
4. Мазаракі А. Сучасні тенденції та чинники розвитку зовнішньої торгівлі України / А. Мазаракі, Т. Мельник // Вісник КНТЕУ. – 2011. – № 2. – С. 5–7

Жнакіна Ельвіра

к. е. н., доцент кафедри економічної теорії
Херсонський державний університет
м.Херсон

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Створення інноваційної продукції є одним із головних критеріїв визначення міжнародної конкурентоспроможності підприємства, а інноваційний тип економічного розвитку країни – тим фундаментом, який визначає економічну міць країни та її перспективи на світовому ринку.

Законодавчо визначено, що бюджетні витрати на цивільні наукові дослідження в Україні мають становити не менше 1,7% ВВП [1]. Проте за попередніми розрахунками наукоємність ВВП (відношення загального обсягу витрат на виконання наукових та науково-технічних робіт до ВВП) складала 0,77%, у т.ч. за рахунок коштів держбюджету – 0,33% [2].

Стан інноваційної діяльності в Україні більшістю науковців визначається як кризовий і такий, що не відповідає сучасному рівню інноваційних процесів у промислово-розвинених країнах та потребам інноваційного розвитку. Стабільне скорочення реальних обсягів фінансування науково-технічного комплексу та відсутність дієвої державної науково-технічної політики не дають підстав для висновку про наявність реального підґрунтя для переходу до інноваційної моделі розвитку [3].

У 2015 р. інноваційною діяльністю в промисловості займалися 824 підприємства, або 17,3% обстежених промислових. Серед регіонів вищою за середню в Україні частка інноваційно активних підприємств була в Миколаївській, Харківській, Кіровоградській, Івано-Франківській, Запорізькій, Херсонській, Сумській, Одеській, Львівській і Тернопільській областях; у розрізі видів економічної діяльності – на підприємствах з виробництва основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів, автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів, комп'ютерів, електронної та оптичної продукції, інших транспортних засобів, коксу та продуктів нафтоперероблення, електричного устаткування [4].

Протягом 2015 р. на інновації підприємства витратили 13,8 млрд. грн., у т.ч. на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення – 11,1 млрд. грн., на внутрішні та зовнішні науково-дослідні розробки – 2,0 млрд. грн., на придбання інших зовнішніх знань (придбання нових технологій) – 0,1 млрд. грн. та 0,6 млрд. грн. – на навчання та підготовку персоналу для розробки та запровадження нових або значно вдосконалених продуктів та процесів, діяльність щодо ринкового запровадження інновацій та інші роботи, пов'язані зі створенням та впровадженням інновацій (інші витрати).

Основним джерелом фінансування інноваційних витрат залишаються власні кошти підприємств – 13427,0 млн. грн. (або 97,2% загального обсягу витрат на інновації). Кошти державного бюджету отримало 11 підприємств, місцевих бюджетів – 15, загальний обсяг яких становив 589,8 млн. грн. (0,7%); кошти вітчизняних інвесторів отримали 9 підприємств, іноземних – 6, загалом їхній обсяг становив 132,9 млн. грн. (1,9%); кредитами скористалося 11 підприємств, обсяг яких становив 113,7 млн. грн. (0,8%).

В Україні сьогодні не стимулюються інвестиції в наукові дослідження і розробки, практично відсутній вплив держави на інноваційні процеси в економіці, внаслідок недостатньої підтримки держави продовжується деградація наукового потенціалу. Без вирішення цих проблем всі заклики про переведення економіки на інноваційний шлях розвитку будуть залишатися пустими розмовами.

Шляхом внесення змін до ряду чинних законів та прийняття нових необхідно, зокрема, вирішити наступні проблеми:

- законодавчо визначити основні напрями інноваційної політики держави як провідного напрямку виведення економіки з кризи;
- побудувати економіку і суспільство, що базуються на наукових знаннях;
- впровадити в життя державну політику сприяння інноваційній діяльності;
- створити сприятливий інвестиційний клімат;
- розвинути інноваційну інфраструктуру, здатну оперативно і гнучко реалізувати інновації, засновані на високих виробничих технологіях;
- розвинути інформаційні і технологічні мережі, які дають можливість орієнтуватися в сучасному технологічному просторі і привертати інвесторів до фінансування проектів усередині країни;
- стимулювати процеси навчання і перепідготовки кадрів;
- розробити систему економічних стимулів (податкових, кредитних, страхових) щодо створення та комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності з метою формування ринку цих об'єктів.

Таким чином, досягнення інноваційного розвитку економіки України передбачається можливим у випадку реалізації як вже впроваджених стимулюючих заходів, так і нових елементів, однак, лише за умови розробки продуманих механізмів їх реалізації.

Література

1. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» від 13.12.1991 № 1977-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/>
2. Проект постанови Верховної Ради України від 08.12.2009 № 5421/ Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://search.ligazakon.ua/>
3. Стреліна О.М. Інноваційний розвиток економіки України: проблеми та перспективи / [Електронний ресурс] / О.М. Стреліна – Ефективна економіка. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Какоуров Сергій

студент V курсу факультету міжнародної економіки

Одеський національний економічний університет

Науковий керівник: к. ю. н., старший викладач Ткачук А. С.

м. Одеса

АВТОРСЬКЕ ПРАВО НА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Програмне забезпечення – сукупність програм системи обробки інформації і програмних документів, необхідних для експлуатації цих програм.

Саме програмне забезпечення являє собою сукупність усіх програм, що забезпечують комп'ютерну систему. Видами ПЗ є:

- системне (наприклад операційна система компютеру, редактори, транслятори, також графічний інтерфейс);
- прикладне, воно існує та використовується для виконання конкретних завдань (наприклад це статистичне ПЗ).

Варто зазначити, що комп'ютерні програми є одним з найскладніших об'єктів авторського права. Дана сфера регулюється Бернською конвенцією про охорону літературних і художніх творів, пунктом 4 статті 433 Цивільного кодексу України і пунктом 5 статті 15 Закону України «Про авторське право та суміжні права» говорять про те, що порядок охорони компютерної програми такий самий як і літературного твору [1; 2; 3].

За визначенням Закону України «Про розповсюдження примірників аудіовізуальних творів, фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних» – це все ж таки сукупність інструкцій що мають вигляд цифр, слів, схем, кодів, символів або у другому вигляді, який поміщується у форму завдяки якій зчитування її комп'ютером стає можливим, що запускає цей комп'ютер і досягнення бажаної мети або результату стає можливим (поняття вміщує операційну систему, також прикладну програму, які виражаються в об'єктному коді або вихідному) [4].

З моменту створення програми її творцем, з моменту реалізації ідеї чи задуму автора-програміста, що умістив це в текст, систему символів, тобто зовнішню форму і сприймається доступно. Автору варто проставляти ім'я на кожній копії програми, це й буде доказом авторства. У разі тиражування створеної компютерної програми потрібно проставляти на носіях та в її коді знак копірайту ©, ім'я автора або право власника, рік її створення. Об'єкт охорони, тобто комп'ютерна програма за характером господарського обороту – це річ на зразок CD / DVD-диску, але за змістом – це результат роботи автора-програміста, що втілюється у програмному коді. З огляду на це, компютерна програма виступає об'єктом цивільного та комерційного обороту і підлягає визначенню як «товар, продукція», а з іншої сторони, це – результат творчості, тобто «об'єкт інтелектуальної власності». Якщо програма втягнена в цивільний оборот, значить і регулювання щодо маніпуляцій з неї через договір (договір поставки програмних засобів, договір використання комп'ютерної програми, ліцензійний договір).

У п. 1 ст. 11 Закону України «Про авторське право та суміжні права» йдеться про те, що первинним суб'єктом, володарем авторського права на комп'ютерну програму, є її автор і йому згідно ст. 15 Закону належать всі немайнові та майнові права на неї. До немайнових відносять право: на ім'я, заборону його використання, псевдонім, недоторканність твору, вони є невідчужуваними [3].

Майновими є права на використання твору, що згідно зі статтею 441 Цивільного кодексу включає права на: опублікування (випуск у світ); будь-яким способом відтворювати та у будь-якій формі; переклад, переробку, адаптацію та інші подібні зміни; включення складовою частиною до збірників, баз даних тощо; продаж, передання в найм (оренду); імпорт його примірників,

примірників його перекладів, переробок тощо), виключне право дозволяти використання твору іншими особами та право перешкоджати неправомірному використанню твору, у тому числі забороняти таке використання [2].

Варто зауважити, що у випадку, коли програмне забезпечення створює робітник за замовленням роботодавця, то у робітника виникає лише право авторства, але майнові права на створену програму будуть належати роботодавцю. Автор або співавтор має можливість передати свої майнові права іншій особі повністю чи частково але лише на підставі авторського договору.

Тобто, комп'ютерна програма, як і літературний твір, підлягає охороні авторським правом без будь-яких формальностей, авторське право виникає в момент її створення, проте у наш час, коли плагіат є дуже розповсюдженим, авторам потрібно враховувати ризики та попереджати злочинні дії шляхом реєстрації своїх творів.

Література

1. Бернська конвенція про охорону літературних і художніх творів від 24 липня 1971 р. – Берн: Всесвітня організація інтелектуальної власності, 1990. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_051
2. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40–44. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15/page>
3. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23 грудня 1993 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1994 – № 13 – Ст. 64. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>
4. Про розповсюдження примірників аудіовізуальних творів, фонограм, відеограм, компютерних програм, баз даних: Закон України від 23 березня 2000 р. // Відомості Верховної Рада України. – 2001 – № 24 – Ст. 183. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1587-14>

Кісельова Світлана

студентка V курсу факультету міжнародної економіки

Одеський національний економічний університет

Науковий керівник: к. ю. н., старший викладач Ткачук А. С.

м. Одеса

АВТОРСЬКІ ПРАВА НА ТВОРИ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА

Кожен художник стикається з питанням, як захистити свої права від незаконного копіювання та відтворення. Однак і сам художник може порушити права інших осіб, коли використовує у своїх працях стиль, котрий хтось використав до нього, техніку, коли пише картину на основі взятого фотоматеріалу тощо. Необхідно визначити якими правами володіє художник, який створив твір образотворчого мистецтва та яким чином відбувається відтворення творів.

З точки зору авторського права цінність художньої творчості проявляється, перш за все, в оригінальності твору, тому що частіше за все саме воно виражає особистість художника, якості, навички та вміння, котрі йому притаманні. Тому, якщо два художника незалежно один від одного пишуть той самий пейзаж, то створюються два різних авторських витвора образотворчого мистецтва. Такі роботи можуть відрізнятися технікою написання, різноманітними художніми прийомами, фарбами, обраними для передачі кольору і тіней тощо. Оскільки робота зі створення цих картин є творчістю кожного з художників, такі праці будуть різними оригінальними роботами, кожна з них буде окремим об'єктом, який підлягає правовій охороні. Це також пояснює один з принципів авторського права – авторське право охороняє форму виразу думок та почуттів автора у творі та не розповсюджується на ідеї, концепції, методи, принципи, навіть якщо вони виражені або описані, проілюстровані у творі. Тобто, незважаючи на те, що ідея написати пейзаж у визначений час з визначеного ракурсу, прийшла до першого художника, він не має права заборонити писати такий самий пейзаж іншим художникам, адже ідеї авторським правом не охороняються. Нариси, ескізи та інші попередні роботи у створенні картини, скульптури також підлягають охороні.

Основними нормативно-правовими актами, які регулюють авторське право в Україні, є Закон України «Про авторське право та суміжні права», Цивільний кодекс України (глава 4) та Бернська конвенція про охорону літературних та художніх творів, яка діє в Україні з 25 жовтня 1995 р. Згідно законодавства, яке регулює авторське право, автором є особа, яка своєю творчою працею створила твір. Автор художнього твору має особисті немайнові права, до яких належать: право авторства; право автора на ім'я; право вимагати збереження цілісності твору образотворчого мистецтва; право доступу до твору образотворчого мистецтва. Майнові права автора можуть бути відчужені іншій особі, після чого особа стає суб'єктом авторського права, а також передані у тимчасове користування [1].

Твори образотворчого мистецтва можуть не тільки відтворюватись у вигляді репродукцій, фотографій тощо, але й у своїй оригінальній предметній формі. Очевидно, що зняття копії з таких витворів мистецтва відбувається лише зі згоди автора або його спадкоємців, а в деяких випадках зі згоди власника, наприклад музейної установи [2].

Копія є повторенням оригіналу картини та виконується або безпосередньо автором картини (авторський повтор), або ж іншим художником. У світовій історії мистецтва відомо багато випадків створення авторських повторів, тобто копій картин самими художниками авторами. Наприклад, серія з чотирьох картин норвезького художника-експресіоніста Едвара Мунка «Крик», створена у проміжку між 1893 та 1910 роками. До того ж одні картини написані масляними фарбами, інші пастельними олівцями. Картина «Танок» створена в 1910 році французьким художником Анрі Матіссом. Існує в двох версіях. Копія (повтор) твору, що створена іншим художником, не автором, у результаті його творчої праці, може бути визнана самостійним твором. Адже

незважаючи на зовнішню схожість, копія виконується художником з деякими змінами кольору, композиції, формату. Тому, коли створюється копія особою, яка не є автором оригінального твору, така копія буде розглядатись як похідний твір. Створення похідного твору можливо лише з дозволу правовласника авторських прав на картину. Відтворенням також буде вважатися публікація картини у печатних виданнях (журналах, газетах, книгах), на Інтернет-сайтах, у рекламних матеріалах (на постерах, листівках) тощо. Однак слід пам'ятати, що право використання картини у рекламних та комерційних цілях належить самому художнику, а не власнику. Автор також може дозволити використання свого твору шляхом відтворення репродукції [3].

Автор художнього твору має особисті немайнові права та майнові права, визначені законодавством України. Оригінальні твори образотворчого мистецтва можуть бути відтворені безпосередньо автором картини або іншим художником. Але копія твору, що створена іншим художником, не автором, у результаті його творчої праці, може бути визнана самостійним твором, оскільки така копія буде новим оригінальним твором.

Література

1. Караваев О.М. Авторские права на произведения изобразительного искусства. Часть 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://painter.ucoz.ua/blog/avtorskie_prava_na_proizvedeniya_izobrazitel'nogo_iskusstva_chast_1/2014-03-17-23.
2. Козырев А.Н. Литературные, драматические, музыкальные и другие произведения как объекты авторского права [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.tutdvoek.net/kontrolnye/avtorskoe-pravo/literaturnye-dramaticheskie-muzykalnye-i-drugie-proizvedeniya-kak-obekty-avtorskogo-prava.html>.
3. Караваев О.М. Авторские права на произведения изобразительного искусства. Часть 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://painter.ucoz.ua/blog/avtorskie_prava_na_proizvedeniya_izobrazitel'nogo_iskusstva_chast_2/2014-03-17-24.

Кіндрицька Катерина

студентка V курсу факультету міжнародної економіки

Одеський національний економічний університет

Науковий керівник: к. ю. н., старший викладач Ткачук А. С.

м. Одеса

ДОГОВІРНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ АВТОРСЬКОГО ПРАВА У РЕКЛАМІ

В умовах сьогодення реклама стала невід'ємною частиною нашого життя. Реклама присутня у всіх засобах масової інформації, як на вулицях, в громадському транспорті. Розвиток рекламної діяльності, бажання рекламодавців привернути увагу саме до їх реклами, обумовлює створення рекламного звернення, яке б вирізнялось оригінальністю, яскравістю, справляло позитивний вплив на споживачів. Виготовлення такої реклами потребує докладання певних творчих зусиль, використання об'єктів авторського права,

зокрема музичних, літературних, художніх творів. У зв'язку з чим важливого значення набуває питання правомірного використання об'єктів права інтелектуальної власності.

Деякі аспекти використання об'єктів авторського права в рекламі на підставі договорів досліджувались у працях: Є. Ананьєвої, О. Климчука, О. Леонова, Л. Мамчур, С. Спиряєва, Г. Ульянової, М. Чепелюк, О. Шишки та ін.

Метою статті є дослідження окремих видів договорів про використання об'єктів авторського права в рекламі.

Використання об'єктів авторського права в рекламі дозволяє виробникам зробити її більш яскравою, більш виразною, але й покладає на учасників рекламних правовідносин додаткові обов'язки щодо дотримання майнових та немайнових прав авторів. Найбільш прийнятним способом врегулювання порядку та умов використання об'єктів авторського права в рекламі є укладання відповідних договорів між суб'єктами рекламних правовідносин.

Визначення виду договору, в якому будуть закріплені умови про авторські права, залежить від певних чинників, до яких можуть бути віднесені такі: сторони договору, коло правовідносин, які регулюються договором, види об'єктів права інтелектуальної власності, які є предметом договору. Окрім того, визначення умов використання об'єктів права інтелектуальної власності в рекламі обумовлюється співвідношенням реклами та правами інтелектуальної власності, а саме:

- визнання реклами самостійним об'єктом авторського права (за умов наявності ознак, передбачених законом, реклама може бути визнана об'єктом права промислової власності);

- використання об'єктів авторського права в рекламі;

- об'єкти права промислової власності як рекламна інформація.

В. С. Дроб'язко, Р. В. Дроб'язко виокремлюють договори залежно від об'єкта авторського права, а саме: авторські договори про створення та використання літературних, музичних, аудіовізуальних, архітектурних та інших творів [1, с. 215].

В. А. Дозорцев виділяє два види авторських договорів. Один вид авторського договору, а саме – про передачу твору для використання, не передбачає уступки авторських прав, а лише дозволяє використання твору. Другий вид авторського договору може включати передачу авторських прав користувачеві, тобто відчужувати їх [2, с. 23].

Види авторських договорів встановлено в Законі України «Про авторське право і суміжні права».

Відповідно до Закону України «Про авторське право і суміжні права» виділяються такі види авторських договорів:

- 1) договори про передачу (відчуження) майнових прав суб'єктів авторського права;

- 2) договори про передачу права на використання твору, які включають:

- договори про передачу виключного права на використання твору;

- договори про передачу невиключного права на використання твору;
- договір замовлення.

Також в окрему групу договорів, які не є авторськими, але в яких визначено положення про авторські права, необхідно віднести трудовий договір між автором-працівником та працедавцем. Слід зазначити, що положення ч. 4 ст. 32 Закону України «Про авторське право і суміжні права» про передачу за договором невиключного права не узгоджено з положеннями ст. 15 Закону, відповідно до якої всі майнові права автора визначаються як виключні [3].

Таким чином умови про використання об'єктів авторського права у рекламі можуть бути закріплені як безпосередньо в договорі на створення та розповсюдження реклами, так і визначатись в окремих договорах про розпорядження майновими правами інтелектуальної власності. З метою гармонізації національного законодавства положення Закону України «Про авторське право і суміжні права» щодо авторських договорів необхідно привести у відповідність до положень Цивільного кодексу України.

Література

1. Дроб'язко В. С., Дроб'язко Р. В. Право інтелектуальної власності: Навч. посіб. – К.: Юрін-ком Інтер, 2004. – 512 с.
2. Дозорцев В. Авторский договор и его типы // Социалистическая законность. – 1984–№ 5 (595). – С. 23-25.
3. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23 грудня 1993р. // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 13 – Ст 64.[Електроний доступ]. <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1651-19>
4. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40–44. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15/page>

Кобзєва Катерина

к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Донбаський державний технічний університет
м.Лисичанськ

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Становлення та генезис теорії управління розвитком експортного потенціалу підприємства пов'язані із процесами диференціації загальної теорії менеджменту на ґрунті ускладнення умов і механізмів формування міжнародних конкурентних переваг.

Теоретико-методологічні та методичні аспекти управління розвитком експортного потенціалу підприємства представлені у працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених як: І. Ансофф, М. Бест, Е. Волкодавова, А. Воронкова, В. Геєць, В. Дружиніна, О. Кузьмін, А. Мазаракі, Л. Піддубна та ін. Але в обґрунтуванні того, у чому саме полягають відмінності управління розвитком експортного потенціалу підприємства існує достатньо широке розмаїття думок.

Активно використовуючи термін «експортний менеджмент», західні вчені

визнають його як субкатегорію міжнародного менеджменту, але зосереджують увагу не стільки на тонкощах і особливостях цієї субкатегорії, скільки на загальних закономірностях інтернаціоналізації бізнесу в усіх його проявах – від спорадичного експорту до глобального експортування. Так, характеризуючи особливості експортного менеджменту, І. Ансофф у [1, с. 126] наголошує, що вихід компанії на нові зарубіжні ринки створює можливість отримання багатьох переваг, але, водночас, він пов'язаний із багатьма управлінськими ризиками та труднощами.

В. Кііган, у [2, с. 14], акцентує увагу на те, що управлінню експортною діяльністю притаманні істотні відмінності, і водночас, – базисні подібності із управлінням бізнесом в межах національного середовища. На його думку, відмінності пов'язані з міжнародним режимом регулювання експорту, саме з яким має справу експортний менеджмент. Думку щодо подібностей та відмінностей експортного менеджменту поділяють також П. Кругман [3], Дж. Даннінг і М. Бест [6]. На особливості закордонних ринків як джерело відмінностей експортного менеджменту акцентують увагу М. Фергюссон та Д. Родрік, проте, на їх думку, специфіка останнього визначається чинниками соціально-культурного характеру.

Розмаїття уявлень щодо теоретико-методологічних засад управління розвитком експортного потенціалу підприємства знаходить відображення і в працях українських і російських науковців. Так у роботі [4] наголошується на специфічність управління розвитком експортного потенціалу підприємства, проте наведена модель його здійснення із визначенням підсистем управління практично не відрізняється від пропонованих у літературі моделей стратегічного управління підприємством, оскільки базується на уявленні теорії менеджменту, як єдиної й «широкої» науки, категоріальний і методологічний апарат якої є одноманітним і може бути застосований у будь-якому виді управлінської діяльності. У концентрованій формі така думка міститься у роботах [5], де теорія менеджменту визначається як «система досягнення конкурентоспроможності організації (підприємства)».

Як філософія і наука управління, менеджмент дійсно має властивості універсальності, проте, ця властивість належить лише до теоретичної частини управління, яка на практиці не може бути успішно реалізована без врахування особливостей об'єкта управління. Саме особливості експортного потенціалу підприємства як об'єкта управління, що обумовлюються його походженням, структурним складом елементів і закономірностями формування, породжують істотні відмінності даного виду управління. Управління розвитком експортного потенціалу підприємства також пов'язане з більшою ситуативністю, невизначеністю й ризикованістю, а їх реалізація зачіпає безпосередньо інтереси зарубіжних фірм і компаній і спроможна породжувати міжнародні конфлікти та суперечності.

Саме на основі синтезу і на стику теорії управління ресурсами (активами) і міжнародного менеджменту формується теорія управління розвитком експортного потенціалу підприємства як галузь наукового знання, що вивчає

принципи і методи формування, реалізації та відтворення експортоорієнтованих активів підприємства, що забезпечують реалізацію його мети та усталене функціонування на зовнішніх ринках.

Література

1. Ансофф Н. Стратегическое управление / И. Ансофф ; пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Keegan W. J. Multinational Marketing Management / W. J Keegan // Englewood Cliffs, – N.Y., Prentice-Hall, 1974. – 593 p.
3. Krugman P. Peddling Prosperity: Economic Sense and Nonsense in the Age of Diminished Expectations / P. Krugman. – New York: W.W. Norton, 1994.
4. Дубков С. Формирование и оценка экспортного потенциала промышленных предприятий / С. Дубков, С. Дадалко, Д. Фоменюк // Вестник Белорусского национального технического университета. 2012. – № 4. – С. 29–35.
5. Фатхутдинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность: учебник / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ЗАО «Изд-во «Экономика», 2005. – 504 с.
6. Best V. The Politicized Economy / V. Best, W.E. Connoly. – D. C. Heath, Lexington M.A., 1982. –387 p.

Коваленко Камила

студентка V курса факультета международной экономики
Одесский национальный экономический университет
Науковий керівник: к. ю. н., старший викладач Ткачук А. С.
г. Одесса

ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАВОВОЙ ОХРАНЫ ОБЪЕКТОВ МОДНОЙ ИНДУСТРИИ

Сегодня трудно дать точную формулировку понятию мода. Это феномен, который всем известен и в то же время дать которому определение крайне затруднительно.

Мода реализуется посредством создания модного продукта – результата интеллектуальной деятельности творца моды. Поэтому, не случайно, основной акцент в правовом обеспечении индустрии моды делается на признании и защите прав субъектов, создающих модный продукт [1].

В мире моды первостепенное значение имеет идея создания нового. Поэтому можно сказать, что первой значимой фигурой выступает автор идеи создания нового материального или духовного продукта, позиционируемого как модного. Несмотря на то, что употребление наименования «автор» здесь уместно, парадокс заключается в том, что говорить о возникновении авторских прав на идею не представляется возможным. Признание авторских прав в классическом понимании, то есть признание исключительного права индивидуума на воплощение идеи поставило бы под сомнение существование моды как таковой. Другими словами, классическое понимание авторских прав как исключительных, принадлежащих только его создателю, если речь идет об авторстве на идею, противоречит самой философии моды [2].

Современное законодательство европейских стран стоит на позиции протекционизма авторских прав в создании одежды – основной составляющей моды. По существу, европейские творцы моды защищены дважды: законодательством Европейского Сообщества и национальным законодательством.

Директива Европейского Союза № 98/71 (European Union Directive 98/71) узаконила создание «дизайнерского права» во всех странах –членах ЕС 4. Защита на зарегистрированный образец одежды предоставляется на срок 5 лет и может быть в конечном итоге продлена на общий срок 25 лет [3]. Положение Европейского Совета № 6/2002/ЕС (European Council Regulation No. 6/2002/ЕС) защищает незарегистрированный дизайн. Защита предоставляется в момент, когда дизайнерский продукт становится доступным для публики, и действует в течение 3 лет. Для получения защиты продукт должен обладать новизной и индивидуальными признаками, которые создают принципиально новое представление о данном предмете одежды.

Франция – первая страна, предоставившая модельерам защиту их авторских прав. Действующий в настоящее время Кодекс промышленной собственности включает в перечень объектов охраны авторских прав на модные изделия. В пункте 14 статьи L112-2 Кодекса в качестве интеллектуальных произведений поименована сезонная продукция отраслей по производству одежды и аксессуаров [4].

В Великобритании действует защита как для зарегистрированных, так и для незарегистрированных дизайнерских объектов по Акту об авторских правах, дизайне и патенту 1988 года (Copyright Designs and Patents Act 1988) [6]. Именно этот Акт послужил основой для разработки законодательства Европейского сообщества о защите дизайна.

В Италии защита дизайна одежды является частью защиты дизайна как такового. Продукт дизайна может быть защищен авторским и патентным правом. Наряду с возможностью обратиться в суд за защитой нарушенных прав, спорящие стороны могут разрешить конфликт и мирным путем с помощью авторитетного посредника. По соглашению между конфиндустрией – главной бизнес ассоциацией и АИД – Ассоциацией итальянских дизайнеров, было создано итальянское «модное жюри», в состав которого вошли эксперты, дизайнеры, юристы, маркетологи и предприниматели [6].

Итак, модная индустрия, является объектом авторского права, но в отечественном законодательстве не регламентируется надлежащим образом. При возникновении споров в данной сфере сторонам конфликта приходится обращаться к международным нормативно-правовым актам.

Литература

1. Липовецки Ж. Империя эфемерного: мода и ее судьба в обществе. // Ж. Липовецки // Новое литературное обозрение. – 2012. – 80 с.
2. Джексон Т. Индустрия моды. // Т. Джексон и Д. Шоу // Киев, Баланс Бизнес Букс. – 2011. – 160 с.
3. Directive 98/71/EC Of the European Parliament and of the council . – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ>

4. Code de la propriété intellectuelle. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://p.120-bal.ru/doc/15334/index>
5. Copyright Designs and Patents Act. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://en.academic.ru/dic.nsf>
6. Шебанова Н.А. Правовое обеспечение индустрии моды – модное право? // Н.А. Шебанова // Юридический журнал. – 2011. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.igpran.ru/articles/>

Костюк Олеся

студентка V курсу факультету міжнародної економіки
Одеський національний економічний університет
Науковий керівник: к. ю. н., старший викладач Ткачук А. С.
м. Одеса

ОСОБЛИВОСТІ ПРАВА НА ФОТОГРАФУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ У ГРОМАДСЬКИХ МІСЦЯХ

З появою різноманітних засобів фіксації зображень все більше уваги приділяється мистецтву фотографування, створенню колекцій фотографій, як довколишнього світу, так і окремих фізичних осіб у спеціальних авторських проектах за певними тематичним напрямками. Фотографія є носієм певної інформації. Певна кількість фотокадрів іноді може робитися «приховано» в пошуках розкриття таємниць про приватне життя публічних осіб. При обнародуванні таких фотографічних творів за певних умов можуть бути порушені права та інтереси осіб, які зображені на таких фотографіях. Такі обставини визначають актуальність дослідження правового регулювання створення та використання фотографічних творів, зокрема із зображеннями фізичних осіб та визначення умов проведення зйомки фізичних осіб чи об'єктів навколишнього світу, вдосконалення правового регулювання режиму використання фотографічних творів.

