

**Херсонський державний університет (м. Херсон)**  
**Херсонський національний технічний університет (м. Херсон)**  
**Херсонський державний аграрний університет (м. Херсон)**  
**Київський національний економічний університет**  
**імені В. Гетьмана (м. Київ)**  
**Миколаївський національний аграрний університет (м. Миколаїв)**  
**Одеський національний економічний університет (м. Одеса)**  
**Державний університет штату Колорадо (США, м. Колорадо)**  
**Університет інформатики та мистецтв (Польща, м. Лодзь )**

**Матеріали**  
**Міжнародної науково-практичної конференції**  
**«ПРОБЛЕМИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ**  
**СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ**  
**ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ:**  
**ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ»**

*10-11 листопада 2016 року*

*Херсон*  
*ПП Вишемирський В.С.*  
*2016*

УДК 332.135(477)  
ББК 65.9(4УКР)я43  
П 78

**Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних**

**П 78 процесів:** теоретичні та практичні аспекти: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, Херсон, 10-11 листопада 2016 р. / Упоряд. К. Мельникова. – Херсон, вид-во ПП Вишемирський В.С., 2016. – 408 с.

**ISBN 978-617-7273-46-1**

У збірник увійшли матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні та практичні аспекти». Затверджено рішенням вченої ради Херсонського державного університету (протокол № 7 від 26 грудня 2016 р.).

Збережена авторська стилістика, орфографія і мова

**ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ**

**Голова організаційного комітету:**

**Соловійов А.І.** – к.е.н., доцент, декан факультету економіки і менеджменту Херсонського державного університету;

**Члени організаційного комітету:**

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

**Ушкаренко Ю.В.** – д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії Херсонського державного університету;

**Мохненко А.С.** – д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства Херсонського державного університету;

**Шашкова Н.І.** – д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту та адміністрування Херсонського державного університету;

**Соловійов І.О.** – д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту організацій ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

**Гарафонова О.І.** – д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана;

**Вишневіська О.М.** – д.е.н., професор, декан обліково-фінансового факультету Миколаївського національного аграрного університету;

**Шебаніна О.В.** – д.е.н., професор, декан факультету менеджменту Миколаївського національного аграрного університету;

**Макуха С.М.** – к.е.н., доцент кафедри загальної економічної теорії Одеського національного економічного університету;

**William P. Spencer** – Professor Emeritus, Professor of Agriculture and resource economics department, Colorado State University;

**John P. Olienyk** – Professor, Ph. D., Professor College of business, Colorado State University;

**Andrew Seidl** – Professor, Ph. D., Professor and Extension specialist – Public Policy of Agriculture and resource economics department, Colorado State University;

**Rebecca Hill** – Ph. D. associated professor, Extension research specialist Agriculture and resource economics department, Colorado State University;

**Andrzej Nowakowski** – ректор Університету Інформатики та Мистецтв (Польща).

**УДК 332.135(477)  
ББК 65.9(4УКР)я43**

ISBN 978-617-7273-46-1

© Мельникова К.В., 2016  
© ХДУ, 2016  
© ПП Вишемирський В.С.

## ЗМІСТ

<b>СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ.....</b>	<b>16</b>
<b>Брутян К.</b> ЕКОНОМІЧНЕ «ЖИТТЯ» СВІТОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ.....	16
<b>Vinska O., Tokar V.</b> UKRAINIAN GENDER GAP IN ECONOMIC PARTICIPATION AND OPPORTUNITY.....	18
<b>Гладкова О., Бабіченко О.</b> ВПЛИВ ПОЛІТИКИ США НА ЗОВНІШНЮ ПОЛІТИКУ КРАЇН СВІТУ ...	21
<b>Горбенко А., Титарчук І.М.</b> ДОСВІД ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ У ПОЛЬЩІ: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ .....	23
<b>Гур'єв В., Гладкова О.</b> ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СВІТОВИХ ФІНАНСОВИХ РИНКІВ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ .....	25
<b>Ємленінов М., Гладкова О.В.</b> ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АНТИГЛОБАЛІСЬКОГО РУХУ .....	27
<b>Жданова Л.</b> СПЕЦИФІКА ПОПИТУ НА ТОВАРИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ В ІНДУСТРІАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ .....	30
<b>Жнакіна Е.</b> ТІНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ .....	32
<b>Левківський В., Кирилюк Ю.В.</b> ОРІЄНТАЛЬНІ ВИМІРИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СПІВПРАЦІ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА КНР .....	34
<b>Макуха С.</b> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО КАПІТАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	36
<b>Марковець А., Жнакіна Е.Г.</b> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ.....	38
<b>Осавелюк О., Чумак Н.В.</b> ТЕНДЕНЦІЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ .....	40
<b>Осадчий О.</b> ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В ЄВРОПІ .....	42
<b>Полковниченко С.</b> ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР ЕКСПОРТУ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ .....	44

<b>Прощаликіна А.М., Дудник О.С.</b> ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ АГРОКОНСАЛТИНГУ .....	46
<b>Семенець Ю., Сацик В.І.</b> ОСВІТА В ЕКОНОМІЧНІЙ ТЕОРІЇ: ІСТОРИЧНИЙ ДИСКУРС .....	48
<b>Тімошук А., Фурдак М.М.</b> РОЗВИТОК «ГІНЬОВОЇ» ЕКОНОМІКИ - СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТАН В УКРАЇНІ.....	50
<b>Fedorchuk O., Onuchak L.V.</b> FOREIGN DIRECT INVESTMENT IN ECONOMIC MODERNIZATION OF UKRAINE IN CONDITIONS OF GLOBALIZATION .....	51
<b>Khliustov Y., Onuchak L.V.</b> PROBLEMS OF SUSTAINABILITY UKRAINIAN ECONOMY IN THE GLOBALIZATION PROCESS .....	54
<b>Kholyavko K., Onuchak L.</b> THE POTENTIAL OF DEVELOPMENT OF THE UKRAINE'S FOREIGN TRADE IN HIGH-TECHNOLOGICAL PRODUCTS .....	56
<b>Chepelenko A., Chepelenko D.</b> THE IMPACT OF GLOBALIZATION ON MIGRATION IN EUROPE.....	58
<b>Якимченко В.</b> ЕКОНОМІЧНА ВЗАЄМОДІЯ УКРАЇНИ З ЄС: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ .....	60
<b>СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ.....</b>	<b>62</b>
<b>Anurova-Prikladko I., Chernyakhovskya M., Dvoretzky A.</b> THE MAIN PRINCIPLES OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT CONCEPT.....	62
<b>Булігіна Д., Дулік Т.О.</b> ІНСТИТУЦІЙНІ ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКОЇ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ .....	64
<b>Воробйова Т., Сасенко Л., Міщенко Д.А.</b> ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ .....	66
<b>Губа А., Качан А., Дулік Т.О.</b> АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ АДМІНІСТРУВАННЯ ПДВ В УКРАЇНІ.....	68
<b>Данкевич А.</b> СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНТЕГРОВАНІХ ФОРМУВАНЬ В УКРАЇНІ.....	71
<b>Крымцева Т., Сорокина А.</b> АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ.....	73
<b>Лапішко З., Левківський О., Дерій Ж.В.</b> ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНИХ РЕЙТИНГАХ.....	77

<b>Мостова Ю., Крайник В., Осацька Ю.Є.</b> СУЧАСНИЙ СТАН МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ .....	79
<b>Павленко Л., Прохорець Т., Стороженко І., Міщенко Д.А.</b> УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМ БОРГОМ УКРАЇНИ ..	81
<b>Євгенєва А., Животун А., Панасейко С.М.</b> СУЧАСНИЙ СТАН ДЕРЖАВНОГО ЗОВНІШНЬОГО БОРГУ УКРАЇНИ....	83
<b>Прус Л., Корнійчук О.</b> УМОВИ ЗАСТОСУВАННЯ РЕЗЕРВНОГО МЕТОДУ ВИЗНАЧЕННЯ МИТНОЇ ВАРТОСТІ ІМПОРТНИХ ТОВАРІВ.....	85
<b>Ратошнюк Т., Мартинюк М.</b> РОЗВИТОК ФОРМ ГОСПОДАРЮВАННЯ В ЖИТОМИРСЬКІЙ ОБЛАСТІ .....	87
<b>Роїк О. Р., Стефанишин О. В.</b> ТУРИСТИЧНА СФЕРА ТА МОЖЛИВОСТІ ЇЇ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	90
<b>Самойлик Ю.</b> ПЕРСПЕКТИВИ ВИРОБНИЦТВА АЛЬТЕРНАТИВНИХ ВИДІВ ЕНЕРГІЇ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	92
<b>Ушкаренко Ю., Бутівчак К.</b> ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА ЯК ОСНОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ .....	94
<b>Чмут А.</b> РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	96
<b>Шаршунович М. В., Панасейко С. М.</b> ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ДЕРЖАВНОГО ДЕФЦИТУ УКРАЇНИ .....	98
<b>Щерба О., Блакита Г.В.</b> УКРАЇНА У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ .....	100
<b>СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ .....</b>	<b>102</b>
<b>Алексич К., Кравченко В.М.</b> МІСЦЕ ТА РОЛЬ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА .....	102
<b>Андрющенко І.</b> ОСНОВНІ КАТЕГОРІЇ ДО САМОВДОСКОНАЛЕННЯ ЖИТТЄЗДАТНИХ СИСТЕМ.....	104
<b>Антош Н.</b> ЕКОЛОГІЧНІ ПАРАМЕТРИ ЯКОСТІ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА.....	106
<b>Архіпова Т., Петренко В.С.</b> ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНИХ КОШТІВ .....	108
<b>Батоліна Н., Маюня В., Ковальов В.В.</b> СУТНІСТЬ САНАЦІЇ ГОСПОДАРЮЮЧОГО СУБ'ЄКТА.....	109

<b>Батуріна І., Туболець І.І.</b> РИНОК ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПРИЧИНИ І НАСЛІДКИ .....	111
<b>Бильмак Т., Зубенко Ю. Д.</b> СОСТОЯНИЕ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ УКРАИНЫ, ГЛАВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ.....	113
<b>Веремєєнко М., Ковальов В.В.</b> ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ГОСПОДАРЮЮЧОГО СУБ'ЄКТА.....	116
<b>Веретьонова А., Мельникова К.В.</b> ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	118
<b>Водяницька О., Байша К.М.</b> СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ .....	120
<b>Ворожбит М., Богацька Н. М.</b> РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА.....	122
<b>Галунець Н., Шобаніна О.В.</b> ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СВІТОВІЙ АГРОПРОДОВОЛЬЧІЙ СИСТЕМІ .....	124
<b>Головко Т., Бланк І.О.</b> ДОВИЗНАЧЕННЯ МЕТИ ПЛАНУВАННЯ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	126
<b>Гончак О., Туболець І.І.</b> СУТНІСТЬ ДИВІДЕНДНОЇ ПОЛІТИКИ КОРПОРАЦІЇ.....	128
<b>Грицина В., Шашкова Н.І.</b> ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	131
<b>Гришко М., Сита Є.</b> УДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ПСК “ХЛІБОКОМБІНАТ СКАДОВСЬКОГО РАЙСТ” .....	133
<b>Громова В., Мельникова К.В.</b> ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЦІНОВОЮ ПОЛІТИКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ .....	135
<b>Даниленко В., Ситнік Ю., Федорчук О.М.</b> ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ.....	137
<b>Досенко В., Мельникова К.В.</b> АНАЛІЗ СТРУКТУРИ ВИТРАТ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА....	139
<b>Дуга В., Кирилов Ю.Є.</b> ВПЛИВ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН НА РОЗВИТОК АГРОТУРИЗМУ.....	141
<b>Ємець О., Ковальов В.В.</b> РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ.....	143

<b>Ільченко Ю., Ковальов В. В.</b> ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА .....	145
<b>Іщенко Н., Байша К.М.</b> УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА .....	147
<b>Кавецька І., Богацька Н.М.</b> ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ІНТЕГРАЦІЇ .....	149
<b>Калкатіна Ю., Ковальов В.В.</b> ПОЗИКОВИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА .....	151
<b>Калюжна О.</b> ФОРМУВАННЯ КООПЕРАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ МІЖ ПІДПРИЄМСТВАМИ СУБ'ЄКТАМИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ .....	153
<b>Кардаш М., Ковалев В.В.</b> ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ І ЗАВДАННЯ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ .....	155
<b>Губа А., Качан А., Фоміних В.І.</b> ФІНАНСОВИЙ ЛІЗИНГ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ .....	157
<b>Ковальов В.</b> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ГОСПОДАРЮЮЧОГО СУБ'ЄКТА .....	159
<b>Козубенко Т., Петренко В.С.</b> ЛІКВІДНІСТЬ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ: УПРАВЛІННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ .....	161
<b>Крива Я., Богацька Н.М.</b> ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ .....	163
<b>Кукліна Т.С., Іванов В.О.</b> ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЛЯ САНАТОРНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	165
<b>Кулянкова Д., Мельникова К.В.</b> ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ЛІКВІДНІСТЬ В СИСТЕМІ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	166
<b>Левицька С., Шашкова Н.І.</b> ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ .....	168
<b>Лесик А., Горшков М.А.</b> ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	170
<b>Мандич О.</b> ЕКОНОМІЧНА ЄДНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ, ПОТЕНЦІАЛУ ТА СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА .....	172

<b>Медведик Д., Ковальов В.В.</b> АУТСОРСИНГ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ .....	174
<b>Мельникова К.</b> УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	176
<b>Мороз А., Ковальов В. В.</b> СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ "ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ" .....	178
<b>Москаль А., Петренко В.С.</b> СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ДЛЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	180
<b>Мохненко А.С., Ковальчук О.В.</b> ПЛАНУВАННЯ ФОНДУ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ.....	182
<b>Мохненко А.С., Шийко Н.</b> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	185
<b>Нестерчук Я., Мудрак Р.П.</b> РОЗВИТОК ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В САДІВНИЦТВІ .....	187
<b>Ніценко В.С.</b> ПРОБЛЕМИ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНА НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА .....	189
<b>Олексенко С.</b> УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ.....	191
<b>Пантюк І., Сакун А.Ж.</b> ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ В УКРАЇНІ.....	193
<b>Пасльон В., Байша К.М.</b> ФІНАНСОВИЙ ЛІЗИНГ ТА ЙОГО ЗДІЙСНЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....	195
<b>Петренко В.</b> ПОНЯТТЯ КОРПОРАТИВНОЇ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ.....	196
<b>Петренко В., Алексєєва Н.</b> ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА .....	198
<b>Петренко В., Селезньова Ю., Власюк В. Є.</b> РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ У СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ .....	200
<b>Пронюк В., Байша К.М.</b> ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	202
<b>Пузанова Я., Ковальов В.В.</b> СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ.....	204
<b>Рот-Серов Є.В., Ілляшенко С.М.</b> РОЛЬ ЗНАНЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	205



<b>Руденко К., Петренко В.С.</b> САНАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ ТА ФУНКЦІЇ.....	207
<b>Русіна О., Пономарьова О.Б.</b> ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ СТРАХОВИКА .....	209
<b>Савенко М., Заволока Л.О.</b> УПРАВЛІННЯ ВНУТРІШНІМИ ФАКТОРАМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВИКА .....	211
<b>Садюк А., Богомоллова Н.І.</b> ДЕЯКІ УМОВИ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ ЦІНОУТВОРЕННЯ В ПОТЕНЦІЙНО КОНКУРЕНТНИХ СЕКТОРАХ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ.....	212
<b>Сарапіна О., Пінчук Т.</b> ПРОБЛЕМИ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ .....	215
<b>Сидоренко О., Білошапка В.А.</b> МОДИФІКАЦІЯ СТРАТЕГІЙ ГЛОБАЛЬНОГО БІЗНЕСУ .....	217
<b>Скирда М., Ісхакова О.М.</b> УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ .....	219
<b>Соха В., Мельникова К.В.</b> АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ НА РЕАЛІЗОВАНУ ПРОДУКЦІЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	221
<b>Сташенюк Д., Денисенко М.П.</b> ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ .....	222
<b>Стоянова І. Р., Фурдак М.М.</b> ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК СУБ'ЄКТ ГОСПОДАРЮВАННЯ - ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ .....	224
<b>Татарінова Г., Мельникова К.В.</b> РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВНИЙ ПОКАЗНИК ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ .....	226
<b>Уварова Н.</b> АДАПТИВНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ .....	229
<b>Федорчук О.</b> ПРОБЛЕМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ АГРАРНОГО СЕКТОРУ .....	232
<b>Федотов В., Мельникова К.В.</b> НЕОБОРОТНІ АКТИВИ ПІДПРИЄМСТВА.....	234
<b>Фомічова А., Байша К.М.</b> ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ПІДПРИЄМСТВА .....	236
<b>Фурдак М.</b> АСОЦІАЦІЯ ЯК ФОРМА ІНТЕГРАЦІЙНОГО ОБ'ЄДНАННЯ ВИНОГРАДАРСЬКО-ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	238

<b>Харченко А. В., Череп А.В.</b> АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ВІДЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	240
<b>Шульга М.</b> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	242
<b>Юшко І., Лукьяненко Д.Г.</b> ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИЙ ФОРМАТ ОРГАНІЗАЦІОННО- ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ЛАНДШАФТА БАНКА .....	244
<b>СЕКЦІЯ 4. ПРОДУКТИВНІ СИЛИ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА.....</b>	<b>247</b>
<b>Гончаренко І.</b> ВИКОРИСТАННЯ АУТСОРСИНГУ ПІДПРИЄМЦЯМИ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....	247
<b>Козьякова С.</b> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ	249
<b>Реус М., Хвищун Н.В.</b> ЕФЕКТИВНІСТЬ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ .....	251
<b>Федорусь Л., Валецька О.</b> ОСНОВНІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ.....	252
<b>СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА.....</b>	<b>254</b>
<b>Єфімова Л., Бичкова Л.О.</b> ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА.....	254
<b>Коптяєва В., Фурдак М. М.</b> СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	256
<b>Матушкіна А., Фурдак М.М.</b> ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ – ПОНЯТТЯ ТА ОСНОВНІ СКЛАДОВІ.....	258
<b>СЕКЦІЯ 6. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА.....</b>	<b>260</b>
<b>Атаєва О.</b> ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ КРИЗИ В ОПЛАТІ ПРАЦІ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ.....	260
<b>Губа А., Качан А., Гессен А.Є.</b> СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ .....	262
<b>Михайленко О.</b> ПРІОРИТЕТНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЗАЙНЯТОСТІ СІЛЬСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ .....	264

<b>Павленко Л., Прохорець Т., Стороженко І., Міщенко Д.А.</b> ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ ЯК НАПРЯМ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ .....	266
<b>СЕКЦІЯ 7. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ. СТАТИСТИКА .....</b>	<b>269</b>
<b>Алілуйко М., Ткаченко Ю.В.</b> АДАПТАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ДО МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТИВ .....	269
<b>Атамась О., Шинкаренко О.М.</b> ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ КОНСТРУКТИВНО СКЛАДНИХ ОБ'ЄКТІВ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ .....	271
<b>Битківська А., Петрик О.А.</b> КОРИСТУВАЧІ ОБЛІКОВО-ЗВІТНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ПРОЦЕДУРАХ ВІДНОВЛЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ТА БАНКРУТСТВА .....	273
<b>Будько О.</b> ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОБЛІКУ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	275
<b>Голик М.</b> РОЛЬ МІСЦЕВИХ ПОЗИК У ПОСИЛЕННІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ .....	277
<b>Дяченко Ю., Бриштін В.В.</b> ПРОБЛЕМИ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ .....	279
<b>Дубінецька А., Ковальов В.В.</b> ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КРЕДИТУ .....	281
<b>Дудинець Л.</b> ДОВІРА СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ .....	283
<b>Зимовець В., Керімов П.</b> ПЕРСПЕКТИВИ МОДЕРНІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА РАХУНОК РИНКОВИХ МЕХАНІЗМІВ ФІНАНСУВАННЯ .....	285
<b>Козак В., Гладій І.О.</b> «ЗНИЖКИ –СКОНТО» В ПРОЦЕСІ КОРИГУВАННЯ ЗАБОРГОВАНOSTІ ДЕБІТОРІВ .....	287
<b>Конєва І.</b> ЗАСТОСУВАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ .....	289
<b>Лобачева І.</b> МОЗКОВИЙ ШТУРМ ЯК МЕТОД ПРОГНОЗУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	291
<b>Михайловська К., Бурковська А.В.</b> АНАЛІЗ ЗДІЙСНЕННЯ ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ НАЦІОНАЛЬНИМ БАНКОМ УКРАЇНИ .....	294

<b>Мостова Ю., Крайник В., Фоміних В.І.</b> ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ.....	296
<b>Нездойминога О.</b> ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛІЗИНГУ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ .....	298
<b>Сакун А.</b> НЕОБХІДНІСТЬ СКЛАДАННЯ КОНСОЛІДОВАНОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ .....	300
<b>Сівакова В., Лютова Г.М.</b> ОЦІНКА ЯКОСТІ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ДОХОДИ КРЕДИТНИХ СПЛОК.....	302
<b>Сідельникова Л.</b> СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ФІСКАЛЬНОЇ КОНСОЛІДАЦІЇ В УКРАЇНІ.....	305
<b>Скороход І., Рогова Н.В.</b> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ.....	307
<b>Соловйов А., Гончаренко С.</b> АНАЛІЗ СТАНУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ В УКРАЇНІ .....	309
<b>Терьошина Ю., Третяк А., Власюк В. Є.</b> ПІДХОДИ ДО ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА .....	311
<b>Туболець І., Ступак А.</b> УПРАВЛІННЯ СТРУКТУРОЮ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	313
<b>Ушкаренко Ю., Карпенко Г.</b> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ .....	315
<b>Фадєєва К., Байша К.М.</b> ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ .....	317
<b>Фурсова В., Вепренцова К.</b> ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПРИСУТНОСТІ ІНОЗЕМНОГО КАПІТАЛУ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ .....	319
<b>Хромушина Л.</b> ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ ВАЛЮТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ .....	321
<b>Цупко Н., Хромушина Л.А.</b> ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АКТИВНИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ.....	323
<b>Чугрій Н.</b> ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА КОНТРОЛЮ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА .....	325

<b>Шалигіна І.</b> МОНІТОРИНГ ДОХОДНОЇ ЧАСТИНИ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ .....	327
<b>Шумська Я., Пріхно І.М.</b> ПРОБЛЕМИ ПОЛІПШЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ .....	330
<b>СЕКЦІЯ 8. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ.....</b>	<b>332</b>
<b>Бондаренко Т.</b> РЕКОМЕНДАЦІЇ З НАДАННЯ АНАЛІТИЧНОГО ЗВІТУ ЗА РОЗРАХУНКАМИ РОЗРОБОК НОБЕЛІВСЬКИХ ЛАУРЕАТІВ З ЕКОНОМІКИ .....	332
<b>Круліковська Н., Макаренко О.І.</b> АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ВИМІРЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ..	334
<b>Невдах С., Толмачевец Ю., Борисов В.</b> МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ КАК МЕТОД ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА .....	335
<b>Сисоєнко І., Карлюка Д.</b> ПРОГНОЗУВАННЯ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ ЗА МЕТОДОМ АВТОРЕГРЕСІЇ .....	338
<b>Бідюк П.І., Трухан С.В.</b> СИСТЕМНИЙ ПІДХІД У ЗАДАЧАХ ОЦІНЮВАННЯ АКТУАРНИХ РИЗИКІВ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ МЕРЕЖ БАЙССА .....	340
<b>Chumachenko Yu., Borolis I.I.</b> THE ROLE OF INFORMATION TECNOLOGIES IN TODAY’S ECONOMY .....	342
<b>СЕКЦІЯ 9. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА СУБ’ЄКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....</b>	<b>344</b>
<b>Гордієнко Т., Северина С.В.</b> ПРОБЛЕМАТИКА ЗАПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ .....	344
<b>Дьяченко К., Іващенко О.В.</b> ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ЯК ОСНОВА ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКУ .....	346
<b>Снігач Д., Северина С.В.</b> ПРОБЛЕМАТИКА ВПРОВАДЖЕННЯ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	348
<b>СЕКЦІЯ 10. ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ. СУБ’ЄКТИ І МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ.....</b>	<b>350</b>
<b>Губа А., Цівань І., Роменська К.М.</b> УДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ БЮДЖЕТУ В КОНТЕКСТІ РЕФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ.....	350

<b>Корольова І.</b>	
ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ В ОСВІТНІЙ ГАЛУЗІ...	352
<b>Русіна О., Міщенко Д.А.</b>	
ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ДЕРЖАВНОЇ АУДИТОРСЬКОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ .....	353
<b>СЕКЦІЯ 11. МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ ТА ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ.....</b>	<b>356</b>
<b>Бавико О.</b>	
ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ – ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ.....	356
<b>Бігун М., Махначова Н.М.</b>	
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	358
<b>Брич В., Ліштаба Л.</b>	
НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОГРАМ НАВЧАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ МЕНЕДЖЕРІВ В СИСТЕМІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я .....	361
<b>Бура В., Осадчий Є.С.</b>	
БЕНЧМАРКІНГ, ЯК МЕТОД ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКІВ .....	363
<b>Воловик В., Водяник М.О.</b>	
СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ ОРІЄНТОВАНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	365
<b>Воробйова Ю.М., Наторіна А.О.</b>	
КОГНІТИВНИЙ ВПЛИВ РЕКЛАМИ НА СПОЖИВАЧА.....	367
<b>Вороніченко А., Осадчий Є.С.</b>	
ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ РЕБРЕДИНГУ БАНКІВ В УКРАЇНІ.....	369
<b>Горенко А.</b>	
ІННОВАЦІЇ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ: ВІТЧИЗНЯНИЙ І ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД.....	371
<b>Дарієнко А., Осадчий Є.С.</b>	
ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ У СУЧАСНИХ УМОВАХ .....	373
<b>Казакова Т., Тюхтенко Н.А.</b>	
УМОВИ УСПІШНОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ КАР'ЄРИ .....	375
<b>Кітченко О., Чемерис А.</b>	
ІНСТРУМЕНТИ ПРОСУВАННЯ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....	377
<b>Кушнір А., Комарова К. В.</b>	
РОЛЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУЛЮВАННЯ МІСІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ .....	379
<b>Плотницька В., Наторіна А.О.</b>	
ДІАГНОСТИКА ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	384

<b>Рожук Я., Коваленко М.А.</b> ПРІОРИТЕТНІСТЬ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ .....	386
<b>Соловйов А.</b> ІНФОКОМУНІКАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ .....	388
<b>Стороженко І.А., Пономарьова О.Б.</b> ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СТРАХОВИЙ МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ .....	390
<b>Сухорукова О.</b> ПРОБЛЕМИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕДИЙНОЇ ГАЛУЗІ.....	392
<b>Тюхтенко Н.А., Шеремет Ю.Л.</b> МОТИВАЦІЙНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВОЮ ПОВЕДІНКОЮ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ СУЧАСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ .....	394
<b>Тюхтенко Н.А., Гавренкова В.І., Даниленко М.В.</b> СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ПОНЯТТЯ ПРОФЕСІЙНА КАР'ЄРА .....	396
<b>Шашкова Н., Шаповалов В.</b> МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ НА РИНКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІМЕРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ .....	399
<b>СЕКЦІЯ 12. ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ .....</b>	<b>404</b>
<b>Мостова Ю., Крайник В., Дулік Т.О.</b> ОКРЕМІ АСПЕКТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПОДАТКОВИХ ПРАВОПОРУШЕНЬ В УКРАЇНІ .....	404

---

## СЕКЦІЯ 1

# ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

---

**БРУТЯН КАТЕРИНА**

к.е.н., доцент кафедри обліку та менеджменту

**ЧЕРНИХ ДАР'Я**

студентка V курсу кафедри обліку та менеджменту

Криворізького факультету Запорізького національного університету

м. Кривий Ріг

## ЕКОНОМІЧНЕ «ЖИТТЯ» СВІТОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ

Останнім часом актуальності набуває питання економічного «життя» Світової організації торгівлі в Україні. Ринок послуг України є одним з найбільш привабливих для іноземних інвесторів. Членство в СОТ забезпечить такі переваги, як підвищення якості та впровадження передових технологій, що сприятиме прискоренню економічних реформ в Україні в рамках забезпечення інтеграційного процесу в ЄС.

Важливий внесок у дослідженні співпраці України з СОТ зробили такі вчені як: В. Андрійчук, В. Будкін, І. Бураковський, А. Гальчинський, О. Гребельник, М. Дудченко, В. Дюмулен, А. Кіреєв, П. Кругман, А. Кредісов, Ю. Макогон, В. Новицькій, М. Портер, А. Поручник, Ф. Рут, О. Холопов, А. Череп.

Одним із основних принципів СОТ є торгівля без дискримінації, тобто взаємне надання режиму найбільшого сприяння у торгівлі товарів іноземного походження [1]. Розглянемо стан зовнішньої торгівлі України (рис. 1).

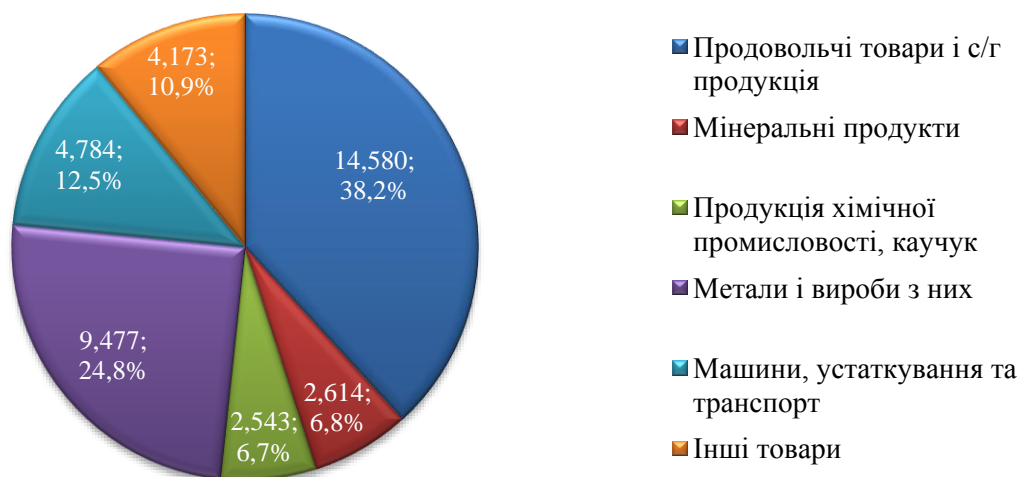


Рис. 1. Товарна структура експорту за 2015 р., млрд. дол.

Вагому частку товарної структури українського експорту до країн світу на період за 2015 рік становили продовольчі товари і с/г продукція – 38,2%. Друге місце зайняли метали і вироби з них – 24,8%; на третьому місці –



машини, устаткування та транспорт – 12,5% [3]. Таким чином, Україна є великим постачальником сировини в країни світу, а частка готової продукції залишається невисокою.

Основу товарного імпорту складає: паливно-енергетичні товари – 27,5%, машини, устаткування та транспорт – 23,2%, а також продукція хімічної промисловості – 21%, продовольчі товари і с/г продукція – 9,5% (рис. 2) [4].

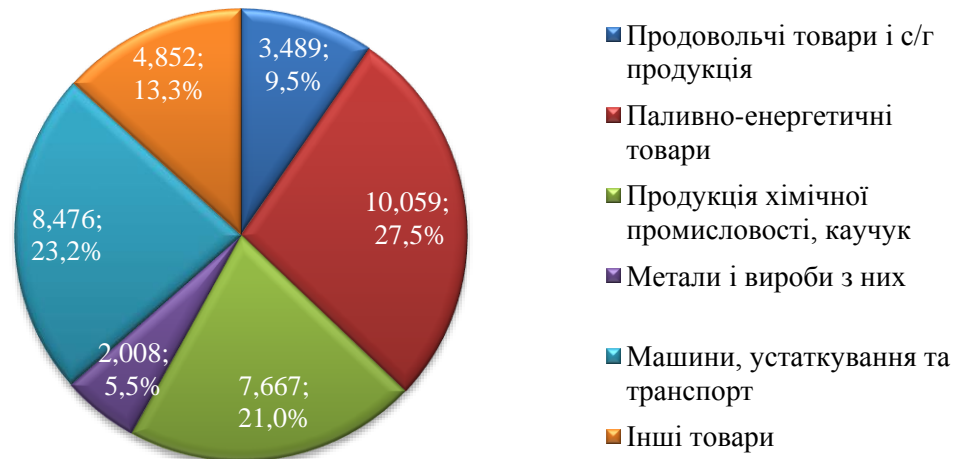


Рис. 2. Товарна структура імпорту за 2015 р., млрд. дол.

Товарна структура торгівлі України свідчить про вузькість її асортименту. В цілому на групи, що їх репрезентують галузі з незначним рівнем технологічності і виробництва доданої вартості доводилося близько 80% від загального обсягу експорту України. Структура імпорту не стабільна, так же, як і структура експорту.

Експорт товарів і послуг з України в країни світу в 2015 році склав 9,73 млрд. дол. США, а імпорт – 5,523 млрд. дол. (рис. 3). Від'ємне сальдо складало 4,207 млрд. дол., що за останні роки стало найнижчим показником [2].

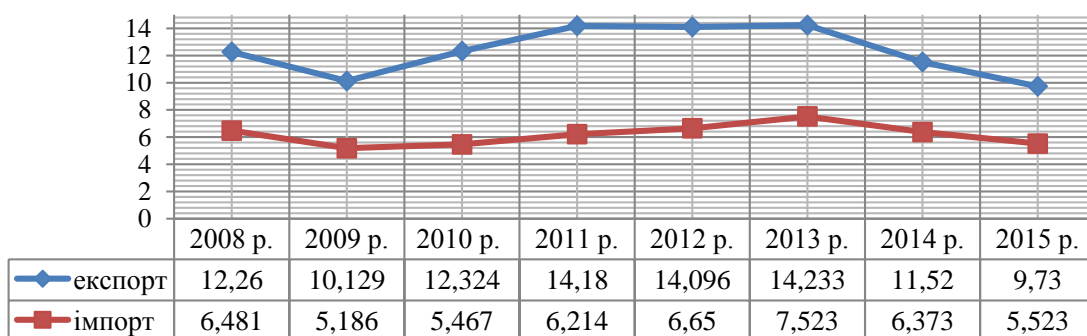


Рис. 3. Динаміка структури експорту-імпорту послуг з 2008 по 2015 рр., млрд. дол.

Таким чином, можна говорити про зміну співвідношення між експортом і імпортом не на користь України. Така структура була обумовлена впливом світової фінансово-економічної кризи та вступом України до СОТ, що дозволило відкрити національні ринки для зарубіжної продукції [5].

Слід зазначити, для того, щоб на рівних з іншими державами-членами СОТ використовувати торгово-політичний інструментарій, Україні доведеться форсувати проведення наступних заходів: докласти максимум зусиль до створення повноцінного ринку факторів виробництва, включаючи ринки капіталів, праці та землі, а також розвинених систем кредитування, страхування, лізингу, національної інноваційної системи; постійно працювати над поліпшенням ділового клімату в країні, підвищенням її інвестиційної привабливості; створити максимально доступну систему інформації про становище на українському та світовому товарних ринках, про дотримання нормативів СОТ в інших країнах-членах; відновити практику системного і довгострокового прогнозування національної економіки, засновану на постійному моніторингу і періодичного коригування галузевих і макроекономічних прогнозів; забезпечити підготовку спеціалістів, здатних використовувати правові норми СОТ і діючу в ній систему вирішення суперечок для відстоювання інтересів України.

#### Література

1. Бураковський І.О. Вступ України до СОТ: як правильно оцінити наслідки [Текст] / І.О. Бураковський // Економічний часопис ХХІ ст. – 2010. – № 7/8. – С. 6-12.
2. Динаміка структури експорту-імпорту послуг з 2008 по 2015 рр. – [http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2008/zd/dseip/dseip2007\\_u.htm](http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2008/zd/dseip/dseip2007_u.htm)
3. Рейтинги експорту товарів з України. – 24.02.2016. <http://hubs.ua/economy/rejtingi-eksporta-tovarov-iz-ukrainy-snizhenie-v-es-na-4-mlrd-infografika-63936.html>
4. Рейтинги імпорту товарів в Україну. – 09.03.2016. – <http://hubs.ua/economy/rejtingi-importa-tovarov-v-ukrainu-rost-postavok-elektroenergii-v-20-5-raz-infografika-65637.html>
5. Череп А.В. Функціонування багатосторонньої торгівельної системи СОТ: Підручник / А.В. Череп, К.С. Брутян. – Кривий Ріг: Видавництво «Діоніс». – 2012 р. – 368 с.

**VINSKA OKSANA**

PhD, Associate Professor

Department of European Integration

**TOKAR VOLODYMYR**

D.Sc., PhD, Professor

Department of International Finance

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

Kyiv

## **UKRAINIAN GENDER GAP IN ECONOMIC PARTICIPATION AND OPPORTUNITY**

The devastating military conflict and pervasive corruption have caused Ukrainian social and economic crisis. The degrading economic plight, on the one hand, undermines our European aspirations, but, on the other hand, mainstreams profound shifts in Ukrainian policy. The grave consequences of the Russia-centered foreign trade, technological simplification and agricultural specialization have

triggered the production and exports diversification needed to avoid economic collapse and political disintegration.

Ukrainian prospects depend on educated and qualified labor force as the main driver of the knowledge-based inclusive economic growth. Thus, both men and women should enjoy unrestrained opportunities to thrive as our commitment to the fifth UN sustainable development goal to transform the world till 2030 year, videlicet gender equality [2]. Currently, due to stereotypes and prejudice, Ukrainian women face barriers locking their full potential. As a result, female economic participation in our country is not relevant to their skills, talents and abilities. Table 1 presents data relating to the changes in integral scoring and ranking of Ukraine in the Global Country Score of Economic and Opportunity Gender Gap in 2006-2015. The average score of Ukraine equaled 0.719 points, while the difference between the initial (0.619 points in 2006) and final (0.731 in 2015) values reached only 0.028 points. In terms of ranking, Ukraine lost 16 positions with the mean result of the 33d place.

To eliminate the impact of changes in number of countries participating in Global Gender Gap Ranking on Ukraine's positions, we used the following nondimensionalization formula:

$$x_i^* = \frac{x_i - x_{i,min}}{x_{i,max} - x_{i,min}} \quad (1)$$

where  $x_i^*$  stands for Ukraine's rank of year  $i$  in dimensionless view,  $x_i^* \in [0; 1]$ ;

$x_i$  stands for the Ukraine's rank in year  $i$ ;

$x_{i,min}$  stands for the number of countries (the lowest rank) in year  $i$ ;

$x_{i,max}$  stands for the highest rank in year  $i$ ,  $x_{i,max} = 1$ .

*Table 1*

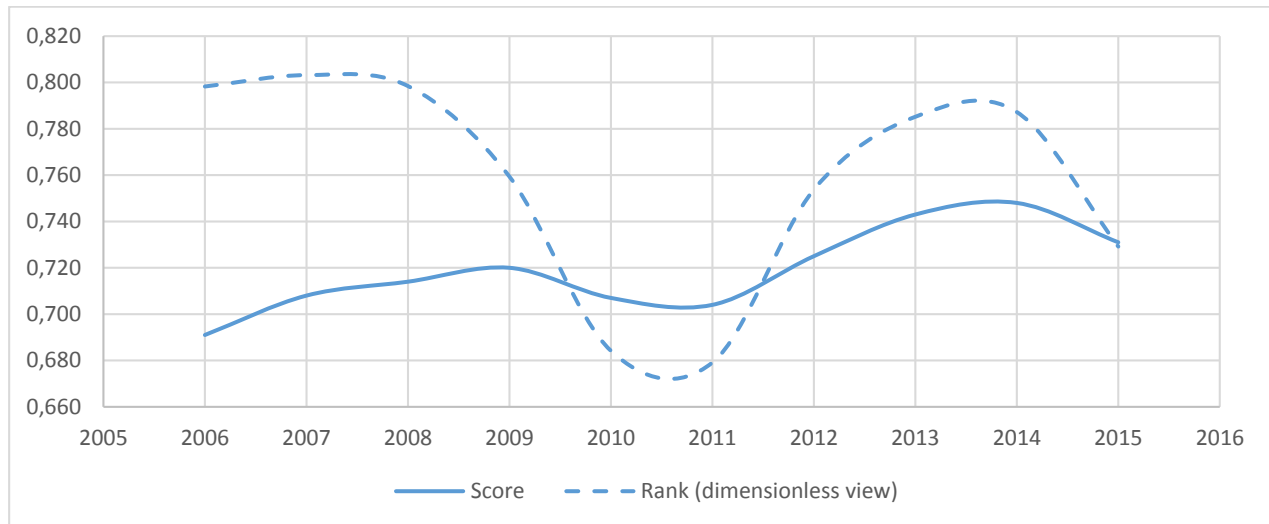
**Ukraine Score in Economic and Opportunity Gender Gap, 2006-2015**

Year	Score	Rank	Number of countries	Rank (dimensionless view)
2006	0.691	24	115	0.798
2007	0.708	26	128	0.803
2008	0.714	27	130	0.798
2009	0.720	33	134	0.759
2010	0.707	43	134	0.684
2011	0.704	44	135	0.679
2012	0.725	34	135	0.754
2013	0.743	30	136	0.785
2014	0.748	31	142	0.787
2015	0.731	40	145	0.729
Average	0.719	33	133	0.758
Change (2006-2015)	0.028	16	30	-0.040

*Notes:* Authors' Calculations based on [The Global Gender Gap]

The results of calculations based on formula 1 demonstrate that Ukraine's ranking in dimensionless view dropped by 0.040 points from 0.798 in 2006 to 0.758 in 2015 (Table 1).

The line graphs of scoring and ranking of Ukraine depicted in Figure 1 illustrate the tendencies of economic gender gap in 2006-2015. The graph of scoring steadily grew in 2006-2014 with the slight declines in 2010-2011 and 2015. In turn, the graph of ranking in dimensionless view reached a peak in 2007 and then rapidly fell to its historical low in 2011, after such a catastrophic decline it almost hit previous top values due to an astonishing increase in 2012-2014 changed by a decrease in 2015.



**Figure 1.** Tendencies of Economic Gender Gap in Ukraine in 2006-2015  
*Notes:* Authors' Calculations based on [The Global Gender Gap]

According to our calculations, we can evidence the general decline of Ukraine's ranking in Economic Gender Gap reflecting the discrepancies with European values of inclusion and diversity. To curtail negative tendencies Ukraine should introduce special measures to inspire and promote female leadership, namely, legally binding quotas in parliaments and top managerial positions in public and state-owned business entities, which proved to be effective in the EU member-states.

#### References:

1. The Global Gender Gap Index 2015. Available at: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2015/economies/#economy=UKR>.
2. Sustainable Development Goals. 17 Goals to Transform Our World. Goal 5: Achieve Gender Equality and Empower All Women and Girls. Available at: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/gender-equality>.

**ГЛАДКОВА ОЛЬГА**  
к.е.н., доцент  
**БАБЧЕНКО ОЛЕНА**  
слухач магістратури  
Національний фармацевтичний університет  
м. Харків

## **ВПЛИВ ПОЛІТИКИ США НА ЗОВНІШНЮ ПОЛІТИКУ КРАЇН СВІТУ**

Актуальність теми. На сьогоднішній день питання політичного та економічного домінування в світі є однією з найбільш важливих проблем, яка потребує постійного дослідження та вирішення. Сучасні вчені економісти, серед яких можна виділити школу американістики ІСЕВМ НАН України, намагаються передбачити, які зміни відбудуться в світі у найближчі роки, які нові гравці з'являться, на ринку а які навпаки зникнуть. Визначальне місце у даному питанні займає зовнішня політика Сполучених Штатів. Тим більше, що за останні 100 років діяльність цієї країни тільки набирає обертів і є все більш активною.

В першу чергу це пов'язане з тим, що США є найбагатішою країною в світі і це визнано світовим співтовариством (навіть маючи зовнішній борг у трильйони доларів). Крім того, Сполучені Штати на сьогодні мають найпотужніший економічний та військовий потенціал. А від тих, хто відіграє найбільшу роль на міжнародній політичній та економічній арені залежить майбутнє інших держав.

Мета роботи – дослідити вплив політики США на зовнішню політику країн світу.

Зазначимо, що Америка на сучасному етапі розвитку займає передове місце у таких сферах життя, як економічній, військовій, культурній, політичній та інших.

Країна зацікавлена у поширенні демократії та ринкової економіки у глобальному середовищі, оскільки це забезпечує захист їхніх інтересів та відповідає американським цінностям. Мадлен Олбрайт, яка займала пост держсекретаря під час другої адміністрації Білла Клінтона, висловила із цього приводу так: «те, що Америка та американці ототожнюють себе з демократією, є життєво важливим для американських інтересів». Таким чином, основне завдання розповсюдження культурних цінностей США полягає у поширенні ідеологічних принципів, і, як наслідок цього - поширення американського впливу, особливо зовнішнього.

Наприкінці 20 століття лідерство держави було визнано майже усіма країнами, а всебічну підтримку та схвалення вона отримала від країн «старих демократій». Сполучені Штати Америки – це країна, яка створила поняття «глобалізація», «регіоналізація», «вестернізація», «тероризм». Вона є творцем таких міжнародних організацій, як ООН та НАТО. Країна має

найбільший вплив на світові події та відіграє вирішальну роль у розв'язанні глобальних і локальних сучасних проблем.

Сьогодні Америка відновлює інтенсивність зі своїми європейськими союзниками в контексті економічної кризи, бренду прагматичного діалогу з Китаєм, веде багатосторонні переговори щодо північнокорейської ядерної програми, переговори в межах «шістки» (п'ять постійних членів Ради Безпеки ООН плюс Німеччина) з іранської ядерної проблеми, надаючи центральне місце «прямій дипломатії, без попередніх умов з усіма державами, друзями і ворогами».

Де-факто американська влада діє в межах прагматичної стратегії «зміни поведінки». У даному контексті звертає на себе прагнення Б. Обама мобілізувати західні країни на боротьбу з головними (з американської точки зору) загрозами глобальної та регіональної безпеки. Це пов'язане, насамперед, з необхідністю виконання військово-політичних завдань, що стоять перед самими США. Найактуальнішими серед них нині є: завершення військових дій в Іраку й Афганістані, Сирії та Україні, стримування «ядерних амбіцій» Ірану і Північної Кореї, підтримка «територіально-наступальних» амбіцій НАТО, а також боротьба з розповсюдженням зброї масового знищення та засобів її доставки.

Таким чином зрозуміло, що США очолюють реальний центр влади, який є західним і водночас західноцентричним. Питання розв'язання проблем глобального управління й формування певного типу політичної організації світу, що базується на принципах глобалізації, стає питанням дієспроможності цього центру.

Отже, статус Америки всередині західної спільноти характеризується як статус лідера, першого поміж інших. Світовий полюс, що очолюють Сполучені Штати, за своєю потужністю перевищує всі інші комбінації країн і є найбільш інструменталізованим у протистоянні викликам глобалізації. Отримання у володіння механізмів глобальної регуляції – стратегічна мета й предметне поле міжнародно-політичної практики США.

Сьогочасний безперечний лідер диктує умови існування. Зрозуміло, що важливо не тільки знати про події на міжнародній арені, але й усвідомлювати їх причинно-наслідковий зв'язок для всіх країн світу. Кращі спеціалісти найпотужніших країн безперервно вивчають сучасні міжнародні відносини, і безпосередньо діяльність США на міжнародній арені. Через це дуже важливо розуміти усю серйозність намірів такого лідера та мати можливість підлаштуватися під його світові ігри. Такі світові гіганти, як ЄС, РФ, Індія та Китай чудово усвідомлюють загальні наслідки дій Сполучених Штатів, деякі з них вони осуджують, деякі підтримують. Але незалежно від своєї загальної позиції, ці країни намагаються виокремити собі місце в зовнішній грі США для того, щоб мати можливість подальшого усебічного розвитку. Вони розуміють, що політика «якщо ви не з нами, ви проти нас» є ключовою для Америки і, які б події не відбувались, американське втручання є очікуваним, зрозумілим.

Сучасне суспільство повинно чітко усвідомлювати, що діяльність існуючого лідера впливає не тільки на загальну сучасну атмосферу. Цей вплив безпосередньо відображається на кожному члені суспільства. І він має як позитивний, так і негативний характер. Треба чітко зрозуміти, які наслідки лідерства країни має кожен з членів соціуму і визначити подальші шляхи співіснування.

Виходячи з усього можна сказати, що, незалежно від рівня економічного розвитку та політичної незалежності, кожна країна знаходиться під впливом зовнішньої політики США. Не виключенням є і Україна. Проте зазначимо, що для останньої досвід американського лідерства може бути певним прикладом того, як потрібно послідовно розвивати свою зовнішню політику та як відстоювати свої політичні інтереси. Також, завдяки прикладу США, Україна змогла б отримати відповідні уроки щодо створення позитивного іміджу країни та розробки стратегії власного позиціонування у світовому товаристві.

#### **Література:**

1. Глобальные трансформации: политика, экономика, культура / Д. Хелд, Э. Макгрю, Д. Гольдблатт, Д. Перратон; пер. с англ. В. В. Сапова и др. – М.: Праксис, 2004. – 576 с.
2. Лакішик Д.М. Нова адміністрація США: проблеми і завдання / Д.М. Лакішик // Проблеми міжнародних відносин. – 2010. – Вип. 1. – С. 187-204.
3. Погорська І.І. Глобальна потужність США: потенціал трансформації влади в практичну дію / І.І. Погорська // Політологічний вісник. – 2010. – Вип. 47. – С. 322-331.
4. Системный мониторинг глобальных и региональных рисков: арабская весна 2011 года / отв. ред.: А.В. Коротаев, Ю.В. Зинькина, А.С. Ходунов. – М.: Изд-во ЛКИ, 2012. – 464 с.
5. The National Security Strategy. – Washington: The White House, 2010. – May. – 52 p.

**ГОРБЕНКО АЛЬОНА**  
студентка ІV курсу економічного факультету  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент Титарчук І.М.*  
Національний університет біоресурсів  
і природокористування України  
м.Київ

## **ДОСВІД ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ У ПОЛЬЩІ: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ**

Реформа децентралізації, пов'язана з підвищенням рівня самостійності територіальних одиниць та триває в Україні з 2014 року. Подібні реформи, з делегуванням широких повноважень органам місцевого самоврядування, є однією з основ європейського суспільства. Найближчі сусіди України, які вийшли зі Східного блоку, – наприклад, Польща, проходили ці важливі етапи формування повноцінного європейського суспільства ще в 1990-х., щоб відповідати загальноєвропейському стандарту напередодні вступу в ЄС. Реформою була впроваджена трирівнева система замість дворівневої: між гмінами (місцевими громадами) і воєводствами з'явився середній рівень -

повіти. Фактично це була децентралізація по-польськи - адміністративна вага воєводств значно знизилася, а гміни, об'єднані в повіти, неабияк розширили можливості самоврядування. Перед Україною також стоїть складне завдання укрупнення територіальних громад, і польський результативний досвід затребуваний в повній мірі. Тільки у нас вже є трирівнева система (області - міста обласного значення та райони - міські, селищні та сільські ради), а її основний недолік - величезна кількість слабких (малочисельних і бідних) громад низового рівня, де-факто нездатних здійснювати свої повноваження [1].