Згода особи на знімання її на фото-, кіно-, теле- чи відеоплівку припускається, якщо зйомки проводяться відкрито на вулиці, на зборах, конференціях, мітингах та інших заходах публічного характеру. Фізична особа, що погодилася на знімання її на фото-, кіно-, теле- чи відеоплівку, може вимагати припинення їх публічного показу в тій частині, яка стосується її особистого життя. Витрати, пов'язані з демонтажем виставки чи запису, відшкодовується цією фізичною особою [1, ч. 1 ст. 307].

Отже, серед умов реалізації права на фотографування є відкритість проведення фотографування.

Зйомки прихованою апаратурою не допускаються та можуть кваліфікуватись як втручання у приватне життя. Для запобігання таємному фотографуванню в деяких країнах вже почали лобювати законопроекти, що висувають технічні вимоги для виробників фотоапаратури щодо забезпечення її звуковим супроводом при фотографуванні чи фотоспалахом.

Зважаючи на кількість втручань у приватне життя, в більшості країн світу намагаються впроваджувати технічні засоби, за допомогою яких особу буде попереджено чи проінформовано про здійснення фотографування [2].

При розгляді спорів про неправомірність здійснення фотографічних знімків фізичних осіб у судах неодмінно звертається увага на характеристику властивостей технічних засобів за допомогою яких відбувається проведення зйомки. Сучасні технології надають можливість зробити чіткий знімок на досить великій відстані, тому потрібно усвідомлювати, що відкритість зйомки та доступність особи для зйомки не свідчать про безумовну згоду на фотографування.

Судами України вирішувалися спори про визначення правомірності здійснення фотозйомки фізичних осіб і про визначення правомірності використання їхніх зображень шляхом опублікування чи доведення іншим способом до громадськості.

Варто звернути увагу, що право на фотографування не є необмеженим. При створенні фотографічних творів не можна забувати про обмеження права на фотографування, котрі можуть встановлюватися чинним законодавством, нормами етики та моралі.

Розглядаючи обмеження права на фотографування відповідно до норм чинного законодавства України, потрібно зазначити, що ці обмеження визначаються нормами чинного законодавства або рішенням суду та можуть бути умовними чи безумовними, мати як абсолютний, так і відносний характер.

Проведення в залі судового засідання фото- і кінозйомки, відео-, звукозапису із застосуванням стаціонарної апаратури, а також транслявання судового засідання по радіо і телебаченню допускаються на підставі ухвали суду за наявності згоди на це осіб, які беруть участь у справі, крім тих, які є суб'єктами владних повноважень [3, ч. 8 ст. 12].

До 2011 року в Україні діяла абсолютна заборона на проведення зйомки на території вокзалів і аеропортів, яка була встановлена ще в 1954 році [4].

Саме за таких умов можливо вільно фотографувати фізичну особу: фотографування повинно бути відкритим та здійснюватись у громадських місцях або при проведенні заходів публічного характеру. Обмеження щодо фотографування фізичних осіб умовно можна поділити на абсолютні й відносні. Чітке визначення таких підстав у положеннях чинного законодавства та ознайомлення з ними пересічних громадян запобігатиме порушенням у цій сфері. Крім цього, важливим питанням є визначення умов, за яких можливе розповсюдження фотографічних творів, яке може бути предметом додаткового дослідження.

Література

1. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 року // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40–44. – Ст. 356.
2. Сонтаг С. О фотографии / Сьюзен Сонтаг. – М. : ООО «Ад Маргинем Пресс». – 2013. – С. 198–201.
3. Кодекс адміністративного судочинства України від 06.07.2005 року // Відомості Верховної Ради України. – 2005. – Ст. 12

4. Борис Колесников. Об отмене приказа о запрете фото- и видеосъемки на вокзалах и в аэропортах // Юридическая Практика – 2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://yurpractika.com/news.php?id=0026768>.

Куємжи Олена

студентка V курсу факультету міжнародної економіки
Одеський національний економічний університет
Науковий керівник: к. ю. н., старший викладач Ткачук А. С.
м. Одеса

КАВЕР-ВЕРСІЯ МУЗИЧНОГО ТВОРУ З ТОЧКИ ЗОРУ АВТОРСЬКОГО ПРАВА

На сучасному етапі в Україні та за кордоном зростає інтерес до захисту авторського та суміжного прав. В системі усіх об'єктів авторського права особливе місце займають музичні твори. Музичні твори – це твори, в яких художні образи виражаються за допомогою звуків людського голосу, музичних інструментів чи їх поєднання [1].

З розвитком музичної індустрії список спеціалізованих термінів розширюється, у вживання вводяться нові поняття. Наприклад, ще 50 років тому мало хто знав, що таке кавер-версія. Кавер-версією пісні або просто кавером називається виконання або запис (іноді в оригінальній переробці) з раніше оприлюдненої музичної композиції кимось іншим, ніж оригінальний виконавець (автор). Якщо говорити простіше – це «переспів» відомої пісні іншим виконавцем. Кавер-версія пісні є одним з різновидів ремейка. Саме слово «кавер» походить від англійського дієслова cover, що означає «покривати».

Навколо цього поняття час від часу виникають суперечки та дискусії. Чинним законодавством України не передбачено визначення поняття «кавер-версія». По суті, кавер – це інше переосмислення музичного твору.

В Україні порушення авторських прав шляхом перероблення існуючої пісні стало настільки розповсюдженим і майже неконтрольованим явищем. Велику популярність має створення відео з виконанням каверів з подальшим їх розміщенням на YouTube. Деякі користувачі послуг цього сервісу вважають, що оскільки адміністратори не видаляють їх контент, таке розміщення є легальним. Інші прагнуть розмістити посилання на автора або правовласника, нібито знімаючи з себе відповідальність.

Безумовно, YouTube не може фізично відстежити всі правопорушення, але з кожним роком це все активніше роблять правовласники. Виявивши порушення, правовласник може або «монетизувати» викладений ролик за окремою угодою з YouTube, або ж вимагати видалення контенту, розміщеного з порушенням авторських прав.

З точки зору користування сервісом YouTube, скарга правовласника загрожує порушникові видаленням аккаунта. Але цим відповідальність за порушення авторських прав не обмежується, адже не виключена можливість

пред'явлення позову до правопорушника в судовому порядку. Особливо якщо ролик успішний комерційно [2].

Далеко не всі власники композицій поділяють захоплення з приводу можливості почути переспів. Деякі мають певну думку про кавер: що це порушення їхніх авторських прав і взагалі неетичне явище. Проте музиканти, які повністю впевнені у своїх силах, легко дозволяють іншим групам створювати кавер-композиції. Деякі музиканти не обмежуються одним або двома каверами, а професійно працюють у цьому жанрі. Такі групи називаються кавер-групами, а диски, які вони випускають, називають триб'ют.

Використовувати кавери вигідно, оскільки виконавець отримує в свої руки стовідсотковий хіт, який перевірений часом і подобається публіці. Іноді незначна переробка композиції дає «друге дихання» пісні. Існують випадки, коли переробка стає популярнішою за оригінал, приносячи своїм виконавцям світову популярність. Кавер може на слух відрізнитися від оригіналу або повністю його повторювати. Але і в тому, і в іншому випадку в основі залишається одна і та ж мелодія. Саме тому, з точки зору авторського права кавер-версію не можна назвати самостійним твором.

Якщо було змінено ритм, гармонія мелодії або проведено аранжування (оркестровка) музичного твору, тоді мова йде про похідний твір. Згідно з визначеннями Закону України «Про авторське право і суміжні права», похідний твір – це твір, що є творчою переробкою іншого існуючого твору без завдання шкоди його охороні [3, ст. 7].

Важливо відзначити, що у особи, яка здійснила переробку пісні, виникають авторські права на перероблену пісню (кавер). Але це законно тільки в тому випадку, коли перед переробкою пісні був отриманий відповідний дозвіл у автора (правовласника).

Дотримання авторських прав забезпечує розвиток мистецтва. Не можна покладатися тільки на ентузіастів, готових безкоштовно дарувати світу плоди своєї творчої діяльності. Якщо авторська композиція захищена авторським правом, то кавер-виконавець повинен отримати дозвіл автора на використання його творчості в якості вихідного матеріалу для своїх цілей. Однак існує варіант, у якому навіть за відсутності такого дозволу автор не може пред'явити істотні претензії. Це підтверджена відсутність прибутку від виконання кавер-версії, тобто, якщо виконавець не має матеріальної винагороди від переспіву відомого хіта та не оголошує себе автором хіта, тобто, не зазіхає на законні права.

Література

1. Жилінкова О. В. Договори в сфері реалізації майнових прав на музичний твір // О. В. Жилінкова // Університетські наукові записки: Часопис Хмельницького університету управління та права. – 2006. – Вип. 1. – С.132–137. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://jurfak.univer.kharkov.ua/kafedry/kaf_civil-prav/avtorefcpp/gilinkova.pdf
2. Пастухов О.М. Авторське право в Інтернеті: // О.М. Пастухов // Юридичний вісник України. – 2014. – № 39. – С. 11
3. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23 грудня 1993 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 13 – Ст. 1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>

Ліпко Тетяна

студентка V курсу юридичного факультету
Херсонський державний університет

Науковий керівник: д.е.н., професор Ушкаренко Ю.В.

м. Херсон

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Найширше коло діяльності, пов'язаної майже з усіма формами відпочинку у сільській місцевості, має саме сільський зелений туризм. Тому для України на сучасному етапі розвитку необхідність формування системи регулювання туристичної діяльності в галузі сільського туризму набуває дедалі більшої актуальності. В Україні існують усі передумови розвитку відпочинку в селі, який можна розглядати як специфічну форму підсобної господарської діяльності у сільському середовищі з використанням природного та культурного потенціалу регіону, або як форму малого підприємництва, що дає можливість певною мірою вирішити проблему зайнятості сільського населення, покращити його добробут, повніше використати природний та історикокультурний потенціал сільської місцевості. Справа розвитку сільського відпочинку має реальну державну перспективу і сприяє поліпшенню соціально-економічної ситуації сільської місцевості [1].

Сільський туризм виступає важливим чинником стабільного динамічного збільшення надходжень до бюджету, активізації розвитку багатьох галузей економіки. Міжнародний імідж сільського відпочинку неоднозначний. З одного боку, Україна традиційно сприймається як аграрна країна, одна з європейських житниць із збереженим сільським укладом життя, багатою культурною спадщиною, із незнищеною природою та гостинними господарями. З іншого боку, не приваблює іноземних туристів відносно низький стандарт житла і його недостатня технічна забезпеченість, а також необлаштованість сіл та досить обмежений вибір дозвілля й можливостей активного відпочинку [1].

Особливо важливим є питання просування в Україні самої ідеї сільського туризму в цілому. Метою розробки цієї широкомасштабної програми повинно стати підвищення поінформованості населення і створення позитивного ставлення до цього виду відпочинку. Насамперед повинні бути задіяні такі види маркетингових комунікацій, як PR-статті, інтерв'ю, прес-конференції, семінари, брифінги, телепередачі, що викликають довіру та позитивну реакцію.

Для впровадження державної політики розвитку сільського зеленого туризму необхідні певні механізми, що потребують теоретичних засад їх побудови, а також кількості цих механізмів, оскільки вони охоплюють різноманітні напрями впливу держави на діяльність суб'єктів сільського туризму. Державна політика відіграє надзвичайно важливу роль у кожній господарській діяльності. Зокрема у туристичній діяльності її місце особливо важливе, оскільки основною метою державної політики є покращення життя і

відпочинку як сільського, так і міського населення. Формування туристичної політики здійснюється не тільки державними органами центральних і регіональних рівнів, а й органами місцевого самоврядування, громадськими і професійними організаціями та підприємницькими структурами.

Державне регулювання сфери сільського туризму реалізується шляхом економічного, правового та адміністративного впливу через законодавчі та нормативні акти; державні та міждержавні стандарти; ліцензування окремих видів діяльності; державні норми та нормативи, орієнтовані на світовий ринок; державні програми та плани; фінансово-податкове, грошово-кредитне, тарифне регулювання; інвестиційну, антимонопольну, соціальну, екологічну політику.

Для того, щоб сільський зелений туризм в Україні набув поширення і став вагомим економічним внеском для родини кожного сільського господаря, необхідна тісна співпраця органів місцевого самоврядування, громадських організацій і сільських господарів. Для цього в Україні необхідно створити сприятливе для сільського населення, прозоре та дієве нормативно-правове поле, а також механізми контролю за виконанням чинних законів, а саме [2]: удосконалення існуючої нормативно-правової бази; законодавчого забезпечення захисту і безпеки туристів; розробки та вдосконалення правил в'їзду, виїзду і перебування туристів на території України; розвитку методології ліцензування, стандартизації туристичної діяльності та об'єктів туристичної індустрії, сертифікації туристичного продукту, страхування туристичних послуг; узгодження нормативно-правової бази туризму з міжнародним законодавством.

На сьогодні в Україні створені певні організаційні та нормативно-правові підвалини для розвитку сільського зеленого туризму. Надзвичайно важливим залишається формування туристичної політики, системи державного регулювання у сфері сільського зеленого туризму, визначення їх форм, засобів та інструментів. Головним завданням у формуванні даної політики є координація зусиль уряду, парламенту, міністерств, відомств, інших органів державної влади, а також громадських організацій та підприємницьких структур для більш ефективного розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Щоб забезпечити сталий розвиток сфери відпочинку в українському селі в умовах економічної кризи повинні існувати врегульовані партнерські стосунки влади, бізнесу та професійних громадських організацій. Саме тому, зважаючи на сучасний стан економіки України, збільшення попиту на відпочинок у природному середовищі, та враховуючи необхідність створення сучасного ринку пропозицій відпочинку у сільській місцевості, своєчасною має бути підтримка з боку держави.

Література

1. Васильєв В.П. сільський зелений туризм в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ecologylife.ru/tyrizm-2001/silskiy-zeleniy-turizm-v-ukrayini.html>
2. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/siltur7.htm

Макуха Сергій

к.е.н., доцент,

доцент кафедри загальної економічної теорії та економічної політики

Одеський національний економічний університет

м. Одеса

ЕКОНОМІЧНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Становлення принципово нової структури національної економіки, яка відповідає сучасним глобальним викликам, безпосередньо пов'язане з ринком фінансового капіталу. На сучасному етапі успішний розвиток будь-якої національної економіки неможливий без чітко працюючого механізму взаємодії її реального і фінансового секторів. А процеси глобалізації обумовлюють необхідність інтеграції українського фінансового ринку у світову фінансову систему для залучення капіталу у вітчизняну економіку, підвищення загального рівня її ефективності та забезпечення стійкого економічного росту. Тому сьогодні питання реалізації ефективної національної економічної стратегії - це питання національної безпеки [1]. Зазначені проблеми набувають нового значення для розробки економічної політики в сучасних умовах, коли відбуваються істотні трансформації в розміщенні капіталу та виробничих сил, мається на увазі тенденція повернення виробництв у національні межі. Ця проблема у даний час має перебувати у центрі уваги як дослідників, так і практиків нашої країни. Сьогодні дуже важливо фіксувати ті тенденції, що намітились і пов'язані із змінами в економіці західних країн, де реіндустріалізація проходить у вигляді повернення ряду виробництв з-за кордону у формі створення нових промислових виробництв. На практиці у цьому і полягає реалізація промислової політики в сучасних умовах [2, с. 4]. Сьогодні, за великим рахунком, вибір концептуальної основи економічної стратегії ведеться з двох альтернатив [1]. Перша - радикально ліберальна доктрина. Така доктрина передбачає реалізацію рецептів ринкового фундаменталізму. А саме: не підвищення ефективності національних державних інститутів, а мінімізацію їх впливу, що пояснюється на їх думку низькою ефективністю державних інститутів в умовах "української специфіки". Головна ставка робиться на магічну роль ринкових сил, їх здатність знизити корупцію і відродити економіку. Друга - парадигма високотехнологічного розвитку національної економіки, що передбачає стратегічний перехід від сировинної моделі економіки колоніального типу до стану високотехнологічної індустріальної держави через оптимальне поєднання ефективного державного регулювання і ринкових сил. В рамках другої альтернативи передбачається реформа НБУ, в результаті якої основним принципом монетарної політики повинен стати принцип мультитаргетування «багато цілей - багато інструментів» та забезпечення ефективного використання системи стимулів і фінансових інститутів розвитку (включаючи державні) при жорсткому контролі суспільства над витрачанням державних коштів [1].

Таким чином, розробка економічної політики у вітчизняній економіці має враховувати, той факт, що у країні не склались умови для зрілої внутрішньо- і міжгалузевої конкуренції, а також для нагромадження капіталу в ефективних формах [3, с. 9]. Через те, що у нас не сформувався необхідний набір стимулів для ефективного і продуктивного використання ресурсів, відсутні дійові інститути, що забезпечували б цивілізовані форми взаємовідносин між господарськими агентами, потрібна дієва політика стимулювання сталого зростання та докорінної зміни структури господарства, яка не тільки не поліпшується, а навпаки — набирає більш деструктивних форм.

Література

1. Унковская Т. Новая экономическая стратегия для Украины. Газета «Зеркало недели. Украина» 25.02.2017 г. [Електронний ресурс] доступний з <http://gazeta.zn.ua/article/print/macrolevel/novaya-ekonomicheskaya-strategiya-dlya-ukrainy-.html>
2. Зверяков М. І. Промислова політика і механізм її реалізації / М. І. Зверяков // Економіка України. - 2016. - № 6. - С. 1-18.
3. Зверяков М. І. Уроки ринкової трансформації в Україні / М. І. Зверяков // Науковий журнал "Економіка України". — 2016. — № 8 (657) С. 7-25.

Манукян Наталі

студентка V курсу факультету міжнародної економіки
Одеський національний економічний університет
Науковий керівник: к. ю. н., старший викладач Ткачук А. С.
м. Одеса

ОСОБЛИВОСТІ СУДОВОЇ ЕКСПЕРТИЗИ В СФЕРІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Захист прав інтелектуальної власності – одне з найважливіших завдань держави і суспільства, що прагнуть зайняти гідне місце у світовому співтоваристві. Розвиток ринкових відносин та залучення іноземних інвестицій, які привели до збільшення патентів в державі, призвели до зростання кількості спорів з інтелектуальної власності. Невід’ємною складовою об’єктивного вирішення спору про порушення прав інтелектуальної власності є застосування спеціальних знань, тобто проведення відповідної експертизи з питань інтелектуальної власності.

Основні поняття експертизи в сфері інтелектуальної власності знайшли своє відображення в працях П.П. Крайнева, Г.В. Прохорова-Лукіна, О.Ф. Дорошенко, І.А. Кириченко та інших вчених.

Згідно зі ст. 1 Закону України «Про судову експертизу» судова експертиза – це дослідження експертом на основі спеціальних знань матеріальних об’єктів, явищ і процесів, які містять інформацію про обставини справи, що перебуває у провадженні органів дізнання, досудового слідства чи суду [1].

Судова експертиза з питань інтелектуальної власності існує не так вже й давно. Початком діяльності судових експертів з прав інтелектуальної власності

можна вважати 2002 рік, коли за пропозицією Науково-дослідного інституту інтелектуальної власності Академії правових наук України Мін'юст України доповнив переліки основних видів судових експертиз та експертних спеціальностей новим видом судових експертиз «Експертиза, пов'язана з охороною прав на об'єкти інтелектуальної власності» [2].

У вирішенні питань призначення судової експертизи суди перш за все керуються Господарським процесуальним кодексом України, Законом України «Про судову експертизу», роз'ясненнями президії Вищого арбітражного суду України від 11 листопада 1998 р. № 02-5/424 «Про деякі питання практики призначення судової експертизи» та рекомендаціями ВГСУ «Про деякі питання практики призначення судових експертиз у справах із спорів, пов'язаних із захистом прав на об'єкти інтелектуальної власності» від 29 березня 2005 р. №04-5/76. В складі господарських судів діють колегії з питань інтелектуальної власності, а в апеляційному та Вищому господарському суді – палати із розгляду таких спорів [3, с. 7].

Стаття 3 цього Закону визначає принципи судово-експертної діяльності, а саме те, що судово-експертна діяльність здійснюється на принципах законності, незалежності, об'єктивності і повноти дослідження [1].

Предметом судової експертизи об'єктів інтелектуальної власності є фактичні дані, що відносяться до властивостей матеріальних та нематеріальних (інформаційних) об'єктів.

Основними об'єктами досліджень є об'єкти промислової власності та об'єкти авторського та суміжних прав.

До об'єктів промислової власності відносяться, зокрема, винаходи, корисні моделі, раціоналізаторські пропозиції, промислові зразки, торговельні марки, комерційні найменування, зазначення походження товарів, селекційні досягнення та ін.

До об'єктів авторського права відносяться твори науки, літератури та мистецтва, а до об'єктів суміжних прав – виконання творів (літературних, драматичних, музичних, музично-драматичних та інших), фонограми, відеограми, передачі (програми) організацій мовлення [4, с.348].

Експертиза у сфері інтелектуальної власності досліджує специфічні саме для цього напрямку судової експертизи – об'єкти права інтелектуальної власності. У рамках певного виду експертизи вирішуються питання, що потребують застосування спеціальних знань для визначення властивостей, ознак, закономірностей створення й використання відповідних об'єктів інтелектуальної власності, їх вартості, завданих збитків та економічних операцій щодо цих об'єктів. При цьому поставлені питання не можуть виходити за межі компетенції експерта та стосуватися з'ясування правових питань, вирішення яких законом віднесено до компетенції суду, слідчого або іншої уповноваженої особи.

При розгляді спорів у сфері інтелектуальної власності має застосовуватися системний підхід, сутність якого, відповідно до конституційної

гарантії правосуддя, полягає в кваліфікованому розгляді таких справ із залученням фахівців у відповідних галузях науки й техніки.

Література

1. Про судову експертизу : Закон України від 25 лютого 1994 р. № 4038-XII // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 28. – Ст. 232. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4038-12>
2. Про внесення змін до наказу Міністерства юстиції України від 15.07.1997 року №285/7-А «Про експертно-кваліфікаційні комісії та атестацію судових експертів»: Наказ Міністерства юстиції України №4/5 від 17.01.2002 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=z0943-01>
3. Судова експертиза об'єктів права інтелектуальної власності: навч. посіб. / Кириченко І.А. – К.: ЗАТ – «Інститут інтелектуальної власності», 2005. – 172 с.
4. Кісіль Н.В. Сутність і зміст судово-експертної діяльності у сфері інтелектуальної власності // Теорія та практика судової експертизи і криміналістики. – 2015. – Вип. 15. – С. 346-354. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpsek_2015_15_47

Марковець Анжеліка

студентка III курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к. е. н., доцент Жнакіна Е.Г.

м. Херсон

ПРОБЛЕМА ЗОВНІШНЬОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ УКРАЇНИ

Актуальною проблемою сьогодення є значна дефіцитність бюджетів та неспроможність влади їх збалансувати за рахунок внутрішніх резервів. Перехід України до ринкової економіки в умовах дефіцитності фінансових ресурсів зумовили необхідність залучення і використання зовнішніх запозичень. Неєфективний механізм залучення позик та їх непродуктивне використання зумовили досить стрімке накопичення боргу та концентрацію платежів щодо його обслуговування у вузькому часовому інтервалі.

Валовий зовнішній борг станом на певну дату – це загальний обсяг заборгованості станом на певну дату за всіма наявними зобов'язаннями резидентів перед нерезидентами, що вимагають сплати основної суми та/або відсотків у будь-який час у майбутньому [1].

Валовий зовнішній борг країни включає всі види заборгованості резидентів України перед нерезидентами, які класифікуються: за чотирма основними секторами економіки: сектор загального державного управління; центральний банк; депозитні корпорації крім центрального банку; інші сектори; за початковими термінами погашення: коротко- та довгострокові; за фінансовими інструментами: валюта і депозити, боргові цінні папери, кредити, торгові кредити та аванси, інші боргові зобов'язання та зобов'язання за кредитами підприємств прямого інвестування (міжфірмовий борг).

За 9 місяців 2016 року валовий зовнішній борг України скоротився на 2,7 млрд. дол. США і станом на 1 жовтня 2016 року становив 116,0 млрд. дол.

США. Відносно ВВП обсяг боргу скоротився зі 131,3% на початок року до 128,2% [2].

Динаміку валового зовнішнього боргу України представлено у таблиці.

Таблиця

Зовнішній борг України, млн. дол. США

Показники	на 01.01.12	на 01.01.13	на 01.01.14	на 01.01.15	на 01.01.16	на 01.10.16
Сектор загального державного управління	25874	27333	29922	32884	35959	37389
Центральний банк	7492	4865	1775	2176	6708	6482
Інші депозитні корпорації	25193	21541	22555	18752	12823	9504
Інші сектори	59357	70441	76642	63239	54677	53947
Прямі інвестиції: міжфірмовий борг	8320	10445	11185	9257	8562	8693
Валовий зовнішній борг	126236	134625	142079	126308	118729	116015

Зовнішні зобов'язання сектору загального державного управління зросли протягом дев'яти місяців 2016 року на 1.4 млрд. дол. США до 37.4 млрд. дол. США (із 39.8% до 41.3% від ВВП) за рахунок залучень від Японського агентства міжнародного співробітництва на суму 0.3 млрд. дол. США в I кварталі; реорганізації зобов'язань за гарантованими кредитами державних підприємств шляхом довипуску ОЗДП 2015 року (на 0.3 млрд. дол. США) в I кварталі; залучень під ОЗДП 2016 року на суму 1.0 млрд. дол. США у III кварталі.

Зовнішній борг центрального банку становив 6.5 млрд. дол. США (7.2% від ВВП). Скорочення зобов'язань за операціями своп на суму 1.3 млрд. дол. США було частково компенсовано надходженням у III кварталі чергового траншу кредиту МВФ на суму 1 млрд. дол. США. Зовнішній борг сектору інших депозитних корпорацій України становив 9.5 млрд. дол. США (10.5% від ВВП), інших секторів економіки – 53.9 млрд. дол. США (59.6% від ВВП), обсяг міжфірмового боргу підприємств – 8.7 млрд. дол. США (9.6% від ВВП).

Основною валютою зовнішніх запозичень України станом на 1 жовтня 2016 року залишався долар США (73.9%).

Управління державною заборгованістю є одним із ключових факторів забезпечення макроекономічної стабільності в державі. Від характеру врегулювання боргової проблеми залежить бюджетна дієздатність країни, стан її валютних резервів, а відповідно і стабільність національної валюти, рівень відсоткових ставок, інвестиційний клімат, характер поведінки всіх сегментів фінансового ринку [3].

Для стабілізації ситуації в сфері державних фінансів, підвищення ефективності боргової політики та рівня боргової безпеки необхідно вжити наступних заходів [4]: забезпечення подальшого виконання заходів програми в рамках Механізму розширеного фінансування (EFF) України Міжнародним валютним фондом та зміцнення співпраці з іншими міжнародними фінансовими організаціями; вдосконалення боргової політики України та перехід до стратегічного управління державним боргом; законодавче

закріплення та реалізацію середньострокової стратегії бюджетного планування та прогнозування; посилення регулювання державного боргу в частині оптимізації співвідношення обсягів, структури, вартості та джерел його погашення; поглиблення аналізу ризиків від залучення різних видів боргових інструментів; забезпечення ефективності моніторингу корпоративної заборгованості та аналізу чинників впливу на збільшення її обсягу; активізація розвитку вітчизняного внутрішнього фінансового ринку.

Таким чином, ефективний менеджмент державного зовнішнього боргу є запорукою зростання економіки, інвестиційної привабливості, фінансової стабільності, підвищення кредитного рейтингу держави.

Література

1. Офіційний сайт Національного Банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/>
2. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/>
3. Ходжан А.О. Боргова політика та її роль у забезпеченні макроекономічної стабільності / А.О. Ходжан // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №2. – С. 220-228.
4. Офіційний сайт Національного інституту стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua>

Марковець Анжеліка

студентка III курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: асистент Кримцева Т.І.

м. Херсон

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ

Світовий досвід свідчить, що країни не в змозі розвивати свою економіку без залучення та ефективного використання інвестицій. Інвестиції сприяють заходам макроекономічної стабілізації та дозволяють вирішувати соціальні проблеми трансформаційного періоду. На сучасному етапі економіка України потребує значного припливу іноземних інвестицій, адже власні ресурси або вичерпані, або значно знецінені внаслідок інфляції.

У науковій літературі під інвестиціями традиційно прийнято розуміти здійснення певних економічних проектів у теперішній час, щоб в майбутньому одержати доходи. Такий підхід до розуміння інвестицій є домінуючим, як у вітчизняній, так і в закордонній економічній літературі [1, 11].

Закон України «Про інвестиційну діяльність» трактує інвестиції як всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект [2].

Взагалі, у більшості трактувань поняття «інвестиції» простежується взаємозв'язок двох сторін одного процесу: витрачання ресурсів і одержання результату. Результат повинен бути достатнім для відшкодування суб'єктові інвестування завданих витрат і забезпечення приросту капіталу, одержання інших благ чи вигод. До того ж процес вкладення капіталу і одержання результату від здійснених інвестицій відбувається з певним відставанням [3, с. 46].

За даними Державної служби статистики України обсяг залучених з початку інвестування прямих іноземних інвестицій в економіку країни на 01.07.2016 року становив 44790,7 млн.дол. США. Провідними сферами економічної діяльності, за обсягами залучення капітальних інвестицій, у січні-червні 2016 року залишаються: промисловість – 33,4%, будівництво – 13,7%, сільське, лісове та рибне господарство – 14,5%, інформація та телекомунікації – 4,8%, оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів – 10,0%, транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність – 6,8%, державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування – 2,3% [4].

До десятки основних країн-інвесторів, на які припадає 83,5% загального обсягу прямих інвестицій, входять Кіпр, Нідерланди, Німеччина, Російська Федерація, Австрія, Велика Британія, Віргінські Острови, Франція, Швейцарія та Італія. До Дніпропетровської, Донецької, Харківської, Київської, Луганської, Львівської, Одеської, Запорізької, Полтавської, Івано-Франківської областей та до м. Київ надійшло 94,1 % всіх залучених прямих іноземних інвестицій.

У рейтингу інвестиційної привабливості країн світу International Business Compass за 2015 рік Україна розташовується на 89 місці і входить до переліку країн, що показали найкраще зростання за рік.

Обмежений приплив іноземного капіталу в економіку України та нерациональність його використання обумовлені наявністю низки проблем, основними з яких є:

- нерозвиненість інституцій, які сприяють залученню і впровадженню інвестицій в економіку країни;
- непрозорість та непередбачуваність поведінки держави;
- завищений рівень фіскальної активності держави;
- непослідовність державної політики щодо інвестора;
- слабкість судової системи, яка б могла відстоювати інтереси інвестора, кредитора;
- надзвичайно висока активність держави в питаннях перевірки та контролю за діяльністю інвестиційних компаній;
- відсутність механізмів реалізації багатьох позицій законодавства, яке регламентує інвестиційну діяльність;
- низький рівень кваліфікації регіональних та місцевих чиновників у питаннях інвестиційної діяльності, невміння працювати з інвестором;

- низький рівень прямих іноземних інвестицій опосередковано пов'язаний з низьким рівнем внутрішніх інвестицій в економіку України [5, с. 52].

Відповідно до цього необхідно розробити чітку державну стратегію досягнення конкурентоспроможності національної економіки України, яка відповідала б її ресурсно-технологічному рівню. Для створення сприятливих внутрішніх умов, за яких вітчизняні підприємства можуть досягти відповідного рівня міжнародної конкурентоспроможності, насамперед необхідна виважена податкова політика, яка дасть змогу цим підприємствам працювати високоефективно і виробляти продукцію на рівні світових стандартів. Продумана політика в грошово-кредитній сфері повинна запобігати подальшим сплескам інфляції, гарантувати прогнозований курс гривні, здешевити кредити, налагодити систему довгострокового кредитування виробництва.

А тому, на прями покращення інвестиційної привабливості країни доцільно було б доповнити такими діями:

- реалізація інвестиційних проектів за рахунок коштів державного, місцевого бюджету, а також іноземних інвестицій та кредитів;
- виконання заходів державних та регіональних цільових програм;
- впровадження передового досвіду інших країн у сфері інвестиційної діяльності;
- реалізація заходів по залученню банків до фінансування проектів;
- впровадження заходів з розвитку інвестиційної інфраструктури – методичних семінарів, виставок, форумів, «круглих столів», презентацій інвестиційних проектів, зустрічей з інвесторами;
- створення центрів з проектного управління та бізнес-планування.

Отже, для формування в Україні привабливого для іноземних інвесторів середовища, насамперед, слід починати з системи активних дій держави, спрямованих на зміну політичного, економічного та правового поля в країні.

Література

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 № 1560-XII. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/>
2. Марцин В.С. Удосконалення державного регулювання інвестиційної діяльності в Україні / В.С. Марцин // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №5. – с.47-59.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Петухова О.М. Інвестування: навч. посіб. / О.М. Петухова – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 336 с.
5. Чириченко Ю.В. Прямі іноземні інвестиції у галузевому розрізі / Ю.В. Чириченко, О.К. Котко // Економічний простір. – 2014. – № 84. – С. 46–55.

Міщенко Анна

студентка V курсу факультету міжнародної економіки
Одеський національний економічний університет
Науковий керівник: к. ю. н., старший викладач Ткачук А. С.
м. Одеса

ПРОБЛЕМИ ПОРУШЕННЯ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Сьогодні найбільш глобальною проблемою в мережі Інтернет є інтернет-піратство, тобто порушення авторського права. В Інтернеті нелегально з'являється різний контент: від музики та перед-прем'єрних показів фільмів до невиданих наукових робіт. Причиною такого феномену є особливість інтелектуальної власності – її невідчутність в першу чергу, що дозволяє великій кількості осіб користуватися контентом, а також недосконалість нормативної бази.

Кількість переглядів нелегального контенту в Україні за 2015 рік складає 10,3 млрд. заходів (67% загальної кількості), а частка легальних – тільки 5 млрд. (33%) [1]. Піратські сайти, розміщуючи незаконний контент, приваблюють глядача і заробляють на рекламі. Вони шкодять правовласникам, монетизуючи за них контент, обвалюють ринок реклами, перешкоджаючи її росту.

Головною причиною інтернет-піратства є складність категорії інтелектуальної власності, а також недосконале законодавство країн світу, яке б регулювало це питання. Відсутність дієвого механізму впливу на порушників, як наслідок недоліки роботи законодавчої нормативної бази багатьох країн світу, призвело до того, що проблема набула глобального характеру.

Чинний Закон України «Про авторське право і суміжні права», прийнятий ще в 1993 році, передбачав лише захист майнових і немайнових прав суб'єктів авторського права, в яких не йшлося про захист прав авторської та інтелектуальної власності у мережі Інтернет. І тільки нещодавно Кабінет Міністрів схвалив проект Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо захисту авторських і суміжних прав у мережі Інтернет», метою якого є впровадження дієвих механізмів протидії інтернет-піратству [2].

Новий проект Закону передбачає не тільки блокування піратського контенту, але і санкції проти фізичних осіб. Так, наприклад, суб'єкти, які відмовляються видалити піратський контент зі свого ресурсу, обкладатимуться штрафом у розмірі від 500 до 1000 неоподатковуваних мінімумів доходу за невиконання вимоги щодо блокування нелегального контенту, що порушує авторське право. Штрафи в таких розмірах загрожують і тим суб'єктам, які відмовлятимуться ідентифікувати користувача свого сайту, звинуваченого у піратській діяльності [2].

Передбачається, що саме цей проект Закону допоможе наблизити законодавчу базу України до законодавства ЄС, що забезпечить помітне зниження Інтернет-піратства в нашій країні, і як наслідок, не тільки поліпшить імідж країни на міжнародній арені, але і позначиться на вітчизняній культурі та економіці, а також дасть можливість розвивати українську кінематографію та ретельно захищати інші об'єкти інтелектуальної власності.

Кількість незаконного контенту, а разом з ним і незаконного скачування в мережі Інтернет, неухильно зростає в усьому світі щодня. Слабкі правові механізми регулювання і відсутність особистої відповідальності користувачів є головними причинами зростання інтернет-піратства донині. Між тим, по всьому світу періодично прокочується хвиля протестів та акцій «піратських» партій, які виступають за можливість вільного скачування фільмів та музики. Їх головним гаслом є свобода і недоторканність особистого життя людини і громадянина.

Ефективність боротьби з інтернет-піратством на власному досвіді довели вже багато країн. Серед яких за права власності в Інтернеті: США, Франція, Нідерланди, Данія, Швеція, Японія. Ефективність методик їх не тільки в правовій нормативній базі, належним чином регулює це питання, але й особистої відповідальності, яку відчувають самі громадяни, а значить, не ризикують порушувати закон.

Потреба захисту авторських прав у мережі Інтернет є проблемою сьогодення. Розв'язати її у деякій мірі може тісна співпраця власників авторських прав, державних органів та інтернет-користувачів, а також використання досвіду зарубіжних країн. Отже, можемо стверджувати, що впорядковане законодавче регулювання, та свідоме ставлення користувачів до авторських прав інших осіб може призвести до зменшення порушень авторських прав у мережі Інтернет.

Література

1. Право інтелектуальної власності / О.П. Орлюк. – К. : Центр учбової літератури, 2016. – 126 с.
2. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо захисту авторського права і суміжних прав у мережі Інтернет: Проект Закону України від 10 травня 2016 р. // Відомості Верховної ради України. – № 4629 – Ст. 3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=59024
3. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23 грудня 1993 р. // Відомості Верховної ради України. – № 3792 – Ст. 15. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>

Ніжнік Анастасія

аспірант

Національний транспортний університет

м. Київ

ІНВЕСТИВАННЯ ДОРОЖНЬО-ТРАНСПОРТНОГО КОМПЛЕКСУ НА ЗАСАДАХ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Україна в ряді європейських країн має один з найнижчих показників по забезпеченості транспортною інфраструктурою, що є серйозною перешкодою для прискорення темпів зростання економіки. Інфраструктурний дивіденд радянських років, який до цих пір використовувала економіка, вичерпаний.

У зв'язку з обмеженим фінансуванням біля 90 відсотків автомобільних доріг загального користування не ремонтували понад 30 років. Відтак автомобільні дороги загального користування (169,6 тис. км) не відповідають сучасним вимогам як за міцністю (39,2%) так і за рівністю (51,1%) [1]. Однак інфраструктура являє собою особливий об'єкт управління та інвестицій внаслідок своєї значущості для економічної, оборонної, екологічної та соціальної безпеки.

Забезпечити потребу у фінансуванні виключно за рахунок бюджетного забезпечення неможливо, тому особливу актуальність набуває питання про необхідність активізації залучення приватних українських і іноземних інвестицій у транспортну інфраструктуру для розвитку нових ринків, підвищення інвестиційної, ділової та соціальної активності. Державно-приватне партнерство з його сучасними механізмами фінансування на основі взаємоузгодженої політики і координації спільних дій державного і приватного секторів здатний інтенсифікувати їх спільні зусилля по забезпеченості фінансовими ресурсами процесу модернізації та розвитку транспортної інфраструктури при збереженні невід'ємних повноважень і функцій держави.

Зарубіжний досвід демонструє колосальний позитивний ефект від застосування механізму державно-приватного партнерства в реалізації проектів. Так, реалізація даного механізму з досвіду зарубіжних країн здатна не тільки заощадити бюджетні витрати, а й знизити терміни реалізації проекту і підвищити якість його виконання. Якщо США і більшість інших країн в кризовий та посткризовий періоди збільшують інвестиції в інфраструктуру, розглядаючи їх як важливий напрям стимулювання внутрішнього попиту, за рахунок дефіциту бюджету і зростання держборгу, то в Україні ситуація прямо протилежна. На відміну від України, де взаємини учасників державно-приватного партнерства до кінця не врегульовані, Конгрес США постійно розглядає правові питання співпраці держави з приватним сектором в забезпеченні безпеки інфраструктури.

Приватний, іноземний капітал не зацікавлений інвестувати в інфраструктуру через значні ризики, тривалих термінів окупності вкладень,

невисоку рентабельність, необхідність продовжувати обслуговування при низьких цінах, які лімітуються державою.

Інвестування дорожньо-транспортного комплексу на засадах державно-приватного партнерства має свою особливість пов'язану з специфікою об'єктів фінансування.

По-перше, майже у всіх проектах держава є власником довгострокових активів. Приватний партнер інвестуючи не може ліквідувати, продати або змінювати цільове призначення активів.

По-друге, при будівництві доріг рівень державного регулювання дуже високий, зокрема, існує ряд спеціальних законів, які регулюють як схеми, так і фінансові аспекти таких проектів, існує ряд національних і міжнародних стандартів.

По - третє, на будівельні проекти досить сильно впливають погодні умови, зокрема, в зимовий період дорожні будівельні роботи практично не здійснюються. Отже, при плануванні і реалізації проекту питання термінів виконання робіт є особливо гострим.

По-четверте, великі об'єкти (особливо мости) можуть будуватися роками, що породжує проблему «омертвляння капіталу», підвищує ризик прийнятих рішень і вимагає особливо точних техніко-економічних розрахунків з урахуванням фактора часу.

Із-за перерахованих вище особливостей розвиток дорожньо-транспортного комплексу стримується, а це, в свою чергу, гальмує економічне зростання всієї країни. Тому розвиток цієї інфраструктури залишається пріоритетом у порядку денному економічних реформ.

За оптимальною схемою державно-приватного партнерства державна відповідальність переважно обмежується стадією підготовки проекту (включаючи фінансування), що включає розробку проектної документації і підготовку території будівництва автомагістралі. Також можлива участь держави в будівництві малорентабельних ділянок автомагістралі в цілях підвищення інвестиційної привабливості проекту.

Таким чином, важливим елементом сучасної політики української держави по інтенсифікації процесу нарощування інвестицій в дорожньо-транспортний комплекс повинні складати об'єднання фінансових вкладів держави і приватного бізнесу, всебічна підтримка інвестиційної діяльності, створення сприятливого інвестиційного клімату, через механізм державно-приватного партнерства, що відкриває нові горизонти у розвитку даного напрямку.

У кінцевому рахунку, саме транспортна інфраструктура з'єднує регіони, підприємства, громадян України в єдину країну, а українську економіку інтегрує у світову.

Література

1. Технічний стан автомобільних доріг загального використання - Міністерство інфраструктури України – Режим доступу: <http://mtu.gov.ua/content/tehnichniy-stan-avtomobilnih-dorig-avtomobilnih-dorig-zagalnogo-vikoristannya.html>

Осадчий Олексій

к.е.н., доцент кафедри економічної теорії
Херсонський державний університет
м. Херсон

ВЕНЧУРНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Венчурні фірми – це здебільшого малі підприємства у новітніх галузях виробництва, які швидко прогресують і в яких відбувається інтенсивна зміна поколінь продуктів і технологій, пов'язаних з базисними інноваціями. Малі венчурні підприємства спеціалізуються у сферах наукових досліджень, розробок, упровадження інновацій, організація яких пов'язана з підвищеним ризиком. Отже, венчурне підприємництво – це ризикова діяльність, у процесі якої створюються і впроваджуються у виробництво нові товари, технології, послуги. Це поєднання двох видів підприємництва: фінансового та інноваційного. Відповідно до цього спеціалізовану діяльність щодо виробництва і просування на ринок нових товарів ведуть компанії і фонди венчурного капіталу та малі венчурні фірми [1]. Питаннями венчурного капіталовкладення в Україні займаються такі науковці, як О. Лапко, М. Паладій, С. Філін, І. Баранецький, М. Долішня, О. Поручник, Л. Антонюк, О. Бондаренко, Н. Дучинський, Д. Денисенко, А. Лукашов, Т. Майорова та інші.

Формування венчурних підприємств і розвиток венчурного бізнесу в Україні відбулось у 1992 році досить повільними темпами. Першим вітчизняним фондом венчурного капіталу став фонд "Україна", який здійснив інвестиції в 30 вітчизняних компаній на суму 10 млн. дол. США [3]. Венчурні підприємства утворюються зазвичай у формі малих фірм. Переваги венчурних підприємств:

- вузька спеціалізація наукових пошуків або розробка невеликого кола технічних ідей;
- концентрація фінансових і матеріально-технічних ресурсів за обраним напрямом дослідження;
- високий рівень мотивації праці кваліфікованих спеціалістів;
- гнучкість і мобільність з урахуванням ринкової кон'юнктури;
- можливість швидкої переорієнтації на інші напрями діяльності;
- швидка комерційна реалізація ідеї, технології, винаходу.

Проте, незважаючи на існування в Україні венчурних організацій, існує безліч проблем та перешкод, що стримують розвиток венчурного капіталовкладення в нашій державі. Найбільш вагомими з них є:

- проблеми пов'язана із наявністю вільних грошових коштів;
- відсутність гарантій для венчурного інвестора, які б обмежували його ризики;

- гостра необхідність фахівців у сфері венчурного менеджменту, які володіють технологіями виявлення та оцінки інноваційних проектів та вміють забезпечити стабільне фінансування в період ранньої стадії розвитку проектів, виявляти ризики, знаходити під кожний перспективний проект відповідних інвесторів.

До основних чинників, які обмежують розвиток венчурного бізнесу на Україні, також можна віднести: відсутність чіткої інноваційної політики держави, економічна нестабільність, відсутність економічної зацікавленості господарських суб'єктів у нових розробках, інноваціях, відсутність конкуренції науково-технічної продукції на внутрішньому ринку. У країні відсутня система державного фінансування венчурних проектів та не створені механізми компенсації втрат приватних та інституційних інвесторів від невдалих венчурних проектів.

Незважаючи на зазначені негативні моменти, в Україні є підстави сподіватися на успіх. Тому щоб забезпечити ефективне використання науково-технологічного й інтелектуального потенціалу України шляхом розвитку венчурного підприємництва й стимулювання виробництва високотехнологічної, конкурентоспроможної та якісної продукції, враховуючи зарубіжний досвід, першочергово необхідно вжити такі заходи:

- здійснення постійної державної підтримки венчурного підприємництва;
- запровадження нових та більш гнучких схем податкового стимулювання інноваційної діяльності;
- створення необхідних умов для розвитку неформального венчурного фінансування, вкрай важливого на ранніх стадіях розвитку фірм;
- проведення в Україні Венчурних Форумів (ярмарків), що дасть можливість для компаній малої і середньої капіталізації, зацікавлених в залученні інвестицій для розвитку свого бізнесу, привернути увагу широкого кола інвесторів [2].

Венчурні фірми впливають на модернізацію і структурну перебудову всієї економіки. Саме інновації є основним критерієм шляхів розвитку суспільства. За кордоном венчурні фірми користуються підтримкою держави та великих корпорацій. У США, Європі, Японії венчурне підприємництво розвивається дуже швидкими темпами.

Отже, венчурний бізнес в Україні перебуває в початковій стадії. Провівши ряд економічних реформ та перейнявши світовий досвід, Україна зможе привернути до себе увагу світових країн-інвесторів та залучити в свою економіку значний венчурний інвестиційний капітал, налагодити ділові стосунки та взаємини із потенційними світовими партнерами.

Література

1. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: Навч. Посібник / Н.В. Краснокутська – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.
2. Лиса Н.В. Проблеми венчурного інвестування в Україні / Н.В. Лиса, О.В. Коломієць // Актуальні питання сучасної економіки: Зб. Науково-практичної конференції. – 2010. – №15. – С. 21-27.
3. Чабан В.Г. Складова інноваційної інфраструктури: венчурний капітал / В.Г. Чабан // Фінанси України. – 2011. – № 4. – С. 35-40.

Пасічник Владислав

Студент I курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонський державний університет
Науковий керівник: д.е.н., професор, Ушкаренко Ю.В.
м. Херсон

РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ

Охорона і раціональне використання земель – головне соціально-економічне та екологічне завдання суспільства, найважливіша передумова національної безпеки держави. Особливо актуальна окреслена проблема для України, оскільки її земельні ресурси зазнають надзвичайно великих антропогенних навантажень і деградація відбувається досить високими темпами. Земельний фонд України становить 60,4 млн. га. Він складається переважно з чорноземів, які займають 57 % всіх сільськогосподарських угідь і становлять 68 % орних земель. Чорноземи – найбільше природне багатство України. Вони складають майже 50 % світового запасу цих ґрунтів. Розміщення та структура сільськогосподарських угідь на території України зумовлені природно-кліматичними та екологічними умовами виробництва.

Якість земель визначається сукупністю таких чинників: рівнем родючості ґрунтів; розташуванням земельних ділянок; впливом особливостей ґрунтів на питомий опір під час виконання сільськогосподарських робіт; розміром та конфігурацією земельних ділянок тощо. Сучасне використання земельних ресурсів України не відповідає вимогам раціонального природокористування. Порушено екологічно допустиме співвідношення площ ріллі, природних кормових угідь, лісових насаджень, що негативно впливає на стійкість агроландшафту. Надмірна розораність території та величезний вплив діяльності людини призвели до порушення природного процесу ґрунтоутворення, а також до ерозійних процесів. Розорані землі в Україні становлять 57 % всієї території.

Екологічна обґрунтованість землекористування повинна бути зумовлена взаємодією таких чинників: абіотичного (форми рельєфу, кліматичні показники та ін.); біотичного (межі біологічної стійкості і біопродуктивності складових земельних ресурсів) та антропогенного (структура угідь, рівень застосування агротехніки, управління і контроль стану земельних ресурсів та ін.) [1].

Наукою доведено, а практикою підтверджено, що розвиток будь-яких територій чи адміністративно-територіальних утворень прямо залежить від рівня використання земельних ресурсів. На територіях, де переважає виробництво сільськогосподарської продукції, рівень використання земельних ресурсів як основного засобу виробництва має важливе значення [2]. Тому, для забезпечення належного рівня розвитку економіки сільського господарства необхідно:

- виявити і детально вивчити природні можливості і резерви земельних ресурсів, забезпечити науково обґрунтоване повне та раціональне їх використання, раціональне використання природних ресурсів, відповідальність усіх власників і користувачів землі, органів місцевого самоврядування та державного управління за результати природних ресурсів;

- розробити науково обґрунтовані рекомендації з розміщення галузей, окремих напрямів та окремих культур сільськогосподарського виробництва в природно-економічних зонах і районах області, визначити оптимальні розміри агроформувань різної спеціалізації з урахуванням природних умов, традицій і кон'юнктури ринку та економічних показників;

- запровадити відповідно до специфіки місцевих умов науково обґрунтовану систему заходів з розвитку традиційного виробництва в повному циклі, сфери побутового та переробного обслуговування, економічно вигідне їх поєднання, здійснити заміну малоцінних і маловрожайних культур високоврожайними та перспективними, запровадити прогресивні технології тощо;

- максимально використовувати організаційні переваги, зумовлені приватною власністю на землю та нерухоме майно, орендні відносини, розвиток ринку нерухомості, який розглядати як економічний важіль створення дбайливого господаря на землі [3, с. 38].

Отже, раціональне використання земельних ресурсів – це комплекс еколого-економічно обґрунтованих організаційно-господарських, агротехнічних та інших заходів, спрямованих на збереження від руйнування і забруднення сільськогосподарських земель та підвищення урожайності вирощуваних на них культур. Раціональне землекористування передбачає застосування екологічно ефективних систем землеробства – протиерозійного та ґрунтозахисного обробітку земель, зменшення забрудненості ґрунтів, меліорації земель, регулювання мікроклімату, хімізації сільського господарства, біологічного захисту посівів від шкідників і хвороб тощо. Ці системи передбачають розробку й використання ефективних аграрних технологій на зрошуваних, осушуваних і порушених землях, створення нових сільськогосподарських угідь, лісових насаджень на незручних для використання землях, відведення земель на несільськогосподарські цілі, залучення до господарювання відпрацьованих та непридатних земель. Використовується також комплекс агротехнічних і агрохімічних заходів, що сприяє підвищенню врожайності земель.

Література

1. Розміщення продуктивних сил України: Підручник / М. Пушкар, М. Ковтонюк, М. Петрига та ін. – К.: Юридична книга, 2002. – 550 с.
2. Запольський А.К., Салюк А.І. Основи екології Підручник / За ред. К.М. Ситника. – К.: Вища школа, 2001. – 358 с.
3. Черевко Г.В. Еколого-економічні та технологічні аспекти раціонального використання земельних ресурсів / Г.В. Черевко // Економіка АПК. – 2008. – №2. – С. 37-40.

Печёная Татьяна

студентка V курса факультета экономики и менеджмента
Донбасская государственная машиностроительная академия
Научный руководитель: к.э.н., доцент Шубная Е. В.
г. Краматорск

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИТ-ОТРАСЛИ В УКРАИНЕ

Кризис в Украине обусловил высокий исследовательский интерес к таким отраслям национального хозяйства, которые в среднесрочной перспективе будут способны составить конкуренцию на мировых рынках. Одним из таких направлений является ИТ-индустрия, которая в сложившихся условиях продолжает привлекать иностранные инвестиции и создавать рабочие места. Более того ИТ-отрасль – единственная отрасль Украины, в которой на протяжении последних 10 лет наблюдается дефицит кадров.

Среди особенностей макро- и микро-среды, в которых функционирует отрасль информационных технологий Украины следует отметить [1, 2, 3]:

- практическое отсутствие государственного регулирования отрасли;
- массовая миграция специалистов;
- отсутствие конкуренции для отрасли со стороны ресурсов;
- отсутствие защиты интеллектуальной собственности;
- работа «в тени»;
- неразвитость механизмов стимулирования при внедрении прогрессивных ИТ-технологий;
- неразвитость и высокая стоимость инфраструктуры ИТ-рыноков;
- недостаток высококвалифицированных кадров для отрасли, быстрое старение их профессиональных знаний.

Согласно исследованию HighTechUkraine, в Украине работают 106 крупных ИТ-компаний (включающие 80 и более специалистов), а общее количество компаний, предоставляющих ИТ-услуги, достигло более 1 тысячи. В ИТ-отрасли в 2015 году работали более 90 тыс. человек, что на 20% выше показателя 2014-го, при этом около 60% работали в аутсорсинге [3].

Несмотря на все сложности 2016 года (риски изменения налогового законодательства, проверки правоохранительных органов, военные действия на востоке Украины), он стал годом стабилизации отрасли. При условии, что государство сохранит сбалансированную политику в отношении ИТ-индустрии, а ситуация на Востоке страны стабилизируется, есть возможность роста рынка в 2017 году на 20-30%.

Украинские эксперты в области ИТ-технологий считают, что через 7-10 лет ИТ-сфера может стать одной из крупнейших экспортных отраслей. По данным исследования ExploringUkraine IT OutsourcingIndustry 2012, Украина занимает четвертое место в мире по количеству сертифицированных ИТ-специалистов после США, России и Индии.

Ожидается, что в 2016-2020 годах совокупные налоговые поступления от ИТ в бюджет составят 36 миллиардов гривен, а вклад ИТ-индустрии в ВВП страны достигнет 5,7% в 2020 году. По данным индийской ассоциации NASSCOM, один новый программист, задействованный в отрасли, создает до 4 дополнительных рабочих мест в смежных отраслях. Это утверждение справедливо и для Украины [3].

В настоящее время большой проблемой ИТ-отрасли Украины является несбалансированность рынка. С одной стороны, наблюдается растущий дефицит профессионалов и стабильный рост зарплат, с другой – избыток специалистов с недостаточным уровнем квалификации. Впоследствии усиливается конкуренция за квалифицированные человеческие ресурсы. Квалифицированные сотрудники – не просто необходимость, а весомый источник конкурентного преимущества ИТ-компаний. В таких условиях вопрос квалификации и доступности специалистов является наиболее актуальным. В связи с этим необходимо отметить тот факт, что качество и доступность образования специалистов в сфере информационных технологий в Украине на сегодняшний день оставляют желать лучшего. Анализ научных трудов, посвященных изучению особенностей функционирования компаний ИТ-отрасли [1, 2, 3], позволил сделать вывод, что среди основных причин несоответствия базового профессионального образования ИТ-специалистов требованиям инновационной экономики можно отметить следующие:

- недостаточно высокая квалификация преподавателей ВУЗов;
- низкий уровень финансирования вузов;
- неадекватность содержания образовательных программ профессиональной подготовки ИТ-специалистов современным требованиям работодателей и изменениям конъюнктуры рынка труда;
- знания в сфере информационных технологий видоизменяются очень быстро, а система вузовского обучения не успевает за темпами их обновления.

Все это приводит к тому, что система образования в сфере информационных технологий ощутимо отстает от потребностей рыночной экономики страны и динамично развивающаяся отрасль зачастую получает специалистов, не вполне отвечающих ее требованиям.

Литература

2. Ахметова И. А., Надреева Л. Л. Региональные особенности инновационных подходов к профессиональному развитию ИТ-персонала / И. А. Ахметова, Л.Л. Надреева // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 5. – С. 362.
3. Ролик А.И. Тенденции и перспективы развития управления информационными технологиями // Вестник НТУУ «КПИ». Информатика, управление и вычислительная техника. – 2012. – №55. – С. 81-110.
4. Ястребова А.С., Терзи З.В. Предпосылки тенизации оборота сферы информационных технологий и пути его легализации в Украине / А. С. Ястребова., З.В. Терзи // БизнесИнформ. – 2014. – № 12. – С. 248-253.

Піменова Юлія

м. н. с. Інститут економіки промисловості НАН України
м. Київ

РОЛЬ ПОКАЗНИКА ЕКОНОМІЧНОЇ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ В ОЦІНЦІ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В останні роки в зарубіжних виданнях все більша увага приділяється визначенню рентабельності бізнесу з позиції власників підприємства. У вітчизняній літературі такий підхід поки описаний мало. В силу його значущості для оцінки ефективності діяльності підприємства представляється необхідним розглянути це питання більш детально.

У 70 - 80-х рр. минулого століття в розвинених країнах світу виникла необхідність створення нового механізму фінансового управління діяльністю компанії. Це пояснювалося тим, що застосовувані методи не дозволяли оцінювати діяльність компанії в довгостроковому періоді. В кінці 80-х рр. американська консалтингова компанія «Stern, Stewart and C^o» запропонувала оцінювати ефективність роботи фірми за допомогою показника економічної доданої вартості, а пізніше зареєструвала EVA як свій товарний знак. Концепція економічної доданої вартості (Economic Value Added - EVA) ґрунтувалася на тому, що головним завданням компанії є збільшення доходів [1].