Польща	Воєводства зменшилися з 49 до 16	Створень 380 повітів	Кількість гмін не змінилось - 2479
Україна	Кількість областей не зміниться – 24	Кількість районів та міст обласного значення не зміниться - 645	Міські та сільські ради зменшаться з 11800 до 1200

Рис. 1 Зміни реформи місцевого самоврядування

Джерело: сформовано автором на основі [1]

У Польщі Реформу починали з найнижчого рівня – від місцевих територіальних громад, яким передали більше повноважень. Це робили у дуже важкому становищі, коли тут ще базувалися радянські війська, коли інфляція сягала 500 % у рік, коли Польща не обслуговувала свій зовнішній борг ефективним і вже сьогодні помітна суттєва різниця [2].

Таблиця 1

**Порівняння основних економічних показників Польщі і України в 2014-2015 рр**

Показник	Польща	Україна
ВВП	Зріс майже на 20 %	Зменшився на 6,8 %
Середня зарплата	Зросла з 2,8 тис. злотих (840 доларів) до 3,7 тис. злотих (1,1 тис. доларів)	Зменшилась з 4012 грн до 3470 грн.
Мінімальна зарплата	Зросла з 1600 злотих до 1680 злотих (560 доларів)	Зросла з 1218 грн до 1378 грн (60 доларів)
Національний дохід на душу населення	Зріс з 7,1 тис. доларів до 12,5 тис.	3746 доларів

Джерело: сформовано автором на основі [3]

Треба сказати, що реформування в Польщі привнесло найбільші зміни саме на найнижчому рівні – рівні гмін (в Україні ми розуміємо територіальні громади). Місцеве самоврядування таким чином отримало реальне право здійснювати управління та розпорядження своїми власними ресурсами, отримало додаткові повноваження і більшу відповідальність.

За місцевими громадами законодавчо закріпили гарантовані доходи, адекватні до поставлених завдань. Це, зокрема, власні надходження та трансфери з центру (мова йде про податок на нерухомість (землю, будинки та



споруди); частину податку на прибуток підприємств на території громади; частину податку з доходів фізичних осіб, зареєстрованих у даній громаді. Найвагоміший державний трансфер з центру – це субвенція на освіту).

Головні перешкоди для України наразі – це інший адміністративний поділ, нестабільна соціально-економічна та політична ситуація, невідповідна законодавча база, а подекуди незацікавленість місцевих посадовців, нерозуміння з боку сільських голів, відсутність кваліфікованих кадрів.

Можна зробити висновки, що Україна поки що слабо використала успішний досвід східноєвропейських країн, зокрема Польщі в процесах демократизації. Тому подальше просування України до Об'єднаної Європи можливе лише за умови завершення конституційної реформи на рівні територіальної організації влади, проведення у відповідність до Європейської хартії місцевого самоврядування перетворення владних відносин у державі на основі принципів субсидіарності та децентралізації.

#### Література

1. Про Добровільне об'єднання територіальних громад: Закон України від 05.02.2015 р. № 157-VIII.
2. Польща після кризи [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: [ukrinform.ua/gubric-abroad](http://ukrinform.ua/gubric-abroad).
3. Україні потрібна не федералізація, а децентралізація – польські політики [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: [radiosvoboda.org](http://radiosvoboda.org).

**Гур'єв Вадим**

слухач магістратури

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Гладкова Ольга*

Національний фармацевтичний університет

м. Харків

## **ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СВІТОВИХ ФІНАНСОВИХ РИНКІВ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ**

Сучасні умови світового фінансового розвитку призвели до формування міжнародних, та як наслідок цього, світового (глобального) фінансових ринків. Завдяки своїм масштабам він перетворився на потужний фактор розвитку процесу інтернаціоналізації світового господарства, став джерелом формування фінансових ресурсів для всіх країн світової спільноти. Вибухоподібне зростання в останні роки світового фінансового ринку, фінансових транзакцій, що здійснюються між різними суб'єктами світогосподарських зв'язків, є однією з найяскравіших форм прояву глобалізації.

Дослідженню основних аспектів складної і багатогранної проблеми функціонування світового фінансового ринку присвячені праці багатьох українських та іноземних вчених-економістів, серед яких Ю. М. Воробйов, А. Ф. Гойко, В. Т. Лановий, Г. Асхауер, Ф. Мишкіна, Дж. Сінкі, Тімоті У. Коха,

та інші. Значну увагу вони приділяють питанням розвитку світового господарства та економік окремих країн світу у контексті фінансової глобалізації.

Зазначимо, що під глобалізацією світових фінансових ринків розуміють об'єднання в єдину світову систему усієї сукупності міжнародних фінансових відносин. Економісти Я.Міркін та В.Міркін розглядають глобалізацію фінансових ринків та ринків цінних паперів як «процес стирання кордонів між національними ринками, інтеграції фінансових інструментів, учасників ринку, органів регулювання, механізмів торгівлі цінними паперами, стандартизації правил і т. п.» [1] Більш конкретизоване формулювання фінансової глобалізації наведено у роботі Н.Стукало. Під нею він розуміє «...вільний та ефективний рух капіталів між країнами та регіонами, функціонування глобального ринку, формування системи наднаціонального регулювання міжнародних фінансів, реалізація глобальних фінансових стратегій ТНК та транснаціональних банків» [2].

Основне завдання фінансового сектора – ефективний перерозподіл тимчасово вільних грошових ресурсів між суб'єктами реального сектора для забезпечення їх виробничої та фінансової діяльності. У той же час в умовах глобалізації роль фінансового сектора значно посилилась – фінансові ринки почали стрімко зростати, набуваючи самостійного і навіть самодостатнього значення, відриваючись від реального сектора. У фінансового капіталу з'явилося багато нових можливостей для особового зростання, минаючи сферу виробництва – це і офшорні зони, і залучення у фінансові спекуляції коштів соціальних фондів, і широке поширення похідних фінансових інструментів. Так, щоденний обсяг операцій на світовому валютному ринку зріс з 1 млрд. дол. США у 1970-х рр. до 3-4 трлн. дол. США у 2000-х рр., при цьому обсяг торгівлі товарами і послугами зріс лише на 50%. Таким чином, фінансовий сектор, створений на основі реального сектора і покликаний забезпечити безперервність виробничого процесу, еволюціонував і розділився на дві частини. Перша з них продовжує забезпечувати взаємодію між механізмами, опосередкованими функціонуванням реального сектора, підтримуючи такі найважливіші зв'язки, як «виробник – споживач» і «заощадження – інвестиції». Друга ж частина фінансового сектора в даний час забезпечує лише нарощування капіталу, задіяного в спекулятивних операціях. [3]

Сучасний світовий грошовий ринок, як складова світового фінансового ринку, характеризується стрімким розвитком процесів глобалізації, інтеграції та універсалізації, поширенням сек'юритизації (тобто заміщення традиційних банківських кредитів емісією цінних паперів), фінансових нововведень (нові фінансові інструменти – валютні, процентні, фінансові ф'ючерси та опціони, операції СВОП та ін.). Це призводить до створення великого мобільного світового грошового ринку, де поступово втрачається колишня чіткість розмежування між його окремими сегментами. Так, сукупна величина чистих міжнародних зобов'язань на кінець 2014 р. становила 5,5 трлн. дол. США [4].

Характерним чинником глобалізації сучасного фінансового середовища є лібералізація міжнародних валютно-кредитних відносин. За останнє

десятиріччя уряди багатьох промислово розвинутих країн значно зменшили своє втручання в операції на внутрішніх фінансових ринках. У Великобританії, наприклад, було послаблено контроль над ринком капіталу, проведено реформу ринку акцій. У Японії здійснено серйозні кроки з лібералізації ринку іноземної валюти та внутрішнього фінансового ринку. Дерегулювання ринку капіталу дало можливість власникам фінансових активів швидко переводити їх з однієї країни в іншу і, таким чином, за своєю суттю оперувати у глобальному фінансовому середовищі.

Отже, узагальнюючи все вищеозначене, можна зазначити, що світовий фінансовий капіталу – це глобальна система акумулювання та надання вільних фінансових ресурсів діловим структурам і державам. Його розвиток дозволяє здійснювати вільний та ефективний рух капіталів між країнами та регіонами, створюючи глобальне фінансове середовище.

### **Література**

1. Англо-русский словарь по финансовым рынкам. 2-е издание / Я.М. Миркин, Миркин – М. «Альпина Паблишер», 2008. – 784 с.
2. Глобалізація та розвиток фінансової системи України: Моногр. / Н. В. Стукало; Дніпропетр. нац. ун-т. – Д., 2006. – 248 с.
3. Фінансові ринки в умовах глобалізації: Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" / Приходько Б. В. –2012. –С. 79-81.
4. Підручник; за наук. ред. М.І. Савлука. – 6-те вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2011. – 589 с.

**ЄМЛЕНІНОВ МАКСИМ**  
слухач магістратури

*Науковий керівник: к.е.н, доцент Гладкова О.В.*  
Національний фармацевтичний університет  
м. Харків

## **ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АНТИГЛОБАЛІСЬКОГО РУХУ**

На рубежі другого і третього тисячоліть в світі відбулися серйозні зміни: зросла ступінь відкритості національних економічних систем, збільшився обмін інформацією та людьми, капіталами, товарами і послугами, посилилась роль науково-технічного прогресу, виникли величезні транснаціональні фінансово-економічні об'єднання зі своїми геостратегічними інтересами. На цьому фоні йде процес формування світових економічних, політичних і культурних систем, відбувається становлення світової економіки як єдиного господарського організму.

Одним з найцікавіших і неоднозначних феноменів у розвитку світового співтовариства є антиглобалізм. Об'єктивне усвідомлення антиглобалізму як феномена дуже важливо, тому що дилема «глобалізм-антиглобалізм» виступає сьогодні одним з найбільш важливих питань у політичному та культурологічному аспекті відображенням загальносвітових процесів. Для

розробки стратегії і тактики розвитку світової спільноти необхідно детально вивчити і на рівні наукового усвідомлення зрозуміти, яку перспективу для неї може нести в собі антиглобалізм.

Проведені дослідження показали, що в світі налічується більше 500 антиглобаліських організацій різного спрямування. Незважаючи на те, що багато з них ставлять перед собою різні завдання і використовують різні методи і засоби для досягнення мети, всіх їх об'єднує наявність трьох елементів неформальної, але заявленої загальної ідеології - боротьба з бідністю, почуття справедливості, ідентичність.

Найважливішим аспектом антиглобаліського руху є його мережевий характер, відсутність традиційної пірамідальної ієрархії. Всі рухи та ідеології рівні, і немає домінуючої організації. У цьому можна побачити передумову довговічності антиглобаліського руху, оскільки його мережа є принципово відкритою і розімкнутою.

Основна ідея антиглобалістів полягає в тому, що нинішня модель глобалізації сформована під заступництвом світового капіталу. Це тягне за собою:

- Зростаючий розрив між розвиненими і країнами, що розвиваються (в доходах, рівні споживання, здоров'я, освіти);
- Стандартизацію умов;
- Неуважність до природи в екології;
- Панування ідеології неолібералізму (тобто повної відкритості ринку і повного заперечення державного контролю над ним) з метою все більшої експансії капіталу по всьому світу і ін.
- Неприпустимі умови для працівників низької кваліфікації транснаціональних корпорацій.
- Домінування масової поп-культури, придушення вільної творчості, «стандартизація умов»
- Споживче та хижацьке ставлення до природи, спроба «обходу» екологічних проблем, вивезення брудних виробництв в країни «третього світу».

Цієї моделі глобалізації протиставляється інша - глобальне соціальне творчість, спільне вирішення глобальних проблем, інтернаціоналізація, «мережеві структури» по всьому світу і т. д.

Спочатку рух антиглобалізму мало на меті створення іншої моделі глобалізації, що виражається в глобальному соціальному творчості, спільне вирішення глобальних проблем, інтернаціоналізації, створення «мережевих структур» по всьому світу і т. д. Гасла антиглобалістів закликають дати можливість людям самим визначати, як їм жити.

Практично всі антиглобаліські організації мають свої сайти в Інтернеті, що дозволяє швидко поширювати необхідну інформацію. Швидкість реагування різних груп усередині антиглобаліського руху забезпечує багаторічна традиція неформальних відносин, що склалася в середовищі лідерів неурядових організацій, які визначають обличчя і зміст антиглобаліського руху. Демонстрації протесту за участю десятків тисяч

людей з різних куточків світу покликані не тільки вирішувати політичні завдання, але і згуртовувати людей з перспективою розширення соціальної бази антиглобаліського руху на основі формування особистих контактів.

Відокремимо такі приклади антиглобаліського руху:

- Червень 1999 року – в Кельні відбулася перша маніфестація антиглобалістів.

- 2000 рік – організована інформаційна мережа антиглобалістів IndyMedia.

- 2001 рік – Генуя – зірвати зустріч лідерів «Великої вісімки» приїхало 200 000 антиглобалістів. В результаті зіткнень між силами правопорядку і антиглобалістами загинув анархіст Карло Джуліані та один поліцейський, більше 300 чоловік з обох сторін отримали поранення.

- Січень 2001 року – Всесвітній соціальний форум у бразильському місті Порту-Алегрі. Всесвітній соціальний форум зібрав у Порту-Алегрі понад 11 тисяч делегатів з 122 країн світу.

- Кінець січня 2006 року – Всесвітній Соціальний Форум в Каракасі.

У той же час, антиглобаліське об'єднання за принципом протистояння загальному противнику є досить нестійким в довгостроковій перспективі. Це викликано тим, що у антиглобалізмі немає двох найважливіших складових, які могли б зробити його самостійною світовою політичною силою – загальної цілісної ідеології і єдиного керівного органу.

Проте зазначимо, що антиглобаліський рух як альтернатива сучасним варіантам глобалізації містить в собі і альтернативні перспективи.

Перспектива перша: антиглобалізм розвивається в нинішньому напрямку, повністю розгортаючи свій потенціал саме як альтернативний напрям. Через це, рано чи пізно, він перетвориться в головного політичного і громадського противника існуючого ладу, стане другим полюсом в рамках західної цивілізації. При такому варіанті розвитку антиглобалізм стане легітимним спадкоємцем соціал-демократичного, комуністичного та інших лівих рухів минулого і в цій іпостасі буде протистояти вже не неолібералізму (в чистому вигляді неолібералізм приречений), а його можливим спадкоємцем.

Друга перспектива: антиглобалізм, зберігаючи свої нинішні рамки, залишається масовою організацією глобального громадянського суспільства поза політичної партійності. І в цьому плані він постає не стільки антагоністом іншої політичної сили і іншого проекту, скільки силою, яка добивається максимуму контролю за глобальним політичним суспільством, свого впливу і свого голосу у вирішенні глобальних проблем.

Отже, антиглобалізм – перш за все рух, який став відповіддю на незадоволення чималої частини західного суспільства нинішньою інтеграцією. Також, рух антиглобалістів стало унікальним явищем сучасності. Вперше частина людства виступає не проти будь-яких конкретних політичних або економічних рішень влади, а проти напрямку розвитку цивілізації. Хоча наука і технології досягли небувалого рівня розвитку, що дозволяє вирішувати багато нерозв'язні в минулому проблеми, сьогодні в світі більше негативних моментів, ніж коли б то не було.

Таким чином антиглобаліські рухи були, і будуть існувати. І це не принцип, це бажання жити краще, адже ми не перестаємо втрачати духовність, самотність і інтелектуальний капітал всіх суб'єктів міжнародних відносин.

#### Література

1. Антиглобалізм: стан і перспективи. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/8730/15-sakovith.pdf>.
2. Антиглобалістський рух – початок формування світової контркультури? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/8872/14-alekseenko.pdf?sequence=1>
3. Політологічний енциклопедичний словник / уклад.: Л. М. Герасіна, В. Л. Погрібна, І.О. Поліщук та ін. За ред. М. П. Требіна. – Х. : Право, 2015.
4. Антиглобалізм. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%B3%D0%BB%D0%BE%D0%B1%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%D0%BC>

**ЖДАНОВА ЛЮДМИЛА**

д.е.н., доцент, професор кафедри  
загальної економічної теорії та економічної  
політики  
Одеський національний економічний університет  
м. Одеса

## **СПЕЦИФІКА ПОПИТУ НА ТОВАРИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ В ІНДУСТРІАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

Нова хвиля індустріалізації, яка розгорнулася як у високорозвинутих країнах, так і у країнах наздоганяючого типу розвитку, актуалізує проблеми функціонування сектора, що виробляє інвестиційні товари, насамперед засоби праці. Розвиток цього сектора залежить від попиту на його продукцію. Динаміка цього попиту відрізняється від динаміки попиту на споживчі блага.

Перш за все, обсяг попиту на товари інвестиційного призначення залежить від потреб відтворення основного капіталу. В умовах конкурентної економіки таке відтворення має здійснюватися у нових, все більше досконалих натурально-речових формах, які відповідають найновішим тенденціям науково-технічного прогресу. Виходячи з цього, необхідним стає постійний розвиток виробництва товарів інвестиційного призначення. Однак сам механізм відшкодування спожитого основного капіталу робить попит на засоби праці нестійким і таким, що нерівномірно змінюється у різних галузях економіки. Виробники в галузях машинобудівного комплексу періодично мають справу з істотним зростанням попиту на свою продукцію, а потім – з не менш істотним його зниженням. Коли саме зростає попит на техніку і коли знижується? Дослідження коливання попиту та пропозиції показують їх залежність від фаз економічного циклу. У фазі депресії, коли економіка стикається з періодом спаду ділової активності, відбувається серйозне знецінення основного капіталу. У той же час, як свідчить історія економічних

циклів, у період депресії розробляють і виводять на ринок нові інвестиційні товари, що втілюють у собі інновації та досягнення науково-технічного прогресу. Далі розгортається їх виробництво, і цим знаменується перехід до пожвавлення ділової активності. У цей період нові капітали втягують у виробництво нову робочу силу і розміщують замовлення в галузях машинобудування на виробництво нової техніки відповідно новому технологічному рівню виробництва. Саме в цей період і зростає виробництво продукції галузей інвестиційного комплексу. Після завершення технічної реконструкції, попит на продукцію машинобудівного комплексу знижується. Насичення попиту далі відбувається на основі інновацій в межах створеного техніко-технологічного фундаменту виробництва.

Попит на продукцію машинобудівного комплексу починає скорочуватися ще в період економічного підйому та істотно знижується в період кризи. Таким чином, попит на товари інвестиційного призначення має пульсуючий характер: він то розширюється, то скорочується. За таких умов галузі машинобудівного комплексу можуть задовольняти попит тільки за наявності значних надлишкових виробничих потужностей. Хронічне перевиробництво основного капіталу в інвестиційному комплексі стає умовою, матеріальною передумовою економічного зростання. Одночасно таке надвиробництво означає для суспільства серйозне подорожчання кожного відсотка економічного зростання, що виражається в необхідності створювати і утримувати надлишкові потужності в інвестиційному комплексі. При цьому чим більш розвинений і розгалужений інвестиційний комплекс, тим більше у суспільства можливостей швидко, в найкоротший період розгорнути виробництво знарядь праці, необхідних для розширення виробництва як власне інвестиційних товарів, так і споживчих товарів, і тим більшим виявляється надвиробництво основного капіталу, коли попит скорочується. Рішенням зазначеного протиріччя стає експорт знарядь праці. Проблема балансування сфери виробництва інвестиційних та споживчих товарів в умовах глобалізації, в умовах, коли економіка кожної окремої країни є іманентною частиною світової економіки, переноситься на глобальний рівень, на рівень всього світового ринку.

З цієї точки зору показовими є дані, що характеризують розвиток найважливішої частини інвестиційного комплексу кожної країни – галузей машинобудування і металообробки. Частка цих галузей в промисловому виробництві розвинених країн зросла за сто років ХХ століття майже у 4-5 разів, сягнувши у ХХІ столітті п'ятдесяти і навіть більше відсотків. Схожий ривок зробили і економіки наздоганяючого типу країн Азії за період їх реформування. В структурі вітчизняній економіки відбулися протилежні зміни. За період реформування найбільш сильний спад охопив якраз галузі машинобудівного комплексу. Внутрішній ринок України покинули найбільші вітчизняні виробники машин, верстатів, інструментів, приладів. Машинобудівний комплекс примітивізувався. Однак технічне переозброєння виробництва, підвищення рівня продуктивності праці та ефективності виробництва без продукції галузей машинобудівного комплексу неможливе.

Необхідні знаряддя праці Україні доводиться закуповувати на зовнішніх ринках. Попит на техніку зі сторони менш розвинених країн дозволяє забезпечити рівномірну завантаженість галузей інвестиційного комплексу більш розвинених країн. Імпортовану продукцію машинобудівного комплексу Україна оплачує продукцією сільського господарства, металургії, хімії, тобто продукцією з меншою часткою доданої вартості. У цих умовах здійснення розширеного відтворення стає залежним від кон'юнктури зовнішніх ринків, а потреба в знаряддях праці змушує нарощувати експорт сировини. В результаті формується замкнене коло сировинної спеціалізації економіки. При цьому, враховуючи ту обставину, що сировинна продукція є стандартизованою за якістю, тоді як продукція машинобудування – диференційованою, обмін цих двох видів товарів має нееквівалентний характер, завуальований юридично рівними правами сторін. Розірвати це порочне коло може тільки суттєва зміна галузевої структури виробництва. Створення власного інвестиційного комплексу стає необхідною умовою забезпечення сталого розвитку економіки країни.

**ЖНАКІНА ЕЛЬВІРА**

к. е. н., доцент

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **ТІНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ**

Тінізація економіки має як об'єктивне походження, обумовлене перманентною недосконалістю ринкового господарства, так і суб'єктивне: більшість економічних агентів обирають тіньовий сектор через те, що чинні формальні інститути не відповідають їхнім мотивам та потребам. Поширення тіньової економіки поряд із макроекономічною розбалансованістю та обмеженістю ресурсів визнані Всесвітнім економічним форумом ключовими глобальними ризиками. Рівень тіньової економіки в Україні є одним із найвищих в Європі та негативно позначається на всіх сферах суспільного життя, істотно впливає на обсяги та структуру ВВП, спотворює офіційні дані про реальний стан економіки, обумовлює проведення неадекватної економічної політики.

Поняття «тіньова економіка» досить різнопланове. У вітчизняній і світовій науці не існує єдиного підходу до його визначення. Більшість вчених ідентифікують тіньову економіку як економічну діяльність, спрямовану на: отримання доходів від здійснення заборонених видів діяльності або на ухилення від державного контролю та сплати податків при здійсненні легальних видів діяльності [1]; спрямована на отримання доходу шляхом порушення чинного законодавства [2]; шляхом приховування обсягів доходів для зменшення податків чи повного ухилення від їх сплати [3]; ухилення від офіційного обліку з боку держави [4].



Упродовж I кварталу 2016 року тенденція до скорочення рівня тіньової економіки України збереглася. Детінізація стала результатом зміцнення макроекономічної стабільності; поліпшення бізнес-клімату; поступового відновлення та формування нових міжгалузевих зв'язків в економіці. За розрахунками Міністерства економічного розвитку і торгівлі України в I кварталі 2016 року рівень тіньової економіки склав 41% від офіційного ВВП. Найбільший рівень тінізації спостерігався у добувній промисловості і розробленні кар'єрів (60% від рівня офіційного ВДВ даної галузі), найменший рівень показало сільське, лісове та рибне господарство (10% від рівня офіційного ВДВ даної галузі) [5].

Процеси детінізації стримувались низкою проблем, а саме: триваючим скороченням обсягів кредитування корпоративного сектору; несприятливою зовнішньоекономічною кон'юнктурою; черговим загостренням міжнародних відносин із Російською Федерацією; подорожчанням ресурсів сільськогосподарського призначення та зміною умов спеціального режиму оподаткування ПДВ; збереженням значних інвестиційних ризиків; існуванням контрабандних операцій на територіях, непідконтрольних владі у ході збройного конфлікту на території країни.

Негативними наслідками існування в економіці значного тіньового сектору є: викривлення конкурентного середовища, що створює невідповідні умови для функціонування легального сектору та спонукає його до переходу в тінь; зниження ефективності заходів державного регулювання економіки; зменшення інвестиційного потенціалу економічної системи через виведення коштів із країни; технологічна невідповідність стандартам та нормам виробництва й обслуговування; скорочення обсягів фінансового ресурсу бюджету держави, зростання податкового навантаження на легальний сектор економіки; гальмування відтворення людського капіталу; зростання рівня корупції внаслідок наявності великого обсягу неконтрольованих фінансових потоків.

На сучасному етапі одним із найбільш пріоритетних напрямів економічної політики України є обмеження тіньової економіки, про що свідчить прийняття низки законодавчих актів, таких як Закон України «Про запобігання корупції» від 14.10.2014 р. № 1700-VII, Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо забезпечення діяльності Національного антикорупційного бюро України та Національного агентства з питань запобігання корупції» від 12.02.2015 р. № 198-VII, Закон України «Про запобігання та протидію легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» від 14.10.2014 р. № 1702-VII.

Отже, процес детінізації економіки набуде належної результативності лише у разі створення державою стабільних сприятливих умов для нарощення суб'єктами господарювання економічної активності в легальній економіці завдяки поліпшенню інвестиційного клімату; зниження фіскального та регуляторного тиску шляхом проведення комплексного реформування податкової системи; дерегуляції підприємницької діяльності, сфери

ліцензування, підтримки малого та середнього бізнесу; реформування системи правосуддя, забезпечення прав власності; розробки нормативно-правових актів; боротьби зі злочинами економічної спрямованості; контролю за цільовим використанням бюджетних коштів; боротьби з корупцією; запобігання відмиванню доходів, одержаних злочинним шляхом.

#### Література

1. Лейфура М.В. Тіньова економіка в контексті інноваційно-інвестиційного розвитку // Економіка та держава. – 2015. – №4. – С. 134-139.
2. Турчинов О.В. Тіньова економіка: теоретичні основи дослідження / О.В. Турчинов. – К.: Видавництво «АртЕк», 1995. – 300 с.
3. Мазур І.І. Детінізація економіки України: теорія та практика: моног. / І.І. Мазур. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 239 с.
4. Gutmann P.M. The Subterranean Economy // Financial Analysts Journal, 1977. – Vol. 33. – P. 24-27.
5. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/>

**ЛЕВКІВСЬКИЙ ВОЛОДИМИР**

аспірант кафедри економічної теорії

*Науковий керівник: Кирилюк Ю.В.*

к.е.н., доцент

Чернігівський національний технологічний

університет

м. Чернігів

## **ОРІЄНТАЛЬНІ ВИМІРИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СПІВПРАЦІ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА КНР**

Для зовнішньоекономічної політики України, що базується на принципах багатовекторності, одним із пріоритетних векторів є відносини з Китайською Народною Республікою. Враховуючи зростаючий вплив КНР на розвиток світової економіки та формування орієнтирів міжнародної політики, поглиблення двосторонніх відносин відкриє для України широкі можливості у вирішенні цілого ряду проблем, що виникли наразі у торгівлі з Європейським Союзом та Російською Федерацією. Низька конкурентоспроможність вітчизняної продукції, її невідповідність європейським стандартам є головними причинами скорочення обсягів українського експорту до ЄС. Діючі санкції між Україною та Росією значно звузили можливості українського експорту не тільки до Російської Федерації, а й до інших країн СНД. Зважаючи на це, Україна має шукати інші напрями торговельної політики. У цьому контексті важливо скористатися обопільним прагненням двох країн (України та Китаю) наповнити стосунки конкретним економічним змістом і значно збільшити свій експорт на китайський ринок.

На сьогодні українсько-китайські відносини визначено як стратегічне партнерство. Стратегічний характер цих відносин проявляється в активізації

двостороннього торгово-економічного, інвестиційного, науково-технічного співробітництва. Наразі Китай займає третє місце серед найбільших торговельних партнерів України, частка якого в загальному експорті становить 6,3% [1]. Головною ознакою зовнішньої торгівлі України з КНР є те, що в структурі українського експорту переважає сировина, яку Китай в подальшому використовує для виробництва продукції, котра потім конкурує із українськими аналогами на світових ринках. У перспективі українська сторона має змінювати таку структуру експорту, наповнюючи його готовою продукцією машинобудування, авіаційно-космічної галузі, енергетики, транспорту та ін.

До важливих сфер двосторонньої співпраці має бути віднесено також інвестиційне співробітництво, яке нині, як не прикро визнати, є мізерним. Частка китайських інвестицій в українську економіку складає лише 0,48% загального обсягу прямих іноземних інвестицій [1]. Змінити ситуацію на краще може макроекономічна стабільність та поліпшення інвестиційного клімату. Такі хронічні вади інвестиційного клімату як тіньова економіка, корупція, недосконала судова система, захист прав власності та ін. мають бути усунуті чи зменшені поступово у комплексі з іншими заходами [2].

Пріоритетним для українсько-китайського співробітництва залишається агропромисловий комплекс нашої держави. Маючи конкурентні переваги в цій галузі, Україна разом з інвестиційними можливостями Китаю успішно реалізовує різні проекти, зокрема запуск терміналу з перевалки зернових і олійних культур, інфраструктурний проект із відновлення зрошувальних та меліоративних систем на півдні країни. Принагідно зазначимо, що завдяки аграрному сектору Україна увійшла до лідерів серед експортерів сільськогосподарської продукції до КНР, що дало змогу українським виробникам компенсувати втрати російського ринку.

Залишається важливим напрямом науково-технічне та військово-технічне співробітництво. Тут мають місце такі форми як українсько-китайські центри та технопарки, що дає можливість українським компаніям виробляти високоякісну продукцію і виходити на світові ринки. Військово-технічне співробітництво здійснюється в умовах розвитку та модернізації вітчизняного військово-промислового комплексу.

Одним із пріоритетів двосторонньої співпраці розглядається участь України в реалізації проекту «Нового Шовкового шляху». Дуже важливо українській стороні визначити себе в цьому новому інтеграційному полі та скористатися перевагами, які пропонує даний проект. Щоб виконати місію транзитивної держави, Україні необхідно забезпечити політичну та економічну стабільність, прозоре бізнес-середовище та здатність до виконання міжнародних зобов'язань.

Участь китайського бізнесу у реалізації різних інвестиційних проектів в Україні залишається одним із важливих орієнтирів для активного розвитку вітчизняної економіки. Інтерес до збільшення рівня двосторонніх відносин існує як в Україні, так і в Китаї. У цьому контексті Україна має добре усвідомити, що китайський вектор – це можливість посилити свої позиції на

одному із найбільших ринків, вирішити питання фінансової та технологічної підтримки своєї політики модернізації національної економіки на інноваційних засадах [3]. Отже, українська сторона має вибудувати чіткі орієнтири своїх відносин з КНР, зважаючи на те, що потенціал українсько-китайського економічного співробітництва здатний вирішити цілий ряд проблем вітчизняної економіки. Ініціатива щодо поглиблення співпраці з КНР наразі на боці України.

### **Література**

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>

2. Філіпенко А.С. Пріоритетні напрями зовнішньоекономічної політики України в сучасних умовах / А.С. Філіпенко // Матеріали наукової конференції «Геостратегічні пріоритети України в політичній, економічній, правовій та інформаційній сферах» (15 жовтня 2015 р., м. Київ). – К., 2015. – С. 15-18.

3. Будкін В.С. Україна – Китай: новий етап співробітництва / В.С.Будкін // Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право. – 2011. – №3. – С.9-10.

**МАКУХА СЕРГІЙ**

к.е.н., доцент кафедри

загальної економічної теорії та економічної політики

Одеського національного економічного університету

м. Одеса

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО КАПІТАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Світова економіка трансформується у цілісну глобальну економічну систему. Особливо яскраво і динамічно трансформації проявляються у функціонуванні фінансового капіталу як найбільш активної та мобільної частини промислового капіталу. У сучасній економіці фінанси не просто присутні і їй обслуговують, а домінують. Економіка стає зовсім іншою, і головна роль у ній належить вже не капіталу як такому, а фінансовому капіталу [6, с. 4]. Глобалізація відкрила можливість формування дуже великого фінансового капіталу, здатного діяти у світових масштабах, або глобального фінансового капіталу. А стрімкий розвиток інформаційно-організаційних і управлінських технологій надав такому капіталу можливості в значних масштабах не тільки ефективно вирішувати свої суто фінансові завдання, а й виступати в ролі творця, каталізатора змін економічних відносин, параметрів і інститутів. Виходячи з цього, фінансовий капітал постає як капітал, який реалізує глобальну просторово-організаційну функцію, що здійснює трансформаційний вплив не тільки на процес відтворення, а й на сам його характер [5, с. 4].

У новій реальності відбулося повне розмежування ринків реальних товарів і послуг і ринків фінансових активів [4, с. 263]. Одним з найбільш показових в цьому плані є ринок деривативів (похідних цінних паперів,

пов'язаних з ризиками). Обсяг цього ринку перевищує 650 трлн. доларів, що більше ніж у 8 разів перевищує світовий ВВП. Купівля та продаж деривативів, в кінцевому підсумку, означає покупку і продаж ризиків [4, с. 265]. Вся світова реальна економіка, включаючи в тому числі і надзвичайно розвинуту сферу послуг, сьогодні становить в рік приблизно 80 трлн. доларів. Світовий фінансовий ринок в рік оцінюється приблизно в 800 трлн. доларів, а з урахуванням деривативів - більш ніж в квадрильон. Таким чином, на реальну економіку припадає в кращому випадку не більше 10% світового грошового обороту. [3, с. 297]. А це призводить до того, що поки зберігається тенденція отримувати прибуток від фінансових спекуляцій, а не від реального сектора економіки, буде існувати одна з причин економічної кризи [3, с. 140].

Новим полем діяльності для перенакопиченого капіталу стають фінансові ринки, де він може прирости без процесу виробництва. Навіть після глибокої кризи 2008-2009 рр. цей процес не призупинився. У 2011 р. обсяги торгівлі фінансовими деривативами більш як в 11 разів перевищували світовий ВВП. Фіктивний капітал став найприбутковішим і перетворився на фактичного володаря світу [1]. Фінансовий капітал надмірно править бал, а продуктивний змушений лише підлаштовуватися, як може [6, с. 108]. У світі курсових прибутків, бульбашок нерухомості та іноземних вкладень пропадає останній слід реальних вартостей будь-чого. Наростає безконтрольна інфляція активів, в той же час шаленими темпами зростає борг. У зв'язку з цим збільшується диспропорційність між паперовим і реальним багатством, між реальними доходами або дивідендами і капітальними прибутками [6, с. 108]. Але такі диспропорції не можуть існувати вічно, з часом вони збільшуються, наростає напруга і зазначені диспропорції неодмінно призводять до колапсу. Він може статися у вигляді серії структурних криз або ж у вигляді одного потужного краху, або станеться і те, і інше.

Нова парадигма соціально-економічного устрою суспільства підвищуючи очікувані рівні продуктивності в різних сферах діяльності сприяє активній взаємодії фінансового і продуктивного капіталів. Залежно від фази домінуючого технологічного укладу, рівня розвитку економічних відносин, цілей та завдань, що вирішуються суспільством провідна роль може належати як фінансовому, так і продуктивному капіталу. Однак в результаті взаємного впливу формується загальна тенденція до розмежування функцій фінансового та виробничого капіталу.

В результаті відокремлення фінансового капіталу через значне збільшення масштабів його діяльності, розвиток фінансових ринків та інструментів складається ілюзорне враження його самодостатності. Фінансовий капітал починає домінувати над продуктивним підпорядковуючи його діяльність своїм інтересам і цілям. В результаті формуються фінансові міхури, які при крайньому загостренні протиріч схлопуються приводячи до кризи.

#### Література

1. Данилина С.О. Розвиток фіктивної частини фінансового капіталу. Актуальні питання економічного розвитку в сучасних умовах: матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції, Херсон, 22 квітня 2016 р. / Упоряд. К. Мельникова. –

Херсон, 2016. – 495 с. – Режим доступу: [http://www.kspu.edu/About/Faculty/FEconLaw/Konference\\_Actual\\_problem\\_of\\_economic\\_growth.aspx](http://www.kspu.edu/About/Faculty/FEconLaw/Konference_Actual_problem_of_economic_growth.aspx)

2. Зверяков М.И. Мировой кризис и новая модель экономического развития. Бюллетень Международного Нобелевского экономического форума. – 2010. – № 1 (3). Том 1. – С. 138-144.

3. Ларина Е., Овчинский В. Кибервойны XXI века. О чем умолчал Эдвард Сноуден. – М.: Книжный мир, 2014 г. – 354 с.

4. Миргородская Е.О. Эволюция финансового капитала в условиях глобализации. Научная библиотека диссертаций и авторефератов [Электронный ресурс] доступный с <http://www.dissercat.com/content/evolyutsiya-finansovogo-kapitala-v-usloviyakh-globalizatsii#ixzz3wpMYf1AE>

5. Перес К. Технологические революции и финансовый капитал. Динамика пузырей и периодов процветания / Карлота Перес; пер. с англ. Ф.В. Маевского. – М.: Изд-во «Дело» АНХ, 2011. – 232 с.

6. Экономическая теория на пороге XXI века –4: Финансовая экономика / Под ред. Ю.М. Осипова, В.Г. Белолипецкого, Е.С. Зотовой. – М.: Юристъ, 2001. – 704 с.

**МАРКОВЕЦЬ АНЖЕЛІКА**

студентка III курсу факультету економіки і менеджменту

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Жнакіна Е.Г.*

Херсонський державний університет

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.

Макроекономіка визначає інвестиції як частину валового внутрішнього продукту, що не спожита у поточному періоді, та забезпечує приріст капіталу в економіці країни у майбутньому. Мікроекономіка розглядає інвестиції як процес створення нового капіталу, а в теорії фінансів під інвестиціями розуміють придбання реальних чи фінансових активів з метою отримання прибутку [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].

Головними перевагами, які надають прямі іноземні інвестиції, є: створення нових виробничих потужностей та робочих місць; обмін новітніми технологіями; приток іноземної валюти; підвищення міжнародної

конкурентоспроможності країни; поліпшення платіжного балансу; розвиток експортного потенціалу та зниження рівня залежності від імпорту [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; непрозорість та непередбачуваність поведінки держави; високий рівень фіскальної активності держави; непослідовність державної політики; слабкість судової системи; надзвичайно висока активність держави в питаннях перевірки та контролю за діяльністю інвестиційних компаній; непідготовленість іноземних інвесторів для роботи в українському діловому середовищі; низький рівень кваліфікації регіональних та місцевих чиновників у питаннях інвестиційної діяльності, невміння працювати з інвестором; низький рівень внутрішніх інвестицій в економіку України [5, с. 52].

Відповідно до цього, пріоритетними напрямками для залучення та використання іноземних інвестицій повинні стати:

- 1) формування відповідної нормативно-правової бази;
- 2) подальше реформування податкової системи;
- 3) досягнення політичної стабільності;
- 4) зміцнення фінансово-кредитної системи та створення небанківських фінансових установ;
- 5) сприяння розвитку інститутів фондового ринку;
- 6) стимулювання залучення інвестицій у науково-технічну та інноваційну діяльність.

Таким чином, залучення іноземних інвестицій відіграє важливу роль в структурі пріоритетів української економіки. Саме тому, виникає питання

привабливості України як об'єкта іноземного інвестування. Для покращення інвестиційного клімату в Україні необхідно розробити обґрунтовану державну стратегію залучення іноземних інвестицій з урахуванням національних цілей та пріоритетів.

#### Література

1. Петухова О.М. Інвестування: навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 336 с.
2. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 № 1560-ХІІ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/>
3. Чириченко Ю.В. Прямі іноземні інвестиції у галузевому розрізі / Ю.В. Чириченко, О.К. Котко // Економічний простір. – 2014. – № 84. – С. 46-55.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Марцин В.С. Удосконалення державного регулювання інвестиційної діяльності в Україні / В.С. Марцин // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №5. – С.47-59.

**ОСАВЕЛЮК ОЛЬГА**

студент III курсу факультету обліково-  
фінансового

*Науковий керівник: асистент Чумак Н.В.*

Вінницький торговельно-економічний інститут  
КНТЕУ м. Вінниця

## ТЕНДЕНЦІЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Найважливішою ознакою сьогоденної дійсності є інтенсивний розвиток інтеграційних процесів на різних рівнях. Економічна взаємозалежність держав, інтернаціоналізація продуктивних сил сприяють розвитку інтеграційних процесів в економіці. Основною метою економічної інтеграції як якісно нового і більш складного етапу інтернаціоналізації господарських зв'язків є більш тісне співробітництво і взаємопроникнення окремих національних господарств, забезпечення умов концентрації виробництва.

Важливість урахування інтеграційних, глобалістичних процесів для України визначається дією взаємопов'язаних факторів. В умовах посилення процесів глобалізації та інтернаціоналізації, поглиблення міжнародного поділу праці, транснаціоналізації виробничої діяльності важливим для України є розробка власного оптимального механізму входження у світове конкурентне середовище, орієнтованого на забезпечення економічного розвитку та реалізацію національних інтересів країни.

Питанням, пов'язаним з розвитком інтеграційних процесів, зміною їх місця у світовому господарстві, присвячений ряд наукових праць провідних українських учених, а саме А.П. Голікова, В.І. Сідорова, Е.О. Довгаль, Н.І. Гончаренко.



Метою даного дослідження є визначення основних аспектів формування та розвитку міжнародної економічної інтеграції.

Міжнародна економічна інтеграція – це вища форма прояву інтернаціоналізації господарського життя світової спільноти. В загальному вигляді економічну інтеграцію можна визначити як об'єктивний процес розвитку глибоких стійких взаємозв'язків і поділу праці між національними господарствами і виникнення міжнародних господарських комплексів як в рамках груп держав, так і в глобальному масштабі [2, с. 60].

У світовому просторі розрізняють декілька форм міжнародної економічної інтеграції, які відрізняються ступенем ефективності [1, с. 45]:

- найпростішою формою економічної інтеграції вважається зона вільної торгівлі, за якої всі члени угруповання взаємно скасовують мито на товари та послуги, що надходять у сферу зовнішньої торгівлі країн-учасниць;

- спільний ринок передбачає "чотири свободи", тобто вільний рух товарів, робочої сили, капіталу, а також вільне створення центрів підприємницької діяльності.

- найвищою формою міжнародної економічної інтеграції вважається економічний і валютний союз, а зарубіжні вчені виокремлюють ще й п'яту форму – "повну економічну інтеграцію". Отже, чим більше економічної інтеграції, тим менше політичного суверенітету.

Фактори розвитку міжнародної економічної інтеграції наступні:

1. Поглиблення МПП.
2. Соціально-економічна однорідність національних підприємств.
3. Розвиток НТП.
4. Близькі рівні економічного розвитку груп країн.
5. Тісне переплетіння національних економічні мікрорівні.
6. Тривалий період співробітництва.
7. Спільні кордони і умови розвитку.

Єдністю історичного і логічного в процесі міжнародної економічної інтеграції є поетапність його розвитку. Ця поетапність проявляється у таких формах:

1) створення зони вільної торгівлі зі скасуванням тарифів та інших обмежень;

2) створення митного союзу із встановленням єдиних тарифів у торгівлі і в русі праці та капіталу;

3) економічний союз без будь-якої дискримінації з узгодженням економічної політики країн-учасниць;

4) повна інтеграція з єдиною економічною політикою, загальною валютою і органами наднаціонального регулювання [3, с. 48].

У зв'язку з новими явищами та напрямками в інтеграційних процесах інтерес викликають західні концепції про п'ять циклів розвитку світової економіки і про країни-лідери, котрі визначають напрямки, вибір і зміст науково-технічної революції або інновацій кожного циклу.

Таким чином, поглиблення економічних інтеграційних взаємозв'язків між країнами на різних рівнях та в різних формах при всій нерівномірності

цього процесу дозволяє їм повніше використовувати національні ресурси для розв'язання внутрішньогосподарських і загальносвітових завдань.

### **Література**

1. Пузанов І.І. Особливості розвитку світової торгівлі в сучасних умовах / І.І. Пузанов. – К.: Товариство «Знання» України, 2012. – 152 с.
2. Філіпенко А.С. Міжнародна економічна інтеграція: сучасний теоретичний дискурс / А.С. Філіпенко // Науковий вісник Дипломатичної академії України. – 2016. – Вип. 23(3). – С. 54-61.
3. Щелкунова М.С. Міжнародна економічна інтеграція як вища форма розвитку світогосподарських зв'язків / М.С. Щелкунова // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Сер.: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. – 2013. – № 1042, вип. 1. – С. 48-51.

**ОСАДЧИЙ ОЛЕКСІЙ**

к.е.н., старший викладач кафедри економічної теорії

Херсонський державний університет  
м. Херсон

## **ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В ЄВРОПІ**

Розвиток малого і середнього бізнесу (МСБ) в зарубіжних країнах відбувається більш швидкими темпами, ніж в Україні. На даний момент цей бізнес представляє собою середній клас, який служить основою для стабільного розвитку економіки зарубіжних країн.

В найбільш розвинених країнах підприємства малого та середнього бізнесу складають приблизно 70-90% від загальної кількості підприємств, наприклад, в США в секторі МСБ працює близько 53% всього працездатного населення, в Японії – 71,7%, а в країнах Європейського союзу на малих підприємствах працює приблизно половина працюючого населення. Більш того, в країнах-членах Європейського союзу середні підприємства становлять всього 1% від загальної кількості підприємств, але при цьому забезпечують 20% від загального обороту підприємств і 17% від загальної зайнятості населення [1].

Багаторічний досвід розвитку малого та середнього бізнесу в європейських країнах показав, що даний суб'єкт економічних відносин відіграє величезну роль в економіці країни, яка полягає в стимулюванні конкуренції, спонукаючи великі компанії впроваджувати нові технології і покращувати ефективність виробництва. Отже, ефективність всієї економіки Європейського союзу безпосередньо залежить від успішної діяльності МСБ.

Тому, головна мета здійснюваної в рамках Євросоюзу політики підтримки МСП полягає у встановленні балансу інтересів держави і бізнесу, забезпеченні оптимальних умов для підприємницької діяльності, а також збільшення конкурентоспроможності суб'єктів МСБ.

Унікальна система регулювання і підтримки МСБ в Європі почала складатися в 70-х роках минулого століття і продовжує складатися досі шляхом впровадження різних програм і створення фондів підтримки МСБ [2, с. 181]. На сьогоднішній день основними напрямками політики ЄС щодо розвитку МСП є [2, с. 179]:

- фінансова підтримка малого та середнього бізнесу;
- спрощення нормативної бази, адміністративних процедур в області підтримки малого та середнього бізнесу;
- участь асоціацій, що представляють інтереси МСП, в прийнятті рішень в рамках діяльності ЄС;
- сприяння МСП в сфері досліджень, інновацій та підготовки кадрів;
- підвищення конкурентоспроможності МСП, в тому числі, з метою їх виходу на зовнішні ринки.

В ЄС склалася досить налагоджена інфраструктура підтримки МСП. Так, наприклад, всі країни-члени ЄС мають добре розвинену мережу як державних, так і приватних організацій з регулювання розвитку і підтримки МСП. При цьому політика з розвитку малого та середнього бізнесу в кожній країні ЄС розробляється міністерствами економіки, промисловості і торгівлі, причому інші урядові органи, наприклад, міністерство зайнятості, також беруть участь в підтримці МСП, надаючи допомогу даним підприємствам в питаннях зайнятості, навчання, міжнародної торгівлі, розвитку тощо [2, с. 178].

Державні установи, зокрема торгово-промислові палати, займаються навчанням і підвищенням кваліфікації, технологічним консультуванням кадрів, задіяних на МСП, стимулюванням міжнародної торгівлі та співпраці, видачею сертифікатів якості, наданням ділової інформації представникам МСП. Приватні фінансові установи, а саме комерційні банки, венчурні компанії надають кредитну підтримку МСП, а приватні дослідницькі та консалтингові структури надають консультації з різних питань менеджменту, маркетингу, розвитку та впровадження інформаційних технологій і т.п.

Таким чином, основні цілі регулювання і підтримки МСБ в Європі полягають в зміцненні єдиного внутрішнього ринку ЄС, усунення адміністративних бар'єрів для ведення МСБ, уніфікації законодавчої бази, а також посилення взаємодії країн ЄС для більш глибокого економічного співробітництва з іншими країнами.

Таким чином, малий та середній бізнес в зарубіжних країнах є важливим чинником економічного зростання. Його розвиток в зарубіжних країнах йде більш швидкими темпами за рахунок адресної підтримки з боку держави та приватних комерційних і фінансових структур. Даний суб'єкт економічних відносин являє собою середній клас, який служить базою для стабільного розвитку економіки країн.

#### Література

1. Малий бізнес: зарубіжний опыт [Електронний ресурс], [2012] – Режим доступа: <http://www.mispnsk.ru/articles.html>

2. Финк Т.А. Малый и средний бизнес: зарубежный опыт развития // Молодой ученый. – 2012. – №4. – С. 177-181.

**ПОЛКОВНИЧЕНКО СВІТЛАНА**  
к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної теорії  
Чернігівський національний технологічний  
університет  
м. Чернігів

## **ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР ЕКСПОРТУ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

В умовах загального падіння економіки України протягом 2014-2015 рр. аграрний сектор характеризується незначним скороченням виробництва продукції і перетворюється в пріоритетний напрямок та перспективну галузь, яка визначає **позиції країни у сучасній світогосподарській системі, забезпечує надходження валюти та продовольчу безпеку держави.**

Втрата російського ринку для експорту сільськогосподарської продукції змусила нашу державу змінити орієнтири в напрямку Азії та Європи. Одним із основних ринків збуту агропродукції сьогодні є країни Європейського Союзу, на частку яких у 2015 р. припадало 28,2% загального експорту аграрної продукції (4,2 млрд дол.) при 29% (4,9 млрд дол.) у 2014 р. [1]. За 9 місяців поточного року частка ЄС склала 28,6% [2]. У товарній структурі експорту України до ЄС продукція аграрного сектору також займає близько третини.

Нині Україна входить до світової десятки країн з експорту сільськогосподарської продукції до Євросоюзу і займає восьме місце. Проте доля українського експорту у продовольчому імпорті ЄС становить тільки 4% [1]. Основний обсяг українського сільськогосподарського експорту складають зернові культури (у 2015 р. – близько 31% всього експорту аграрної продукції в ЄС і 12,49% у загальному експорті до ЄС), насіння та плоди олійних рослин (23% і 4,96% відповідно), жири та олії тваринного або рослинного походження (15% і 5,21%) [3], а також комбікорм, тобто на сьогоднішній день Україна пропонує країнам ЄС переважно сировину.

Лідером у ЄС з імпорту української сільгосппродукції є Іспанія, частка якої на 2015 р. становить 4,9% в загальному експорті аграрної продукції з України. Дана країна в основному ввозить із нашої держави зернові культури (56,8% в загальному обсязі імпортованої продукції з України), а також жири та олії тваринного або рослинного походження (15,2%) [3]. Крім того, розвиваються зовнішньоторговельні відносини з Нідерландами, Італією, Польщею. Так, за 9 місяців 2016 р. до Іспанії ввезено української аграрної продукції на суму 579 млн дол. США, Нідерландів – 518 млн дол. США, Італії – 443 млн дол. США [2].

З метою підтримки української економіки у часи економічної та політичної кризи наприкінці квітня 2014 року ЄС запровадив режим автономних торговельних преференцій, який діяв до кінця 2015 р. Українські

аграрії отримали право постачати свою продукцію на ринки Європи без митних зборів. Квоти Європейський Союз надав на 36 товарних позицій: 26 груп товарів українські аграрії могли експортувати за принципом «перший прийшов, перший обслуговується» та 10 груп товарів – за принципом ліцензування.

Однак протягом дії преференцій глобального росту зовнішніх поставок товарів до Європи не спостерігалось. За деякими групами товарів українським експортерам вдалося переорієнтуватися на ринок ЄС досить швидко. Це мед, м'ясо птиці, кукурудза, пшениця, ячневі крупи і борошно, виноградні та яблучні соки, оброблені томати. За окремими позиціями було поставлено продукцію в обсягах, які перевищують квоти у десятки разів. Наприклад, експорт кукурудзи в 2014 році склав 8,3 млн т, а квота становила всього 0,4 млн т [1].