Теоретичні основи сучасної концепції економічної доданої вартості були закладені в дослідженнях Маршалла і Сковелла і представлені в роботі Б. Стюарта «The Quest For Value: a Guide for Senior Managers», а також у праці Д. Янга і С. О'Бірна «EVA and Value-Based Management: a Practical Guide to Implementation» [2].

Дана концепція досить швидко стала застосовуватися провідними американськими компаніями, такими, як Coca-Cola, General Electric і ін. Незабаром їх досвід стали переймати фірми і в інших країнах.

Відповідно до цієї концепції, економічна додана вартість (EVA) являє собою прибуток підприємства від звичайної діяльності за вирахуванням податків, зменшена на величину плати за весь інвестований в підприємство капітал.

Позитивне значення EVA говорить про те, що доходи перевищують витрати на капітал, отже, капітал використовується ефективно. Негативний показник доданої економічної вартості найчастіше свідчить про некоректну інвестиційну політику. У разі, якщо аналізований показник дорівнює нулю, то це означає, що акціонери компанії фактично отримали норму повернення, яка компенсувала ризик.

Західні компанії використовують концепцію EVA як більш досконалий інструмент виміру ефективності діяльності підрозділів, ніж чистий прибуток, в зв'язку з тим, що EVA оцінює не тільки кінцевий результат, а й те, який обсяг капіталу і за якою ціною використовувався.

Якщо показник EVA обраний підприємством в якості критерію оцінки

ефективності своєї діяльності, то завдання полягає в тому, щоб підвищити його значення. Шляхами підвищення показника EVA є:

1. Збільшення прибутку при використанні колишнього обсягу капіталу;
2. Зменшення обсягу використовуваного капіталу при збереженні прибутку на колишньому рівні;
3. Зменшення витрат на залучення капіталу [3].

Застосування EVA як інструмент оцінки ефективності використання інвестованого капіталу дозволяє менеджерам компанії приймати більш обґрунтовані рішення щодо розширення прибуткових напрямків діяльності і допомагає виявити неефективне вкладення коштів у проекти, рентабельність яких не покриває витрати на залучення капіталу. На великих західних підприємствах EVA виступає основою мотивації, тобто, основою премій менеджерів, які стають більш зацікавленими в зростанні прибутковості підприємства і зростанні EVA. Тому показник економічної доданої вартості (EVA) може розглядатися як комплексний підхід, який поєднує вимоги і зацікавленість як акціонерів, так і менеджерів компанії до оцінки її діяльності.

Таким чином, можна припустити, що використання показника EVA в управлінському обліку також буде сприяти підвищенню якості оцінки ефективності діяльності підприємств України.

Однак, показник економічної доданої вартості має ряд недоліків. Основним недоліком EVA є те, що при розрахунку цього показника не враховуються майбутні грошові потоки. Це може привести до того, що менеджерами будуть прийматися інвестиційні проекти тільки з швидкою окупністю, а проекти, що вимагають великих інвестицій і тривалого часу на розробку, не будуть реалізовані компанією. Також серед мінусів показника EVA відзначають той факт, що додана економічна вартість розраховується в абсолютному вираженні, що незручно при порівнянні різних компаній. У зв'язку з цим були розроблені відносні показники EVA.

Україна в даний час має можливість запозичувати найбільш прогресивні зарубіжні технології і методи ведення бізнесу. У зв'язку з цим вітчизняним компаніям важливо впроваджувати передові механізми управління. Використання концепції економічної доданої вартості, що є однією з передових концепцій фінансового управління, дозволить вітчизняним фірмам підвищити ефективність своєї діяльності.

Визначення можливості і розробка механізмів використання концепції економічної доданої вартості у фінансовому управлінні компаніями України є актуальним завданням науки.

Література

1. Stewart, G. Bennet. The Quest for Value / Stewart, G. Bennet // Harper Business. № 4. 1991
2. Рахматуліна З.С. Еволюція категорії «додана вартість» в економічній літературі. // Вісник Челябінського державного університету - 2011. - № 31(246). - Економіка. - Вип. 33.- С. 36–39
3. Ларіонова О. Економічна додана вартість [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.finanalis.ru/litra/318/2293.html>

Полякова Юлія

студентка V курсу факультету міжнародної економіки
Одеський національний економічний університет
Науковий керівник: к. ю. н., старший викладач Ткачук А. С.
м. Одеса

КАРТОГРАФІЧНІ ТВОРИ ЯК ОБ'ЄКТИ АВТОРСЬКОГО ПРАВА

Карти, плани, креслення, ескізи, пластичні твори, що стосуються географії, геології, топографії, техніки, архітектури та інших сфер діяльності, є об'єктами авторського права. Крім того до об'єктів авторського права відносяться й похідні твори, у тому числі переробки творів науки, літератури й мистецтва, а також збірки (бази даних) та інші складові твори, які за добором або розташуванням матеріалів становлять результат творчої праці. Основним об'єктом захисту авторським правом у картографії є картографічні твори, які відповідно до законодавства України про авторське право входять до переліку творів, що охороняються [1].

До картографічних творів належать твори в будь-якій матеріальній формі, основою яких є картографічне зображення. Авторське право поширюється на картографічні твори незалежно від їх призначення, тематики, змісту, обсягу, а також способу їх відтворення в графічній, цифровій чи будь-якій іншій формі. Об'єктом авторського права є як весь картографічний твір, так і його частина, що розглядається як окрема складова незалежно від форми цієї складової (художній дизайн, переклад, фотографія тощо).

Картографічними творами, що охороняються, є:

- усі види атласів, карт, планів, картосхем незалежно від їх форми та виду носія інформації;
- аерокосмофотокарти, аерокосмофотоплани, аерокосмофотосхеми, їх похідна продукція;
- цифрові карти й плани (цифрові моделі місцевості), інша картографічна інформація на машинних носіях, їх програмне забезпечення;
- картографічний зміст глобусів, рельєфні карти та плани, похідні пластичні твори;
- рекламна картографічна продукція;
- схеми, ескізи, ілюстрації, що стосуються географії, топографії, картографії, архітектури тощо [2].

Оскільки тематичні карти часто розробляються не картографами, а фахівцями-геологами, ґрунтознавцями й іншими, то в результаті ними створюються, як правило, авторські оригінали, авторські макети та авторські ескізи [3, с. 48].

Авторськими оригіналами називають точні рукописні карти, виконані в масштабі видання з доброю графічною якістю та з необхідними точністю, повнотою й детальністю.

Авторські макети – це цілком достовірні карти, але виконані не в суворій відповідності з технічними вимогами, часто їх готують у більшому масштабі (на фотографічно збільшеній основі) з використанням укрупнених позначень, потовщених ліній та інших, що допускає знижену якість графічного виконання.

Авторські ескізи – начерки, що відображають загальний задум карти стосовно її змісту та оформлення й потребують при подальшій роботі з ними звернення до першоджерел, удосконалення легенди та в кінцевому рахунку виготовлення повноцінного оригіналу. Із усього викладеного випливає, що фактом створення закінченого твору-карти можна вважати створення складеного оригіналу, авторського оригіналу й певною мірою авторського макета.

Основними творчими процесами при створенні карти є:

- розроблення змісту карти;
- розроблення легенди карти;
- розроблення умовних знаків;
- виконання генералізації (відбирання, узагальнення тощо);
- розміщення найменувань географічних об'єктів.

Говорячи про творчі процеси створення карти, не можна не приділити уваги процесу редагування. Термін «редагування» в картографії принципово відрізняється від загальноприйнятого терміна «редагування» у видавничій сфері. У всіх публікаціях, присвячених авторському праву, підкреслюється, що редагування будь-якого створеного твору не є творчим процесом, а редактор не може вважатися автором. У картографії ситуація прямо протилежна. Редагування – це розроблення змісту та раціональних методів створення карти. Редагування карт включає: вивчення картографованої території в географічному відношенні й виявлення її типових особливостей, що підлягають відображенню на карті; збирання картографічних матеріалів та складання рекомендацій із використання; розроблення математичної основи карти тощо [4, с. 42].

Іншими словами, основні творчі процеси мають місце саме при редагуванні карти. Редактор, який виконав розробку змісту карти, підготував редакційний план або редакційно-технічні вказівки, є одним з основних авторів карти поряд з упорядником, що безпосередньо виконував роботи з її складання.

Підсумовуючи вищевикладене, насамперед можна зробити висновок, що географічні карти та атласи є об'єктами авторського права, оскільки процес їх створення завжди містить творчі елементи, які, однак, обмежені вимогами законодавства щодо створення та виготовлення картографічної продукції.

Література

1. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23 грудня 1993 р. // Відомості Верховної ради України. – № 3792 – Ст. 15. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>
2. Про топографо-геодезичну і картографічну діяльність: Закон України від 23.12.98 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 5-6, Ст. 46. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/353-14>
3. Салищев К.А. Составление карт // Учебник для гос. Университетов – М: 1978. – 250 с.

4. Яковлева Р.Б. Топографические карты как объект интеллектуальной собственности // Геодезия и картография. – 2005 – № 2 – 230 с.

Романенко Юлія

Студентка I курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонський державний університет

Науковий керівник: д.е.н., професор Ушкаренко Ю.В.

м. Херсон

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЖИТЛОВОГО БУДІВНИЦТВА УКРАЇНИ

На сьогоднішній день однією з проблем суспільства є забезпечення громадян житлом. Приріст житла за період 1990-2013 рр. склав всього 19%, у той же час відбувався стрімкий приріст забезпечення житлом, який був зумовлений не будівництвом нового житла, а скороченням населення. Проблема значно ускладнилась через зміну структури черги: якщо раніше на черзі перебували всі, хто отримав право на постановку на квартирний облік, то зараз серед тих, хто перебуває на черзі, переважають малозабезпечені громадяни, які не здатні самотійно розв'язати житлову проблему [1, с. 234].

Найголовніша причина кризової ситуації, що призвела до загострення житлової проблеми – це глибокий інвестиційний спад. Розвиток будівельного сектору є важливим напрямком національної економіки. Ця галузь потребує довгострокових інвестицій, але українські будівельні компанії не мають достатньої кількості коштів для виконання масштабних будівничих проектів. У зв'язку з тим, що отримання прибутку від цієї галузі є довготривалим, інвестори віддають перевагу галузям національного господарства з більш коротким терміном окупності вкладених коштів.

Для того, щоб збільшити темпи будівництва житла та підвищити його якість, необхідно розвивати виробництво будівельних матеріалів. Значний знос виробничих потужностей промисловості будівельних матеріалів, в першу чергу машин та обладнання, використання застарілих, енерговитратних технологій з виробництва будівельних матеріалів, виробів і конструкцій впливає на зростання собівартості будівельної продукції і, як наслідок, призводить до збільшення вартості житла і скорочення платоспроможного попиту на нього. Тому на сьогоднішній день основним завданням інвестиційної політики в будівельній галузі є знаходження тих основних напрямків, які дозволять підтримувати темпи її економічного зростання [1, 115].

Серед необхідних факторів привабливості фінансування житлового будівництва вважаються господарська самотійність будівельних організацій, свобода підприємництва, участь держави в розробці й реалізації програми забезпечення житлом населення, різноманітні форми власності, ліквідація монополізму відомств і будівельних організацій, свобода внутрішнього і зовнішнього ринку, регулювання взаємин між організаціями на основі договорів і вільних цін. Такий комплексний підхід доводить привабливість і ефективність інвестування коштів у будівництво житла в населених пунктах з

метою розвитку житлового будівництва в країні (регіоні), підвищення доступності житла, розвитку підприємств, що інвестують кошти в будівництво житла.

Крім бар'єрів, пов'язаних з фінансовим забезпеченням будівництва, розвиток ринку житлового будівництва стримує значне податкове навантаження та наявність адміністративних бар'єрів у будівництві, зокрема, при отриманні документації щодо дозволу на будівництво. Наприклад, будівництво житлових будівель зросло на 6,6% (на 2015 р.), завдяки спрощенню процедур отримання дозволів на будівництво [2, с. 350].

Ще однією з найважливіших проблем є недостатня кількість кваліфікованих працівників. Частково це пов'язано з тим, що будівельні професії не є престижними серед молоді через недостатньо високу оплату порівняно з великими затратами праці. Поряд з тим тисячі кваліфікованих будівельників знаходять попит на свою працю поза межами України [1, с. 117].

Слід зауважити, що розвиток житлового будівництва напряму залежатиме від економічної та соціальної стабільності в країні. Тому державна політика має бути спрямована, перш за все, на зниження інфляції, відновлення економічного зростання, стабілізацію грошового обігу, скорочення дефіциту бюджету, зміцнення національної валюти, підвищення добробуту населення.

Важливе значення в процесі житлобудівництва відіграє міграція. Міграція, як джерело потреби у житлі, формується двома чинниками: внутрішня міграція між регіонами і населеними пунктами, а зовнішня – імміграційними потоками з інших країн. Останнім часом чисельність населення міст збільшується за рахунок переселення людей з сільських місцевостей або малих міст. Таким чином попит на житло у великих містах зростає значно швидше, ніж в середніх і малих. Відповідно до законів ринку і ціна на житло швидше росте у великих містах.

Отже, можна зробити висновки, на розвиток будівельної галузі впливають такі фактори як: зменшення інвестицій; падіння реального платоспроможного попиту населення; відтік капіталу в інші галузі; міграційні процеси; недостатня кількість кваліфікованих працівників; застосування нових технологій.

Література

1. Манцевич Ю.М. Соціально-економічні проблеми розвитку житлового господарства України і стратегія його удосконалення: [монографія] /Ю.М. Манцевич. – К.: ПРОФІ, 2007. – 388с.
2. Перетянка А.Ю. Перспективи розвитку житлового будівництва в Україні / А.Ю. Перетянка // Вісник економіки транспорту і промисловості. –2014. – С. 349-353.

Росецька Юлія

к.е.н., доцент кафедри ЗЕТ та ЕП

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, Україна

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Дослідження багатьох науковців підтверджують факт, що саме за рахунок інноваційного розвитку більшість розвинутих країн світу досягли високої конкурентоспроможності та стійкого економічного зростання. Дійсно, інновації сприяючи структурному оновленню економіки, підвищенню продуктивності праці, зростанню питомої ваги наукоємних галузей у структурі виробництва та експорту, підвищенню якості продукції і розширенню ринків збуту, підвищують продуктивність та конкурентоспроможність національної економіки.

У перекладі «інновація» означає «втілення наукового відкриття, технічного винаходу в новій технології або новому виді виробу». Уперше в науковий лексикон термін «інновація» введений Й. Шумпетером. Він трактує інновацію як «нову науково-організаційну комбінацію виробничих чинників, створену підприємницьким духом» [1]. Згідно Ф. Ніксона, інновація – це сукупність виробничих, технічних і комерційних заходів, які ведуть до появи на ринку нових та вдосконалених промислових процесів і обладнання. На думку Б. Санто, інновація – це такий суспільно-техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей та винаходів приводить до створення кращих за своїми якостями виробів, технологій та дає прибуток [цит. по 2].

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» під інноваціями розуміють новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [3]. Євразійська рада зі стандартизації, метрології та сертифікації визначає інновації як нові або вдосконалені технології, види продукції або послуг, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що сприяють просуванню технологій, товарної продукції та послуг на ринок [4].

Отже, вже з визначення інновацій зрозуміло, що вони є одним з головних факторів підвищення конкурентоздатності економіки, дають змогу країнам, що володіють інноваційними перевагами, займати провідне місце в світі.

Традиційно конкурентоспроможність трактується як зумовлене економічними, соціальними і політичними чинниками стійке становище країни або її продуцента на внутрішньому та зовнішньому ринках. В умовах відкритої економіки конкурентоспроможність може бути визначена як здатність країни протистояти міжнародній конкуренції на власному ринку та ринку інших країн.

Всесвітній економічний форум (ВЕФ), запропонувавши Глобальний індекс конкурентоспроможності (ГІК) надає таке визначення конкурентоспроможності: «Ми визначаємо конкурентоспроможність як набір

інститутів, стратегій і факторів, які визначають рівень продуктивності країни... є безліч комплексних детермінантів конкурентоспроможності ... ГІК пропонує середньозважене значення багатьох різних компонентів, кожен з яких відображає один аспект тієї реальності, яку ми називаємо конкурентоспроможністю» [5]. Динаміку конкурентоспроможності України за даними ВЕФ можна прослідкувати у табл. 1. З таблиці видно, що за період 2005-2015 рр. ГІК України поступово збільшується, як, власне і індекс технологій і розвитку інновацій. Однак, негативними факторами, що уповільнюють поступове зростання залишаються якість суспільних інститутів та макроекономічного середовища.

З огляду на це, можна стверджувати, що необхідною умовою для підвищення конкурентоспроможності за рахунок інноваційного розвитку має стати покращення якості суспільних інститутів та макроекономічного середовища. Недосконалість інституційного середовища, внаслідок пережитків радянських часів, призводить до різного роду викривлень у макроекономічному середовищі, створює нерівні правила гри для різних суб'єктів господарювання, викликає зростання трансакційних витрат в економіці України [7].

Таблиця 1

Конкурентоспроможність України за даними ВЕФ у 2005-2015 рр.*

Рік	Кількість досліджуваних країн	Індекс зростання конкурентозданості	Місце в рейтингу	Індекс технології	Місце в рейтингу	Індекс суспільних інститутів	Місце в рейтингу
2005	117	3,3	84	2,82	85	3,56	90
2006	125	3,89	78	2,71	90	3,14	104
2008	134	4,09	72	3,4	65	3,3	115
2009	133	3,95	82	3,4	80	3,1	120
2010	139	3,9	89	3,4	83	3	134
2012	144	4,1	73	3,6	81	3,1	132
2013	148	4,1	84	3,3	94	3	137
2014	144	4,1	76	3,5	85	3	130
2015	140	4	79	3,4	86	3,1	130
2005	117	3,52	78	х	75	х	х
2006	125	4,27	74	х	81	х	х
2008	134	4,6	91	3,9	80	3,4	52
2009	133	4	106	3,6	91	3,2	62
2010	139	3,2	132	3,5	100	3,1	63
2012	144	4,4	90	3,7	91	3,2	71
2013	148	4,2	107	3,7	97	3	93
2014	144	4,1	105	3,7	99	3,2	81
2015	140	3,1	134	3,7	91	3,4	54

*Розраховано нами за даними [6]

Література

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М. – «Эксмо», 2007 – 864с.

2. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: Навч. Посібник. – К.: КНЕУ, 2003. – 504с.
3. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 № 40-IV
4. Инновационная деятельность. Термины и определения: ГОСТ 31279 – 2004. – Мн.: Белгосстандарт, 2005. – 29. – Межгосударственный стандарт.
5. Гальчук А. А. Інновації як чинник конкурентоспроможності економіки // Економіка та держава. – № 9. - 2015. - С. 136-138.
6. Звіти про глобальну конкурентоспроможність (2005-2015). Електронний ресурс: <http://www.weforum.org/reports>
7. Росецька Ю.Б. Специфіка монополій радянського типу та інституційні особливості переходу України до конкурентного ринку // Науковий вісник. ОДЕУ. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – 2007. – № 3 (40). – С. 34

Румянцев Олександр

здобувач кафедри політичної економії
Київського національного економічного університету
Імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник: д.е.н., професор Мельник О.М.
м.Київ

ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДГРУНТЯ ПРИСКОРЕНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В умовах перманентних кризових процесів, що охоплюють національні господарства, пошук шляхів забезпечення прискореного економічного розвитку, стабільних темпів зростання набуває пріоритетного значення.

Проблеми прискореного економічного розвитку дедалі більше знаходять відображення в економічній літературі. Зокрема, слід відмітити наукові праці таких авторів, як К.Вайс, В.І.Вернадський, Б.Гейман, Т.Л.Девіс, Г.Дейлі, Ф.Дж.Діксон, В.Л.Іноземцев, О.М.Мельник, М.Фелдман, Р.Дж.Ховард тощо.

Розгляд теоретико-методологічних основ прискореного економічного розвитку потребує більш детального аналізу категорії «економічний розвиток», розгляду поглядів та концепцій різних вчених, а також факторів, що формують дане явище.

Розвиток є ключовим етапом у процесі безперервних економічних змін. Економічний розвиток – це поняття, що позначає перехід від одного етапу економіки до іншого, при якому в новому періоді не тільки збільшується виробництво тих самих товарів і послуг, що вже вироблялися раніше, а має місце й виробництво нових товарів і послуг з використанням нових технологій порівняно з попереднім періодом.

Сьогодні більшість вчених вже не розглядає економічний розвиток як лінійний процес. Науковці називають це явище рухом за одним з великої кількості варіантів можливих змін. [1, 8 ст]

Важливою характеристикою економічного розвитку є час, протягом якого відбуваються певні зміни. Саме він є ключовою ознакою, за якою економічний

розвиток можна поділити на два основні типи – стабільний, чи еволюційний та прискорений (див. рис. 1.)



Рис. 1. Класифікація типів та видів економічного розвитку
Джерело: складено на основі [1]

Стабільні темпи зростання, які здатні тривалий час коливатися навколо певного рівня, дають підстави вирізнити стабільний, чи еволюційний, тип економічного розвитку. Для цього типу характерні також розтягнуті в часі, повільні, поступові зміни в структурі й характері суспільства, його продуктивних силах, економічних відносинах і інститутах. При цьому ці зміни відбуваються протягом тривалого періоду. [1, 347 ст]

Стабільному типу економічного розвитку протиставляють прискорений тип. Прискорений економічний розвиток – це розвиток, за якого темпи зростання є стабільно вищими за темпи, що притаманні стабільному, чи еволюційному, типу розвитку. Метою прискореного розвитку є швидке створення чи удосконалення продуктивних сил за допомогою зміни економічної системи. [1, 350 ст]

Прискорений економічний розвиток є неоднорідним по своїй структурі. Враховуючи такі критерії, як якісні та кількісні характеристики темпів зростання, рівень розвитку країни тощо, виокремлюють три види прискореного розвитку (див. рис. 1):

- лідируючий;
- наздоганяючий;
- випереджувальний. [2]

Лідируючий вид прискореного економічного розвитку здійснюється країнами-лідерами, що вже здійснюють власну інноваційну діяльність, таким чином створюючи основу для нових технологічних укладів. Протягом століть даний вид застосовувався рядом країн, серед них слід виділити сучасні Сполучені Штати Америки (друга половина XX століття – сьогодні) та Велику Британію (кінець XVIII – початок XIX століття).

Наздоганяючий вид прискореного економічного розвитку здійснюється країнами, що розвиваються. Уперше на науковому рівні концепція «наздоганяючого розвитку» почала активно розроблятися усередині XX століття, і це було пов'язано з дискусіями щодо принципів побудови післявоєнного періоду. Серед перших робіт, присвячених даній проблематиці,

можна виділити проаналізовану нами книгу Е. Стейлі «Світовий господарський розвиток: вплив на розвинуті індустріальні країни» [3]

Зрештою, головною ознакою випереджувального виду прискореного економічного розвитку є досягнення темпів зростання, що в півтора-два рази перевищують темпи зростання розвинених країн. В основі такого розвитку лежать запозичені інновації, що одразу ж впроваджуються в національну економіку. Паралельно ведеться здійснення власних розробок в галузі новітніх технологій для передових технологічних укладів.

Таким чином, економічний розвиток не є лінійним процесом. Він може бути прогресивним та регресивним, а також еволюційним (стабільним) та прискореним. Прискорений економічний розвиток – це розвиток, за якого темпи зростання є стабільно вищими за темпи, що притаманні еволюційному, типу розвитку. Метою прискореного розвитку є швидке створення чи удосконалення продуктивних сил за допомогою зміни економічної системи.

Література

1. Мельник О.М. Економічний розвиток: логіка господарського прогресу. Навчальний посібник – К.: КНЕУ, 2013. – 425 стор.
2. Гайдар Е.Т. Аномалии экономического роста. – Гайдар Е.Т. Сочинения. – М.: Евразия, 1997.
3. Staley E. World economic development: effects on advanced industrial countries / Eugene Staley. – Montreal : International Labour Office, 1944. – 218 p.

Савкова Анастасія

студентка V курсу факультету міжнародної економіки
Одеський національний економічний університет
Науковий керівник: к. ю. н., старший викладач Ткачук А. С.
м. Одеса

ПЛАГІАТ ЯК ПОРУШЕННЯ АВТОРСЬКИХ ПРАВ

Відомо, що кожна держава зацікавлена в реалізації прав своїх громадян, зокрема прав осіб, чий інтелектуальні зусилля спрямовані на формування творів літератури, науки та мистецтва. Проте сьогодні найпоширенішою формою порушення у сфері авторського права є плагіат. На перший погляд масштаб порушення авторських прав від плагіату не настільки очевидний, як при піратстві та контрафакції. Однак наслідки плагіату не менш руйнівні, ніж від інших порушень прав інтелектуальної власності. В результаті привласнення чужих результатів інтелектуальної діяльності шкода заподіюється не тільки правовласникам, а й споживачам та державі.

Актуальні питання порушення авторських прав, зокрема питання плагіату, досліджувалися в наукових роботах: В.В. Волікова, І.П. Дзєбко, В.С. Петренко, Є.І. Харитонові, Є.О. Харитонова, Р.Б. Шишки.

Метою статті є розкриття сутності і ознак поняття «плагіату» як одного з порушень авторських прав на підставі аналізу законодавства України.

Згідно з Законом України «Про авторське право і суміжні права» плагіат визначається як оприлюднення (опублікування), повністю або частково, чужого твору під іменем особи, яка не є автором цього твору [1, ст. 50]. Тобто, зафіксовані наступні ознаки, за якими використання твору може бути визнано як «плагіат», а саме: оприлюднення (опублікування твору) повністю або частково чужого твору; твір оприлюднюється під іменем особи, яка не є автором цього твору.

В сучасному суспільстві плагіат є майже нормою і має характер неконтрольованого явища, хоча згідно нормативно-правової бази повинен каратися, виходячи з чинного законодавства. Дане порушення вже стало «частиною науки». Так, деякі дослідники права інтелектуальної власності вказують на те, що: «елементарне списування при підготовці дисертацій, монографій, підручників, статей стає майже нормою, і тому, як наслідок, – низька якість кандидатських і докторських дисертацій, відсутність реальної відповідальності за плагіат, девальвація наукових ступенів і вчених звань, падіння престижу науки тощо» [2, с. 12]. Але, не дивлячись на вищезгадані обставини та реалії наукового буття, доводиться часто стикатися зі скаргами та претензіями авторів, які знаходять в інших творах власні уривки із раніше оприлюднених чи опублікованих творів. При цьому абсолютно не згадується ім'я справжнього автора використаного іншою людиною тексту.

Різновидом плагіату є так звані компіляції, які є плагіатом у замаскованому вигляді, тобто у процесі створення певної праці використовується чужий матеріал без самостійного дослідження та опрацювання джерел. Кожен науковець розуміє, що компіляції, при виконанні певних видів наукових робіт, це порушення авторських прав інших осіб та різновид плагіату, однак законодавство чітко не фіксує дані дії як порушення авторських прав.

Крім того, в результаті плагіату автору завдається моральна та матеріальна шкода. У зв'язку з цим важливе значення має також застосування юридичних способів захисту прав інтелектуальної власності від плагіату, застосування до плагіаторів санкцій, передбачених чинним законодавством.

В Україні за плагіат передбачена цивільно-правова, адміністративно-правова та кримінально-правова відповідальність.

Найбільш поширеним є цивільно-правовий захист авторських прав від плагіату. Способи захисту авторських прав передбачені в статтях 16 та 432 Цивільного кодексу України та статті 52 Закону України «Про авторське право і суміжні права» [3; 1].

Як свідчить аналіз судової практики з розгляду спорів про порушення авторських прав від плагіату, переважно захист здійснюється наступними способами: заборона подальшого використання незаконно створених творів, стягнення компенсації та моральної шкоди, публікація в засобах масової інформації відомостей про порушення авторських прав та змісту судового рішення щодо такого порушення. При цьому автори, чії права порушені в

результаті плагіату, вибирають одночасно кілька способів захисту, наприклад, виплату компенсації і відшкодування моральної шкоди [4].

Отже, плагіат – одне з порушень авторських прав, суть якого полягає в привласненні авторства на чужий твір або його частину. На основі законодавства України та практики його застосування можемо зробити висновок: плагіатом визнається привласнення авторства на ту частину твору, яка носить творчий характер, виражає основні ідеї твору науки, літератури, мистецтва, відповідає критеріям охорони твору, встановленим в законі.

Література

1. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23 грудня 1993 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 13 – Ст. 64. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>

2. Йосип Б. Плагіат як явище наукового буття // Б. Йосип // Юридичний вісник України. – 2008. – № 26. – С. 12

3. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40–44. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15/page>

4. Про практику застосування господарськими судами законодавства про захист прав на об'єкти авторського права і суміжних прав (за матеріалами справ, розглянутих у касаційному порядку Вищим господарським судом України): Оглядовий лист Вищого господарського суду України від 6 травня 2005 р. № 01–8/784. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/v_322600-10

Сейрік Олена

студентка IV курсу факультету обліково-економічного
Одеський національний економічний університет

Науковий керівник: завідувач кафедри к.е.н., доцент Волкова Н.А.