Протягом 2015 р. повністю було використано 9 квот, а частково – 11. Проте 16 квот не використовувались взагалі [4] у зв'язку з тим, що частина товарних позицій не мала відповідних сертифікатів (наприклад, молочна продукція), частина – не вироблялась у великих обсягах (баранина), а також існували логістичні перешкоди.

З 1 січня 2016 р. розпочалося тимчасове застосування Глави IV Угоди про асоціацію між Україною та ЄС в частині поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі. Зокрема, з боку ЄС передбачено скасування більшості ввізних мит на 83% тарифних ліній, на 2% – встановлення перехідних періодів тривалістю 3-7 років, а на 15% – застосування безмитних тарифних квот.

За 9 місяців 2016 р. країни Європейського Союзу збільшили обсяги закупівель української сільгосппродукції до 3 млрд дол. з 2,7 млрд дол. у січні-вересні 2015 р. [2]. Однак відсутність належної сертифікації виробничих потужностей, високі вимоги до якості продукції, її невідповідність багатьом санітарним і фітосанітарним стандартам ускладнюють участь українських агровиробників у зовнішній торгівлі з країнами ЄС.

З метою просування на європейські ринки, розширення асортименту експорту сільгосппродукції аграрна політика держави повинна бути спрямована на гармонізацію національних стандартів з європейськими; створення прозорих умов ведення господарської діяльності, які сприятимуть залученню інвестицій; відродження загублених галузей сільського господарства (зокрема, хмелярства, льонарства, молочного і м'ясного скотарства, вівчарства); формування дієвої системи контролю якості та безпечності продукції.

### Література

1. Міністерство аграрної політики і продовольства України: Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua>
2. За 9 місяців 2016 року обсяги аграрної торгівлі України збільшилися на 2,3% – Микола Пугачов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.iae.org.ua/presscentre/archnews/1805--9-2016-23-.html>
3. Державна служба статистики України: Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.

4. Аграрне інформаційне агентство [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agravery.com/>

**ПРОЦАЛИКІНА АЛІНА МИКОЛАЇВНА**  
к.е.н., доцент кафедри економічної теорії,  
інноватики та міжнародної економіки Черкаський національний  
університет імені Богдана Хмельницького  
**ДУДНИК ОКСАНА СЕРГІЙВНА**  
ВСП Городищенський коледж Уманського національного  
університету садівництва,  
м. Городище

## **ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ АГРОКОНСАЛТИНГУ**

В сучасних умовах інформаційне забезпечення є одним із факторів конкурентоспроможності підприємств. Значення і роль інформаційних ресурсів посилюється в умовах високої ризиковості бізнесу.

Для АПК України характерними є застаріла матеріально-технічна база, недостатність фінансових коштів та нестабільність державної підтримки, недосконалість нормативно-правової бази, що поглиблюються недостатністю знань про сучасні технології, кон'юнктуру ринків, програми підтримки суб'єктів агробізнесу. Тому розвиток агроконсалтингу є актуальним для України.

Однією з важливих умов розвитку агробізнесу є створення умов для інформаційного забезпечення і обміну, зокрема, шляхом створення служб агроконсалтингу. У світовій практиці є декілька моделей розвитку служб інформаційно-консультативного забезпечення:

1. Фермерські польові школи – це спільна форма навчання при якій групи фермерів проходять навчання в польових умовах. Передбачають такі види діяльності: підготовка інструкторів, впровадження заходів щодо залучення фермерів, стимулювання НДДКР для вдосконалення освітніх програм. Створюються в рамках державних програм або асоціаціями самих фермерів. Часто програму навчання визначають самі фермери. Модель використовується у 78 країнах, що розвиваються [1].

2. Модель приватного агроконсалтингу (Велика Британія, Франція, Швейцарія та ін.) передбачає, що послуги надаються приватними компаніями, яким держава надає ліцензії. Розвиток моделі можливий при достатній платоспроможності аграрних підприємств [3]. В таких умовах встановлюється тісний зв'язок між замовником і консультантом, оскільки в разі неякісних послуг консалтингова фірма не матиме успіху.

3. Державна модель (США, Німеччина, Канада, Білорусь, Польща та ін.) – передбачає створення служб консалтингу або при університетах, або при державних галузевих органах управління. При такій взаємодії є можливість використання ресурсної бази державних структур, виникає тісний зв'язок науки з практичною діяльністю. Умовами успішної діяльності є достатність і

стабільність державного фінансування та контроль за цільовим використанням коштів.

4. Модель неурядових організацій (Данія, Перу, Зімбабве, Кенія, Уганда та ін.) як правило, створюється громадськими організаціями за певним профілем діяльності, тому може бути обмежена в інших питаннях [2]. Перевагами моделі є орієнтація виключно на потреби клієнта. Їх діяльність повністю залежить від спонсорів і зовнішніх джерел фінансування.

5. Змішані моделі (Нідерланди, Росія, Україна та ін.). Послуги надаються значним колом суб'єктів (приватними компаніями, асоціаціями фермерів, неурядовими організаціями). Функціонує на принципах державно-приватного партнерства. Як правило, за рахунок державних коштів надаються послуги щодо розвитку фермерства в країнах з недостатнім рівнем освіти. Така модель може мати і позитивний і негативний вплив: організації надають широкий спектр послуг щодо підвищення освітнього рівня і впровадження прогресивних методів ведення сільського господарства, але за відсутності належного контролю можуть надавати послуги формально, не відповідаючи за надані рекомендації. Умовами ефективного функціонування є чіткість правового регулювання як діяльності консультативних структур, так і стандартів якості продукції; наявність фінансування або пільг для приватних структур чи неурядових організацій, які здійснюють агроконсалтинг.

Вибір моделі надання послуг агроконсалтингу залежить від розвитку АПК країни, ефективності державно-приватного партнерства, рівня фінансування програм розвитку інформаційно-консультативних послуг для агросектора, дієвості громадських організацій, співпраці між агробізнесом, науковими установами та консультативними центрами. Обов'язковою умовою розвитку агроконсалтингу є застосування інформаційних технологій та ефективна взаємодія між суб'єктами через інтернет-сайти. У розвитку агроконсалтингу ключова роль належить державі – вона або фінансує напряду дорадчу діяльність та створює стандарти її якості, або забезпечує умови для її розвитку.

Трансформаційні процеси в системі продовольчого забезпечення світу вимагають посилення міжнародної взаємодії щодо розвитку агроконсалтингу, зокрема, створення Глобального форуму щодо сільських консультативних послуг (GFRAS) [4]. Його основним завданням є поглиблення міжнародної співпраці та підвищення якості агроконсалтингу.

#### Література

1. Положение дел в области продовольства и сельского хозяйства. Инновации в семейных фермерских хозяйствах. – ООН, ФАО. – 2015. – 184 с.
2. International Year of Family Farming: IFAD's commitment and call for action [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ifad.org/events/iyff/>
3. Мориссон Дж.Р. Обзор по управлению фермерскими хозяйствами в агроконсалтинговых программах Центральной и Восточной Европы / Мориссон Дж.Р. – ООН, ФАО: Рим, 2001. – 40 с.
4. Scaling Up Access to Finance for Agricultural SMEs Policy Review and Recommendations. International Finance Corporation, 2011. – 84 p.

**СЕМЕНЕЦЬ Юлія**  
аспірант кафедри політичної економії  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент Сацук В.І.*  
Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана  
м. Київ

## **ОСВІТА В ЕКОНОМІЧНІЙ ТЕОРІЇ: ІСТОРИЧНИЙ ДИСКУРС**

З моменту своєї появи людство накопичувало знання, необхідні для існування та життєдіяльності, і передавало їх від покоління до покоління. Тому логічним є припущення, що освіта являє собою невід'ємний елемент суспільного розвитку і є способом транслявання знань з минулого в майбутнє. Про освіту у вигляді виховання і мислення говорили стародавні філософи Сократ, Платон, Демокрит, Аристотель, підкреслюючи роль знань, необхідних для життєдіяльності людини та господарювання. Концепція «ідеальної держави» Платона передбачала такий поділ суспільства, за якого мудреці знаходилися на найвищому щаблі і управляли державою.

Загалом питання місця освіти в суспільному і економічному розвитку більшою чи меншою мірою висвітлювалося більшістю економічних шкіл та провідних науковців. Недостатня увага до освіти як самостійного об'єкту економічних досліджень зумовлена тривалими науковими пошуками та увагою економістів до проблем природи прибутку, багатства, грошей і ведення господарської діяльності.

Дослідження деяких проблемних аспектів виховання і освіти можна знайти у працях К. Маркса [3], які, з огляду на існуючі в той час обмеження, стосувалися початкової та шкільної освіти. Головним посланням автора у цій частині є твердження, що людський капітал є найбільшим багатством країни, а його постійна експлуатація лише як робочої сили за відсутності умов для навчання і розвитку призводить до зниження якості потенціалу і уповільнення економічного розвитку.

У подальшому Й. Шумпетер [5], сформувавши засади для виникнення теорії людського капіталу, звертає увагу на тенденцію стрімкого розвитку вищої освіти на пізніх стадіях капіталізму, яка у поєднанні з активною державною політикою у цій сфері призводить до негативних наслідків, серед яких зростання рівня структурного безробіття, зменшення якості освіти, поява некваліфікованих спеціалістів.

Поширення теми освіти у економічній науці стало можливим завдяки розвитку інституціоналізму, який був направлений на вивчення взаємозв'язку між різними суспільними інституціями, що і дало поштовх до виокремлення і подальшого вивчення інституту освіти. Широкого висвітлення у наукових працях освіта набула з появою неінституціоналізму, в межах якого сформувалися технократичні концепції, покликані вирішити проблемні питання переходу суспільства до постіндустріальної стадії розвитку.



Представники теорії «трьох хвиль» (Е. Тоффлер, Д. Белл, В. Росту) виділяли три стадії розвитку цивілізації: аграрну, індустріальну, постіндустріальну, перехід до яких носить еволюційний характер і кожна наступна стадія містить елементи попередніх. Д. Белл [1] вказує, що постіндустріальне суспільство являє собою суспільство знань через те, що джерелом інновацій внаслідок поєднання науки і технології стають дослідження і розробки, зростає значення рівня отриманої формальної освіти і наявності професійних навичок, а забезпечення доступу до вищої освіти є необхідною умовою для переходу до постіндустріального суспільства. У своїх працях вчений наголошує на становленні знань як основного фактору економічного розвитку в постіндустріальному суспільстві, їх використання з метою впровадження інновацій і застосування нових технологій, провідній ролі теоретичних знань, визначальній ролі університетів у забезпеченні розвитку сектору вищої освіти. Е. Тоффлер [4] теж зазначає, що перехід до третьої хвилі має супроводжуватися зміною поглядів і підходів до освіти, розробленням адекватної освітньої стратегії, але вважає що основну роль відіграватимуть не теоретичні, а практичні і профільні знання, а роль університетів дещо зменшиться внаслідок розвитку інформаційних технологій, мобільності освіти і появи неформальної освіти.

Значного поширення набула теорія інформаційного або мережевого суспільства (М. Кастельс, В. Іноземцев, Ж. Сапір, Ф. Махлуп). М. Кастельс [2] розглядає освіту через призму навичок і вмінь, вказуючи при цьому, що за умов формування інноваційного середовища її роль в економічному процесі суттєво зростає. Тому серед вимог, які ставляться до освіти, автором виділяються модернізація та постійне оновлення у зв'язку з високими темпами старіння знань, забезпечення доступу до освіти і можливість постійного навчання, створення умов для мобільності освіти, розвиток онлайн-навчання тощо.

Аналіз наявної джерельної бази дає можливість прослідкувати становлення освіти як об'єкту економічної науки і свідчить, що тема освіти почала активно досліджуватися у 80-90-тих рр. ХХ ст. у зв'язку з актуалізацією питань переходу до постіндустріальної стадії суспільного розвитку. Сучасні економічні дослідження в сфері освіти охоплюють її ефективність і вплив на конкурентоспроможність національної економіки, роль у економічному розвитку, що буде висвітлено у наступних наукових розвідках.

### Література

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования [Текст] / Д. Белл. – М.: Academia, 2004. – CLXX, 788 с.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Текст] / М. Кастельс. – М.: ГУ-ВШЭ, 2000. – 608 с.
3. Маркс К. Критика политической экономии. Том первый, книга 1: Процесс производства капитала [Текст] / К. Маркс. – М.: Политиздат, 1983. – 737 с.
4. Тоффлер Э. Третья волна [Текст] / Э. Тоффлер. – М.: АСТ, 2004. – 781 с.
5. Шумпетер Й.А. Капитализм, социализм и демократия [Текст] / Й.А. Шумпетер. – М.: Экономика, 1995. – 540 с.

**ТІМОЩУК АНАСТАСІЯ**  
студентка ІІ курсу факультету економіки і менеджменту  
*Науковий керівник: к.е.н., старший викладач Фурдак М.М.*  
Херсонський державний університет  
м. Херсон

## **РОЗВИТОК «ТІНЬОВОЇ» ЕКОНОМІКИ - СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТАН В УКРАЇНІ**

На шляху свого економічного розвитку Україна, як і багато інших країн світу, стикається з проблемою «тіньової» економіки – не контрольованого суспільством виробництва, розподілу, обміну й споживання товарно-матеріальних цінностей і послуг. Згідно з розрахунками експертів Світового банку, сьогодні частка «тіньового» виробництва в українському ВВП є найвищою в Європі і перевищує 46,8% від офіційного показника ВВП. Хоча деякі економісти пизначають рівень тінізації в Україні близько 60%. Для порівняння – у Франції частка "тіньового" виробництва за даними МЕРТ становить лише 14,7%.

Особливо актуальним для нашої країни є визначення «тіньового» сектору в алкогольному бізнесі, оскільки в цьому випадку мова йде не тільки про прозорість і об'єктивність статистичних даних та економічний аспект питання (надходження податків до держскарбниці, контроль і регулювання з боки держави тощо), а й про забезпечення здоров'я й безпеки населення.

За даними Міністерства фінансів, частка тіньового ринку з лікеро-горілчаній промисловості України становить 40%, хоча експерти вважають цю цифру заниженою та припускають, що частка нелегального алкоголю на ринку є в діапазоні 50-70%. Кожний рік збитки державного бюджету від цього сягають більше одного мільярда гривень. Крім того, в Україні не тільки зберігається високий рівень випадків отруєння фальсифікованими алкогольними напоями та смертей від дії алкоголю, а й спостерігається рост такої динаміки. Так, тільки в жовтні поточного року в країні офіційно було зареєстровано 163 випадки отруєння сурогатним алкоголем, з них 63 людини загинули.

Об'єктивно слід зазначити, що уряд кожної країни більшою чи меншою мірою стикаються з проблемою нелегального виробництва, розповсюдження та споживання алкогольної продукції, у тому числі вина і коньяків. Так, за даними Національної палати виноградарів і виноробів Болгарії, 50% алкогольних напоїв у країні виробництва в нерегламентованих умовах. Об'єм тіньового обігу алкоголю в Республіці Казахстан за інформацією Департаменту по розкриттю економічних і фінансових злочинів сьогодні досягає рівня 60%. У Киргизстані не платять податки з 72% вироблюваної в республіці горілки, 83% шампанського, 69% вина, 68% коньяку, 37,0% пива.

Поширення тіньової діяльності стримує розвиток національних економік, негативно впливає на дієвість важелів управління національними економіками, дестабілізує світові економічні відносини, порушує природний

хід відтворюваних процесів, поглинає потенційні ресурси стратегічного розвитку та веде до різкого зниження ефективності державної політики, утруднення, а подекуди – й неможливості регулювання економіки ринковими методами, із застосуванням інструментів грошово-кредитної та податкової політики. Водночас, поширення тіньової зайнятості та тіннізація фінансових потоків підсилюють нерівність всередині країн та між ними.

Головною причиною розвитку тіньової діяльності, на думку експертів, є недостатня ефективність міжнародних інституцій та національних органів управління у протидії тіньовій економіці. Так, незважаючи на значні масштаби тіньової економічної діяльності, поки що відсутній цілісний та скоординований між країнами план дії щодо її подолання. Існуючі програмні документи або стосуються подолання її окремих проявів або спрямовані на протидію тіньовій економічній діяльності у масштабах національних економік. В Україні ж для боротьби з тіньовим виробництвом перш за все необхідно створити сприятливі умови для розвитку підприємництва, малого і середнього бізнесу, оптимізувати податкову систему та підвищити ефективність розподілу бюджетних коштів, а також вдосконалити діяльність органів по боротьбі з корупцією.

#### Література

1. Тіньова економіка в Україні: соціально-економічна природа та шляхи подолання. Режим доступу - [Електронний ресурс]: <http://referat-ok.com.ua/ekonomichna-teoriya/tinova-ekonomika-v-ukrajini-socialno-ekonomichna-priroda-ta-shlyahi-podolannya>
2. Тенденції світового економічного розвитку. Режим доступу [Електронний ресурс]: [http://pidruchniki.com/1405100343511/politologiya/tendentsiyi\\_svitovogo\\_ekonomichnogo\\_rozvitku](http://pidruchniki.com/1405100343511/politologiya/tendentsiyi_svitovogo_ekonomichnogo_rozvitku)
3. Тіньова економіка в сучасному світі. Режим доступу – [Електронний ресурс]: [http://otherreferats.allbest.ru/economy/00132149\\_0.html](http://otherreferats.allbest.ru/economy/00132149_0.html)
4. Попова М.Н. Методы оценки и государственного регулирования теневого сектора в виноградарско – винодельческой отрасли АПК Украины. Вестник Полоцкого государственного университета. Экономические и юридические науки, № 14, 2014 г. – С. 119-122.

**FEDORCHUK OLHA**

5<sup>th</sup> year student of Educational and Scientific Institute of Economics,  
Taxation and Customs Affair

*Supervisor: Ph.D. of Pedagogic Sciences, Associate Professor, Onuchak L.V.*  
University of State Fiscal Service of Ukraine  
Irpın

## **FOREIGN DIRECT INVESTMENT IN ECONOMIC MODERNIZATION OF UKRAINE IN CONDITIONS OF GLOBALIZATION**

The participation of Ukraine in the world economic space, needs to resolve the issue of improving the competitiveness of its economy in the global market. Creating favorable conditions for economic growth is inextricably linked with the

building and the effective use of innovative potential. It is very important to find the necessary sources of financing for modernization, especially through foreign direct investment that can provide long-term effects.

The problems of foreign investment for the economic modernization are devoted to the works of Ukrainian scientists: O.Bilorus, O.Bulatova, P.Haydutskiy, B.Hubskyy, A.Danylenko, N.Iksarova, Y.Kozak, D. Luk'yanenko, A.Poruchnyk, A.Peresada, O.Rohach and others.

Nowadays Ukrainian economy should withstand the competitive pressure in the global markets in terms of political and military conflict, when the financial capacity of economic modernization has significantly narrowed [1]. Foreign direct investment (FDI) is an important tool for solving structural problems, that the Ukrainian economy is facing. Investments play an important role as the way to overcome the economic crisis. They contribute a structural shift in the economy, provide technical and technological progress, improve quality indicators of economic activity.

In general, investment activity in Ukraine is characterized by its extremely poor condition. From 2011 to 2015 investment volume dropped significantly, to \$5620 million that is by 11.5% less than in the previous period. Last 5 years, are characterized by an ambiguous trend. In 2011-2013, there was a constant growth of FDI flows, and in the following years (in 2014-2015) it was decreasing of FDI flows [2].

FDI flows are characterized by irrational sectoral structure. In 2015, the largest share of FDI directed into industry (food, beverages and tobacco, metallurgy and manufacture of metal products) - \$13280.1 million (30.62% of the total), in the financial institutions and insurance - \$11823.9 million (27.26% of the total), in trade and repair of motor vehicles - \$5659.5 million (13.05% of the total), in the real estate market - \$3482.9 million (8.03% of the total), scientific and technical activities - \$2174.5 million (5.01% of the total) [2]. Such distribution of sectoral structure shows that investors are mostly interested in highly profitable areas, and areas where there is a rapid turnover of capital and its return (finance, trade, export-oriented industries).

Such tendency is seen against the background of global trends of reducing the share of foreign investments in low-tech sectors (light and food industry, ferrous and nonferrous metallurgy, petrochemical industry), and increasing in high-tech sectors. There are rising investments in the services sector (in 2014, the share of FDI in the services sector is 64%) and high-tech manufacturing. The largest number of mergers and acquisitions took place in the pharmaceutical industry (increased by 64% compared to the previous year) and chemical industry (increased by 159%) [3].

According to recently published research, Ukraine on the Global Innovation Index 2016 ranked 56th among 1428 countries in the world. Such position in the ranking is explained by low saturation economy by technology. The volume and quality of FDI as an important source of technology transfer, is in a very poor condition. According to the State Statistics Service, the share of FDI in total funding is extremely small. In 2014, the share was 1.8%, and in 2015, it was 0.42% [4]. Near

95% of FDI directed to the development technologies of 3rd and 4th technological structures.

Structural deformation of the Ukrainian economy is the result of a differentiated policy of government support when priorities are granted only on export-oriented industries. Low levels of FDI is due to unfavorable investment climate, such as imperfect legal framework, underdeveloped stock markets and financial and credit system, strong fiscal pressure, inefficient system of property rights of investors.

For the leveling these factors it is necessary to conduct an efficient investment and innovation policies that are actively used by all developed countries nowadays. For example, in the Czech Republic government support (from 10% to 25%) is given to investments in advanced technologies, implementation of which has great export potential [5]. In Croatia, the company which engaged only in R & D are exempt from corporation tax. In Poland for encouraging FDI in certain territories, the companies are given discounts from paying property tax relief and benefits in paying electricity utilities [6]. In addition, for the CEE countries has experience creating areas attractive for investment (free economic zones, industrial and technology parks, industrial zones) and specialized agencies for stimulating foreign investment activities.

To support innovative development of Ukraine is necessary to conduct an efficient innovation and investment policies. It is important to hold events for improving the investment climate. It is necessary to create effective tools to attract FDI in strategic high-tech industries. For example, creating a system of privileges and preferences for foreign investors to attract their capitals in technology of 5th and 6th technological structures.

### References

1. Dupai R.M. Foreign investment in relation to structural modernization of Ukrainian economy : thesis. dis. for obtaining the sciences degree of candidate econ. science / R.M. Dupai. – Kyiv, 2015. – 19 p.
2. Investments of foreign economic activity: statistical yearbook. – K.: State Statistics Service of Ukraine, 2015. – 66 p.
3. World Investment Report 2016 [Electronic source]. – Access to the source: [http://www.unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2016\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2016_en.pdf)
4. Scientific and technical activities in Ukraine: report. – K.: Statistics Service of Ukraine, 2015. – 5 p.
5. The dynamics of the investment climate in Eastern European – experience for Ukraine [Electronic source]. – Access to the source: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/June2010/01.htm>
6. Ospanova A. N. Foreign experience in attracting foreign investment / A. N. Ospanova, A. P. Tusupova [Electronic source]. – Access to the source: [http://www.rusnauka.com/14\\_ENXXI\\_2013/Economics/4\\_137343.doc.htm](http://www.rusnauka.com/14_ENXXI_2013/Economics/4_137343.doc.htm)

**KHLIUSTOV YEVHEN**  
the 5 th years student  
*Supervisor: PhD, Professor Onuchak L.V.*  
University of State Fiscal Service of Ukraine  
Irpın

## **PROBLEMS OF SUSTAINABILITY UKRAINIAN ECONOMY IN THE GLOBALIZATION PROCESS**

Transformation of Economy of Ukraine takes place in the conditions of formation a global model of the world economy, which demonstrates a weakening trend traditional territorial, social, cultural and political barriers to isolate nations from each other and protect them from outside influence and the establishment of a new system of international cooperation. The process of globalization is becoming inclusive and irreversible: the national economy step by step spliced into a single economic organism.

All this in turn affects the stability of economic development of Ukraine, creates "dual existence", it is almost the opposite trends. On the one hand, the interweaving of globalization and transformation processes complicates the formation and development of market relations and institutions, and on the other - accelerates the pace of social and economic transformation. So, what other countries (in the evolutionary development) took decades, in our state is created before our eyes. This situation needs careful study, the theoretical basis and forecasting. That is why it is the focus of both foreign and domestic economists. All of them try it anyway to answer the question that is created in the process of market transformation of the national economic system: on the basis of any economic paradigm it should have formed the dominant should permeate all its structural levels in the end, what constants should bind its frame.

Taking into account the aforesaid it is possible to determine key problems, the decision which it is insistently necessary for the subsequent coordination internal and external factors of sustainable economic development of domestic economy.

The first problem is a development of the energy sphere as availability the corresponding amounts of oil, gas and other energy raw materials is basis of ensuring stable economic development of the country and support expanded process of reproduction.

The second problem is an influence of process of globalization on development financially –a bank and currency system of Ukraine which stability is one of conditions of the subsequent development of national economy. Along with forming of the powerful international market and implementation of the single European monetary unit in front of Ukraine there was a question: how integrally to enter ours national currency and the foreign trade transactions to the eurozone and to what world currency to tie hryvnia.

The third problem is a creation domestic innovative and investment potential. It is known that one of the most perspective factors of economic development is innovations and information technologies, in particular the latest forms of the

organization of business by means of use of global electronic systems, however because of insufficient material security and psychological unpreparedness development of these processes in economy of Ukraine is blocked. Is of particular importance in the course of economic development correctly the coordinated investment policy. A basic reason, in considerable to measure of Ukraine of the foreign equity interfering attraction in economy, lack of conditions for forming favorable investment is climate.

The fourth problem is a deregulation of business activity, liberalization of business activity and creation of a competitive environment, as efficient factors of economic growth. The economic policy of the state shall to go for elimination of bureaucracy and manifestations of corruption, for narrowing shadow sector of economy. It will allow to carry out single state regulatory policy in the sphere of an entrepreneurship, in determination of the legal basis state support of a small entrepreneurship and regulation of the procedure licensing.