м. Одеса

ФОРМУВННЯ ДОХОДІВ ТА ВИТРАТ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Важливою складовою економіки України є торгівля, яка функціонує в умовах різких динамічних змін економічного середовища. Діяльність підприємств у будь-якій сфері, зокрема торгівлі, спрямована на отримання позитивних фінансових результатів. Результат діяльності торговельного підприємства це порівняння доходів від реалізації товарів і витрат на їх створення [1].

Стандарти бухгалтерського обліку визнають доходи у всіх сферах підприємницької діяльності як збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які приводять до зростання власного капіталу (за винятком його зростання за рахунок внесків власників) за умови, що їх оцінка може бути достовірно визначена [2]. Відповідно сукупний дохід торговельного підприємства у загальноекономічному плані складається з товарообороту (доходу від реалізації товарів), інших доходів від звичайної діяльності і надзвичайних подій. Однак основна частина обсягу товарообороту

формується за рахунок купівельної вартості реалізованих товарів, яка фактично є не стільки доходом, скільки елементом грошового потоку торговельного підприємства.

Основним принципом формування витрат є відповідність їх доходам. Для визначення фінансового результату порівнюють доходи звітного періоду з витратами, що були здійснені для отримання цих доходів. При цьому доходи і витрати відображаються в момент їх виникнення, незалежно від дати надходження активів.

Витрати підприємства формуються в процесі використання ресурсів при здійсненні певної його діяльності. Вони мають різну цільову спрямованість, але найбільш загальним і принциповим є поділ їх на операційні, фінансові, інвестиційні та надзвичайні витрати, а також податок на прибуток і дивіденди.

В процесі господарської діяльності формуються витрати підприємства в цілому та його структурних підрозділів. Витрати підприємства в цілому визначаються як сума зменшення вартості активів або зменшення власного капіталу (збиток) [3]. Джерелом покриття витрат підприємства є його доходи, які збільшують вартість активів на суму витрат, здійснених для отримання цих доходів, і суму одержаного чистого прибутку [4].

Торгові підприємства прагнуть одержувати такі доходи, які не тільки покривають видатки, але й достатньою мірою їх перевищують. Факт перевищення доходів над витратами, пов'язаними з діяльністю підприємства, означає, що підприємство має прибуток – позитивний фінансовий результат [5].

Отримання своєчасної, достовірної інформації про отримані доходи та понесені витрати торговельних підприємств є необхідним не лише задля визначення прибутковості діяльності, але й для визначення стратегічних напрямів подальшого успішного функціонування підприємства, що потребує подальших досліджень у заданому напрямку.

Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: затверджене наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73, зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід»: затверджене наказом Міністерства фінансів України від 29.11.1999 р. № 290, зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. № 318, зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>
4. Гринів Б.В. Економічний аналіз торговельної діяльності: навч. посібник / Б.В.Гринів – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 392 с.
5. Ілюхіна Н.П. Шляхи вдосконалення обліку доходів та витрат на торговельних підприємствах / Н. П. Ілюхіна // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2014. - Вип. 2. - С. 61-64. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2014_2_12

Семенченко Владислав

студент IV курсу факультету економіки та менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник : к.е.н., доцент Федяєва М.С.

м. Херсон

РОЗВИТОК РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Регуляторна діяльність органів місцевого самоврядування є відносно автономною частиною загальної системи регулювання у сфері загальнодержавного управління. Між ними існує певний змістовний зв'язок, що знаходить, насамперед, своє відображення в єдності принципів, на основі яких здійснюється функція регулювання у системі державного управління та в системі місцевого самоврядування.

Держава спрямовує регуляторну діяльність органів місцевого самоврядування на реалізацію мети та завдань державної регуляторної політики, у яких відображаються основні сторони соціального призначення держави в сфері господарювання. А це означає, що функції органів місцевого самоврядування щодо регулювання господарської діяльності є похідними від державних функцій. Здійснюючи свої повноваження на засадах правової, організаційної та матеріально-фінансової автономії, органи місцевого самоврядування діють, образно кажучи, як «продовжена рука держави». При цьому вони, реалізуючи надані їм законом повноваження, в яких зафіксований загальносуспільний (загальнодержавний) інтерес, діють, ясна річ, в інтересах місцевого населення, внаслідок чого відбувається поєднання місцевих та державних інтересів.

Проведений аналіз повноважень державних регуляторних органів свідчить про наявність у змісті державного регулювання різних видів відповідно до компетенції регуляторних органів. Спільною для всіх видів регулювання є мета його здійснення, хоча кожен наділений певними характерними для нього рисами. Розглянуті види регулювання в цілому становлять систему державного регулювання національної економіки, яка відіграє значну роль у забезпеченні правового господарського порядку в державі.

Ринкова економіка України, підприємництво висунули нові вимоги до системи державного регулювання національної економіки в тому числі: визначення його об'єкта, мети, завдань, принципів реалізації, методів, форм, засобів тощо.

Децентралізацію влади передусім необхідно супроводжувати додатковою фінансово-інституційною підтримкою для менш розвинених регіонів, що починають процес трансформацій. Загалом же вивчення досвіду інших країн засвідчує, що позитивні результати рішуче переважають над негативними наслідками децентралізації як на пряму розвитку регуляторної політики

держави в контексті євроінтеграційних процесів у національній економіці, при цьому загальні позитивні ефекти проявляються в середньому терміні 5-7 років.

Досвід Польщі, а також інших країн ЄС вказує на те, що поняття децентралізації тісно пов'язане з розвитком інституту територіального самоврядування, обґрунтованого нами як інструмент реалізації регуляторної політики держави. Саме тому його ототожнюють із потребою створення в державі такої моделі організації публічної адміністрації, в якій рішення, що стосуються публічних справ, піднімалися б якомога ближче до місця їх подальшої реалізації. Це уможливило б краще визначення потреб, збільшило б прозорість, а тим самим і раціональність регулювання публічних ресурсів

Зміна інститутів, безумовно, впливає на динаміку інституціонального і економічного розвитку, але цей вплив може бути як позитивним, так і негативним. Наприклад, небезпеку для України у випадку наслідування досвіду Польщі може становити відсутність стабільного зовнішнього джерела фінансування запроваджуваних реформ (інституціональних змін). Крім того, відрізняється і візовий режим між Польщею та ЄС (на етапі регуляторних реформ) та візовий режим між Україною та країнами ЄС сьогодні. При цьому візовий режим не тільки поживляє і зміцнює економічні зв'язки, але і сприяє зміні ідеології українського населення під впливом набутих вражень і закріпленого досвіду щодо рівня життя країн ЄС.

Література

1. Гальцова О.Л. Державне регулювання економіки в контексті євроінтеграційних устремлень України: [Монографія] / О.Л.Гальцова; Класичний приватний університет. – Запоріжжя: Вид-во КПУ, 2014. – 308 с.
2. Губені Ю. Регуляторна політика в Україні: від реформи до практики / Ю. Губені // Економіка України: [Науковий журнал]. – 2006. – №3. – С.33 – 39.
3. Капогузов Е.А. Европейский опыт дебиюрократизации и возможности его применения на постсоветском пространстве / Е.А. Капогузов // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая. – Донецк: ДонНТУ, 2010. – Выпуск 38 (1). – С. 84 – 87.

Сорокіна Альона

студентка V курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: проф.. Ушкаренко Ю.В.

м. Херсон

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ В ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

В умовах постіндустріального суспільства, глобальних змін світового господарства та світової невизначеності ключовим стає стабільний розвиток сучасної економіки.

Проблема розвитку сучасної економіки займає ключове місце в постіндустріальному суспільстві, оскільки сучасна економіка характеризується

стабільним розвитком з визначальним впливом інтенсивних факторів. Серед сукупності факторів для забезпечення стабільного розвитку економіки в умовах постіндустріального суспільства мають пріоритетне значення інтенсивні фактори (інвестиції, інновації).

Дослідженням проблем розвитку сучасної економіки в умовах постіндустріального суспільства присвячені праці таких вітчизняних та зарубіжних вчених: В. Ростоу, Р. Арона, Дж. Гелбрейта, Д. Белла, С. Крука, С. Леша, О. Тоффлера. Значний внесок в розробку основних положень постіндустріального суспільства належить російським і українським вченим: В. Бузгаліну, О. Белорусу, В. Гейцю, С. Глазьеву, В. Іноземцеву, В. Полтеровичу, Д. Львову, Є. Ясіну, А. Чухну.

Постіндустріальне суспільство — стадія суспільного розвитку, що приходить на зміну державно-монополістичному капіталізму, тобто індустріальному суспільству. Це суспільство знаходиться на стадії розвитку, у сфері послуг якого зайнято не менше 50 відсотків працюючого населення. Воно виробляє як аграрні, так і промислові товари, які набагато перевищують власні потреби. Крім надвиробництва, йому властиві ускладнення соціальних зв'язків, спрямованість у майбутнє, максимальний розвиток маркетингу, велика роль наукових досліджень, освіти, престиж освіченості, динамічна міжособистісна комунікація [2, с. 29-35]. Іншими особливостями сучасної економіки в умовах постіндустріального суспільства можна вважати:

- рольовий характер взаємодії (очікування та поведінка людей зумовлюються їх суспільним статусом і соціальними функціями);
- поглиблений розподіл праці;
- формальна система регулювання відносин (на основі писемного права, законів, положень, договорів);
- секуляризація (набуття світських ознак) релігії;
- виокремлення різноманітних соціальних інститутів [1].

Постіндустріальна економіка складається з економіки послуг і економіки знань, інформації, контролю, управління, її визначають як таку що, засновану на знаннях. Оскільки економіка завжди була заснована на знаннях, то знання, енергія і організація - це ті первинні чинники, якими володіли та володіють люди. Заснована на знаннях економіка постіндустріального суспільства відрізняється від попередніх суспільних формацій наступними ознаками:

1. знання в продуктах і послугах формує велику частину створюваної вартості;
2. економіка постіндустріального суспільства пов'язана, з виробництвом, зберіганням, передачею і використанням знань, та набуває все більш істотного значення.
3. характерною рисою економіки, заснованої на знаннях, є перетворення працівників, зайнятих виробництвом, передачею і використанням знань, в домінуючу групу в загальному числі зайнятих [4, с. 14-28].

Важливим надбанням постіндустріального розвитку стане подолання протиріччя індустріальної епохи між необмеженими потребами й обмеженими

ресурсами. Інформація і знання необмежені і не можуть бути монополізовані окремою частиною суспільства. Необмеженість базового ресурсу, що підсилюється творчим характером праці, повертає дослідників до проблем вартості, адже робоча сила в новому суспільстві втрачає товарний характер. Вартість робочої сили за таких умов визначається не вартістю життєвих благ, необхідних для її відтворення, а цінністю чи корисністю знань і вмінь [5, с. 24].

Отже, для досягнення відповідності національної інноваційної системи постіндустріальним тенденціям розвитку сучасної економіки необхідне визначення власних інноваційних пріоритетів та активніша участь держави у інституційному забезпеченні інноваційних змін. Для цього потрібна концентрація ресурсів на розвитку складових нового укладу перспективних виробничо-технологічних комплексів з відповідною системою управління фінансовими потоками. Така система має складатися з механізмів фіскальної, монетарної, валютної політики, які будуть орієнтовані на постіндустріальні зміни.

Література

1. Гражевська, Н. І. Економічні системи епохи глобальних змін [Текст] / Н. І. Гражевська. – К.: Знання, 2008. – 431 с.
2. Гражевська, Н. І. Траєкторії економічних трансформацій в умовах глобалізації [Текст] / Н. І. Гражевська // Банківська справа. – 2006. – № 4. – С. 29-35.
3. Чухно, А. А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України [Текст] / А. А. Чухно. – К. : ЛОГОС, 2003. – 617 с.
4. Чухно, А. Актуальні проблеми розвитку економічної теорії на сучасному етапі [Текст] / А. Чухно // Економіка України. – 2009. – № 4. – С. 14-28.
5. Чухно, А. Актуальні проблеми розвитку економічної теорії на сучасному етапі [Текст] / А. Чухно // Економіка України. – 2009. – № 5 – С. 15-35.

Ткаченко Наталія

студентка III курсу факультету менеджменту
Уманський національний університет садівництва
Науковий керівник: викладач Парубок Н.В.
м. Умань

ТУРИЗМ ЯК ВИД ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА СКЛADOVA СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Останніми роками туризм почав потужно розвиватися і тому сьогодні туристична сфера – це потужна ланка економічного розвитку як окремих регіонів галузей, так і країни загалом. В'їзний туризм для багатьох країн світу є одним з найбільших джерел валютних надходжень і одночасно створення атмосфери відкритості та гостинності, що дозволяє залучити мільйони нових туристів, поповнити бюджети різних рівнів, сприяти укріпленню авторитету країни на міжнародному рівні. Нині визнається, що туризм здатний активно впливати на економіку регіону, в якому він розвивається, на його господарську, соціальну і гуманітарну детермінанти й тому важливим напрямом диверсифікації соціально-економічної діяльності регіонів виступає саме

розвиток туризму [1]. Завдяки туризму відбувається збереження й розвиток культурного потенціалу, веде до гармонізації відносин між різними країнами й народами, змушує уряди, громадські організації й комерційні структури брати активну участь у справі збереження й оздоровлення навколишнього середовища [4, с. 58].

Україна має надзвичайно вигідне географічне та геополітичне розташування, розвинену транспортну мережу, володіє значними природно-рекреаційними та історико-культурними ресурсами. Туризм як сфера діяльності достатньо диференційована і дає різноманітні можливості для організації подорожей. Практично будь-який запит туристів може бути задоволений через ринок туристичних послуг. Індустрія туризму й суміжні галузі (так званий туристський сектор) надають роботу все більшій кількості людей. Для все більшого числа жителів планети туристські подорожі стають основним видом відпочинку [2, с. 34].

Революційні зміни, що відбуваються в галузі інформатики й розвитку засобів транспорту й комунікацій роблять туризм більш доступним для населення. Цьому також сприяють інтенсифікація глобалізаційних тенденцій у світовому розвитку, підвищення ступеня економічної й політичної «відкритості» держав і спрощення формальностей, пов'язаних із транскордонними переміщеннями людей. Сучасна туристична індустрія у світовій господарській системі посідає провідні позиції: на неї припадає близько 10% від виробленого у світі валового продукту, близько 30% світової торгівлі послугами, 7% загального обсягу світових інвестицій, 11% світових споживчих витрат. Нині у рекреаційно-туристичній сфері України загалом працює 350 тисяч осіб. У сфері обслуговування і готельному бізнесі – 100 тисяч осіб, в галузі культури, спорту, відпочинку та розваг – не повних 250 тисяч. Сектор, який міг би давати десятки тисяч нових робочих місць і реально збагачувати державний бюджет, зараз демонструє невисокі фінансові результати [3].

Основними перепонами, що перешкоджають розвитку туристичного сектору в Україні, сьогодні виступають переважно чинники управлінського, економічного, екологічного, соціального та культурного характеру. Економічна діяльність в туризмі полягає в забезпеченні ефективного використання наявної та створення нової матеріально-технічної бази туризму, збільшення валютних надходжень до бюджету держави, кооперування коштів суб'єктів туристичної діяльності, зайнятості населення та задоволення його різноманітних потреб. Основні завдання економічної діяльності такі:

- створення туристичного продукту на надання туристичних послуг;
- формування ринку туристичних послуг;
- удосконалення інфраструктури туризму;
- розвиток внутрішнього та іноземного туризму [1].

Отже, у стратегіях досягнення конкурентоспроможності українського туризму на міжнародному ринку, ми повинні запропонувати потенційним зарубіжним туристам нашу привабливість. Зокрема, для покращення

туристичного іміджу України необхідно проводити активну піар-кампанію. А також сучасний розвиток туристичного бізнесу йде через інновації, то потрібно було б більше уваги приділи аналізу реальної ситуації інноваційної діяльності в сучасному туризмі. Потрібно також застосовувати цільову програму розвитку туризму на стратегічний період, здійснювати комплекс організаційних, економічних, фінансових, управлінських та інших заходів як складових ефективної реалізації туристичної політики. Регулювання туристської діяльності повинне поєднувати в собі саморегулювання, засноване на законах вільного ринку, і державне регулювання в особливо важливих питаннях.

Література

1. Дядечко Л. П. Сучасний стан і перспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / Л. П. Дядечко // Центр учбової літератури. – 2007. – Режим доступу до ресурсу: <http://tourlib.net/books>
2. Коваленко Ю.О. Особливості розвитку міжнародного туризму як виду економічної діяльності / Ю.О. Коваленко // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право): Науковий журнал. – Вип. 3-4. – К., НАУ, 2004. – С.710-714.
3. Константинова К. В. Туристична індустрія як вид економічної діяльності і складова економіки України [Електронний ресурс] / К. В. Константинова // Харківська державна академія культури. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: http://vuzlib.com.ua/articles/book/30552-Turistichna_%D
4. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: підручник / Т.Г. Сокол; за заг. ред. В.Ф. Орлова. – К.: Грамота, 2006. – 264 с.

Шубная Елена

к.э.н., доцент

Донбасская государственная машиностроительная академия

Трофимова Яна

Студентка V курса факультета экономики и менеджмента
Донбасская государственная машиностроительная академия

г. Краматорск

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЮВЕЛИРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ

Состояние отечественной ювелирной промышленности характеризуется сложными условиями функционирования. Экономическое состояние Украины предполагает поиск путей развития рынка ювелирных изделий, который за последние годы сократился почти в четыре раза. Цены на золото и серебро растут, а платежеспособность населения падает. Кризисная ситуация может привести к ограничению украинского ювелирного рынка во всех его проявлениях.

Рост стоимости ювелирных изделий в Украине обусловлен рядом факторов, среди которых хотелось бы отметить следующие [2, 3]:

– очередной кризис в экономике;

- колебания валютных курсов (отечественные производители применяют импортное сырье, стоимость которого зависит от курса доллара);
- нехватка финансовых ресурсов, влекущая за собой сложности с обеспечением предприятий сырьем;
- снижение количества отечественных производителей из-за военного конфликта на востоке страны;
- рост цен на оборудование и расходные материалы;
- налоговая реформа, которая увеличивает налоговое бремя на предприятия ювелирной отрасли и предполагает 10 % налог в пенсионный фонд при клеймении Пробирной платой, 5 % налог при импорте драгоценных камней и металлов, 10 % (ранее было 5 %) сбор в пенсионный фонд при продаже золотых и серебряных изделий.

По данным корпорации «Укрзолото», подорожание изделий из драгоценных металлов в 2015 году составило более чем на 20%, а цена за грамм в золотых изделиях ювелирных фабрик увеличилась приблизительно на 30 %. Объем клейменых ювелирных изделий в Украине за 6 месяцев 2015 года по сравнению с таким же периодом в 2014 году сократился на 20,5% [4].

Последствия налогового давления и сложная экономическая ситуация в стране сказывается на розничных операторах. По оценкам экспертов, объем розничного рынка ювелирных изделий сократился со 120 миллионов долларов до 100 миллионов долларов [1]. Падение рынка в 2015 году по сравнению с 2014 годом составило 30 % [1].

Рост цен на ювелирные украшения привели к падению покупательного спроса, который находится на самой низкой отметке за последние десять лет. Население в такой ситуации быстро переориентировалось на более дешевые украшения. За период 2014-2015 гг. спрос на украшения из золота упал более чем на 40 %, а спрос на изделия из серебра напротив вырос на 20 %. При этом наблюдается увеличение объемов продаж бижутерии (около 50 %).

На рынке бижутерии различают три сегмента: дешевой бижутерии, средней ценовой категории и дорогой. Украинский покупатель отдает предпочтение дешевой бижутерии (50 %). Дорогую бижутерию согласны покупать только 10 % украинцев [4].

Структура рынка бижутерии в стоимостном и натуральном выражении сильно отличается. Так, если в натуральном выражении лидирует дешевая бижутерия, то в стоимостном – изделия средней ценовой категории.

Главными потребителями украшений являются женщины, их доля составляет 20-30 % продаж. Особую популярность за последние три года в Украине получили украшения ручной работы на основе термопласта, так называемый хенд-мейд. Заинтересованность этой продукцией стремительно растет среди потребителей.

Появление многих мастеров, работающих в сфере хенд-мейд, является большим стимулом к развитию и совершенствованию работ каждого из них, ведь теперь нужно выделиться не только эксклюзивным товаром, но и качественным.

Доля рынка определяется объемом производства, реализации и количеству представительств на территории Украины. Некоторые их дизайнерские идеи становятся популярными и идут в массовое производство. На сегодняшний день на рынке наибольшую долю занимает средний ценовой сегмент, на который приходится 55 % объема рынка; 10 % занимает самый низкий ценовой сегмент; на элитную продукцию приходится 35 %, в этот ценовой сегмент в основном входят украшения ручной работы, произведенные с использованием дорогих материалов, и те, которые требуют сложной работы мастера.

Литература

1. Обзор: операторы рынка ювелирных изделий Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа к ресурсу: http://commercialproperty.ua/cp/archive/article.php?anum=CP_152_06.
2. Почему стагнирует ювелирный рынок [Электронный ресурс]: Статья / "Forbes – Украина", 2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://forbes.ua/opinions/1353637-rochemu-stagniruet-yuvelirnyj-rynok>.
3. Свой бизнес – бижутерия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.torgsoft.com.ua/index.php>.
4. Ювелирная работа: анализ рынка ювелирных изделий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pro-consulting.ua/press/analytics-and-finance/analiz-yuvelirnykh-izdeliy>.

Ульченко Валентина

студентка III курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонський державний університет
Науковий керівник: асистент Кримцева Т.І.
м. Херсон

РИНОК ЦІННИХ ПАПЕРІВ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

В сучасних умовах глобалізації та розвитку інтеграційних процесів відбувається перерозподіл ресурсної, технологічної та фінансової бази виробництва між окремими державами. В результаті цього процесу отримують вигоду ті країни, які зробили свою економіку привабливою для іноземних виробників та інвесторів. Світовий фінансовий ринок надає можливість залучення значних за обсягом фінансових ресурсів, що набуває особливого значення для країн, що розвиваються, в умовах нестачі внутрішніх фінансових ресурсів або недостатнього розвитку внутрішнього фінансового ринку, що обмежує його ліквідність. Створення ефективного ринкового середовища неможливе без формування фінансового ринку. Саме він забезпечує обіг фінансових ресурсів, їх перерозподіл між галузями виробничої сфери, акумулювання тимчасово вільних коштів для інвестування у виробничу діяльність. Важливим сегментом фінансового ринку є ринок цінних паперів. Під ринком цінних паперів (фондовим ринком) розуміють сукупність механізмів і правил, що дозволяють здійснювати купівлю-продаж цінних паперів. Він має свою специфічну інфраструктуру, тобто сукупність систем,

організацій і технологій, які з одного боку, забезпечують учаснику цього ринку підвищення ефективності своєї діяльності, зниженням ризиків, пов'язаних з операціями на ринку, а з іншого – формують певні фінансові ресурси (доходи бюджету) через встановлений механізм оподаткування відповідних операцій з цінними паперами.

Головна відмінність ринку цінних паперів від будь-якого іншого традиційного товарного ринку в тому, що товари виробляються та продаються, тоді як цінні папери випускають в обіг. Для того щоб будь-який товар дійшов до споживача, потрібна певна організація руху товарів, а для цінних паперів вона є специфічною, наприклад біржовою чи позабіржовою. Товар продають один або кілька разів, а цінний папір може продаватися і купуватися необмежену кількість разів, причому його вартість не буде залежати від кількості перепродажу, на неї можуть впливати як ринкові (попит, пропозиція), так і неринкові фактори (психологічні тощо). Але все ж таки підґрунтям ринку цінних паперів є саме товарний ринок, гроші й грошовий капітал [2].

Основними джерелами фінансування є кошти підприємств, заощадження фізичних осіб та фінансові ресурси держави. Процес фінансування відбувається через такий основний інструментарій: інструменти ринку цінних паперів (пайові, боргові, похідні та ін.), власниками яких можуть бути підприємства (наприклад, під час здійснення операцій злиття/поглинання), фізичні особи (приймаючи рішення про вкладення коштів чи майна у статутний капітал підприємства) та держава (наприклад, стаючи співвласником підприємства, зокрема який входить до холдингу); інвестиційні ресурси, що можуть надходити як від юридичних, фізичних осіб, так і держави, від резидентів чи нерезидентів; механізми фінансування діяльності органів державного регулювання РЦП, які є законодавчо закріпленими та залежать від фондової політики, яку проводить держава на певному етапі розвитку.

Сучасний стан ринку цінних паперів в Україні характеризується такими особливостями його функціонування: швидкі темпи зростання обсягів торгівлі цінними паперами; суттєве збільшення залучених інвестицій через інструменти фондового ринку; відродження інтересу до випуску і торгівлі державними облігаціями; значне збільшення обсягів біржової торгівлі; розширення інструментів фондового ринку; посилення державного регулювання організації здійснення операцій на фондовому ринку. Також виявлено такі негативні тенденції: переважання операцій з продажу над операціями з купівлі цінних паперів за участю нерезидентів; нестабільність показників ефективності біржової торгівлі та функціонування ринку цінних паперів в цілому, обмеженість фінансового забезпечення для розширення обсягів операцій з інструментами фондового ринку, викликане збитковістю підприємств, кризовими процесами в окремих галузях, тіньовим сектором, недостатніми доходами населення для інвестування, а також психологічними факторами (відірваною довірою до цінних паперів, ризиком невизначеності, недостатнім рівнем захисту інтересів інвесторів) тощо [1, с. 45–46]. Для вирішення проблемних питань і стимулювання подальшого розвитку ринку

цінних паперів Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку було розроблено проект Програми розвитку фондового ринку на 2012–2020 роки, в якому окреслені наступні завдання [3]:

1. Збільшення капіталізації, ліквідності та прозорості фондового ринку.
2. Удосконалення ринкової інфраструктури та забезпечення її надійного і ефективного функціонування.
3. Удосконалення механізмів державного регулювання, нагляду на фондовому ринку та захисту прав інвесторів.
4. Стимулювання подальшого розвитку фондового ринку України.

Таким чином, умови функціонування та розвитку ринку цінних паперів в Україні потребують подальшого вдосконалення його фінансового забезпечення з урахуванням особливостей реалізації державної фондової та інвестиційної політики.

Література

1. Гавкалова Н. Л. Фактори впливу на розвиток фінансового забезпечення функціонування ринку цінних паперів в Україні [Текст] / Гавкалова Н. Л., Шутєєва О. Ю. // *Економика и управление*. – 2013. – № 2. – С. 45–47.
2. Івахненко І. С. Фінансовий потенціал ринку цінних паперів та його інвестиційна спрямованість : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» [Текст] / І. С. Івахненко. – К., 2012. – 20 с.
3. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.nssmc.gov.ua/fund/development>

Хондусь Катерина

студентка V курсу факультета міжнародної економіки
Одеський національний економічний університет
Науковий керівник: к. ю. н., старший викладач Ткачук А. С.
г. Одеса

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ АВТОРСКОГО ПРАВА В СЕТИ INTERNET

Защита авторских прав определяется как совокупность мер, направленных на восстановление или признание авторских и смежных прав и защиту интересов их обладателей при их нарушении или оспаривании. Общеизвестным фактом является то, что право всегда отстаёт от общественных отношений. И это понятно, поскольку право тогда начинает регулировать отношения, когда они начинают нуждаться в этом. Иными словами, нормы права, регулирующие определённые общественные отношения возникают значительно позже возникновения самих отношений. На случай общественных отношений в глобальной компьютерной сети Internet, это утверждение распространяется более чем, поскольку, невзирая на тот факт, что сам Internet возник недавно, уже сейчас можно говорить о том, что он изменила весь мир.

Актуальность проблемы защиты авторских прав состоит в том, что не все возможности защиты авторских прав, заложенные в законодательстве Украины,

применяются на практике, особенно это касается защиты авторского права в сети Internet. Кроме того, законодательство Украины и вовсе не предусматривает ответственность за нарушение авторского права во всемирной паутине под названием Internet.

Цель данной работы заключается в том, чтобы выявить актуальные на сегодняшний день проблемы реализации законодательства Украины на практике по вопросам, связанных с защитой авторского права в сети Internet и постараться принять меры по данному вопросу, который с каждым днем становится все шире.

Согласно официальной информации Госкомсвязи за последнее время в украинском сегменте Internet существенно возрос объем информационных ресурсов. Так, если на конец 1999 года количество веб-сайтов в домене “ua” равнялось 2 тысячам, 2001 года – 20 тысячам, то состоянием на март 2004 года их количество перевалило за 30 тысяч [1]. Все это говорит в пользу того, что Internet развивается с небывалой скоростью. Однако, нормативная база, регулирующая отношения в Internet, как уже отмечалось выше, практически отсутствует. Следовательно, и защита нарушенных прав достаточно проблематична сама по себе. Еще больше вопросов возникает в случае конфликта между лицами, являющимися резидентами разных стран.

Для решения возникнувшего спора между такими лицами необходимо установление юрисдикции того или иного государства на данные отношения. Именно в этой сфере возникает огромное множество проблем, поскольку Сеть по своей сути явление экстерриториальное, в то время как одной из основных характеристик права есть его действие по территории.

Согласно ст.1 Закона Украины «Об авторском праве и смежных правах» опубликование произведения – «выпуск в обращение с согласия автора или другого субъекта авторского права изготовленных полиграфическими, электронными или другими способами экземпляров произведения путем их продажи, сдачи в имущественный наем, бытового или коммерческого проката, предоставления доступа к ним через электронные системы информации таким образом, что любое лицо может его получить с любого места и в любое время по собственному выбору...» [2, ст. 1].

С этого положения некоторые авторы делают вывод о том, что даже если произведение было размещено на сервере страны, где такое действие не считается опубликованием и с которой Украина не заключила соответствующий международный договор, то на территории нашего государства оно будет считаться опубликованным, поскольку стало «доступным через электронные системы информации [3, с. 26]. Однако, этот вывод является частичным, поскольку «опубликование – это выпуск в оборот с согласия автора или иного субъекта авторского права». Поэтому в случае несанкционированного размещения произведения на веб-сайте, украинским законодательством оно защищаться не будет.

Для того чтобы государственный орган рассмотрел спор и вынес решение необходимо, чтобы он:

- во-первых, в принципе рассматривал подобные дела;
- во-вторых, чтобы данное государство распространяло действие своих решений на участников спора.

Последнее вызывает определенные трудности, связанные с тем, что участником спора может быть лицо-нерезидент этого государства, и достаточно проблематично распространить на них юрисдикцию этого государства. В связи с этим была разработана теория общей и специальной юрисдикции. Согласно этой теории общая юрисдикция государства распространяется на всех лиц, находящихся на ее территории, а также на тех, кто осуществляет на ней систематическую и продолжительную деятельность независимо от того, имеет ли оспариваемая деятельность отношение к ее территории. Специальная же распространяется на лиц-нерезидентов, оспариваемая деятельность которых была направлена на территорию данного государства. Примером последней может стать ст. 8 Уголовного кодекса Украины, предусматривающая, что иностранцы и лица без гражданства подлежат уголовной ответственности, в частности, в том случае, если они совершили особо тяжелые преступления против прав и свобод граждан Украины или интересов Украины. Однако тот факт, что материал, размещенный на веб-сайте, становится равнодоступным во всех точках планеты, создает огромные препятствия для установления направленности такого действия на конкретную страну [4, с. 8].

Для того чтобы избежать конфликтов в Internet (в том числе в сфере интеллектуальной собственности), начиная активную деятельность в Internet, необходимо сознавать, что риска признания иной юрисдикции избежать практически невозможно, однако риск может быть снижен, например, за счет выбора языка веб-сайта, помещения на веб-сайте прямого уведомления, регистрации клиентов и т. д.

В заключении очевидно, что решение проблемы определения применимой юрисдикции к деятельности, связанной с использованием Сети, может быть достигнуто только при согласовании различными странами применяемых критериев. В литературе высказываются следующие возможные пути решения указанной проблемы:

- 1) заключение международного соглашения об определении вопросов юрисдикции в отношении деятельности с использованием Internet;
- 2) частичное устранение проблем путем унификации материального законодательства (в том числе с помощью международных соглашений);
- 3) заключение международного соглашения, определяющего применимое право к различным ситуациям, возникающим в связи с использованием Internet.

Литература

1. Ковалева Н.Н. Общая характеристика Интернета как особой информационно-телекоммуникационной сети. – 2008. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.stc.gov.ua.
2. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23 грудня 1993 р. // Відомості Верховної ради України. – № 3792 – Ст. 15. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3792-123>.
3. Пастухов О.М. Авторське право в Інтернеті / Пастухов О.М. - К.: Школа, 2004. – С. 26-28.

4. Калятин В.О. Право в сфері Інтернету. – М.: Норма, 2004. – С.8-11.

Чукурна Олена

к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Одеської національний політехнічний університет
м.Одеса

МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАХОДІВ ПРОСУВАННЯ В ІНТЕРНЕТІ

Одним з ключових питань маркетингової діяльності в Інтернеті є питання оцінки її ефективності. В сьогоденні Інтернет-маркетинг та використання цифрових технологій, як каналів просування товарів й послуг характеризується стрімким розвитком, проте питання оцінки ефективності маркетингових зусиль в Інтернеті, потребує додаткових досліджень. Існує багато показників, що дозволяють оцінити ефективність контекстної реклами в Інтернеті, але, водночас маркетингові заходи характеризуються комплексом просування. Крім того, заходи просування товарів та послуг, які використовувались в Інтернет-економіці, не завжди є ефективними для мобільного або цифрового маркетингу. Саме тому, необхідно сформувані та обґрунтувані єдиний методичний підхід щодо оцінки ефективності маркетингової діяльності в цифровому маркетингу. В цьому контексті, метод оцінки ефективності маркетингової діяльності, заснований на використанні показника ROI (Return On Investment) є найбільш обґрунтованим. Кожен маркетинговий канал просування в Інтернеті потребує постійного відстеження коефіцієнта окупності інвестицій. Це необхідно для поліпшення ефективності та правильного розподілу бюджетів. Показник ROI зазвичай використовують для системи Яндекс Діректа, через налаштування відстеження цілей через Яндекс Метрика.

ROI (Return On Investment) - це коефіцієнт повернення інвестицій або показник рентабельності вкладень. Він в процентному співвідношенні демонструє прибутковість (при значенні більше 100%) або збитковість (при значенні менше 100%) конкретної суми вкладення грошових коштів в певний проект. Для розрахунку цього показника використовується наступні дані: собівартість продукту (або послуги) - включає в себе абсолютно всі витрати на покупку частин для продукції, доставку до складу, виробництво товару, зарплату працівникам й т.ін; дохід - кінцевий прибуток з продажу продукту або послуги; сума інвестицій - сумарна кількість грошових коштів, які виступали в ролі вкладення, наприклад, бюджет на контекстну рекламу. Існує кілька формул для оцінки індексу ROI. Найпростішою та найпопулярною є та, яку використовують більшість інтернет-маркетологів і власників онлайн-бізнесу. Її можна використовувати в тому числі й для Яндекс Діректа (1):

$$ROI = (\text{дохід} - \text{собівартість}) / \text{сума інвестицій} * 100\% \quad (1),$$

Віднімаючи з прибутку собівартість, отримуємо кінцевий прибуток, тобто реальний прибуток. Ставлення кінцевого прибутку до суми інвестицій показує, у скільки разів він більше суми інвестицій. Для зручності можна помножити на

100% та отримати цей показник у відсотках. Якщо отримане число менше 100, то вкладення не окупаються. Якщо до попереднього розрахунку додати період, то вийде інша формула розрахунку, яка використовується фінансистами (2)

$$\text{ROI (період)} = (\text{Сума інвестиції до кінця періоду} + \text{Дохід за обраний період} - \text{Розмір здійсненої інвестиції}) / \text{Розмір здійсненої інвестиції} \quad (2),$$

Ця формула розраховує прибутковість за період володіння активом. Застосовуючи обчислення на практиці, можна дізнатися, наскільки обсяг вкладу коштів виріс до кінця періоду, який аналізувався.

Наведені вище формули мають достатню гнучкість, тому розрахунки можна і потрібно деталізувати. Іншими словами, ROI можна розрахувати: для окремого рекламного каналу (наприклад, Яндекс Директ); для сукупності каналів просування (наприклад, реклама в інтернеті); для окремого продукту (наприклад, високомаржинальний товар); для окремої категорії товарів (наприклад, дитячий одяг). Для оцінки ефективності маркетингової діяльності за напрямками маркетингових заходів, пропонуємо модифіковану формулу розрахунку ROI (3):

$$\text{ROI (коефіцієнт окупності маркетингових вкладень)} = (\text{Дохід від маркетингової діяльності} - \text{розмір вкладень на маркетинг або рекламу}) / \text{Розмір вкладень на маркетинг або рекламу} \quad (3)$$

Приклад. Припустимо, бюджет маркетингових вкладень 3500 тис. грн. в конкретну маркетингову кампанію. Це принесло 9725 тис. грн. доходу в результаті додаткових продажів. Вставимо ці цифри в наведену формулу (3): $(9725 - 3500) / 3500 = 1,78$ ROI, або 178% окупність.

Таким чином, кожна вкладена в маркетингові заходи гривня, окупиться та принесе додатковий прибуток в розмірі 1,78 грн.

На основі проведених розрахунків коефіцієнта повернення інвестицій (ROI) проводиться аналіз та відповідні коригування в рекламні канали, для яких проводився розрахунок. Необхідні дії полягають в наступному:

1. Збільшити потужність діючих кампаній, які мають найбільший показник повернення грошових коштів за рахунок наступних заходів: збільшити позиції оголошень, призначаючи більш високу ціну за клік для ключових фраз; збільшити кількість ключових фраз з даної тематики, підбираючи слова через Yandex Wordstat.

2. Зменшувати потужність рекламних кампаній, що мають найменший коефіцієнт окупності вкладень за рахунок наступних дій: скоротити кількість нетранзакційних і малоконверсійних запитів; зменшити ціну за клік, залишаючись в обраному блоці; змінити рекламні тексти оголошень, додавши ціну товару в заголовок; зменшити відсоток витрат на тематичних майданчиках, якщо такі включені.

Аналіз ROI слід проводити щомісяця для відстеження діючих показників. В кінцевому підсумку це дасть незаперечну перевагу в порівнянні з конкурентами, які не ведуть докладної статистики. Знання про коефіцієнт повернення інвестицій дає можливість збільшити віддачу від вкладених коштів шляхом їх грамотного розподілу. Методика оцінки ефективності

маркетингової діяльності на основі розрахунку показника ROI, дозволяє отримати точні оцінки результативності маркетингових кампаній.

Чмут Анна

к.е.н., ст.. викладач кафедри економічної теорії
Херсонський державний університет

Якушев Сергій

студент IV курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонський державний університет
м. Херсон

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ В УКРАЇНІ

Ринок нерухомості – один з основних видів ринку, який у взаємодії з ринком товарів і послуг та ринком капіталів визначає особливості господарського механізму сучасної економіки. Зважаючи на велику значущість ринку нерухомого майна у функціонуванні ринкової економіки та наявність проблем його розвитку в Україні, дослідження особливостей функціонування зазначеного ринку в умовах сьогодення має значну актуальність.

У сучасній економіці нерухомість може виступати і як товар, і як капітал, і як власність. Сфера нерухомості є багатогранною та являє собою широке коло предметів і суспільних відносин, пов'язаних з власністю, державним регулюванням, багатьма сферами людської діяльності.

Ринок є формою зв'язку між господарюючими суб'єктами, відносини між якими будуються на базі інституту приватної власності. Ринок нерухомості поділяється на первинний і вторинний. Первинний ринок - це економічна ситуація, коли нерухомість як товар вперше надходить на ринок [1]. На вторинному ринку нерухомість виступає як товар, який раніше був у вжитку і належить певному власнику - фізичній або юридичній особі [1, 2].

Ринок нерухомості, на відміну від фондового або товарного, дуже далекий від досконалого за багатьма показниками, що і визначає особливості його дослідження. Необхідно відзначити, що ринок нерухомості України характеризується певною інформаційною закритістю, яка і ускладнює його аналітику.

В останні декілька років на аналізованому ринку відбулось чимало змін серед яких можна визначити: прийняття ряду законодавчих реформ, вихід з ринку іноземних інвесторів, що позначилося на фінансуванні будівельних проектів, втрата східної частини ринку, де відбуваються військові дії і АТО.

До характерних ознак ринку нерухомості, що є характерними для економіки України належать: невідповідність вартості нерухомості фінансовим можливостям населення; структурна неоднорідність ринку, що пов'язана з надвисокою ціною об'єктів первинного ринку нерухомості; регіональна

різноманітність, внаслідок якої присутня різниця інвестиційної привабливості об'єктів нерухомості різних регіонів [3].

Зважаючи на процеси, які мають місце на ринку житла, а також загальні макроекономічні процеси, з високою ймовірністю слід очікувати, що ринок житла в Україні й надалі перебуватиме в стані депресивної стабільності.

Ключовим елементом процесу виходу ринку з депресивного стану має стати припинення бойових дій на сході України та активізація діяльності держави, спрямована на регулювання процесів (у першу чергу цінних), які відбуваються на ринку житла. Має бути встановлений ефективний баланс між платоспроможним попитом та ціною пропозицією, який би сприяв зростанню обсягів житлового будівництва та створював сприятливі умови для вирішення житлових проблем громадянами, які потребують поліпшення житлових умов.

Література

1. Манн Р.В. Особливості діагностування стану і перспектив розвитку ринку нерухомості / Р.В. Манн // Економіка та держава : наук.-практ. журнал. – 2011. – № 9. – С. 15-17.
2. Манцевич Ю.М. Соціально-економічні проблеми розвитку житлового господарства України і стратегія його удосконалення : монографія / Ю.М. Манцевич. – К. : Профі, 2008. – 388 с.
3. Шипка Ю.О. Аналіз первинного ринку нерухомості в Україні /О.Ю. Шипка // Студентський вісник національного університету водного господарства та природокористування. – 2015. - №1(3). – С.151-154
4. Державна служба статистики України. Інвестиції та будівельна діяльність [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.

СЕКЦІЯ 4

ОБЛКОВО-ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

Атамась Галина

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної теорії і економіки підприємства
Одеський державний аграрний університет
м. Одеса

СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ В ГОСПОДАРСЬКО – ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРОПІДПРИЄМСТВ РОЗДІЛЬНЯНСЬКОГО РАЙОНУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Результатом несприятливих подій в економіці країни для агропідприємств є значне зниження їх ділової активності та платоспроможності. Саме тому проблеми аналізу дебіторською заборгованістю агропідприємств залишаються актуальними та потребують подальшого розгляду. Згідно із П(С)БО 10, дебіторська заборгованість - сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату. Дебітори - юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми коштів, їх еквівалентів або інших активів [1]. Сутність дебіторської заборгованості полягає саме у двоїстому її характері: з одного боку, це певною мірою вигідно для підприємства: - зростає товарообіг, а отже, й маса валового доходу та прибутку (за інших незмінних умов). Це – основна вигода, яка реалізується через те, що швидше реалізуються запаси, що дає змогу скоротити частку змінних витрат на них; іноді є можливість зробити заборгованість доходним активом, тобто брати відсотки за надання товарного кредиту.

Разом з тим дебіторська заборгованість, по суті, є відволіканням з господарського обігу обігових коштів підприємства, що супроводжується непрямыми втратами його доходів:

а) чим довший період погашення заборгованості, тим менший дохід від коштів, вкладених у дебіторів;

б) кошти в заборгованості можуть знецінюватися через інфляцію;

в) як і для інших активів, для фінансування заборгованості потрібне відповідне джерело, яке має свою ціну, яка включає: видатки на фінансування; видатки на управління; видатки, які з'являються через несвоєчасну оплату.

Аналіз використання дебіторської заборгованості в сільськогосподарських підприємствах Роздільнянського району Одеської області свідчить про наступне: величина дебіторської заборгованості за останні три роки (2013 – 2015) у складі оборотних коштів займає понад 29% і має тенденцію до збільшення; у складі дебіторської заборгованості лівова частка (а у багатьох випадках 100%) належить дебіторській заборгованості за товари, роботи, послуги; період погашення дебіторської заборгованості коливається у

межах від 10 до 279 днів (у звітному, 2015 р.) і за період дослідження має позитивну динаміку; факторний аналіз показав, що основним чинником позитивної зміни величини тривалості погашення дебіторської заборгованості є збільшення суми чистого доходу від реалізації продукції (робіт, послуг); порівняльний аналіз дебіторської і кредиторської заборгованості дає підстави для висновку, що співвідношення цих величин є нераціональним у господарствах, оскільки кредиторська заборгованість перевищує дебіторську заборгованості більше ніж на 10%.

Для визначення напрямків вирішення проблеми зростання дебіторської заборгованості підприємства необхідно виокремити фактори, які призвели до погіршенню фінансового стану:

- зовнішні, або загальноекономічні фактори (стан економіки в країні, загальний стан розрахунків, рівень інфляції);
- галузеві фактори (місткість ринку галузі, ступінь його насиченості);
- внутрішні, або фактори, що керовані адміністрацією підприємства (можливі терміни надання кредиту, кредитна політика підприємства) [2, с.165].

Сучасна практика пропонує два основні способи управління дебіторською заборгованістю на підприємстві: самостійне управління заборгованістю, тобто процедура стягнення заборгованості починається підприємством-кредитором самостійно, власними силами і методами, і передання управління заборгованістю на аутсорсинг.

При самостійному управлінні заборгованістю використовуються виключно ресурси підприємства (трудові, фінансові, технічні). Для цього в організації можуть створюватися спеціалізовані служби: кредитні контролери, служби безпеки тощо. Аутсорсинг (зовнішнє управління) дозволяє доручити роботу із заборгованістю організації, яка спеціалізується саме на такій діяльності. Головною перевагою аутсорсингу є те, що він дає можливість підприємству ефективно вирішувати ті завдання, якими самостійно займатися або дорого, або неможливо через нестачу ресурсів. Головною запорукою успіху таких компаній є мінімізація строку повернення найбільшої частки боргів.

Висновок. Практика показує, що в умовах ринкових перетворень в сільськогосподарських підприємствах Роздільнянського району Одеської області зростає вартість дебіторської заборгованості. Із зростанням обсягу дебіторської заборгованості виникає потреба управління дебіторською заборгованістю. У сучасних умовах господарювання розробка ефективної методики управління дебіторською заборгованістю є однією із головних проблем у вирішенні завдань підприємства з позиції забезпечення фінансової безпеки та досягнення позитивних результатів у фінансовій санації. Ефективне управління дебіторською заборгованістю має великий вплив на ліквідність будь якого підприємства, створює передумови для швидкого зростання бізнесу і збільшення його фінансових можливостей.

Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 10 «Дебіторська заборгованість»: затв. Наказом Міністерства Фінансів України від 08.10.1999р. №237 зі

змiнами i доповненнями [Електронний ресурс] – Режим доступу: – <http://www.nibu.factor.ua/ukr/info/instrbuh/psbu10/> – 10.11.2012. - Назва з екрана

2. Рибалко О.М. Деякі аспекти ефективного управління дебіторською заборгованістю / Рибалко О.М. // Вісник ЗНУ. – 2011. – №1(9). – С. 164-169

3. Салига С. Я. Фінансовий аналіз [Текст]: Навч. посіб. / С. Я. Салига, Н. В. Дацій, С. О. Корецька та ін. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 210 с.

Гайдаєнко Ольга

к.е.н., доцент, доцент кафедри економічного аналізу
Одеський національний економічний університет
м.Одеса

НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ

У складні економічні часи та з урахуванням збільшення рівня конкуренції та зниження норми прибутку підтримка функціонування підприємства та перспективи його подальшого розвитку значною мірою залежать від рівня витрат. Удосконалення методичних засад управлінського обліку такого важливого об'єкта, як витрати, вимагає постійного їхнього коригування не тільки з позиції практики, а й методології [54, с.45].

У вітчизняній економічній теорії та практиці обліку витрат сьогодні відсутні роботи з удосконалення обліку витрат із врахуванням міжнародного досвіду в окремих галузях промисловості, наприклад олійно-жировій галузі. Додаткових досліджень в організації обліку та аналізу витрат олійно-жировій галузі потребують також такі проблеми [54, с. 42]:

1. Виділення виробничих витрат, в якості об'єкта обліку кожного окремого «центру відповідальності», що допоможе вдосконалити весь комплект облікових робіт з документального оформлення витрат;
2. Оцінка використовуваної сировини та інших матеріалів;
3. Списання витрат з оплати праці з відрахуваннями на соціальні заходи та амортизації в умовах сезонного характеру виробництва;
4. Розподіл послуг допоміжного і обслуговуючих підрозділів та загальновиробничих витрат.

Найбільшу частку витрат підприємств олійно-жирової промисловості становлять виробничі та загальновиробничі витрати. В частині обслуговування господарської діяльності також виникають інші операційні витрати, та, залежно від активності підприємства в фінансових та інвестиційних операціях, формуються відповідні витрати (їх частка варіюється).

З метою максимальної оптимізації витрат в сьогоднішніх умовах конкурентного ринку постає необхідність впровадження в практику українських олійно-жирових підприємств моделей управлінського обліку виробничих витрат за «центрами відповідальності». Виділення виробничих витрат, в якості об'єкта обліку кожного окремого «центру відповідальності», допоможе вдосконалити весь комплект облікових робіт з документального

оформлення витрат, оцінки використаної сировини та інших матеріалів, списання витрат з оплати праці з відрахуваннями на соціальні заходи, списання амортизації в умовах сезонного характеру виробництва, розподілу послуг допоміжного і обслуговуючих підрозділів та загальновиробничих витрат [62, с. 299]. Зауважимо, що центрами виникнення витрат є центри фінансової відповідальності, де в процесі господарської діяльності олійно-жирового підприємства виникають і формуються витрати: відділ логістики, закупівлі насіння, допоміжних матеріалів, брокерський, інженерний, технічний відділи (лабораторія), склад, відділ інвестицій тощо. До центрів виникнення витрат в олійно-жировому виробництві також слід відносити окремі структурні підрозділи, які виконують окремий етап технологічного процесу.

Центри відповідальності дозволяють отримувати у внутрішній бухгалтерській звітності інформацію про види витрат за видами діяльності, зокрема у складі основної операційної діяльності, в тому числі за об'єктами витрат (калькулювання) олійної продукції, про центри виникнення витрат. Це, свою чергу, уможливує отримання оперативної інформації щодо рівню браку та відходів (причин виникнення, можливості виправлення браку, використання відходів або зниження їх собівартості та ціни реалізації).

Облік виробничих витрат за «центрами відповідальності» в умовах бюджетування може бути тільки тоді ефективним в управлінні витратами, якщо вдосконалити:

- комплекс облікових робіт з документування виробничого процесу;
- порядок формування і розподілу всіх виробничих витрат з оцінки сировини;
- списання витрат на оплату праці, амортизацію при наявності сезонного віднесення витрат між допоміжними та обслуговуючими підрозділами;
- розподіл загальновиробничих витрат за видами продукції.

Грамотна розробка внутрішньої бухгалтерської звітності про витрати у поєднанні з системою аналітичних рахунків (за видами продукції, відходів, браку, центрами виникнення витрат тощо відповідно до мети управління) на підприємствах олійно-жирової галузі, а також удосконалення у подальших дослідженнях методичного забезпечення обліку витрат (зокрема виробничих), дозволить сформувати системоутворюючий елемент ефективного управління діяльністю підприємств відповідних галузей економіки України.

Таким чином, відсутність у керівництва інформації про витрати діяльності за вказаними параметрами унеможливує стратегічне управління діяльністю підприємства олійно-жирової промисловості, ускладнює процеси бюджетування, ставить під сумнів достовірність ціноутворення тощо [29, с. 24].

Вирішення цих проблем дозволить перейти на новий рівень побудови бухгалтерського обліку витрат, підвищить його аналітичність та ефективність в управлінні діяльністю підприємства.

Література

1. Гайдаєнко О. М. Стратегічне управління витратами на прикладі підприємств олійно-жирової галузі [Текст] / О. М. Гайдаєнко, А. В. Сербул // Облік, економіка,

менеджмент: наукові нотатки: міжнародний збірник наукових праць – Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016. – Вип. 1(9). – Ч. 1. – С. 93-99.

2. Михальська О. Методичні засади управлінського обліку виробничих витрат на олійно-жирових підприємствах [Текст] / О. Михальська. // Економіка. – 2014. – №11. – С. 39-45.

3. Остапенко Я.О. Облік витрат на виробництво та собівартість продукції в ринкових умовах [Текст] / Я.О. Остапенко // Науковий вісник Національного університету ДПС України. – 2010. – № 2. – С. 121-126.

Журавльова Валерія

студентка 1 курсу магістратури факультету економіки та менеджменту

Донбаська державна машинобудівна академія

Науковий керівник: к.е.н., доцент Сердюк О.М.

м. Краматорськ

ПРОБЛЕМАТИКА ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ

Для бюджетної установи, основні засоби являють собою матеріальні цінності, що використовуються у її діяльності протягом періоду, який перевищує один рік, і вартість яких без ПДВ та інших платежів перевищує 1000 грн., а також поступово зменшується у зв'язку з фізичним та моральним зносом.

Враховуючи особливості діяльності бюджетних установ, облік в них ведеться за правилами і нормами, які відрізняються від комерційних підприємств. Тому в практичній діяльності бюджетних установ виникає багато питань та проблем щодо порядку відображення в обліку основних засобів.

Проблеми обліку основних засобів в бюджетних установах відображені в працях багатьох науковців, таких як: П.Й. Атамаса, Ф.Ф. Бутинця, О.П. Гаценко, Р.Т. Джогу, М.Г. Михайлова, В.Ф. Палія, Л.В. Панкевича, С.В. Свірко та ін. Тому слід зазначити, що дослідження проблем обліку основних засобів в бюджетних установах, потребують подальшого наукового дослідження.

У бухгалтерському обліку основні засоби оприбутковують за первісною вартістю. В бюджетних установах до первісної вартості таких активів не включають транспортні витрати та суми ПДВ, податки та збори, витрати на ремонт, та інше [2]. Первісна вартість, сформована з урахуванням цих особливостей, відображається в бухгалтерському обліку за дебетом активних рахунку 10. Одночасно у бюджетних організаціях збільшується фонд у необоротних активах за кредитом субрахунку 401 "Фонд в необоротних активах". Це суттєво знижує вартість самого підприємства, тому постає необхідність удосконалення нормативно-правових актів, які визначають організацію формування первісної вартості.

Також сьогодні не існує достатньо чітко сформованих організаційно-методичних підходів що до регламентованого документального оформлення основних засобів у бюджетних установах, і про це свідчить аналіз нормативно-законодавчої бази та економічної сутності процесу визначення первісної вартості таких активів.

У процесі експлуатації основні засоби поступово зношуються, що являє собою поступове зниження їх первісної вартості. Знос поділяється на фізичний, який відображає матеріальне спрацювання об'єктів, та моральний, який відбиває старіння таких активів на фоні розвитку виробництва нових, ефективніших аналогів.

Знос основних засобів визначають в останній робочий день грудня робочого року [5]. Як що бюджетна установа безоплатно передає об'єкт основних засобів, то вона повинна нарахувати суму зносу за повну кількість календарних місяців їх перебування в експлуатації (до моменту передання). Всі бюджетні установи повинні нараховувати амортизацію, так, щоб даний актив не втратив свою вартість до закінчення строку свого корисного використання.

Амортизацію основних засобів, у бюджетних установах нараховують із застосуванням прямолінійного методу. Річна сума амортизації визначається шляхом ділення вартості, що амортизується (первісної вартості – у разі відсутності ліквідаційної), на термін корисного використання об'єкта основних засобів. В бюджетних установах передбачене нарахування амортизації один раз на рік, а саме - в останній робочий день грудня [7]. Варто зауважити, що амортизація, нарахована у розмірі 100 % вартості об'єкта основних засобів, що придатний для подальшої експлуатації, не може бути підставою для його списання, що є ще одним недоліком в обліку.

Також проблемою є ведіння обліку з руху основних засобів, бо його документальне оформлення є дуже трудомістким, зазначається дублювання даних у різних формах документів, що призводить до зниження оперативності документообороту.

Вибуття основних засобів супроводжується списанням їх з балансу установи. Це виникає в наслідок фізичного й морального зношення активу, нестачі, виявленої під час інвентаризації, а також пошкодження внаслідок аварії чи стихійного лиха. також ці активи можна продати, безоплатно передати чи ліквідувати, це визначає створена наказом керівника установи комісія, що постійно діє протягом року. При цьому такі активи у зв'язку із їх ліквідацією списують внаслідок: нестач, виявлених під час інвентаризації; непридатності для подальшого використання; пошкодження в результаті аварії або стихійного лиха (за умови, що їх відновлення є неможливим або економічно недоцільним і вони не можуть бути реалізовані); фізичного та морального зносу; будівлі і споруди, що підлягають знесенню у зв'язку з будівництвом нових об'єктів, зруйновані внаслідок атмосферного впливу й тривалого використання.

Списання з балансу бюджетних установ основних засобів до закінчення періоду нарахування зносу на них не може бути здійснено. Також не дозволяється розбирання і демонтаж цих активів до затвердження актів на списання.

Списання основних засобів шляхом їх ліквідації, без наступної їх реалізації або передавання іншій бюджетній установі, здійснюється, якщо подальше використання їх неможливе або економічно недоцільне.

У ході синтетичного обліку вибуття основних засобів, здійснюється запис у відомості про вибуття та переміщення основних засобів ф. №438 - меморіальний ордер № 9, записи в який здійснюються щодо кожного документа з зазначенням матеріально відповідальної особи.[8]

Відповідно до Закону "Про власність" від 07.02.91 № 697-ХІІ, майно, яке обліковується на балансі бюджетних установ, належить їм на правах оперативного управління, для виконання нею своїх функцій. Це означає, що розпоряджатись майном установа не має самостійного права. Тому всі операції з вибуття основних засобів дуже жорстко регулюються законодавством. Отже зробити списання, ліквідацію, або продаж, дуже проблематично, тому на списання з балансу, ліквідації, або продажу потрібен дозвіл головного органу самоврядування, наприклад мера міста. Тільки з його дозволу установа зможе це зробити.

Продаж таких активів можна здійснити тільки на конкурсних засадах - через біржі та аукціони, який проводиться за експертною оцінкою, а також за справедливою вартістю. Вартість, яку бюджетна установа заробить від продажу, буде використано на придбання нових активів, або ремонт чи модернізацію вже існуючих.