The fifth problem is a determination of the place by Ukraine in system of world economic communications and the directions of regional and international integration, coordination of external and internal interests of the state. Important practical the problem which appeared in front of Ukraine in the course of search of constructive model post-crisis development, determination of the main characteristics of it is conditions of balance of external and internal sectors of economy, in case of which optimum conditions of self-development of a reproductive complex are created countries.

As the conclusion it should be noted that globalization process as the main tendency of the present, exerts huge impact on economy of each country. National economies can only function effectively today in case of the sufficient level of development of foreign economic relations. Results the conducted research have a certain theoretical value as prove the following: the economy of Ukraine shall overcome as soon as possible obstacles in a way of deepening of integration into world economic structures, to increase the level of openness of economy. And it, in turn, is impossible without coordination of domestic and foreign economic policy, obligatory implementation of radical changes in institutional, social and administrative spheres, developments of effective economic strategy development taking into account its national peculiarities.

### References

1. The strategy of innovative development of Ukraine for 2010-2020 in the conditions of globalization challenges (draft) // Official site of the Verkhovna Rada of Ukraine (Committee on Science and osvty) // [electronic resource] / Access: [http://kno.rada.gov.ua/komosviti/control/uk/publish/article?art\\_id=47920&cat\\_id=46017&showHidden=1](http://kno.rada.gov.ua/komosviti/control/uk/publish/article?art_id=47920&cat_id=46017&showHidden=1)
2. The strategy of innovative development of Ukraine for 2010-2020 in Conditions of Global Challenges / Avt.: HO-compilation Androshchuk, IB Zhylyiaev BG Chizhevsky, MN Shevchenko. – K: Parliamentary publishing house, 2009. – 632 p.
3. Promoting sustainable development in Ukraine / International project initiated by the Programme of the United Nations and the US Agency for International Development // [electronic resource] / Access: <http://www.undpsust.kiev.ua/>

## THE POTENTIAL OF DEVELOPMENT OF THE UKRAINE'S FOREIGN TRADE IN HIGH-TECHNOLOGICAL PRODUCTS

In today's globalized world, every country, to develop steadily, has lead the innovation and enter to the market with competitive products. Thus, the importance of trade in high-technological products is increasing for the highly developed and developing countries, including Ukraine. The international technology transfer processes creates opportunities for Ukraine's economic growth.

The study of Ukraine's foreign trade in high-technological products and its importance in international trade engaged in such scientists, as: T. Melnik, I. Hrinko, L. Fedulova, A. Chernjuk, M. Heyets etc. Every year this issue is more actualized through the active spreading of high technology in the world.

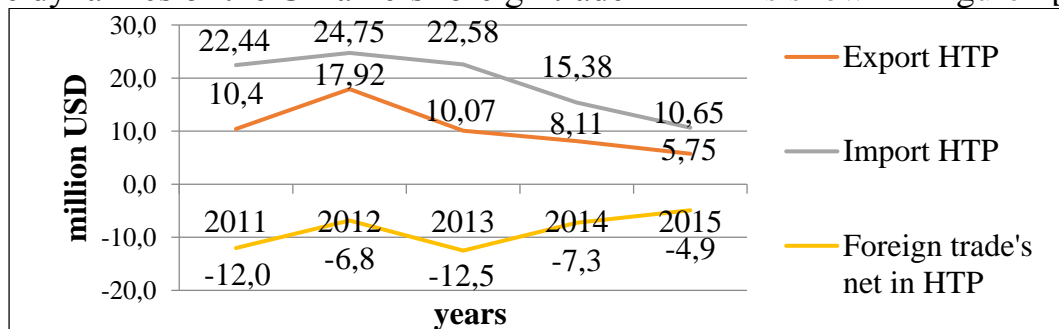
According to the Law of Ukraine "About the State complex program of high technologies", high-technological products are products manufactured by domestic enterprises, using high technologies, which are competitive with the best samples of the similar products of foreign production [1].

The Organization for Economic Cooperation and Development was developed the classifier, in which high-technological products (further – HTP) are divided into: aerospace products, electronics and telecommunications, computer and office equipment, pharmaceuticals, scientific instruments, electrical machinery and equipment, chemical products, non-electrical machinery and equipment [2, p. 171].

In Ukraine, among HTP, there are differentiated products of inorganic and organic chemicals; nuclear reactors and boilers; electric cars; optical, photographic apparatus and instruments; aircrafts; non-electrical machinery and equipment.

In 2015 the Ukraine's foreign trade balance in HTP amounted 16.40 million USD, that equaled 21.68% of the Ukraine's foreign trade balance in goods (in 2015 was 75.64 million USD).

The dynamics of the Ukraine's foreign trade in HTP is shown in figure 1[3].



**Fig. 1. Dynamics of the Ukraine's foreign trade in HTP for 2011-2015, million USD [3]**



According to Fig. 1, for a certain period there is a negative trend of Ukraine's foreign trade development in HPT, but the foreign trade net has positive dynamics (growth by 7.1% compared to 2011). The share of high-technological products in total trade was also decreased over the last 2 years and in 2015 accounted for 15.1% of exports and 28.4% of imports [3].

During the period of 2011-2015 Ukraine was exporting a large number of nuclear reactors, boilers and electrical machinery, which decreased from 1.5 times in 2011 (in 2015 export amounted 1.96 and 1.98 million. USD in accordance). And the most imported HTP were nuclear reactors and boilers (in 2015 – 3.58 million. USD), electrical machinery (2.7 million USD), non-electrical machinery, import of which was reduced to 2011 in 5 times and in 2015 it amounted 1.65 million USD) [3].

In 2015 there was a positive net of foreign trade in HTP in the group of inorganic chemistry (0.69 million USD) and aircrafts (0.14 million USD). The most negative net was for nuclear reactors and boilers (-1.62 million USD) and electric machines and equipment (-1.37 million USD) [3].

Due to the presence of high innovation potential in Ukraine, it can have a very high share in world exports of HTP. According to the World Bank's report, the leading position in the world export of HTP for the period 2010-2014 is hold by China with a share of almost 26% in 2014, then Germany – 9.29% and USA – 7.72%. Singapore – 6,39 Japan – 4,70% A share of Ukraine was almost 1% for all time [4].

To increase the effectiveness of innovation, the government developed a strategy of high-technological industries by 2025, which at the national level should develop a system of tax privileges for investments in research and development; promote technological innovation through increasing economic openness; promote the development of venture capital funds; improve the system of state orders etc [5].

Thus, Ukraine's foreign trade in high-technological products is very promising and profitable, and therefore to encourage its development and the development of innovation is needed to follow the state innovation development strategy in terms of providing support and preferences and privileges for creation and implementation of new technologies; implement programs of scientific and technical activities; attract foreign investment; improvement the regulatory framework; formation the mechanism of coordination of scientific and technological activities etc.

### References

1. National complex program of high technologies: Law of Ukraine from 09.04.2004 № 1676-IV [Electronic resource]. – Access: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1676-15>
2. Hrinko I. Analysis of foreign trade in high-technological goods Ukraine / I. Hrinko, N. Yaremchuk // Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University. – Uzhhorod, 2016 – Vol. 6 (3). – P. 171-174
3. State Statistics Service of Ukraine [Electronic resource]. – Access: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. The share of world exports of HTP [Electronic resource]. – Access: <http://data.worldbank.org/indicator/TX.VAL.TECH.CD?view=chart>
5. The development strategy of high-technological industries by 2025 [Electronic resource]. - Access: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/NT2352.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT2352.html)

**CHEPELENKO ANZHELIKA**  
Ph.D., *Associate Professor of Economy,*  
*Department of Enterprise's Economy and Management*  
*Ukrainian Engineering and Pedagogical Academy (UEPA)*

**CHEPELENKO DMITRY**  
Graduate student of International Economics,  
Donetsk National University  
Vinnitsa

## THE IMPACT OF GLOBALIZATION ON MIGRATION IN EUROPE

Research trends and specific international population movements in the global space confirm that negative and positive migration trends exist in all regions of the world. This situation illustrates the difficulties faced by governments hoping to cope with the crisis of migrants and refugees trying to develop a consolidated migration policy, which could be aligned with the needs and capabilities of countries and demands of the public.

In North and South America, Australia, New Zealand, the countries of the Cooperation Council of Arab Gulf States, where temporary migrant workers make up the largest percentage of the total population in the world, attitudes toward immigration is positive, despite the trends observed in Europe (Figure 1).

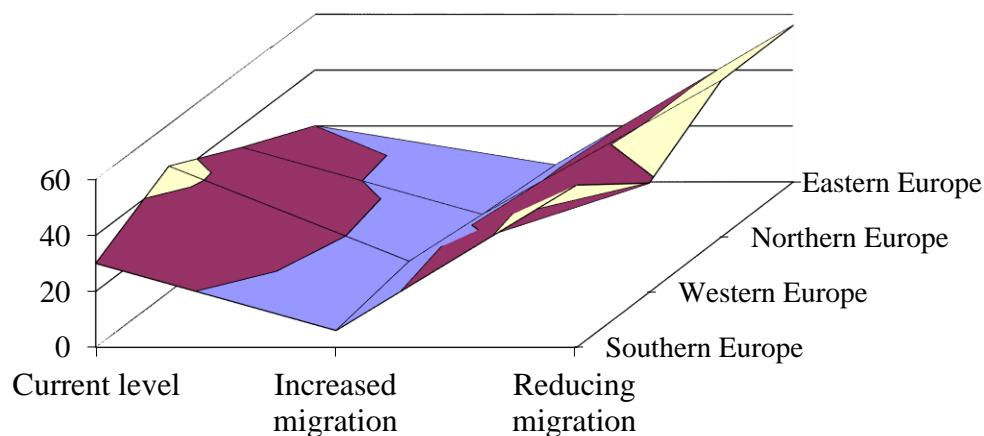


Fig.1. Attitude of migration in Europe [4,5]

In Northern Europe (Sweden, Denmark, and Finland), with the exception of the UK population as a whole, a positive attitude to increased immigration in Southern Europe (Greece, Malta, and Italy) supported policies to reduce the current level of immigration, which is associated with deterioration economic situation and high unemployment.

Also, depending on the level of countries, the possibility of workers have jobs, more likely to increase in countries with high income per capita, however, they are less satisfied because, as a rule, have a job below the qualifications or education and ready to work in dangerous conditions.

Basically, in most countries surveyed residents responsible attitude migration policy of their governments. These findings were confirmed by the study of the

International Organization for Migration, which indicate that of the 183 countries surveyed, 76 countries carried out policies aimed at maintaining the existing level of immigration, 26 policies decrease 19 increase of 15 had a policy of non-interference and six did not have any – the information regarding migration preferences [1, 3]. Notably, the ratio of the policy of "maintaining the current level of immigration" or "growth" remains, or almost, tends to increase, for all the major regions of the world, except in states where public opinion is aimed at reducing immigration, against the immigration policies of governments , However, it should be noted that the above research data concerning 2013 (Figure 1), before the EU will have to experience the greatest migration crisis since the Second World War.

According to the findings, special attention should be Germany, population decline which determines the need to attract an average of 533 thousand. Immigrants per year in the long run. In addition, a study conducted by the Bertelsmann found that Germany can not rely on further high immigration from EU countries, so it is necessary to take measures that will make Germany attractive for citizens outside the EU. The study also found that in the absence of immigration, the population of working age will decrease from approximately 45 million people in 2015 to less than 29 million people. 2050 [2, 3].

Poland and Ukraine are countries rapidly aging population with low fertility and negative net migration index.

Countries, where aging workforce and reduce fertility rate, is at once the most attractive to potential migrants.

Based on the available data may conclude that without increasing migration flows to countries where the index is less than 100% and an increase of birth rate in the short term may be the relevant question of raising the retirement age.

So today, migration should not be seen as a problem that must be addressed as an integral part of global transformation processes. This understanding can provide such a migration policy, which will aim to fully realize the potential benefits of migration.

### References

1.Чепеленко А.М. Міжнародна міграція в умовах глобалізації: закономірності і тренди / А.М. Чепеленко, Д.С. Чепеленко // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»: зб. наук. пр. / Ред. кол: Черничко Т. В. (гол. ред.) та ін. – Мукачево: Вид-во «Карпатська вежа», 2015. – Випуск 2(4). Частина 2. – С. 214-221.

2. Gallup World Poll [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.gallup.com/home.aspx>

3.How the World Views Migration / International Organization for Migration [Electronic resource]. - Access mode: <http://publications.iom.int/books/how-world-views-migration>

4.Migration Policy Institute [Electronic resource]. – Access mode:<http://www.migrationpolicy.org/programs/data-hub/charts/international-migrants-country-destination-1960-2015>

5.U.S. Census Bureau [Electronic resource]. - Access mode: <http://census.gov/>

**ЯКИМЧЕНКО ВІРА**  
викладач-стажист кафедри податкової  
та бюджетної політики  
Херсонський національний технічний університет,  
м. Херсон

## **ЕКОНОМІЧНА ВЗАЄМОДІЯ УКРАЇНИ З ЄС: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Європейська інтеграція і членство в Європейському Союзі є найкращим засобом реалізації національних інтересів, побудови економічно розвинутої і демократичної держави, зміцнення позицій у світовій системі міжнародних відносин для України. Це шлях модернізації економіки, подолання технологічної відсталості, залучення іноземних інвестицій і новітніх технологій, створення нових робочих місць, підвищення конкурентної спроможності вітчизняного товаровиробника, вихід на світові ринки, насамперед на ринок ЄС.

Враховуючи особливості сучасного стану економіки України, можна навести наступні аргументи на користь розвитку співпраці з ЄС [1]: Європейський Союз являє собою великий ринок збуту виробів та джерело задоволення потреб України в найрізноманітніших споживчих та інвестиційних товарах; співробітництво України з Європейським Союзом необхідне для технологічного оновлення українського виробництва; розвиток співробітництва з ЄС сприятиме повному використанню потенціалу України як транзитної держави; однією з тенденцій сучасного промислового розвитку є формування виробничо-комерційних ланцюгів, учасниками яких є фірми та підприємства різних країн; Європейський Союз – це джерело досвіду функціонування ринкової соціально-орієнтованої економіки та державного регулювання економічних процесів; розвиток співробітництва з ЄС неминуче означає необхідність запроваджувати відповідні правила та стандарти вироблення та реалізації економічної політики, поведінки первинних економічних агентів; розвиток міжнародного співробітництва та економічних зв'язків з ЄС безпосередньо впливає на більш раціональний розподіл ресурсів, підвищення ефективності економічних процесів, тобто має позитивні наслідки в довготерміновому плані; саме на європейському фінансовому ринку, Україна може мобілізувати кошти, необхідні для забезпечення макроекономічної стабільності, диверсифікуючи тим самим джерела зовнішніх запозичень. Основними формами співробітництва України та країн Європейського Союзу сьогодні є технічна допомога, торгівля та інвестиційна діяльність [1].

На першому етапі розвитку євроінтеграційних шляхів для України має бути: визначення пріоритетних галузей і секторів української економіки, що володіють або можуть володіти конкурентними перевагами у європейській економіці, динамічне нарощування їх експортного потенціалу, в тому числі за рахунок залучення кредитів та прямих інвестицій з країн – членів ЄС;

можливість вибіркового підключення до тих проектів європейського співробітництва та інтеграції, де Україна вже сьогодні здатна дотримуватись жорстких міжнародних вимог і стандартів й використання такого підключення з метою апробації конкретних механізмів взаємодії України з європейськими економічними структурами; нарешті, слід подбати про найбільш раціональне використання фінансової допомоги ЄС з метою подолання тимчасових ускладнень з платіжним балансом України, забезпечення критичного імпорту, реальної макроекономічної стабілізації на основі переходу до розвитку виробництва, створення інституційної основи ринкової економіки та динамізації прогресивних структурних зрушень.

Головним змістом наступного етапу має стати: прискорений вихід і закріплення на спільному з країнами Західної Європи ринку українських виробників товарів і послуг; істотне розширення і поглиблення процесу вибіркового входження України в європейські економічні структури, насамперед через розвиток великих інтернаціоналізованих фірм, фінансово-промислових груп, і створення тим самим передумов для майбутньої комплексної інтеграції в європейські економічні структури в цілому; значна диверсифікація форм економічної і науково-технічної взаємодії з особливою увагою на розвиток стійких і комплексних форм міжнародної науково-технічної і виробничої кооперації; поступове створення передумов для подальшої лібералізації економічних зв'язків – у сфері переміщення капіталів та робочої сили з підвищенням ступеня координації зовнішньоекономічної та загальноекономічної політики [2].

Нарешті, на третьому етапі – комплексної інтеграції в європейські економічні структури можна було б вирішити найбільш складні проблеми інтеграції економіки України в цілому в європейські економічні структури. Слід зазначити, що конкретний зміст цього віддаленого етапу зараз визначити непросто: він буде значною мірою залежати від результатів попередніх етапів і загального геополітичного становища в європейському та євразійському регіонах в майбутньому.

Таким чином, перспективи економічної взаємодії України з ЄС залежать насамперед від раціональності експортної політики України, що має бути ядром всієї зовнішньоекономічної політики країни, яка має будуватися на принципі селективного розвитку на базі використання конкурентних переваг, якими володіє Україна сьогодні і реально може володіти в майбутньому, з урахуванням специфічних потреб і вимог єдиного європейського ринку.

#### **Література**

1. Європа для журналістів. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.eu4journalists.eu>
2. Інститут Євроатлантичного співробітництва. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ieac.org.ua>

---

**СЕКЦІЯ 2**  
**ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ**  
**ГОСПОДАРСТВОМ**

---

**ANUROVA-PRIKHODKO IRINA**  
**CHERNYAKHOVSKYA MARINA**

IV year students of the Faculty of Economics and Business  
Kyiv National University of Technology and Design

*Supervisor: Ph.D., A. Dvoretzky*

Language supervisor: I. I. Borolis

**THE MAIN PRINCIPLES OF SUSTAINABLE**  
**DEVELOPMENT CONCEPT**

Environmental, economic and social challenges of the second half of the twentieth century and the beginning of the nineteenth century caused the actualization of sustainable development concept [1]. It is evident that the exploitation of the biosphere on the scale and methods of the industrial age will inevitably lead to disaster, which cast doubt on the existence of mankind as a species. Consequently, the need to develop a new model of using economics taking into consideration the individual's needs and responsibility to future generations [4]. This model was offered within the concept of sustainable development. It presupposes harmonious interaction of three factors: society, environment and economics. Its implementation involves significant efforts from government authority, business structures and society. An important step in the implementation of this approach lies in widespread public awareness of the principles and benefits of sustainable development since the reforms become irreversible only if 25% of the population know its ideas [3].

The role of government in implementing sustainable development model is to create the legal framework for legal entities, which would be directed towards harmonization of relations between business, society and nature [3]. Actions dedicated to the intensification of economic life contribute to the strengthening of its currency and the establishment of relations with other countries. State authority increases with the improved economic situation since a country that is able to manage its own economy is always a viable partner in the creation of associations and unions. Business structures, that want to contribute to the idea of sustainable development, have to follow specific requirements, such as the rational use of natural resources, money and labour [2].

The social component. Creating legal framework the state is responsible for providing citizens with rights and responsibilities. Active implementation of corporate and social responsibility of companies is an integral part of the business that promotes increasing the morality of both the company and each employee [5]. Society should develop morally as well as spiritually. The moral values in Ukraine have been changed in the last decades, and the attitude towards others has become

more aggressive. But two powerful social upheavals as the "Orange Revolution" and "Euromaidan" (which has turned into a war now), brought the significant directives to the society, that haven't been evaluated yet. As a result, the society should know its limitation and be able to share economic and environmental benefits.

The environmental aspect. Every country has a certain amount of natural resources but the further development of the state will depend on the sustainable use of these resources. The country must ensure both legislative and practical actions towards conservation, enhancement and rational use of the natural resources [3]. The widespread implementation of energy saving technologies will not only reduce expenses for the large enterprises but also the citizens [2]. The natural balance and the country ecosystem will be restored by the increasing number of the conservation areas and green areas as well as providing the proper conditions of life to the endangered species. The citizens should follow and spread the culture of lean management and protect the environment. It is not necessary for everyone to plant new trees and bushes. However, people must not do any harm to the environment.

Taking everything into account, we must admit that economic, social and environmental aspects are closely and inextricably connected, moreover, they also influence each other.

The country will thrive on the principles of sustainable development on condition that the government, society and business structures harmonize three main factors of sustainable development.

#### **Literature**

1. Z.V. Gerasymchuk Regional policy of sustainable development: theory, methodology, practice: Monograph / Z.V. Gerasymchuk Lutsk Nadstyr'ya, 2010. – 528 p.
2. Sustainable development and environmental security of society in the economic transformation / [N.M. Andreeva, V.A. Barannik, E.V. Belashov etc.]; or scientific editorship of Economics, Professor. E.V Khlobystov / RVPS Ukraine NAS, NAS Ukraine IPREED, SusDU, LNTU, Institute of CRP. – Simferopol: PE "Enterprise" Fyeniks ", 2010. – 582 p.
3. Sustainable development and environmental security of society: theory, methodology, practice / [V.N. Anderson, N.M. Andreev, A.M. Alymov etc.] ; For scientific editorship of Economics, Professor. E.V. Khlobystov / DM "IEPSR NAS of Ukraine," IPREED Sciences of Ukraine, Sumy State University, Institute of CRP. - Simferopol: IT "ARYAL" 2011. – 589 p.
4. <http://msdp.undp.org.ua/>
5. <http://eco.com.ua/category/temi/stalii-rozvitok/>

**БУЛИГІНА ДАР'Я**  
студентка IV курсу фінансового факультету  
*Науковий керівник – Дулік Т.О.*  
к.е.н., доцент кафедри оподаткування та  
соціального забезпечення  
Університет митної справи та фінансів  
м. Дніпро

## **ІНСТИТУЦІЙНІ ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКОЇ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ**

Діюча в Україні податкова система наразі не влаштовує ані бізнес, ані державу. Перший сплачує абсолютну більшість податків – здебільшого виступаючи податковим агентом споживачів та найманих працівників, але при цьому беручи на себе весь тягар адміністрування, яке він вважає більшою перешкодою для діяльності та розвитку, ніж навіть податкові ставки. Друга скаржиться на масове ухиляння від сплати податків та їхню "мінімізацію" усіма доступними засобами, що тягне за собою "недоотримання доходів бюджету", як називають це явище урядовці [1].

Найчастіше опитані підприємці, що використовують загальну систему оподаткування, скаржаться навіть не на високе навантаження, а на обтяжливе та свавільне адміністрування податків. Це означає, що, на додаток до вище сказаного, величезні зусилля марнуються на процедури обліку та звітності, боротьбу підприємців з податковими органами, пошук шляхів уникнення податків, тощо, а, з іншого боку, контролю та адміністрування. Пов'язані з цим чисті суспільні втрати сягають, багатьох десятків мільярдів гривень на рік. Тільки офіційний бюджет податкової служби склав у 2014 р. майже 5.5 млрд. грн. витрати бізнесу на адміністрування у 2007 р. МФК оцінила у 1.2 млрд. дол., а організатори "податкових ям" отримують щороку щонайменше 10-20 млрд.грн [2].

Україна характеризується також винятковою слабкістю державних інституцій. Відповідно до висновків теорії це означає, що розмір держави – зокрема, обсяг повноважень, відповідальності, втручання, тощо – має бути приведений у відповідність до наявної спроможності, тобто, у даному разі, радикально скорочений. З іншого боку, за формулою відомого дослідника корупції Роберта Клітгаарда, "корупція = дискреція + монополія - підзвітність". При цьому, збирання податків та контроль за правильністю сплати є монопольним за своєю природою, а підзвітність є похідною від якості інститутів, тобто за слабких інститутів фактично дискреція є джерелом корупції. З цього витікає необхідність радикального спрощення правил, відмови від тонких інструментів регулювання на користь корупційно-захищених, однозначних та простих – навіть примітивних. Зокрема, податки за таких умов мають бути переважно непрямими, або фіксованими, зокрема але не тільки – через оподаткування майна. Тільки це може дозволити



вибудувати інституційну спроможність, яка згодом може дозволити перейти до більш гнучких засобів [3].

Можливість приймати рішення свавільно, на розсуд державного податкового інспектора чи посадовця, є невід'ємною характеристикою прямих податків, таких як податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) та податок на прибуток підприємств (ПП). Трактуються тих чи інших надходжень чи отриманих благ як "доходу" є або дуже обмеженим або розмитим – тобто, дозволяє дискрецію. Ще гірше з видатками. Якщо ПДФО включає вичерпний перелік видатків домогосподарств, які можна вирахувати з бази оподаткування, і, у такий спосіб здебільшого уникає проблем, пов'язаних з визначенням бази, то ПП обкладає чистий прибуток - показник, який добре відомий своєю ефемерністю.

З 1 лютого 2015 року дискреційність адміністрування ПДВ поглибилась за рахунок запровадження системи електронного адміністрування, завдяки якій право на податковий кредит поставлено в пряму залежність від умови обов'язкової реєстрації податкових накладних в Єдиному реєстрі податкових накладних. Неможливість такої реєстрації завдяки запровадженню по своїй суті солідарної відповідальності платників ПДВ, а також реалізацією органами фіскальної служби незаконної практики блокування реєстрації податкових накладних та подання електронної звітності, обмежує право контрагентів таких платників на податковий кредит. Органи фіскальної служби завдяки цьому отримали дуже потужний інструмент корупційного впливу на платників податків та механізм штучного збільшення платежів до бюджету.

Утім, якою б досконалою не була законодавча база, виконання законів залишається в руках виконавців. Тому реформа органів Державної фіскальної системи України є запорукою успішного проведення реформи податкової системи, поступової зміни світогляду платників податків від правового нігілізму до зростання соціальної відповідальності у формі добровільної та сумлінної сплати податків. Питання відповідальності та розмежування повноважень органів виконавчої влади та структурних підрозділів фіскальної служби є одними з тих, що потребують першочергового вирішення. На сьогоднішній день відсутнє чітке визначення центрів відповідальності за кожне прийняте рішення. Єдиним шляхом змінити ситуацію на краще є встановлення:

- сфери компетенції та повноваження кожної посадової особи, вимог до посадових осіб в межах наданих повноважень;
- чітких критеріїв оцінки діяльності служби та кожної посадової особи;
- відповідальність кожної посадової особи за порушення таких вимог.