Література

1. Берник А. Напрями удосконалення обліку необоротних активів бюджетних установ [Електронний ресурс]/А. Берник. - Режим доступу: <http://conf-cv.at.ua/forum/83-815-1>
2. Наказ Міністерства фінансів України 26.06.2013 № 611 «План рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ».
3. Наказ Міністерства фінансів України 26.06.2013 № 611 «Положення з бухгалтерського обліку необоротних активів бюджетних установ».
4. Шашерін В. Основні засоби: новий бухоблік [Електронний ресурс]/В. Шашерін. - Режим доступу: <http://buhbudget.com.ua/ua/journal/buhbudget/article/25>
5. Коваленко О. Облік необоротних активів у бюджетників: вивчаємо чергові нововведення [Електронний ресурс]/ О.Коваленко. - Режим доступу: <http://www.interbuh.com.ua/ua/documents/oneanalytics/6246>
6. Електронний ресурс: http://pidruchniki.com/11760428/buhgalterskiy_oblik_ta_audi_oblik_neoborotnih_aktiviv
7. Шевченко С. О. Облік і контроль необоротних активів бюджетних установ: автореф. дис. ... канд. екон. наук / С. О. Шевченко. – К.: Центр підготовки навчально-методичних видань КНТЕУ, 2009.
8. Положення з бухгалтерського обліку необоротних активів бюджетних установ, затверджене наказом Мінфіну від 26.06.2013 р. № 611 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z1214-13/page>
9. http://pidruchniki.com/15060913/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/oblik_neoborotnim_aktiviv

Касьянюк С.

к.т.н., доцент

Донбасская государственная
машиностроительная академия

Дмитренко Ю.

Донбасская государственная
машиностроительная академия

м. Краматорськ

РИСКИ В СИСТЕМЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Сегодня получить какую – либо информацию одновременно и легко, как никогда, и достаточно проблематично. Затруднения вызваны чрезвычайным объемом информации, которые человек анализирует в своей деятельности, включая и предпринимателей в процессе бизнеса. Для избежания конфликтов и прочих «неприятных» ситуаций руководители предприятий должны анализировать финансовое состояние своих контрагентов и конкурентов. Для этого они из общего колоссального объема информации выбирают и рассчитывают определенное количество специальных показателей финансового состояния. Однако, многие из этих показателей показывают состояние на текущий момент и не учитывают возможность изменения их в будущей перспективе. Мы же считаем, что для более качественного анализа, в современных условиях, финансовый анализ должен включать в себя и риск анализ.

Финансовый риск - это риск, возникающий в процессе осуществления финансовых операций. Оценка финансовых рисков проводится с целью определения вероятности и размера потерь, характеризующих величину (или степень) риска.

Авторы предлагают включить в финансовый анализ такие показатели \ методы расчета финансовых рисков:

1) коефіцієнт фінансового ризику – величина, що характеризує кількість залученого капіталу в розрахунку на 1грн. власного

$$K_{фр} = \frac{ЗК}{СК},$$

Где, ЗК – заемный капитал, СК – собственный капитал

Коефіцієнт фінансового ризику не повинен перевищувати 0,5.

2) Метод оценки вероятности ожидаемого ущерба основан на том, что степень риска (R) определяется как произведение ожидаемого ущерба на вероятность того, что этот ущерб произойдет. Наилучшим является решение с минимальным размером рассчитанного показателя. Математически суть этого метода можно выразить в виде формулы

$$R = A \times p``$$

где A - ущерб при принятии решения; p'' - степень вероятности получения ущерба.

3) Математический метод – суть заключается в использовании для оценки риска критерия математического ожидания, критерия Лапласа и критерия Гурвица. Основным из них является критерий математического ожидания.

Исходные данные для расчета обычно представляются в виде таблицы.

Таблица Данные для расчета критериев

Выбор варианта решения	Состояние среды (S) и его вероятность (p)		
	$S_1(p_1)$	$S_2(p_2)$	$S_3(p_3)$
A_1	X_{11}	X_{12}	X_{13}
A_2	X_{21}	X_{22}	X_{23}
A_3	X_{31}	X_{32}	X_{33}

В таблице X_{ij} обозначает результат, который можно получить от i -го решения при том состоянии среды. Критерий математического ожидания определяется по формуле

$$K = \max M(x_i),$$

где $M(x_i)$ - математическое ожидание результата для i -й строки. Математическое ожидание рассчитывается по формуле

$$M(x_i) = \sum x_{ij} p_j,$$

Где p_j - вероятность j -го состояния среды.

Оптимальным считается то решение, которому соответствует наибольший результат.

Если все состояния среды имеют равную вероятность, то для расчетов используется критерий Лапласа:

$$K = \max x_{ij}.$$

Критерий Гурвица рассчитывается по формуле

$$K = \max_i \left[\max_j x_{ij} \times \alpha + \min_j x_{ij} \times (1 - \alpha) \right],$$

где $\max_j x_{ij}$ - лучший результат; $\min_j x_{ij}$ - худший результат; α - параметр оптимизма.

Решение принимается по максимальному значению критерия Гурвица.

Величина параметра α принимается равной от 0 до 1 в зависимости от оценки ситуации менеджером: при оптимистическом подходе значение α принимается больше 0,5, при пессимистическом подходе значение α берется меньше 0,5. Если $\alpha = 1$, критерий Гурвица называется максимакс, или критерий азартного игрока. При $\alpha = 0$ он называется максимин, или критерий пессимиста.

Использование критерия Гурвица субъективно, так как параметр α выбирается индивидуально.

4) Инвестиционная привлекательность предприятия представляет собой совокупность всех показателей, определяющих финансовое состояние предприятия. Повышение инвестиционной привлекательности позволяет привлечь дополнительные средства/капитал для увеличения технологического потенциала, инновационного, кадрового, производственного. Интегральным

показателем инвестиционной привлекательности выступает критерий экономической добавленной стоимости EVA (*Economic Value Added*), который показывает абсолютное превышение операционной прибыли над стоимостью инвестиционного капитала. Данный показатель является одним из ключевых показателей в системе стратегического управления предприятия – в системе управления стоимостью (*VBM, Value Based Management*). Формула расчета экономической добавленной стоимости имеет следующий вид:

где:

$$EVA = NOPAT - WACC \cdot CE;$$

EVA (*Economic Value Added*) – показатель экономической добавленной стоимости, отражающий инвестиционную привлекательность предприятия;

NOPAT (*Net Operating Profit Adjusted Taxes*) – прибыль от операционной деятельности после уплаты налогов, но до процентных платежей;

WACC (*Weight Average Cost of Capital*) – показатель средневзвешенной стоимости капитала предприятия. И рассчитывается как норма дохода, которую планирует получить собственник предприятия на вложенный собственный и заемный капитал;

CE (*Capital Employed*) – использованный капитал, который равен сумме постоянных активов и оборотного капитала, задействованного в деятельности предприятия (*Fixed Assets + Working Capital*).

Так как средневзвешенная стоимость капитала предприятия состоит из стоимости заемного и собственного капитала, то уменьшение финансовых рисков предприятия, позволяет уменьшить стоимость заемного капитала (процентные ставки по кредитам), тем самым увеличить значение экономической добавленной стоимости (EVA) и инвестиционную привлекательность предприятия. На рисунке ниже показана схема управления финансовыми рисками и инвестиционной привлекательности.

$$(\text{Финансовые риски } \downarrow) \rightarrow (WACC \downarrow) \rightarrow (EVA \uparrow)$$

Добавив анализ приведенных выше показателей в общий финансовый анализ, предприниматели смогут более точно и взвешенно принимать решения в условия риска и неполной определенности окружающей экономической ситуации.

Литература

1. Бланк И.А. Антикризисное финансовое управление предприятием. - Киев: Ника-Центр, 2006. – 672 с.
2. Белолипецкий В.Г. Финансовый менеджмент. – М.: КНОРУС, 2006 – 448 с.
3. Вяткин В.Н., Газма В.А., Екатеринославский Ю.Ю., Иванушко П.Н. Управление рисками фирмы: программы интерактивного риск-менеджмента. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 400 с.
4. Ступаков В.С., Токаренко Г.С. Риск-менеджмент. - М.: Финансы и статистика, 2006. – 288 с.
5. Черняк В.З. Финансовый анализ. - М.: Экзамен, 2005. – 416с.
6. Шапкин А.С., Шапкин В.А. Теория риска и моделирование рисков ситуаций. – М: Дашков и К°, 2007. – 880 с.

Карягин Жан

Студент 4 курса факультета автоматизации машиностроения и
информационных технологий
Донбасская государственная машиностроительная академия
Научный руководитель: к.т.н., доцент Нечволода Л.В.
г. Краматорск

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОХРАННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

На сегодняшний день, учитывая тенденцию современного мира к развитию, появляется все большее количество хаотично созданных предприятий, работающих в одной сфере, но с разными направлениями. Одно из таких направлений – рынок охранных услуг, оказывающий первостепенную важность в своей сфере, а также косвенно задевая сферы услуг иных направлений. И хотя цели отдельных, схожих по себе предприятий могут совпадать в общем их значении, развитие и дальнейшая их участь сильно разнятся между собой. Основной причиной данного явления является конкуренция.

В настоящее время реалии жизни предприятий таковы, что в независимости от качества производимой продукции предприятие может изжить себя заблаговременно, частично из-за некорректной оценки своих сил, частично из-за предприятий-конкурентов.

В современной экономике, для того, чтобы создать конкурентоспособное предприятие, надо не просто модернизировать производство и управление, но и четко знать, для чего это делается, какая цель должна быть достигнута. Главным при этом должно быть одно: умение определить, быстро и эффективно использовать в конкурентной борьбе свои сравнительные преимущества. Все усилия необходимо направить на развитие тех сторон, которые выгодно отличают предприятие от потенциальных или реальных конкурентов. [1]

Для определения конкурентоспособности охранного предприятия существует множество методик, рассмотрим наиболее актуальные.

Модель Кано, с помощью которой фирма может оценивать влияние своих действий на потребительскую ценность, может сразу выяснить, какими свойствами продукт должен непременно обладать, какие качества могут привлекать клиента к новинке, какие показатели нужно точно дозировать, сопоставляя издержки на их достижение и обусловленный улучшением соответствующих качеств рост числа покупателей.

Методика NPS, которая строится на базе двух основных вопросов, задающихся клиентам компании. Причем принципиально важно спрашивать именно текущих клиентов, а не бывших или потенциальных. Первый и главный вопрос: «Насколько вероятно, что Вы порекомендуете охранную компанию

своим друзьям/знакомым»? Клиент оценивает свою уверенность в рекомендации по бальной шкале. И второй вопрос: «Почему вы поставили такую оценку»?

Gap анализ. Суть этой модели заключается в определении стратегий и процессов, которые фирма может использовать для достижения превосходства в обслуживании потребителей. Элемент «восприятие услуги» фактически является функцией множества переменных, как управляемых со стороны компании, так и неуправляемых. Центральным элементом gap-модели является «потребительское расхождение», заключающееся в несовпадении потребительских ожиданий и восприятия услуги.

Каждая из вышеперечисленных методик имеет свои преимущества и недостатки. Однако на сегодняшний день основной уклон делается математическую базу в принятии решений, которая дает возможность эффективно оценивать конкурентоспособность и автоматизировать данную область как для крупных предприятий, так и для малых, к которым можно отнести охранные фирмы. Совместное использование классических методов оценки конкурентоспособности и современных автоматизированных средств послужит пользователю комплексной системой поддержки принятия решений, работающей наиболее эффективным образом независимо от внешних факторов, включая и человеческий. [2]

Таким образом, на сегодняшний день в бурно развивающемся, стремящемся к структуризации мире для дальнейшего качественного продвижения, а также развития предприятия в целом, необходима активная поддержка его деятельности со стороны современных информационных технологий. Для охранного предприятия это, в первую очередь, эффективная система для оценки конкурентоспособности, которая позволит обеспечить комплексный расчет на основе математических алгоритмов. Такой инновационный подход даст возможность здраво и достоверно оценить положение предприятия на рынке охранных услуг как в конкретном городе, так и в пределах области.

Литература

1. Конкурентные преимущества фирмы. / сост.: Г.Л. Азоев, А. П. Челенков – Москва, 2000. – С. 60.
2. Конкуренция и конкурентоспособность. / сост.: А. Г. Мокронос, И. Н. Марвина – Екатеринбург, 2014. – С. 119.

Ковальчук Ю.

Студентка 3-го курсу

економіко-правового факультету

Одеського національного університету імені І.І.Мечникова

Науковий керівник: д.е.н., доцент Ніценко В.С.

м.Одеса

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

В умовах інтенсивних змін зовнішнього середовища, збільшення у підприємств можливостей вибору напрямів функціонування, їх діяльність і внутрішня структура постійно трансформуються, що в свою чергу впливає на цілі, завдання та спрямованість аналітичних досліджень.

Економічний аналіз діяльності підприємств, поряд зі збереженням універсальності використання, повинен мати властивість адаптуватись до змін стану об'єкта дослідження. В першу чергу це стосується забезпечення аналітичних досліджень необхідною економічною інформацією.

Економічна інформація є найважливішою складовою в організації управління підприємством, так як містить відомості про склад ресурсів та усі процеси, що відбуваються на підприємстві, як на даний час, так і за певний період. Її можна використовувати в ході аналізу на всіх рівнях управління виробничо-господарською та фінансовою діяльністю.

Нині під інформацією розуміють сукупність корисних відомостей, які є об'єктом збирання, реєстрації, зберігання, передавання й перетворення. Інформація є одним із ресурсів, який може накопичуватися, реалізуватися, поновлюватися, є придатним для колективного використання та (на відміну від інших ресурсів) у процесі споживання не втрачає своїх якостей. Інформація – це головний елемент будь-якої з функцій управління. Володіння повною, достовірною, актуальною та оперативною інформацією уможливорює отримання ринкових переваг, знижує фінансовий ризик, ефективно підтримує прийняття рішень [1, с. 197]

Найважливішими характеристиками інформації є точність, достовірність, повнота, актуальність, оперативність [2]. Якщо інформація, яка використовується для проведення економічного аналізу не відповідає зазначеним вимогам, то й отримані результати не будуть відображати реального стану фінансово-господарських процесів на підприємстві.

Важливою проблемою в процесі проведення аналітичного дослідження є використання недостовірної інформації. Викривлення інформації можуть виникати у зв'язку з недостатнім рівнем професійної компетенції фахівців та через допущені технічні і навмисні помилки. Забезпечити належний рівень точності аналітичної інформації можна, проводячи періодично підвищення кваліфікації персоналу та налагодивши дієву систему внутрішнього контролю на підприємстві.

Важливим завданням для працівників аналітичної служби є визначення оптимального обсягу інформації щодо об'єкта аналізу, а також з яких джерел (документи бухгалтерського обліку, статистичного обліку, звітність підприємства, планові документи) та які її обсяги (за скільки періодів необхідні спостереження, скільки показників і які необхідно використати для розрахунків) достатні для проведення обґрунтованого економічного аналізу.

Якщо обсяг інформації недостатній, то стан об'єкта управління буде вивчений не в повній мірі, що призведе до прийняття необґрунтованих, помилкових управлінських рішень. Наявність надлишкової інформації також спричиняє ряд проблем:

- збільшуються витрати на збір та опрацювання аналітичної інформації і, як наслідок, зростають витрати на управління підприємством;

- збільшується період формування інформаційної бази і проведення аналізу, що в свою чергу відтерміновує прийняття управлінських рішень.

Для дотримання оптимальних строків прийняття управлінських рішень необхідно забезпечити своєчасність реєстрації і передачі економічної інформації, що реалізується налагодженням професійної взаємодії бухгалтерської та аналітичної служби, розробкою чіткого графіка реєстрації господарських операцій бухгалтерією та термінів передачі її аналітикам для обробки.

Отже, результативність економічного аналізу залежить від якості інформаційної бази, що повинна відповідати низці вимог. На якість управлінських рішень впливає адекватність аналітичних висновків, отриманих на основі використаної інформаційної бази економічного аналізу. Побудова системи раціонального інформаційного забезпечення потребує визначення змісту необхідної інформації й добре функціонуючої комунікативної системи.

Література

1. Чумаченко, М.Г. Економічний аналіз : навч. посібник / М.А. Болух та ін.; за ред. М. Г. Чумаченка; Київський національний економічний ун-т. – 2.вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2003. – 555 с.
2. Кіндрацька Г.І. Економічний аналіз : підручник / Кіндрацька Г.І., Білик М.С., Загородній А.Г. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2008. – 488 с.

Копач Карина

студентка V курсу факультету управління та адміністрування, соціально-правових та інформаційних дисциплін Новокаховський гуманітарний інститут

Науковий керівник: к.е.н. Пшенична М.В.

м. Нова Каховка

АУДИТ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Особлива увага в бюджетних установах приділяється процесу розрахунків з оплати праці, тому як питома вага видатків, пов'язаних з

утриманням робочої сили за наймом складає близько 30%. Процес оплати праці в бюджетній сфері має значні особливості, так як свої особливості має сама бюджетна сфера, і насамперед – це характер фінансово – економічних відносин. В бюджетних установах фінансування виплат на заробітну плату у відповідності до чинного законодавства здійснюється за окремими статтями, які є захищеними. Тому великого значення набуває не тільки правильний облік розрахунків з оплати праці в бюджетних установах, а й дієвий контроль за його здійсненням.

Аудит розрахунків з оплати праці в бюджетних установах може бути повністю виділений в самостійний етап аудиторської перевірки або здійснений частково в ході перевірки інших аспектів діяльності установи. Тому розробка послідовності проведення аудиту розрахунків з оплати праці є першочерговим завданням практики в бюджетних установах.

1. Під час проведення аудиту необхідно керуватися Законом України «Про аудиторську діяльність» [2], Міжнародними стандартами аудиту [3], Планом рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ та іншими законодавчо - нормативними актами, що регламентують облік в бюджетних установах.

2. Метою проведення аудиту розрахунків з оплати праці є перевірка: реальності та повноти відображення операцій по заробітній платі, своєчасності та правильності її виплати, відповідність даним обліку у звітності; стану розрахунків із заробітної плати та пов'язаними з ними утриманнями із заробітної плати та нарахуваннями.

3. Джерелами інформації для аудиту розрахунків з оплати праці в бюджетних установ є: Статут (Положення) установи; кошторис доходів та видатків; первинні документи з обліку праці та її оплати [2]; облікові реєстри, що використовуються для відображення операцій з обліку розрахунків з оплати праці; меморіальні ордери; акти, довідки попередніх перевірок та інша документація, що узагальнює результати контролю; звітність бюджетної установи. Предметом аудиту є господарські операції, пов'язані з обліком праці та її оплати в бюджетних установах.

Перевірка розрахунків з оплати праці є трудомістким процесом, тому аудитор зазвичай проводить лише вибіркиму перевірку найважливіших розрахунків, при цьому важливо правильно провести вибірку. З цією метою необхідно керуватися вимогами МСА 530 «Аудиторська вибірка» [3].

Аудит розрахунків з оплати праці в бюджетних установах може бути здійснений у наступній послідовності (рис. 1), зазначеній в Плані і Програмі аудиту.



Рис. 1. Послідовність аудиту розрахунків з оплати праці в бюджетній установі

Аудитор повинен з'ясувати, за рахунок яких коштів буде нарахована заробітна плата – державного чи місцевого бюджету, спеціального фонду, що позначиться на виборі кореспондуючих рахунків [1], а також за виконання яких саме робіт чи послуг нарахована заробітна плата, що позначиться на КЕКВ [1].

При здійсненні аудиту необхідно враховувати також наступні особливості, притаманні бюджетним установам. Крім табельного обліку в них здійснюється нормування робіт у годинах за допомогою нормованих завдань. Тобто, для виконання відповідних функцій та обсягу робіт установлюється норма обслуговування.

Висновки з даного дослідження. Під час перевірки правильності розрахунків з оплати праці необхідно керуватися не тільки вимогами відповідних діючих законодавчих актів, але й враховувати особливості діяльності певних галузей бюджетної сфери. Обсяг робіт з організації розрахунків та відповідно контролю за ними доволі трудомісткий. Важливо покращити систему оплати праці та спростити механізм проведення аудиту.

Література

1. Аудит розрахунків з оплати праці в бюджетних установах [Електронний ресурс] / С.О. Клименко, Л.В. Мікрюкова // Інноваційна економіка. – 2013. - № 46. – с. 313. – Режим доступу до журн.: irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis
2. «Про аудиторську діяльність». Закон України №140-V від 14.09.2006 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua/go/3125-12
3. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг: видання 2010 року, частина 2 / пер. з англ. : О.Л. Ольховікова, О.В. Селезньов, О.О. Зеніна та інші. – К. : МФБ і АПУ, 2010. – 402 с.

Корчагіна Віта

к.е.н, доцент кафедри управління та адміністрування
Новокаховський гуманітарний інститут
м. Нова Каховка

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ: МІСЦЕ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ

Організацію інформаційного забезпечення стратегічного розвитку та антикризового управління забезпечує своєчасна та ефективна фінансова діагностика за даними звітності – це дає можливість прогнозувати настання кризи, оцінити ймовірність банкрутства підприємства в майбутньому, визначити масштаби і причини кризи. Надання такої інформації забезпечує сформована на підприємстві облікова політика. Вона охоплює організацію та методіку ведення облікової роботи загалом, визначає сукупність правил реалізації методу бухгалтерського обліку і повинна забезпечувати максимальний ефект від його ведення.

Функціональний зміст обліково-аналітичного забезпечення в управлінні процесами стратегічного антикризового розвитку підприємства характеризується наданням релевантної облікової та аналітичної інформації управлінському апарату для прийняття рішення у межах формування та реалізації стратегії розвитку.

Повне та правдиве подання інформації про фінансові результати і фінансовий стан підприємства у звітності в значній мірі залежить від рівня формування та застосування облікової політики, яка б враховувала умови діяльності підприємства, організаційно-технічні особливості тощо. Певні антикризові заходи, що впливають з фінансової політики і стратегії підприємства, можуть бути передбачені при розробці облікової політики підприємства [1, с.322]. Вона забезпечує формування інформації в звітності, підпорядковану стратегії розвитку підприємства

Ефективність діяльності підприємств значною мірою залежить від того, наскільки вірогідно керівництво підприємства передбачає короткострокову та довгострокову перспективу розвитку, тобто від прогнозування. Складання прогнозів та планів діяльності дозволяє підприємствам запропонувати альтернативні шляхи та строки свого розвитку. Наявність прогнозів та планів дає змогу уникнути помилкових рішень, вони є одними із засобів розробки стратегії управління підприємством [2, с.151].

Облікова політика визначає ідеологію господарювання підприємства на тривалий період, сприяє посиленню обліково-аналітичних функцій в управлінні підприємством, дає змогу оперативно реагувати на зміни, що відбуваються у виробничому процесі, ефективно пристосовувати виробничу систему до умов зовнішнього середовища, знизити економічний ризик і добитися успіхів в конкурентній боротьбі.

Маючи за мету постійно впливати на визначену групу показників підприємства (ліквідності, платоспроможності, стійкості, рентабельності та інших), можливо розробити комплекс заходів, спрямованих на її досягнення, використовуючи відповідні інструменти облікової політики. Так, реалізуючи обрану стратегію, реально забезпечити максимальну ефективність діяльності підприємства або, навпаки, підвищити його збитковість. Такі підходи до облікової політики можуть спричинити викривлення облікової інформації, знизити її достовірність та зумовити прийняття на її основі неправильних рішень. Даний підхід доводить, що в межах облікової політики є можливість маніпулювати інформацією звітності. Таким чином, користувачі, які потребують неупереджених та достовірних даних, взамін отримують частково перекручену та/або неповну інформацію, що визначають менеджери підприємства при формуванні облікової політики, враховуючи інтереси власника.

З іншого погляду, облікова політика може бути як стандартизована, так і не стандартизована, передбачає включення окремих позицій облікової політики, що не зайшли повного висвітлення у нормативних документах, але необхідність застосування яких продиктована досвідом функціонування підприємств в ринкових умовах. Тобто, певні антикризові заходи відповідно до фінансової політики та стратегії підприємства можуть бути передбачені при розробці облікової політики, коли визначаються більш доцільні для підприємства альтернативні варіанти її методичної складової. Це стосується відображення інформації управлінської (внутрішньогосподарської) облікової системи про витрати підприємства за видами продукції, робіт та послуг, статтями затрат, центрами відповідальності, порядку оцінки окремих видів активів. Такий підхід визначає врахування інтересів в першу чергу самого суб'єкта господарювання, в чому і полягає основна задача використання облікової політики – захищати інтереси власника(ків) підприємства.

Інформація обліково-аналітичного забезпечення як результату застосування облікової політики, з одного боку, є наслідком ефективної чи неефективної діяльності, а з іншого – значною мірою залежить від того, наскільки вдало обрана облікова політика, та якою є мета її формування. При здійсненні антикризового управління ключова роль належить його інформаційному забезпеченню, при цьому використання облікових підходів відповідно від обраної облікової політики дає змогу досягнути однозначності в трактуванні економічних та фінансових явищ, повного врахування внутрішніх і зовнішніх джерел фінансового оздоровлення підприємств.

Література

1. Кірсанова В.В. Вплив облікової політики підприємства на формування його фінансових результатів [Електронний ресурс] / В.В. Кірсанова, Д.О. Пеліпаденко // Інноваційна економіка. – 2013. – № 6. – С.321-325. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/inek_2013_6_78.pdf.
2. Калюжна Ю.В. Ефективність бухгалтерського обліку в системі антикризового управління підприємством [Електронний ресурс] / Ю.В. Калюжна // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 3 (19). – С.147-152. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n3.html>.

Лактионова Ольга

к.э.н., доцент кафедры

Мандра Наталия

к.э.н., ст. пр. кафедра «Финансы и банковское дело»

ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет»

м. Мариуполь

АУТСОРСИНГОВЫЙ ЦЕНТР ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ В РАЗВИТИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА РЕГИОНОВ

Сектор малого и среднего предпринимательства представляет собой один из основополагающих факторов, обеспечивающих конкурентоспособность и повышение экономического роста регионов.

Нераспределенная прибыль малых предприятий (МП) экономической деятельности направления «Промышленность» соответственно за 2013 г.- «-23797,3 тыс. грн.», за 2014 г.- «31825,2 тыс. грн.», за 2015 г.- «-499437,3 тыс. грн.» показывает отрицательные значения, имеющие тенденцию к ухудшению, что сообщает о неэффективной финансовой деятельности МП Украины, в т.ч. в регионах.

Устойчивое развитие сегмента малого и среднего бизнеса (МСБ) регионов во многом зависит от адекватности институциональных изменений налоговых отношений, в частности, их администрирования как со стороны налоговых органов, так и внутри предприятий. Значительные издержки исполнения налогового законодательства вследствие непроизводительности сложившегося механизма налогового администрирования, а также неэффективное управление налоговыми отчислениями в самих организациях наносят ущерб общественным интересам, тормозят развитие МСБ в регионах.

Формирование производительной системы управления финансами МСБ требует повышения качества управления, прежде всего, в части разработки и использования современных организационных механизмов, инструментов управления, в т.ч. финансового аутсорсинга (от англ. financial outsourcing, F&A), налогового аутсорсинга (от англ. tax outsourcing, N&A) как относительно новых для украинской практики методов организации управления финансами, в т.ч. МСБ.

Финансовый аутсорсинг (F&A) - передача функций или отдельных операций процесса учета, составление отчетности, анализа и управления финансами провайдеру или внешнему (стороннему) поставщику, предоставляющему конкретную финансовую услугу в течение согласованного периода по определенной цене. Как показал историографический анализ зарубежной практики, F&A включает: бухгалтерский аутсорсинг, налоговый аутсорсинг, аутсорсинг аудиторской деятельности, аутсорсинг управления финансами на договорной основе, страхование финансовых рисков.

К преимуществам F&A можно отнести: стандартные (возможности концентрации внимания руководства и ресурсов на основных бизнес-

процессах; возможности привлечения высококвалифицированного персонала, опыта и технологий для исполнения переданных функций; увеличение возможности гибкости в управлении ресурсами); специфические (перенос рисков и ответственности за исполнение переданных функций и операций на аутсорсера; в случае нарушения договора, возмещение некоторых убытков за счет аутсорсера; доступ к юридическим и налоговым ресурсам; снижение и страхование риска принятия ошибочных управленческих решений). Компания – аутсорсер, что-бы оставаться конкурентоспособной на международном рынке, вынуждена инвестировать в получение оптимальных управленческих решений, в развитие и внедрение современных технологий, в непрерывное повышение квалификации своего персонала. Узкая специализация позволяет обеспечить надежное и качественное исполнение передаваемых на аутсорсинг операций бизнес - процесса. В субъектно - организационном аспекте процесс финансового аутсорсинга, распространяется на аутсорсера – организацию, оказывающую услуги F&A и клиентов – пользователей услуг F&A. Система налогообложения услуг финансового аутсорсинга включает два звена: а) субъекты, оказывающие услуги F&A-аутсорсеры, б) субъекты – клиенты, пользователи услуг F&A. Формирование аутсорсинговых центров финансовых услуг, в т.ч. для предприятий МСБ в регионах Украины не происходит. Из зарубежной практики известно, что специалисты аутсорсера определяют показатели финансово-экономического состояния клиента услуг для обоснования необходимости применения механизма налогового стимулирования, а в случае вновь созданного предприятия –возможно и полное освобождение от уплаты налогов. В случае вероятности наступления банкротства, аутсорсер обосновывает необходимость применить механизм налогового стимулирования.