Виходячи з вищенаведеного, загальний підхід до реформування податкової системи має полягати у реформуванні структури податків, та «перезавантаженні» органів податкового адміністрування.

У разі практичного запровадження запропонованих підходів у сфері оподаткування відбудеться справжня реформа. При цьому надходження можуть як зменшитися, так і збільшитися, в залежності від ставок.

## Література

1. Васецкий Б. Податкова система України, або чому ми досі такі бідні?: [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://blog.liga.net>
2. Доходи державного бюджету України у 2014 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://treasury.gov.ua/main/doccatalog>.
3. Система оподаткування та податкова політика: навчальний посібник / В.Б. Захожай, К.В. Захожай. – К.: Центр навчальної літератури, 2014. – 468 с.

**Воробийова Тетяна**

**Саєнко Лілія**

студени IV курсу фінансового факультету

Університет митної справи та фінансів

*Науковий керівник: проф. Міщенко Д.А.*

м. Дніпро

## **ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ**

Упродовж століть Україна не мала своєї фінансової системи, державного бюджету та фінансової політики. З моменту проголошення незалежності України постала необхідність створення власної фінансової системи. Крім того, її потрібно було створювати в кризових умовах. Свідченням цієї кризи став дефіцит бюджету, наростаюча емісія грошей та інфляція, що її супроводжувала. Окрім цього, було наявне зростання внутрішнього та зовнішнього боргу країни, велика кількість збиткових підприємств, платіжна криза в народному господарстві, значні суми непродуктивних витрат і втрат, також зростали обсяги незавершеного будівництва, виникла криза платіжних відносин держави в зовнішньоекономічній сфері та спадав рівень життя населення.

Фінансова політика є однією з найважливіших частин економічної політики. Вона проявляється у використанні державних фінансових ресурсів, регулюванні витрат і доходів, формуванні та виконанні державного бюджету, а також у податковому регулюванні, в управлінні грошового обігу, у впливі на курс національної валюти.

У наукових рядах немає єдиної думки щодо тлумачення терміна “фінансова політика”, оскільки це досить складне й багатогранне поняття. Його розглядають як частину економічної політики держави, уряду, чи як напрям у використанні державних фінансових ресурсів, регулюванні доходів і видатків, формуванні й застосуванні державного бюджету, податковому регулюванні, управлінні грошовим обігом, регулюванні курсу національної валюти.

З цього випливає, що фінансова політика – це сукупність фінансових (розподільчих і перерозподільчих) заходів, які здійснює держава через фінансову систему. Головним завданням фінансової політики є забезпечення реалізації тої чи іншої державної програми відповідними фінансовими ресурсами.

За рівнем реалізації фінансова політика має три вектори: рівень підприємств, організацій, власне суб'єктів господарювання; загальнодержавний; міжнародний.

Головною метою будь-якого з цих рівнів є формування системи управління фінансами, яка би цілком відповідала завданням, що постали перед країною в плані реалізації тактики та стратегії дій.

Здійснення фінансової політики держави спрямовується на забезпечення високого рівня соціально-економічного розвитку. Ця політика є ключовим елементом, складовою загальнодержавної економічної політики. У ній визначаються джерела наповнення фінансових ресурсів, напрями їх використання відповідно до пріоритетів розвитку економіки та формується система ефективного управління фінансами задля стимулювання за допомогою фінансових інструментів соціально-економічних процесів.

Для формування фінансової політики, орієнтованої на економічне зростання, важливим питанням є визначення оптимальної частки перерозподілу ВВП через зведений бюджет держави, яке зводиться до вибору однієї з альтернатив: збільшення ролі держави у регулюванні економіки або проведення економічної лібералізації.

Зі зменшенням доходів виникають великі проблеми з витратною частиною бюджету, оскільки держава змушена й далі фінансувати величезні соціальні витрати, які були успадковані нею ще від СРСР. До них також додаються нові, що стали результатом популістських рішень. Усе це вилилося в щорічну напругу при складанні чергових бюджетів України, внаслідок чого стало неможливо виконувати всі закони щодо витрат бюджету на соціальну сферу. Перевищення взятих державою зобов'язань щодо підтримки соціальної сфери (враховуючи її високу складову в бюджетних витратах – до 80%) стало однією з основних причин дефіциту держбюджету. Найбільший його дефіцит спостерігався в Україні у 2013 році – 3,2% ВВП. У 2014-му він знизився до 2,5%, а в 2015-му – до 2,3%. На 2016 рік дефіцит бюджету передбачено в розмірі 3,7%, а на 2017-й прогнозується 3,0% ВВП.

Для покриття бюджетного дефіциту уряд змушений систематично залучати великі кошти від приватизації державного майна, а також позикові кошти, збільшуючи й без того значний державний борг.

Основними напрямками вдосконалення державної фінансової політики є наступні:

1. Заходи державної політики у фінансово-економічній сфері, тобто створення сприятливих умов для економічної діяльності, формування повноцінного ринкового середовища, реформування відносин власності.

2. Заходи бюджетної політики, які передбачають стабілізацію і зміцнення фінансової системи, ефективну реалізацію бюджетними засобами визначених пріоритетів державної політики, а саме: забезпечення надійної збалансованості та реалістичності місцевих бюджетів; удосконалення міжбюджетних відносин та істотне зміцнення місцевих фінансів; підзвітність і підконтрольність з боку громадськості всіх бюджетних та позабюджетних

коштів бюджетних установ; надання на кредитній та конкурсній основі всіх бюджетних та позабюджетних ресурсів у реальний сектор економіки тощо.

3. Заходи податкової політики, що спрямовані на забезпечення: стабільності податкової системи, її справедливості шляхом скорочення пільг соціального характеру; посилення захисту прав платників податків; процедур оподаткування для платників податків; зниження загального податкового навантаження шляхом скорочення кількості податків і зменшення їх ставок; поступового збільшення питомої ваги прямих податків у загальних податкових надходженнях; звільнення від оподаткування доходів, нижчих за прожитковий мінімум; застосування спрощених (альтернативних) систем оподаткування для суб'єктів малого підприємництва тощо.

**ГУБА АНАСТАСІЯ**

**КАЧАН АННА**

студентки IV курсу фінансового факультету

Університет митної справи та фінансів

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Дулік Т.О.*

м.Дніпро

## **АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ АДМІНІСТРУВАННЯ ПДВ В УКРАЇНІ**

На сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки актуальним залишається питання створення оптимальних умов для розвитку підприємницької діяльності. Безпосередній вплив на функціонування суб'єктів господарювання має податкова політика держави. А більшість законодавчо встановлених податків, зокрема, діючий механізм адміністрування податку на додану вартість (ПДВ), їх платниками, як правило, сприймається негативно.

Актуальним завданням у нашій державі на сьогодні є радикальна зміна механізму адміністрування ПДВ, що має важливе значення для поповнення державного бюджету України.

Метою дослідження є аналіз актуальних аспектів адміністрування ПДВ в Україні та розробка на цій основі обґрунтованих заходів, які допоможуть розв'язати складні питання його справляння.

Одним із “наймолодших” та найсуперечливіших є ПДВ, стрімке поширення якого у світі фактично припадає на останні п'ятдесят років. Такий молодий вік робить ПДВ не лише одним із найперспективніших і найсучасніших винаходів податкової політики, але й інструментом, що потребує вдосконалення.

Згідно статті 14 п.1.178 Податкового кодексу України ПДВ – непрямий податок, який нараховується та сплачується відповідно до його норм [3]. Цей податок є формою універсального акцизу, що зберігає переваги багаторівневого податку з обороту щодо оподаткування усіх ступенів руху товару, але одночасно ліквідує його основний недолік – кумулятивний ефект.

На думку окремих науковців, ПДВ – це непрямий податок на додану вартість, яка створюється на всіх стадіях виробництва та обігу. Він входить до ціни товарів, робіт, послуг і повністю оплачується кінцевим споживачем товарів, робіт і послуг [1, с. 180].

При цьому слід зазначити, що ПДВ має високу ефективність з фіскальної точки зору. Широка база оподаткування, яка включає не тільки товари, але й роботи та послуги, забезпечує надійність та стабільність бюджетних надходжень цього податку. Стягнення ПДВ на всіх стадіях руху товарів, робіт, послуг має за наслідок рівноправний розподіл податкового тягара підприємницької діяльності. Широка база нарахування податку дає змогу істотно зміцнити дохідну частину державного бюджету.

Отже, у загальній системі податків та обов'язкових платежів ПДВ посідає особливе місце. Цей податок, що охоплює найбільшу кількість суб'єктів господарювання, є одним з основних джерел наповнення Державного бюджету України.

На сьогодні в Україні є актуальними проблеми адміністрування ПДВ у зв'язку з впровадженням ПДВ-рахунків, реєстрації податкових накладних, нової форми ПДВ-декларації тощо. Також технічні регламентні помилки та проблеми розрахунків-коригувань.

Законом України від 24 грудня 2015 року № 909-VIII "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2016 році" внесено суттєві зміни до Податкового кодексу України в частині визначення податкових зобов'язань з ПДВ та його сплати до бюджету, зокрема, сільськогосподарськими товаровиробниками.

З метою забезпечення виконання нових правил оподаткування, запроваджених з 1 січня 2016 року, Міністерством фінансів України наказом від 28.01.2016 № 21 "Про затвердження форм та порядку заповнення і подання податкової звітності з податку на додану вартість" затверджена нова форма декларації з ПДВ.

Враховуючи те, що останні зміни в оподаткуванні, які запроваджено з 1 січня 2016 року, повною мірою можуть бути відображені лише в податковій декларації з ПДВ, що затверджена наказом №21, податкова звітність з ПДВ, починаючи із звітного періоду (січень 2016 року), усіма платниками податку подається за новою формою в електронному вигляді.

Поряд з наявністю методологічних неузгодженостей в порядку такого адміністрування (помилки, допущені при визначенні формули, відображення в податковій звітності залишків від'ємного значення, які виникли (були задекларовані) в звітних (податкових) періодах до 1 лютого 2015 року тощо), існує цілий ряд проблемних питань, які мають негативні наслідки такого адміністрування, зокрема[2]:

1) в даний час система не здатна забезпечити продуктивність, необхідну для створення та коректної обробки електронних документів в масштабах всієї країни, результатом чого стали численні випадки блокування процесу

реєстрації та відправки електронних податкових накладних, що створює для них суттєві правові ризики;

2) відсутність досконалого сервісу "Електронний кабінет платника податків" унеможлиблює своєчасне та повне отримання платниками податку на додану вартість інформації з Єдиного реєстру податкових накладних, що створює додаткові проблеми при формуванні податкового кредиту, особливо для великих платників податку, інформації щодо розміру та складових реєстраційної суми, залишків на електронному рахунку;

3) несвоєчасне відшкодування сум від'ємного значення ПДВ як тих, які виникли в звітних (податкових) періодах до 1 лютого 2015 року, так і тих, що були задекларовані у податковій звітності з ПДВ після 1 лютого 2015 року.

Таким чином, електронна система адміністрування ПДВ потребує законодавчих змін з метою зменшення її негативного впливу на його платників. Повинно бути знайдене компромісне рішення, яке не призведе до погіршення фінансового стану платників податків та ще більшого поглиблення фінансової кризи в державі.

На думку експертів Реанімаційного пакету реформ, необхідно [4]:

1. Відкоригувати чинне законодавство в частині функціонування такої електронної системи (зокрема, за основу пропонується впровадити спліт-систему розроблену експертами Реанімаційного пакету реформ).

2. Забезпечити повноцінне функціонування електронного кабінету, що би надавати необхідний сервіс платникам податків і усунути штучні монополії окремих виробників програмного забезпечення.

3. Забезпечити гарантоване право на відшкодування ПДВ шляхом ефективного обслуговування окремого рахунку в системі державного казначейства.

4. Розробити всі необхідні методичні рекомендації щодо умов функціонування в електронній системі, провести інформаційно-роз'яснювальну роботу серед платників податків.

Саме в такому контексті адміністрування ПДВ в Україні цей податок матиме сенс і перспективу.

#### Література

1. Войків О.В. Механізм впливу ПДВ на фінансово-господарську діяльність суб'єктів [Текст] / О.В. Войтків, І.Б. Хома // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – С. 180-186.

2. Журнал бухгалтер 911 від 01.07.2015. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://buhgalter911.com>

3. Податковий кодекс України від 02.12.2010р. №2755 – VI [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>. 4. Реанімаційний пакет реформ. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://rpr.org.ua/>

**ДАНКЕВИЧ АНДРІЙ**  
д.е.н., професор кафедри економіки підприємства  
Житомирський державний технологічний університет,  
м. Житомир

## **СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНТЕГРОВаних ФОРМУВАНЬ В УКРАЇНІ**

Розвиток конкурентоспроможного агропромислового виробництва в умовах ринкових відносин потребує принципово нових підходів до організації його ведення, спрямованих на підвищення ефективності до європейського рівня. В першу чергу це пов'язано з необхідністю запровадження механізмів ресурсного, технологічного та організаційного його оновлення, залучення інвестицій, захисту інтересів вітчизняних товаровиробників, врегулювання міжгалузевих диспропорцій, усунення посередницького впливу, побудовою замкнутого циклу виробництва, переробки та реалізації продукції, виходу на зовнішні ринки, впровадження інновацій, виробництва органічної продукції [2].

Сучасний стан розвитку економіки агропромислового комплексу ставить перед інтегрованими формуваннями особливі завдання. Поряд з відновленням ресурсного потенціалу, забезпеченням скоординованої діяльності їх структурних підрозділів, освоєнням інвестицій, впровадженням інновацій необхідно зосередити увагу на формуванні взаємовигідних відносин між суб'єктами інтеграційних процесів, уникненні соціальної напруги та встановленні партнерських відносин між інтегрованими формуваннями та сільськими територіями, в межах яких вони ведуть діяльність для вирішення соціальних та екологічних проблем [3,6].

Інтегровані формування охоплюють, як правило, весь цикл виробництва, переробки і реалізації продукції і забезпечують цілеспрямоване відтворення галузі на новій технологічній, організаційній та економічній основі. Одним із факторів, що зумовлюють успіх розвитку інтегрованих формувань, є налагодження ефективного менеджменту виробничих процесів, складовими якого виступають: підготовка та підвищення кваліфікації персоналу [8], управління ринковими ризиками, сертифікація продукції [9] оптимізація фінансово-інвестиційної діяльності з урахуванням єдиної місії компанії і завдань на довгострокову перспективу, контроль за раціональним управлінням бізнес-процесами [4], ефективне використання нової техніки і технологій [7] та систем управління виробництвом у поєднанні із сучасними методами роботи з персоналом.

Становлення інтегрованих формувань відбувається в досить стислі терміни, що призводить до посилення соціальної напруги в сільській місцевості [5]. З різних причин, повністю чи частково, в перший рік не всі інтегровані структури розпочинають виробничу діяльність на орендованих землях [1]. Технічне переоснащення виробництва супроводжується оптимізацією штатної чисельності працюючих, при цьому не завжди достатня

увага приділяється соціальному фактору – адаптації працівників, які звільняються, індивідуальному підходу щодо можливого їх працевлаштування на інших посадах.

Для інтегрованих формувань пріоритетом є отримання економічного ефекту – прибутку, для суспільства – забезпечення моральних і матеріальних благ місцевої громади. Ефективність конкретно взятого підприємства і суспільне благо завжди знаходяться в протистоянні. Досягнення гармонії у відносинах між суб'єктами і формування балансу інтересів є важливим завданням дослідження. За нинішніх умов потреби суспільства на реалізацію соціальних питань значно перевищують надходження від податкових платежів, що сплачують підприємства. Поряд з ефективним веденням виробництва необхідно вирішувати соціальні питання, уникати соціальної напруги і сприяти встановленню партнерських відносин між товаровиробниками та територіями, в межах яких вони ведуть виробництво.

### Література

1. Андрійчук В. Г. Надконцентрація агропромислового виробництва і земельних ресурсів та її наслідки / В. Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2009. – №2. – С. 3–9.
2. Данкевич Є. М. Придатність Поліських земель для запровадження органічного виробництва / Є.М. Данкевич, В.Є. Данкевич // Органічне виробництво і продовольча безпека. – Житомир: Полісся, 2013. – С. 252–256.
3. Данкевич Є. М. Проблеми і механізми раціонального використання та охорони природних ресурсів в умовах міжгалузевої інтеграції / Є.М. Данкевич // Вісник національного університету водного господарства та природокористування: зб. наук. праць. – Рівне. – 2013. – С. 160–168.
4. Дідух Д.М. Проблеми розвитку інноваційної діяльності підприємств в Україні та шляхи їх вирішення / Д.М. Дідух // Вісник Житомирського національного агроекологічного університету. – 2011. – № 1 (28). – Т.2 – С. 255-264.
5. Данкевич Є.М. Асоціація з ЄС: перспективи і ризики для товаровиробників та експортерів сільськогосподарської продукції [Електронний ресурс] / Є.М. Данкевич, В.Є. Данкевич // Глобальні та національні проблеми економіки: електрон. журн. – 2015. – № 7. – С. 29–33. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-7-2015/15.pdf>.
6. Методичні рекомендації щодо призупинення деградаційних процесів у агроландшафтах поліської зони Житомирської області / [А.О. Мельничук, А.М. Бовсуновський, О.І. Савчук та ін.]. – Житомир: Ін-т сільського госп-ва Полісся НААН, 2011. – 40 с.
7. Паламарчук Р.П. Економіко-екологічні аспекти матеріально-технічного забезпечення інтегрованих підприємств в умовах інтенсивного землеробства: практичні рекомендації / Р.П. Паламарчук, С.П. Ковальова [та ін.]; “Житомирська філія ДУ Інститут охорони ґрунтів України”. – Житомир, 2015. – 88 с.
8. Рудик Р.І. Методичні рекомендації щодо оптимізації виробничої структури високотоварних сільськогосподарських підприємств Житомирської області / Р.І. Рудик, Т.Ю. Приймачук, Є. М. Данкевич [та ін.]; Ін-т сільського госп-ва Полісся НААН. – Житомир, 2016. – 97 с.
9. Чайкін О.В. Екологічна сертифікація виробництва та еволюція екологічних потреб споживачів / О.В. Чайкін // Збалансоване природокористування. – 2013. – № 2-3. – С. 99-104.



**КРЫМЦЕВА ТАТЬЯНА**  
асистент кафедры экономической теории  
**СОРОКИНА АЛЕНА**  
студентка V курса факультета  
экономики и менеджмента  
Херсонский государственный университет  
г. Херсон

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ**

Вопрос инновационного развития национальной экономики является достаточно актуальным на современном этапе евроинтеграционных процессов в Украине, поскольку государство, не может конкурировать с европейскими государствами без технологического обновления производства и без освоения инновационных рычагов конкурентоспособности экономики. Современный этап развития экономики характеризуется важным ускорением темпов научно-технического прогресса, который обуславливает постоянные изменения в структуре и динамике общественных нужд и, как следствие, заостряет конкуренцию в предложении новых товаров и услуг, а так же улучшение их качественных характеристик. Поэтому развитие инновационной сферы, через которую продвигают в производство достижения научно-технического прогресса, является особенно актуальной [1, с. 24].

Инновационная активность национальной экономики определяется результатами деятельности предприятий, которые разрабатывают и внедряют нововведения в производство товаров, сферу услуг и другие отрасли хозяйствования. Главной проблемой пока остается отсутствие связей между основными участниками инновационного процесса, информационная непрозрачность, и поэтому, низкая мотивация, как к разработке, так и финансированию инноваций. Интеграция в мировое экономическое пространство возможна только на основе динамического развития инновационных процессов [2, с. 15]. Важной составляющей инновационной деятельности является работа высококвалифицированных технологов, маркетологов, экономистов, финансистов, которые выполняют специфические функции, связанные с технологическим проектированием и конструкций инноваций [3, с. 399].

С начала становления Украины как независимого государства, основное внимание уделялось изучению богатствам недр, природным ресурсам нашей страны, ее географическому положению, однако интеллектуальному потенциалу уделялось внимания значительно меньше. Но сегодня многие понимают, что единственный путь развития Украины – инновационный. Главными и наиболее острыми проблемами в Украине являются проблемы повышения эффективности использования научных разработок и внедрения результатов фундаментальных и прикладных исследований в производство. Еще одной проблемой является недостаточное финансирование

инновационного производства и отсутствие целенаправленной политики в этом направлении [4, с. 49].

Макроэкономическая стабилизация является необходимым, но недостаточным условием выхода экономики государства из кризисного состояния. При отсутствии протекционистских мер современное состояние производственного комплекса не позволяет выдержать конкуренцию с западными производителями даже на внутреннем рынке. Формирование и реализация инновационной политики должны основываться на создании такой системы, которая позволит в кратчайший срок и с высокой эффективностью использовать в производстве интеллектуальный и научно-технический потенциал страны. Исследования состояния деловой активности промышленных предприятий Украины свидетельствует, что в современных условиях они не используют и не ставят задачу использования прогрессивных технологий. Вместе с тем на основании опроса работающих на предприятиях, акцентируется внимание на плохое качество и высокую себестоимость собственной продукции, а также на ее низкую конкурентоспособность.

Инновационную модель нужно рассматривать как альтернатив традиционным методам развития экономики. За период независимости Украины инновационные разработки приобрели свойства адаптации к переменным условиям. Инновационные проекты осуществляются только в приоритетных направлениях, в основном используются технологии, которые позволяют уменьшать накладные расходы и которые гарантируют прибыль и окупаемость.

Необходимо стремиться к активизации инновационной политики, поскольку она является мощным рычагом, с помощью которого возможно остановить спад в экономике, обеспечить ее перестройку и наполнить рынок новой улучшенной конкурентоспособной продукцией. Таким образом, государственная инновационная политика Украины должна быть ориентирована на разные модели инновационного развития в зависимости от состояния научно-технического потенциала. Именно достижение наибольшей эффективности хозяйствования должно стать целью и основным критерием при выборе модели инновационного развития.

#### Литература

1. Федулова Л. Перспективи інноваційно-технологічного розвитку промисловості України / Л. Федулова / Економіка України. – 2008. – № 7. – С. 24-36.
2. Амоша І. Організаційно-економічні механізми активізації інноваційної діяльності в Україні / І. Амоша / Економіка промисловості. – Донецьк. – 2005. – № 5. – С. 15-21.
3. Йохна М.А. Экономика и организация инновационной деятельности: учебник [для студ. высших учебн. заведений] / М.А. Йохна, В.В. Стадник. – Киев: Издательский центр «Академия», 2005. – 399 с.
4. Денисенко М. П. Проблеми формування національної інноваційної системи України / М. П. Денисенко, Т. Є. Воронкова, С. В. Ладика / Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 4 (82). – С. 73-81.

**ЛАПШКО ЗОРЯНА**  
к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів  
та фінансово-економічної безпеки  
Львівський навчально-науковий інститут  
ДВНЗ «Університет банківської справи»  
м. Львів

## **ПОКАЗНИК ДОСТУПНОСТІ ЖИТЛА, ЯК ІНДИКАТОР ВИРІШЕННЯ ЖИТЛОВОЇ ПРОБЛЕМИ В КРАЇНІ**

Сьогодні основними джерелами фінансування житлового будівництва стають кошти підприємств та населення. В таких умовах, для будівельних компаній важливим є оцінка та розуміння не лише своїх виробничих потужностей, а й ряду зовнішніх факторів, що безпосередньо впливають на формування попиту на будівельну продукцію. Одним із них є рівень доступності житла для громадян, який демонструє платоспроможність потенційних покупців нерухомості. У світовій практиці його визначають як показник доступності житла.

У світовій та вітчизняній практиці наразі не існує єдиного підходу до визначення самого поняття та методології його розрахунку. Узагальнивши різні точки зору американські дослідники дійшли висновку [1], що найбільш поширеним все ж є визначення доступності житла як співвідношення вартості житла до доходів домогосподарства. На думку професора Омельчука [2] необхідно окремо виділяти соціальну та комерційну доступність житла.

Скориставшись найбільшим у світі статистичним ресурсом Numbeo ми оцінили рівень доступності житла в деяких містах України та, для порівняння, в інших містах розвинених країн світу, де цей показник найнижчий і окремо в м. Кракові, що часто порівнюють зі Львовом.

Коефіцієнт доступності житла розраховується тут, як співвідношення середньої ціни квартири до середнього річного доходу домогосподарства і виражається в кількості років, необхідних родині для того щоб придбати житло, за умови вкладання у покупку усього її сукупного доходу. Дохід домогосподарства на даному ресурсі рахують як середню заробітну плату в регіоні помножену на 1,5 (з розрахунку, що лише у 50% домогосподарств жінка працює), а середній розмір квартири становить 90 м<sup>2</sup>, при чому ціна 1 м<sup>2</sup> такої квартири вираховується як середнє між ціною 1 м<sup>2</sup> квартири в центрі міста до ціни 1 м<sup>2</sup> квартири на околицях.

Тож, найменше років, щоб придбати житло потрібно середньостатистичній сім'ї, що проживає у м. Пітсбург у Сполучених Штатах Америки – всього лиш 1,57 років. Серед європейських міст, то найнижчий коефіцієнт доступності житла (близько 5 років) на середину 2016 року був у м. Роттердам (Нідерланди) та м. Мальмо (Швеція). Щодо українських міст, то середньостатистичній українській сім'ї потрібно збирати на квартиру мінімум 23 роки у Харкові та понад 28 років у м. Львові, тоді як жителям Кракова в середньому достатньо відкласти на власне житло 12 років. Таке відставання

України за розрахованим показником свідчить про дуже низьку платоспроможність наших громадян на ринку нерухомості.