Предлагается комплекс мер эффективного налогового стимулирования развития МСБ. Виды налоговых льгот для предпринимателей: изъятие; скидки (позволяет налогоплательщикам уменьшать базу налогообложения путем вычетов); освобождение (от уплаты налогов -самое эффективное действие для развития МСБ); специальные налоговые режимы. Налоговая политика, должна: включать понятные законодательные и нормативные акты; быть направлена на уменьшение количества налогов; учитывать специфику каждой организации; максимально помогать материально бизнесменам из социально-незащищенных слоев населения (инвалидам, пенсионерам), из многодетных семей. Налоговая политика должна быть направлена: на снижение налоговых ставок; на предоставление налоговых каникул до 2-х лет (0%-нулевая ставка), в т.ч. для индивидуальных предпринимателей; на уменьшение налоговой нагрузки для тех, кто находится на общей системе налогообложения; на разработку законодательства, признающего деятельность аутсорсера по оказанию услуг F&A инновационной, претендующей на налоговые льготы; на поддержку субъектов МСБ - клиентов услуг F&A, заключающейся в обосновании применения льгот к клиентам, которые имеют право на возврат, которые внедряют инновации, соответствующие определениям «Руководства Осло».

Одним из современных направлений финансовых услуг, оказываемых аутсорсером, в зарубежной практике является страхование финансовых рисков субъектов хозяйствования МСБ.

Победря Александр Вікторович

студент II курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., доцент Федяєва М.С.

м.Херсон

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

У будь-якій державі, незалежно від економічної системи та способу організації суспільних відносин, банківська система відіграє ключову роль, адже являє собою єдину систему, підпорядковану головній меті – забезпечувати ефективний обіг фінансових ресурсів у державі. Від того, наскільки раціонально організована банківська система, наскільки вона відповідає економічній політиці держави, етапу розвитку економіки, залежить ефективність руху фінансових ресурсів і, в свою чергу, розвиток економіки.

Структура банківської системи як частина економічної системи є результатом історичного розвитку. Однак банківська система не перебуває у статичному стані – вона постійно розвивається, як і економічні відносини в суспільстві.

На зразок побудови банківської системи високорозвинутих країн світу Законом України «Про банки і банківську діяльність» передбачено створення та функціонування дворівневої банківської системи України [1]. Протягом останніх років розпочався активний процес інтеграції банківської системи України у світову фінансову систему на основі її адаптації до міжнародних вимог функціонування та регулювання банківських систем. Тому в нинішніх умовах стратегічним завданням Національного банку України є розбудова стійкої, ефективної, конкурентоспроможної банківської системи, яка б сприяла довгостроковому економічному зростанню країни, її фінансовій безпеці. Вирішення такого завдання може бути забезпечено шляхом поєднання трьох взаємопов'язаних напрямів: забезпечення стійкості банківської системи, її прозорості та високого рівня конкурентоспроможності. Вирішення цих завдань вимагає комплексного підходу на основі розроблення певного стратегічного документа, який би передбачав розробку та реалізацію системи узгоджених заходів правового, економічного та організаційного характеру [3].

Банківська система бере участь у виконанні основних функцій фінансової системи, зокрема, шляхом:

- забезпечення способів переміщення фінансових ресурсів у часі;
- розроблення та забезпечення способів управління ризиками;
- забезпечення механізму об'єднання фінансових ресурсів та їх розподілу

між окремими суб'єктами господарювання;

- забезпечення безперервного функціонування платіжних систем;
- забезпечення насичення ринку ціною інформацією [2].

На сьогодні банки України діють в умовах підвищеної ризиковості ринкового середовища, що ставить підвищені вимоги до забезпечення та підтримки їх фінансової стійкості.

У 2014–2015 рр. Україна зіштовхнулася з найтяжчою банківською кризою, яка завдала нищівного удару по довірі до банківської системи.

Незважаючи на задекларовану НБУ роботу над оздоровленням банківської системи за 9 місяців 2015 року її фінансовий результат був негативним: чистий збиток платоспроможних банків сягнув 51530 млн грн., що пояснюється в першу чергу погіршенням якості активів банків. Сумарний обсяг доходів українських банків за 9 місяців 2015 року склав 153457 млн грн, обсяг збитків - 205685 грн. Кількість збиткових платоспроможних банків дорівнює 38 зі 123 установ, що подали звітність в НБУ [4].

Банківська криза стала результатом накопичених макроекономічних дисбалансів у минулому та прорахунків у проведенні антикризової політики сьогодні. Нині в публічних дискусіях часто видно крайнощі в оцінках: обвинувачують або Національний банк, або недолугих власників і менеджмент банків, або всіх разом.

Стимування кризи на ранніх етапах можливе, в основному, шляхом застосування адміністративних заходів і надання екстреного рефінансування. Адміністративні заходи запроваджуються на короткий час (максимум кілька місяців) і передбачають заморожку видачі банківських депозитів або їхнє примусове подовження, у рідкісних випадках — банківські канікули. Нині Україна перебуває в епіцентрі банківської кризи, тому про жодне її стимування адміністративними заходами на даному етапі йтися не може. Однак на майбутнє Національний банк повинен мати чіткий план дій із застосування адміністративних заходів для стимування кризи, тим паче можливість запровадження мораторію на зняття депозитів нині передбачено законодавчо.

Таким чином, на сьогодні актуальною є проблема реструктуризації проблемних активів банків України, продовження процесів реорганізації та ліквідації неплатоспроможних установ, подовження подальшої капіталізації банків. У довгостроковій перспективі реформування банківського сектору має бути направлено на зниження вартості капіталу для вітчизняних суб'єктів, забезпечення стійкого економічного розвитку. Україна має винести уроки з банківської кризи: перестати ліпити образ колективного ворога з професії банкіра та НБУ; виправити, де ще не пізно, підходи до докапіталізації, виведення проблемних банків із ринку, розчищення непрацюючих активів; підвищити ефективність системи банківського нагляду, забезпечити його неупереджене, прозоре та деполітизоване застосування. Тільки так можна повернути довіру до банківської системи.

Література

1. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим

доступу : <http://www.bank.gov.ua>.

2. Д'яконова І.І., Мордань Є.Ю. Адаптивність банківської системи та її прояв у динаміці економічного розвитку України // Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». - 2011. - № 4. - С. 118-126.

3. Колодізев О. Становлення банківської системи України: минуле, світовий досвід, проблеми реформування // Банківська справа. - 2000. - № 2. - С. 26-31.

4. Активи банківської системи скоротилися на 8,2% [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukr.lb.ua/news/2016/01/27/326477aktiv_i_bankivskoi_sistemi.html

Рудакової Оксани

студентка V курсу факультету управління та адміністрування, соціально-правових та інформаційних дисциплін
Новокаховський гуманітарний інститут
Науковий керівник: к.е.н. Пшенична М.В.
м. Нова Каховка

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ДОХОДУ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНАЛЬНИХ ПОСЛУГ

Характерними рисами господарської діяльності комунальних підприємств України є: – особливий підхід до ціноутворення наданих послуг, встановлення єдиних тарифів; – наявність субсидій, дотацій, цільового фінансування з боку органів місцевого самоврядування; – наявність значного обсягу дебіторської заборгованості за надані послуги (насамперед, бюджетних організацій і населення). Тому актуальності набувають дослідження особливостей ведення бухгалтерського обліку на підприємствах комунальної галузі.

Бухгалтерський облік доходів від реалізації комунальних послуг організовується по кожному об'єкту за відповідними групами споживачів, для яких відкривається окремий субрахунок (703 «Дохід від реалізації робіт і послуг» та субрахунок 704 «Вирахування з доходу»). Аналітичний облік доходів від реалізації організовується абонентським відділом за видами комунальних послуг. Дані по рахунку 70 «Доходи від реалізації» відображаються в журналі-ордері № 6. Відповідно до п.п. 14-17 П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати» [4] та Інструкції № 291, вирахування з доходу можна поділити на два види: податки і платежі з обороту (ПДВ - рядок 015 Ф № 2 та інші податки і платежі з обороту, що підлягають перерахуванню до бюджету - рядок 025 Ф № 2). В обліку ці операції відображаються за дебетом рахунку 703 в кореспонденції з рахунком 64 «Розрахунками за податками й платежами»; інші вирахування (надані торговельні, грошові знижки споживачам на спожиті послуги - рядок 030 «Інші вирахування з доходу»). З метою стимулювання своєчасної оплати спожитих комунальних послуг (особливо населенням) або збільшення обсягів їх реалізації комунальні підприємства за згодою власника надають споживачам знижки. При цьому слід враховувати момент надання знижки відносно дати визнання доходу. Знижки встановлюються по рішеннях органів місцевого самоврядування при проведенні окремих акцій по прискоренню оплати комунальних послуг населенням і можуть бути двох видів:

1) Торгівельні знижки, які надані до моменту реалізації послуги, тобто до виписки рахунка абоненту. В цьому випадку сума знижки є відома, відображається в рахунку, зменшуючи на її величину обсяг реалізації, тобто очікувану виручку. Отже, згідно п.21 П(С)БО 15 дохід від реалізації комунальних послуг [3] визнається в сумі справедливої вартості активів (в даному випадку грошових коштів), що підлягають отриманню і розраховуватиметься як вартість за тарифами з виключенням суми знижки. Бухгалтерський запис з визнання доходу буде таким: Дебет 361 - Кредит 703 - на суму доходу, зменшеного на суму знижки.

2) Знижки після реалізації послуг можна характеризувати як грошові знижки за дотримання (виконання) споживачами певних умов, наприклад своєчасну або дострокову оплату. В такому випадку надану знижку вже неможливо відобразити в рахунку абоненту. Це означає, що на момент надання послуги точна сума компенсації, що буде отримана підприємством, не може бути визначена, оскільки існують умови, якими може скористатися споживач. В результаті чого сума компенсації, яку він повинен буде сплатити, буде меншою.

В бухгалтерському обліку суму знижки відображають таким записом: Дебет 704 «Вирахування з доходу» - Кредит 361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями», у такий спосіб зменшуючи на суму наданої знижки дохід від реалізації. Облік надходжень за цільовим фінансуванням: житлових субсидій, пільг, дотацій, цільового фінансування капітальних інвестицій з бюджету.

Законодавчо-нормативна база і методологічні нюанси в бухгалтерському обліку сьогодні роблять розглянуті в статті питання актуальними для професійної дискусії та безпосереднього втілення їх рішень в практику. Аналіз нормативно-методичного забезпечення та практики обліку основних засобів в ЖКГ свідчить про необхідність їх вдосконалення, активізації вирішення проблемних питань, прискорення розробки та внесення змін до чинних нормативних актів та звітних документів з метою їх раціоналізації.

Література

1. «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» Закон України від 16.07.99 р. № 996 – XIV, із змінами і доповненнями від 15.05.02 р. № 1707 – III, від 22.06.02 р. №1829 – III [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Доходи», затвердженого наказом Міністерства фінансів України від 29.11.99 р. № 290 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.balance.ua> - електронна версія газети «Баланс».
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3 «Звіт про фінансові результати», затвердженого наказом Міністерства фінансів України від 31.03.99 р. № 87 із змінами і доповненнями від 24.02.00 р. № 37, від 14.07.00 р. № 131, від 30.11.00 р. № 304, від 18.12.01 р. № 583, від 25.11.02 р. № 989, від 23.05.03 р. № 363 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.balance.ua> - електронна версія газети «Баланс».

Чугрій Наталія

н.с. лабораторії інноваційного провайдингу
та інтелектуальної власності Донецької державної с/г
дослідної станції НААН України
м. Покровськ

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В НАУКОВИХ УСТАНОВАХ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

Сьогодні серед вирішальних чинників економічного розвитку в сучасних умовах на першому місці виступає інтелектуальне виробництво, а ключовою формою стає інтелектуальна власність. З урахуванням наукового та освітнього потенціалу України актуальність оцінювання вартості об'єктів права інтелектуальної власності та їх обліку як нематеріальних активів у наукових бюджетних установах АПК України заслуговує значну увагу.

Нематеріальні активи – це категорія, яка виникає внаслідок володіння правами на об'єкти інтелектуальної власності або на обмежені ресурси та їх використання в господарській діяльності з метою отримання доходу. Багато авторів відзначають, що нематеріальні активи – важлива складова необоротних активів, що в багатьох випадках є запорукою успіху діяльності суб'єкта господарювання і здатна приносити надприбутки їх власникам.

Визначення економічної категорії «нематеріальні активи» наведено в Національному Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку в державних установах № 122 «Нематеріальні активи» [1], згідно з яким «нематеріальний актив – немонетарний актив, який не має матеріальної форми, може бути ідентифікований.

Придбані об'єкти інтелектуальної власності в складі нематеріальних активів зараховуються на баланс підприємства за первісною вартістю. При цьому їх собівартість складається з ціни придбання, включаючи будь-які імпорتنі мита і податки на придбання, що не підлягають відшкодуванню і будь-які витрати на підготовку активу до застосування за призначенням, які можуть бути безпосередньо віднесені до активу [2, с.301].

Оцінка вартості такого нетрадиційного об'єкта права інтелектуальної власності, як сорт рослин, має свої суттєві особливості. На сьогодні в переважній більшості наукових установ сорти рослин створюють за державні кошти, використання яких пильно контролюють відповідні державні структури, тому відсутність офіційно визнаного методу вартісної оцінки стала серйозною перешкодою для їх застосування в господарському обігу. Крім того, невизначеність первісної оцінки вартості сорту не дає змоги відобразити їх у бухгалтерському обліку. Селекція рослин – це процес тривалий і безперервний, тому визначити частку первісної вартості конкретного сорту рослин досить складно [2, с.306].

Доходи та витрати Донецької державної сільськогосподарської дослідної станції НААН України на створення інтелектуальної власності в кінці року за період розробки цих об'єктів списуються на фінансовий результат діяльності установи, а не акумулювалися на спеціальному рахунку, тому первісна вартість ОПВ визначається за фактичними витратами на проведення державної реєстрації, отримання та підтримки чинності охоронних документів. Оскільки тривалість кваліфікаційної експертизи заявки становить 3 роки, сума збору становить 24380 грн. А так як заявником є бюджетна неприбуткова установа, то збори сплачуються в обсязі 10%. Тому загальна кількість витрат на державну реєстрацію та отримання охоронних документів становитиме для ОПВ 2438 грн. – це і буде первісна вартість сорту рослин для постановки на баланс Донецької дослідної станції НААН України як нематеріального активу.

Для обліку витрат на розробку нематеріальних активів у науково-дослідних установах, що фінансуються за рахунок бюджету, призначено активний субрахунок 823 «Витрати на науково-дослідні роботи за договорами», на якому відображають прямі та накладні витрати після їх розподілу на виконання науково-дослідних робіт [3, с.58].

Основна мета здійснення оцінки об'єктів права інтелектуальної власності в бюджетних установах і відображення їх у бухгалтерському обліку у вигляді нематеріальних активів — це передусім можливість використання таких об'єктів у господарському обороті. Тому вони мають бути обов'язково відображені в бухгалтерському обліку. Крім того, балансова вартість ніяк не впливає на ринкову (справедливу) вартість об'єкта, за якою він може бути проданим. Так само ця вартість не впливає і на розмір винагороди, що сплачує ліцензіат за право використання сорту рослин чи іншого ОПВ. Здійснені дослідження дали змогу виявити проблеми, які стримують використання ОПВ, насамперед сортів рослин як нематеріальних активів у бюджетних установах. Основна з них — це неможливість визначення первісної вартості ОПВ, створених у науковій установі, залишаючись у чинному правовому полі України [3, с.61].

Таким чином, дослідження проблем визнання об'єктів права інтелектуальної власності нематеріальними активами та порядок їх відображення на рахунках бухгалтерського обліку, в тому числі в наукових установах аграрного сектору економіки України, є надзвичайно актуальним.

Література

1. НП(С)БОДС 122 «Нематеріальні активи». Наказ Міністерства фінансів України від 12.10.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buhgalter911.com/Res/stbuxgos/stbuxgos.aspx>
2. Святченко С.І. Організація обліку об'єктів права інтелектуальної власності в складі нематеріальних активів в наукових установах агропромислового комплексу / С.І. Святченко // Вісник Центру наукового забезпечення АПВ Харківської області. - 2013. - Вип. 14. - С. 301-315.
3. Матвієць В. Г. Використання сорту рослин як нематеріального активу / В. Г. Матвієць, В. М. Тимчук // Вісник аграрної науки. - 2014. - № 7. - С. 57-62.

Шатковська Маріна Сергіївна
студентка 3-го курсу економіко-правового факультету
Одеського національного університету імені І.І.Мечникова
Науковий керівник: д.е.н., доцент Ніценко В.С.
м. Одеса

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Ринкові відносини потребують ґрунтовного аналізу ринкових ситуацій з тим, щоб визначити принципи дії ринкових механізмів. Такий аналіз у розвинутих країнах виявив цілу низку об'єктивних закономірностей і дав змогу планувати кількість товару відповідно до вимог споживачів, «підігнати» товар під наявний на ринку попит. У результаті відбулась переорієнтація виробництва, а слідом за ним і попиту. Почалось становлення так званого ринку покупця – практичне втілення концепції маркетингу [5, с.421].

Потужного розвитку економічний аналіз набув у більшості розвинених країн у період переходу до ринкових відносин, оскільки саме тоді й виникла потреба застосовувати у господарській діяльності позикові засоби, тобто виникла потреба визначати рівень ризику, поглиблювати аналіз фінансового стану підприємств-позичальників.

В Україні за останнє десятиріччя внаслідок реформування економіки та переходу до ринкових відносин зросла потреба у проведенні економічного аналізу не тільки виробництва продукції, а й її збуту. Практично провідну роль в організації аналітичної роботи відіграє здійснення аналізу не лише по підприємству в цілому, а власне за окремими виробничими і технологічними операціями, у зв'язку з чим починають використовувати новий вид аналізу – операційний, основи якого в Україні тільки розробляються [1, с.327].

Економічний аналіз – це комплексне глибоке вивчення роботи підприємств, їх підрозділів та інших господарських формувань для об'єктивної оцінки її результатів і виявлення можливостей дальшого підвищення ефективності господарювання. Розглянемо основні визначення економічного аналізу, які існують на даному етапі його розвитку.

Зміст економічного аналізу – це комплексне всебічне дослідження всіх сторін діяльності підприємства на основі використання відповідних джерел інформації, вивчення окремих елементів економічної роботи, виявлення і вимірювання впливу факторів на результати діяльності підприємства, зіставлення витрат і результатів, узагальнення результатів аналізу і, нарешті, обґрунтування альтернативних варіантів управлінських рішень з метою вибору оптимального [2].

Велику роль відводять аналізу у справі визначення та використання резервів підвищення ефективності діяльності суб'єкта господарювання в конкурентному середовищі на основі використання досягнень науково-технічного прогресу та передового досвіду. Щоб вижити в конкурентній боротьбі і змінювати свої ринкові позиції, кожне підприємство має постійно

шукати резерви підвищення ефективності своєї діяльності. Це об'єктивний процес, без якого неможливий поступальний розвиток суспільства. Аналіз сприяє економічному використанню ресурсів, виявленню і впровадженню передового досвіду, науковій організації праці, використанню нової техніки і технології виробництва та запобіганню зайвих витрат. У наслідок цього змінюється економіка підприємства та підвищується ефективність його діяльності [4,с.334].

Сучасний економічний аналіз повністю змінює свою парадигму від оцінно-статистичного до пошуково-прогностичного з вибором оптимальних управлінських рішень у зоні невизначеності та ризику. Сама ж методика конкретних аналітичних досліджень має бути наближеною до господарських потреб підприємства, відповідати повсякденним запитам управління, бути надійним економічним інструментом управління підприємством.

В ситуації, що склалася сьогодні в Україні, роль економічного аналізу значно зростає, особливо в умовах виникнення кризових явищ на підприємстві, коли саме завдяки проведенню комплексного економічного аналізу вдається визначити причини кризи та розробити і обґрунтувати можливі шляхи виходу з криз. Сучасний економічний аналіз дає можливість запроваджувати на підприємстві системи комп'ютерного аналізу основних показників діяльності підприємства, але недоліком є те, що в Україні така практика проведення економічного аналізу не знайшла широкого розповсюдження [3, с.189].

Література

1. Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання [Текст] : підручник / П.Я. Попович. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2008. – 630 с.
2. Рзаєва Т.Г. Економічний аналіз [Текст] : навч. посіб. / Рзаєва Т.Г. – Хмельницький : ХНУ, 2003. – 198 с.
3. Сіменко І.В. Якість систем управління підприємствами: методологія, організація, практика: монографія [Текст] / І.В. Сіменко. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. – 394 с.
4. Тарасенко Н. В. Економічний аналіз [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. закладів освіти / Н.В. Тарасенко. – 4-те вид., стер. – Л. : Новий Світ-2000, 2008. – 344 с.
Чумаченко, М.Г. Економічний аналіз [Текст] : навч. посіб. / М.А. Болюх [та ін.]; ред. М. Г. Чумаченко; Київський національний економічний ун-т. – 2.вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2003. – 555 с.

Якимченко Віра

викладач-стажист кафедри податкової
та бюджетної політики

Херсонський національний технічний університет,
м. Херсон

МИТНО-ТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ

Всі сучасні національні економіки є відкритими, тому відчують на собі глобальний вплив світової конкуренції, а відтак, для збереження та захоплення позицій на світовому ринку кожна країна має застосовувати комплекс заходів,

спрямованих на регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Одним з ключових елементів зовнішньоекономічної стратегії України є вдосконалення системи митно-тарифного регулювання за рядом напрямів. Сучасні проблеми податкової політики та митного законодавства зокрема, досліджують такі науковці: О. Гребельник, Т. Ліпіхіна, О. Годованець, В. Каленський, П. Пашко та ін.

Метою дослідження є розкриття значущості митно-тарифного регулювання в Україні, дослідження системи митного оподаткування та визначення основних цілей і завдань митного тарифу. Дослідження ефективності митно-тарифного регулювання в Україні, спрямованого на захист національних інтересів у період інтенсифікації міжнародних інтеграційних процесів.

Заходи, спрямовані на регулювання зовнішньоекономічної діяльності обов'язково включають у себе митно-тарифне регулювання, яке, з одного боку, безпосередньо впливає на показники експорту та імпорту, а з іншого – прямо чи опосередковано визначає основні економічні параметри національних економік, динаміку й тенденції зміни обмінних курсів, відсоткових ставок важливих параметрів соціального розвитку. Одним із головних регуляторів зовнішньоекономічних зв'язків стає запровадження митного тарифу як податку на зовнішню торгівлю.

На сьогодні залишається ряд суттєвих проблем, які впливають на стан митно-тарифного регулювання, зокрема:

- надмірна деталізація та значна диференціація у розмірах ставок ввізного мита на однорідні товари;
- встановлення специфічних та комбінованих ставок ввізного мита без урахування специфіки поставок товару (при визначенні бази оподаткування за такими ставками мита застосовується вага-брутто товару з урахуванням первинної тари);
- значної кількості пільг зі сплати ввізного мита для окремих галузей та суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності;
- ігнорування галузевими міністерствами та відомствами основних принципів і підходів щодо підготовки законодавчих актів з питань митно-тарифного регулювання, зокрема підготовка ними пропозицій щодо деталізації товарів за комерційними назвами, маркою та призначенням для споживання в окремій галузі.

Україна повинна повною мірою використовувати інструментарій нетарифних методів регулювання, оскільки такі методи є більш прихованими та дозволяють підтримувати національного виробника, не порушуючи принципи тарифного регулювання міжнародних об'єднань. Але таке регулювання повинно доповнюватись жорстким контролем Антимонопольного комітету України за ступенем монополізації ринку.

Слід виділити такі вектори проведення митної політики України: запровадження пільг для імпортерів, які ввозять сировину та напівфабрикати для виробництва експортної продукції. Такі пільги можна реалізувати через

систему векселів або відшкодування мита по сировині при експорті готової продукції; введення вибіркового тарифного обмеження щодо тієї імпортованої продукції, яка може впливати на стан таких вітчизняних галузей народного господарства як легка промисловість, сільське господарство, машинобудування; підтримка галузей, у яких висока частка технологічної переробки продукції та значна додана вартість, і обмеження імпорту іноземної конкурентної продукції з допомогою технічних бар'єрів.

Враховуючи особливості сучасного періоду, слід зробити висновок, що одним з найбільш поширених регуляторів зовнішньоекономічної діяльності є митний тариф, який країна використовує як: захист вітчизняного виробника; джерело поповнення державного бюджету; інструмент зовнішньоекономічної політики держави; як регулятор ввезення-вивезення товарів. Ефективність застосування митно-тарифного механізму або окремих митно-тарифних заходів залежить від існуючого в державі нормативного порядку та правил митно-тарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Положення про те, що митні відносини є однією зі складових сукупності всіх ринкових відносин, дає змогу зробити висновок, що цілі митно-тарифної політики є похідними від загальнооекономічних цілей і визначаються пріоритетами останніх. Саме за допомогою митно-тарифних регуляторів держава коригує товаропотік і географічну структуру експорту й імпорту з урахуванням довгострокових цілей розвитку країни, забезпечує макроекономічну стабільність, підтримує структуру платіжного балансу, стабілізує курс національної валюти. Але все ж таки основними завданнями митно-тарифної політики залишаються: створення оптимальних умов для конкуренції між національними й іноземними виробниками, забезпечення найбільш ефективного використання інструментів митного контролю і регулювання товарообміну на митній території України, що стимулює належний розвиток економіки.

Література

1. Гребельник О.П. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності: підручник / О.П. Гребельник. – К.: Наука, 2005. – 238 с.

2. Закон України “ Про Єдиний митний тариф” [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/T130584Z.html

Яценко Вікторія

к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і аудиту
Херсонський національний технічний університет
м.Херсон

МЕТА АНАЛІЗУ ІСНУЮЧИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА

Методологія фінансового обліку ґрунтується на функціональних процесах підприємства, проте вектор розвитку усталеної облікової методології визначається в міждисциплінарному інтелектуальному середовищі, здатному генерувати асоціативне мислення дослідника, нові ідеї та гіпотези на основі інтерпретації наукових теорій та практик інших дисциплін. Еволюція теорій

бухгалтерського обліку доводить тісний взаємозв'язок та залежність методології обліку від наукових тенденцій в сфері управління, математики та інформатики, інженерних наук, філософії та соціології.

Сучасною тенденцією є перехід від функціонального (ієрархічного) підходу до процесного, фундаментальним принципом якого є представлення обліково-аналітичної системи підприємства як системи взаємодіючих між собою бізнес-процесів. Перехід до процесного підходу супроводжується реорганізацією бізнес-процесів і залежить від чіткого розуміння сутності категорії «Бізнес-процес» (БП) і його ролі в обліку. Для процесного підходу побудови і функціонування обліково-аналітичної системи підприємства характерним є певна локалізація бізнес-процесів обліку (або їх окремих модулів для наскрізних процесів) у межах окремих ділянок обліку, що зумовлює накладання структури бізнес-процесів обліку на функціональну структуру облікової системи підприємства і визначає принцип ієрархічного функціонального упорядкування домінуючим при моделюванні бізнес-процесів обліку.

Дослідження процесного підходу побудови та функціонування обліково-аналітичної системи підприємства з позиції вивчення та синтезу наукових теорій різних галузей знань, обґрунтування концепції процесного підходу в обліку на основі його фундаментальних принципів, має важливе практичне значення для оцінки надійності й ефективності діючої та побудови покращеної моделі обліково-аналітичної системи підприємства.

Для впровадження процесного підходу необхідно систематизувати всі доступні матеріали щодо функціонування існуючої моделі обліково-аналітичної системи підприємства: опис системи бухгалтерського обліку, функції і завдання, інструкції, форми, документація бізнес-процесу тощо. Уся зібрана інформація навіть застаріла стане корисною для аналізу існуючого процесу з метою його удосконалення. Збір інформації продовжується протягом усього процесу удосконалення, оскільки на кожному наступному етапі з'являтимуться нові документи. Це пояснюється особливістю обліково-аналітичної системи підприємства, функціонування якої полягає у взаємодії різних ділянок обліку між собою та/або з іншими підрозділами підприємства, що супроводжується документообігом. Більш детально побудову обліково-аналітичної системи представлено у [1].

Функціонування підприємств у сучасному світі характеризується складною організаційною побудовою бізнес-процесів, комунікаційних зв'язків, багаторівневістю управління, що зумовлює значне ускладнення архітектури обліково-аналітичної системи.

Отже, мета аналізу існуючих бізнес-процесів обліково-аналітичної системи підприємства орієнтується на оцінку за наступними категоріями: результативність, адаптованість та контроль.

Література

1. Яценко В. Обліково-аналітична система багатосегментного підприємства: теоретичне обґрунтування й практична реалізація. Бухгалтерський облік і аудит. - 2014.- №11.- м. Київ. - С 25-37.