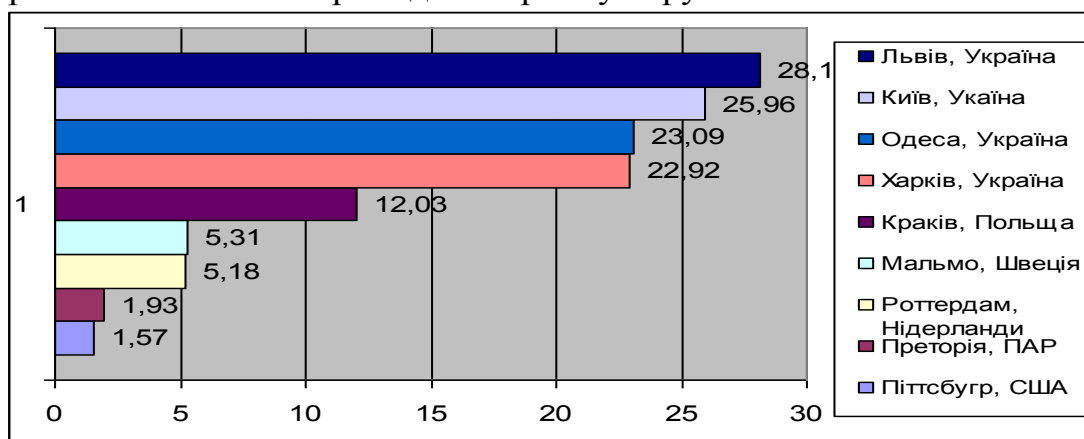


Рис. 1. Коефіцієнт доступності житла для деяких міст України та інших міст розвинених країн світу станом на 01.06. 2016 року

\* Примітка: складено автором на основі даних [4]

Безперечно, цей показник є досить умовним, зокрема для України, адже не враховується прожитковий мінімум домогосподарства, а офіційні дані статистики не містять реальної величини доходів наших громадян. Однак, якщо припустити, що сім'я візьме іпотечний кредит у банку, і сплачуватиме за ним щонайменше половину власних доходів, то лише на погашення тіла кредиту їй знадобиться понад 50 років, а на такі терміни вітчизняні банки точно іпотечних кредитів не видаватимуть. Тож, як бачимо, для середнього українського домогосподарства придбання власної квартири є майже неможливим.

Така ситуація з доступністю житла в Україні не викликає оптимізму ані у вітчизняній галузі житлового будівництва, ані у сфері іпотечного кредитування. Неспроможність більшості українських сімей самотужки покращувати житлові умови очевидна і в недалекому майбутньому може стати проблемою як для будівельних компаній, так і для фінансового сектору країни. Без належного втручання держави та місцевих органів влади, прийняття ефективних державно-управлінських рішень щодо вирішення як проблеми підвищення доходів громадян, так і здешевлення будівництва доступного житла активізувати соціально-економічні процеси в суспільстві неможливо. Тому, на нашу думку розрахунок та моніторинг показника доступності житла може послужити важливим індикатором виявлення кількісних та якісних змін щодо ефективності проведення державної житлової політики, профінансованих державних цільових програм будівництва та придбання доступного житла, наближення України до стандартів розвинених країн світу та ЄС.

#### Література

1. Jewkes M. D. Weaknesses of Housing Affordability Indices Used by Practitioners [Text]/ Melanie D. Jewkes and Lucy M. Delgadillo // Journal of Financial Counseling and

Planning. – 2010. – Volume 21, Issue 1. – С. 43-52. – Режим доступу: [https://afce.org/assets/pdf/volume\\_21\\_issue\\_1/jewkes\\_delgadillo.pdf](https://afce.org/assets/pdf/volume_21_issue_1/jewkes_delgadillo.pdf).

2. Омельчук В.О. Доступність житла в Україні: сучасний стан, тенденції та методичка виміру [Текст] / В.О. Омельчук // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. – №17. – С. 41-45.

3. Property Prices Index 2016 Mid Year [ Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.numbeo.com/property-investment/rankings.jsp?title=2016-mid>

**ЛЕВКІВСЬКИЙ ОЛЕКСАНДР**  
аспірант кафедри теоретичної та прикладної економіки  
Чернігівський національний технологічний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., професор Дерій Ж.В.*  
м. Чернігів

## **ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНИХ РЕЙТИНГАХ**

Важливим чинником, здатним істотно впливати на формування динамічної, конкурентоспроможної національної економіки, в сучасних умовах є наявність та реалізація інноваційного потенціалу.

Для вимірювання інноваційного потенціалу країни використовують різні методики, серед яких найбільш відомими та авторитетними є підіндекс «Інновації» Індексу глобальної конкурентоспроможності, який розраховується Всесвітнім економічним форумом, та Глобальний інноваційний індекс, який розраховується бізнес-школою INSEAD, Світовою організацією інтелектуальної власності та Корнельським університетом.

Незважаючи на те, що у 2015 р. (згідно доповіді 2016-2017 рр.) Україна поступилася шістьма позиціями у загальному рейтингу глобальної конкурентоспроможності порівняно з даними попереднього дослідження й посіла 85 місце серед 138 країн, за підіндексом «Інновації» наша держава укріпила та покращила свої позиції. Так, якщо у 2012 р. (довідь 2013-2014 рр.) Україна займала 93 місце, 2013 р. (довідь 2014-2015 рр.) – 81, 2014 р. (довідь 2015-2016 рр.) – 54, то у 2015 р. її рейтинг відповідає 52 місцю.

Проте, якщо у рейтингу 2015-2016 рр. Україна покращила свої позиції за всіма показниками даного підіндексу порівняно з рейтингом 2014-2015 рр., то у рейтингу 2016-2017 рр. спостерігається погіршення таких показників як якість науково-дослідних інститутів (– 7 позицій) та видатки компаній на R&D (– 14 позицій). Найвищі позиції в останньому рейтингу Україна має за наявністю вчених та інженерів (29 місце), інноваційною спроможністю (49 місце) та кількістю патентів, отриманих у США (49 місце). Найбільше покращення спостерігається за показниками: взаємозв'язки ВНЗ з промисловістю у сфері R&D – з 74 на 57 позицію, державні закупівлі новітніх технологій і продукції – з 98 на 82 позицію рейтингу [1].

Глобальний інноваційний індекс 2016 відображає дослідження впливу інноваційної політики на економічне зростання 128 країн, використовуючи 82 показники (у 2015 р. досліджувалась 141 країна за 79 показниками). Україна в

рейтингу знаходиться на 56 позиції з рівнем інновацій 35,72 балів зі 100 можливих (у 2015 р. – 64 місце; 36,45 балів). Такий стрибок забезпечило покращення основних складових: Інноваційного вхідного індексу – з 84 (39,1 балів) на 76 (38,9 балів) та Інноваційного вихідного індексу – з 47 (33,9 балів) на 40 (32,5 балів). Спостерігається також зростання на три позиції за Індексом інноваційної ефективності, який характеризує створення сприятливих умов для інноваційної результативності, – з 15 на 12 місце в загальному рейтингу.

У 2016 р. Україна покращила свої позиції за підіндексом інфраструктура – зі 112 (26,3 бали) на 99 (32,3 бали). Водночас за наступними підіндексами, незважаючи на покращення позицій, кількість набраних балів дещо зменшилась: ринковий досвід – з 89 (43,9 бали) на 75 (42,1 бали), результати творчої діяльності – з 75 (31,3 бали) на 58 (31,0 бали), бізнес-досвід – з 76 (32,4 бали) на 73 (30,6 бали), отримані знання та технології (науково-практичні результати) – з 34 (36,4 бали) на 33 (34,1 бали). Щодо підіндексу інституції, ситуація погіршилась – з 98 позиції (52,2 бали) на 101 (48,7 балів), а підіндексу людський капітал і дослідження – з 36 (40,4 бали) на 40 (40,8 балів) [2; 3].

Найсильнішими є позиції України за такими індикаторами як: витрати на навчання (18 місце, 6,7% від ВВП); охоплення вищою освітою (10 місце, 82,3%); легкість отримання кредиту (18 місце з індексом 75,0); кількість патентних заявок, отриманих національним патентним офісом (19 місце, 6,6 млрд дол. при розрахунку ВВП за ПКС), валові витрати на R&D, що отримуються з-за кордону (21 місце, 19,8%), експорт ІКТ-послуг (23 місце, 3,0% у загальній торгівлі), промислові зразки за походженням (10 місце, 13,3 млрд дол. при розрахунку ВВП за ПКС). При цьому Україна займає перше місце в світі за показником кількості заявок на корисну модель (24,9 млрд дол. при розрахунку ВВП за ПКС) та четверте – за індикатором працевлаштованих жінок з науковим ступенем (28,1% від загальної кількості).

Найслабшими є позиції за індикаторами: політична стабільність і безпека (125 місце з індексом 14,9); політичне середовище (123 місце, 21,7 бали); легкість вирішення питань банкрутства (113 з індексом 31,1); валове накопичення капіталу (123 місце, 11,6% ВВП); ВВП на одиницю використаної енергії (115 місце); інвестиції (113 місце, 24,5 бали); темп зростання ВВП/працівника за ПКС (96 місце, 0,4%); кількість знятих художніх фільмів на 1 млн населення (94 місце з показником 0,4) [2].

В залежності від розміру ВВП на душу населення при оцінці впливу на нього інноваційних ринків аналітики розподілили країни на три сегменти – лідери, процвітаючі і країни-аутсайтери. Україна знаходиться ближче до центру кривої в сегменті «процвітаючих» ефективних інноваторів.

З метою покращення позицій України у світових інноваційних рейтингах особливу увагу необхідно приділити, перш за все, вдосконаленню інституційного та інфраструктурного забезпечення інноваційної діяльності, а також формуванню механізму впровадження інновацій в економіку.

#### Література

1. World Economic Forum. Retrieved from: <https://www.weforum.org/reports>

2. The Global Innovation Index 2016. Retrieved from:  
<http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4064&plang=EN>
3. The Global Innovation Index 2015. Retrieved from:  
<http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=3978&plang=EN>

**МОСТОВА ЮЛІЯ**

**КРАЙНИК ВЛАДИСЛАВ**

студенти IV курсу фінансового факультету

Університет митної справи та фінансів

*Науковий керівник – Осацька Ю. Є.*

к.е.н., доцент кафедри оподаткування та соціального забезпечення

м. Дніпро

## **СУЧАСНИЙ СТАН МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ**

У сучасному світі однією з основних рушійних сил економічного розвитку виступає міжнародна торгівля, яка є сферою міжнародних економічних відносин і являє собою сукупність зовнішньої торгівлі товарами, послугами, продукцією інтелектуальної праці всіх країн світу. Від успіху зовнішньоекономічної діяльності України залежить її дальший економічний і соціальний розвиток як підсистеми світової економіки.

Міжнародна торгівля – це зовнішня торгівля між резидентами різних країн (фізичні та юридичні особи), яка складається з оплачуваного вивезення (експорту) та ввезення (імпорту) [3].

Розвиток зовнішньої торгівлі, зокрема нарощування експорту країни на світовому ринку, збільшення або збереження його питомої ваги у світовій торгівлі є надзвичайно важливим чинником функціонування національної економіки України. За допомогою зовнішньої торгівлі національна економіка взаємодіє з господарствами інших країн. У той же час вона є основним каналом, за допомогою якого світовий ринок через посередництво інтернаціональної вартості, світових цін впливає на національне виробництво, диктуючи конкурентні техніко-економічні параметри виробництва, рівень витрат, стандарти якості [1].

Для того, щоб об'єктивно проаналізувати сучасний стан розвитку та тенденції експортної спеціалізації та імпортного профілю України, доцільно проаналізувати рівень України в міжнародних економічних відносинах, а також визначити динаміку зростання (зниження) імпорту й експорту з основними країнами – експортерами та країнами – імпортерами (дані наведені в табл. 1).

Географічна структура зовнішньої торгівлі України, має переважно стабільний характер. Перше місце за обсягом експорту та імпорту на світовому ринку посідає Європа, друге місце належить Азії, третє місце займають країни Північної Америки та Африки.

Порівняно з 2014 р. у 2015 р. експортні та імпорتنі показники мають тенденцію до зменшення. Зменшення обсягів експорту в Європу значною

мірою пов'язано як із внутрішніми факторами (падіння виробництва на фоні військових дій на сході України), так і зовнішніми (девальвація євро відносно долара США, зниження цін на основні сировинні товари). Стримуючим фактором у торгівлі залишається сертифікація українських товарів за європейськими стандартами, а також імпортні квоти на деякі групи товарів.

Таблиця 1

Географічна структура зовнішньої торгівлі України товарами  
за 2014 - 2015 рр. (тис. дол. США) [2]

Країни	2014 р.			2015 р.		
	Експорт	Імпорт	Сальдо	Експорт	Імпорт	Сальдо
Російська Федерація	9799163,9	12678683,2	-2879519,3	4829927,7	7485147,6	-2655219,9
Китай	2674117,9	5408917,1	-2734799,2	2399092,4	3770069,7	-1370977,3
Єгипет	2862068,3	91088,1	2770980,1	2080512,9	55554,8	2024958,1
США	667926,8	1926546,2	-1258619,5	481846,1	1479979,9	-998133,8
Туреччина	3561436,2	1298157,3	2263278,9	2771669,1	851199,0	1920470,1
Німеччина	1590591,5	5360239,7	-3769648,3	1328712,8	3900442,1	-2571729,3
Польща	2645039,7	3067394,4	-422354,7	1977452,2	2324504,4	-347052,2
Італія	2468289,4	1508556,5	959732,8	1979806,4	976149,0	1003657,4
Угорщина	1510170,4	1463888,3	46282,1	909721,0	1554664,8	-644943,9

Головною причиною зменшення імпорту в Україну є зменшення обсягів торгівлі з Росією і як наслідок скорочення об'ємів зовнішньої торгівлі з СНД.

Зменшення об'ємів торгівлі відбулося і з країнами ЄС через ослаблення гривні та зниження цін на основні позиції українського експорту – металу та зерна.

Несприятлива зовнішньоекономічна кон'юнктура, зокрема низькі ціни на сировинні товари й погіршення макроекономічної ситуації в окремих країнах – торговельних партнерах України, залишається головною причиною продовження скорочення експорту.

Таким чином, здійснені дослідження сучасного стану міжнародної торгівлі свідчать про те, що на сьогоднішній день в Україні структура зовнішньої торгівлі є вкрай несприятливою для економічного розвитку країни. Чергова світова фінансова криза виявилася надто важкою за наслідками та відсутністю розробленої методики виходу з неї. Відповідно, це потребує розробки спільних механізмів взаємодії країн у міжнародній торгівлі, через виявлення проблемних питань та пошуку напрямів їх відособленого вирішення, щоби кожна з країн змогла так чи інакше задіяти свій економічний потенціал.

Для того, щоб сприяти розвитку міжнародної торгівлі, потрібно оптимізувати структуру експортно-імпортних товарних потоків та удосконалити зовнішньоторговельну політику шляхом ефективного використання ресурсів, збільшення обсягів виробництва, збільшення



зайнятості, зростання ВВП, зростання доходів та скорочення бідності, а також розширення ринків і збільшення іноземних інвестицій [4].

#### Література

4. Гусева С. С. Міжнародна торгівля у сучасному світі [Електронний ресурс] / С.С. Гусева // Управління розвитком. – 2014. – № 5. – С. 113-114. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz\\_2014\\_5\\_51](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_5_51)
5. Державна служба статистика України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Міжнародна торгівля: підруч. для студ. вищ. навч. закл. [Козак Ю.Г., Логвінова Н.С., Барановська М.І. та ін.]; За редакцією Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, М.І. Барановської [4-те вид.] – К.: Центр учбової літератури, 2010 – 441 с.
7. Чернега О. Б Міжнародна торгівля як джерело та чинник сталого розвитку [Електронний ресурс] / О.Б. Чернега, Т.В. Кожухова // Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки. – 2015. – №12. – Режим доступу: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_12/115.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_12/115.pdf)

**ПАВЛЕНКО ЛЮБОВ**  
**ПРОХОРЕЦЬ ТЕТЯНА**  
**СТОРОЖЕНКО ІННА**

магістри фінансового факультету

Університет митної справи та фінансів

*Науковий керівник: професор кафедри фінансів Міщенко Д.А.*

м.Дніпро

## **УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМ БОРГОМ УКРАЇНИ**

В сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки розмір державного боргу та методи управління ним впливають на стан економічної системи держави, тому виявлення проблем управління та обслуговування державного боргу є надзвичайно актуальним. Фінансове становище України характеризується кризовими явищами, розвитком інфляційних процесів, не стабільною ситуацією на валютному ринку, значним обсягом державного боргу та переважанням видатків бюджету над доходами у розрізі витрат саме на погашення цього боргу. Саме тому для покращення фінансової ситуації та добробуту громадян, подолання кризових проявів та досягнення оптимальних темпів економічного зростання необхідно підвищувати ефективність управління та обслуговування державного боргу, що є однією з визначальних умов стабілізації фінансової системи держави та подальшого розвитку економіки [1].

Згідно зі статтею 2 Бюджетного кодексу України державний борг – загальна сума боргових зобов'язань держави з повернення отриманих та непогашених кредитів (позик) станом на звітну дату, що виникають внаслідок державного запозичення [2].

Політика управління державним боргом є обов'язковим компонентом здійснюваної фінансової політики та важливою складовою процесів макроекономічного регулювання. Стратегічна мета управління державним боргом – забезпечення необхідними обсягами ліквідних коштів загального державного управління та мінімізації витрат, пов'язаних із ризиками, погашенням та обслуговуванням державного боргу; створення передумов макроекономічної стабільності у коротко- та довготерміновому періодах [1].

Проблема управління державним боргом полягає у забезпеченні платоспроможності країни. Державне управління залученням коштів, як правило, здійснюється в контексті бюджетного процесу, де Законом України «Про державний бюджет» на відповідний рік установлюються граничні розміри боргу і державні гарантії його повернення [3].

Сукупний державний борг України складається з внутрішнього та зовнішнього прямого державного й гарантованого державою боргів. Внутрішні запозичення переважно здійснюються у національній валюті, а зовнішні – у доларах США, а тому на загальний розмір держборгу суттєво впливає обмінний курс гривні до долара.

Протягом останніх двох років сукупний обсяг держборгу у гривневому еквіваленті зріс майже в 2,7 рази, причому за 2015 рік – більш ніж на 40%, до 1 571,77 млрд. грн. У той же час, загальна сума державного боргу, приведена до еквіваленту іноземної валюти, за той самий період продемонструвал а деяке скорочення. Так, якщо за станом на 01.01.2014 р. загальний держборг в еквіваленті дорівнював \$73,16 млрд., то за станом на 01.01.2016 р. – \$65,49 млрд. У цілому за 2015 рік загальна сума державного та гарантованого державою боргу, приведена до доларового еквіваленту, скоротилася на 6,19%.

Згідно з Програмою управління державним боргом на 2016 рік, затвердженою наказом Міністерства фінансів України від 29.01.2016 р., загальні виплати за держборгом, що мають бути здійснені у 2016 р. за рахунок коштів держбюджету, оцінюються на рівні 234,26 млрд. грн., з яких: 186,85 млрд. грн. – це виплати за внутрішнім боргом (79,8%); 47,41 млрд. грн. – виплати за зовнішнім боргом (20,2%). Для порівняння, згідно із Законом «Про Державний бюджет України на 2016 рік», загальна сума видатків держбюджету за рік встановлена на рівні 667,82 млрд. грн., доходів – на рівні 595,16 млрд. грн. [4].

Для вирішення проблем і вдосконалення управління державним боргом в Україні необхідно: переорієнтуватися на внутрішній ринок державних запозичень на період нестабільності національної валюти; стимулювати попит на державні цінні папери на внутрішньому ринку; здійснювати видачу державних гарантій лише у виняткових випадках, пов'язаних із реалізацією національних інтересів; відмовитись від залучення кредитів міжнародних організацій економічного розвитку, що супроводжуються додатковими умовами, які обмежують економічну і політичну незалежність; заснувати Фонд управління державним боргом, який би займався операціями з

мінімізації ризиків і витрат на обслуговування боргу та зменшити граничний рівень державного боргу [1].

В Україні, з урахуванням особливостей розвитку фінансово-кредитної системи, стратегічними напрямками боргової політики держави мають стати: оптимізація структури державного боргу і зниження вартості його обслуговування; утримання стабільної боргової позиції уряду та запобігання виникненню криз ліквідності і платоспроможності; досягнення економічно обґрунтованого співвідношення між фінансовими потребами держави і витратами на обслуговування державного боргу; продуктивне використання запозичених коштів і посилення інвестиційної спрямованості позик [5].

### Література

1. Гончаренко А.В. Проблеми та перспективи удосконалення системи управління державним боргом [Електронний ресурс] / А.В. Гончаренко. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.ukrlogos.in.ua/17.05.2016\\_17.pdf](http://www.ukrlogos.in.ua/17.05.2016_17.pdf).
2. Бюджетний кодекс України : Закон України від 08.07.2010 р. № 2456-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.
3. Терещенко В.Л. Проблема управління державним боргом України [Електронний ресурс] / В.Л. Терещенко. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/180.pdf>.
4. Управління державним боргом // Цінні папери України. – 2016. – С. 9-10.
5. Поліщук О.В. Сучасний стан та методи удосконалення управління зовнішнім боргом України [Електронний ресурс] / О.В. Поліщук, В.В. Цимбал. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://jrnl.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/viewFile/5905/6655>.

**ЄВГЕНЬЄВА АНАСТАСІЯ**

**ЖИВОТУН АНАСТАСІЯ**

студентки 5 курсу факультету фінансовий менеджмент

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Панасейко С.М.*

Університет митної справи та фінансів

м. Дніпро

## **СУЧАСНИЙ СТАН ДЕРЖАВНОГО ЗОВНІШНЬОГО БОРГУ УКРАЇНИ**

На сьогоднішній день економічна ситуація нашої країни перебуває у тяжкому стані і потребує здійснення значних змін та залучення додаткових коштів. Вона демонструє, що одним із найвпливовіших чинників, який відчутно гальмує розвиток країни, є зростання державного боргу.

Державний зовнішній борг – це боргові зобов'язання держави перед нерезидентами щодо повернення позичених коштів (основна сума боргу) та відсотків за ними [4, с. 46].

В умовах економічної кризи, яка характеризується постійним скороченням обсягів валового внутрішнього продукту, зростанням рівня безробіття, зниженням рівня реальних доходів населення та значними

труднощами у веденні бізнесу, зростання обсягів державного боргу зумовлює дестабілізацію в Україні [2, с. 351].

За даними Міністерства фінансів, у бюджеті на 2016 рік розмір граничного державного боргу становить 1 трлн 501 млрд 5 млн грн – 66,4 % від ВВП і розмір гарантованого державою боргу становить 444 млрд 8 млн грн – 19,6 % від ВВП. Варто зауважити, що у проекті бюджету Міністерства фінансів на 2016 рік у порівнянні з бюджетом на 2015 рік передбачається приріст дохідної частини на 15% – до 5 трлн 951 млрд грн. У той же час, витрати складають 6 трлн 677 млрд грн проти 581 млрд 760,8 млн грн в 2015 році [1].

В свою чергу, факторами, які сприяли зростанню державного боргу стали:

- важка політична криза та військовий конфлікт, що триває і до сьогодні, це вимагає додаткового фінансування сфери оборони;

- зниження темпів виробництва, викликана необхідністю реформатування економічних зв'язків, пов'язаних із втратою АРК, частини Донецької та Луганської областей [4, с. 52];

- фінансування за рахунок державних запозичень значного дефіциту державного бюджету, сформованого під впливом істотного зростання видатків на оборону (становить 5% від обсягу ВВП) та на обслуговування боргу (зросло на 51,5 %) [3, с. 84].

Тому вдосконалення управління державним боргом та його обслуговування є актуальною проблемою, оскільки тільки ефективна боргова політика може підвищити рівень боргової безпеки, дозволить знизити розмір дефіциту державного бюджету та сприяти економічній міцності країни.

Оскільки Україна тепер знаходиться на прямому шляху до інтеграції у ЄС, важливим питанням для розгляду послугує досвід іноземних країн у створенні моделей щодо управління державним зовнішнім боргом.

Європейські країни у своїй практиці зосереджують увагу на використанні трьох моделей з управління зовнішнім державним боргом: урядова, банківська, агентська [4, с. 48].

У разі застосування урядової моделі основними завданнями Міністерства фінансів з управління державним боргом є: умови випуску та обігу державних цінних паперів, емісія та погашення цінних паперів, розробка боргової стратегії, забезпечення ефективного управління державним боргом. Застосування цієї моделі загалом можливо в Україні, але, беручи до уваги те, що в нашій країні розвинута тіньова економіка та присутнє строге підпорядкування Кабінету Міністрів України главі держави, робить цю модель неприйнятною для України.

Банківська модель управління державним боргом пов'язана з тим, що зовнішнім державним боргом керує певний підрозділ з управління боргом, який створюється при центральному банку країни. Загалом центральні банки країн, що використовують цю модель, спрямовують свій вплив на поточні операції на фінансових ринках, виконують консультативні функції, беруть участь у розробці боргової стратегії країни. Таку модель неприпустимо

застосовувати в Україні, оскільки необхідний високий рівень незалежності центрального банку.

Слід відмітити, що більшість країн світу, а особливо членів Європейського Союзу, використовують агентську модель управління зовнішнім державним боргом. Зважаючи на її цілеспрямованість, використання ринкових методів і прийомів в управлінні державним боргом, ця модель найбільш прийнятна для України. Проте, враховуючи всі можливі позитивні наслідки створення такого агентства в Україні, слід очікувати збільшення витрат на утримання такого апарату: заробітна плата спеціалістів, витрати на здійснення постійного контролю за кон'юнктурою ринків капіталу, застосування передових методів та прийомів страхування ризиків.

Отже, проаналізувавши стан та сучасні проблеми управління державним зовнішнім боргом України, слід відзначити, що не зважаючи на те, що зовнішній борг України за останні роки набув тенденції до збільшення, при вдосконаленні системи управління зовнішнім боргом, спираючись на досвід зарубіжних країн, наша держава має шанс на можливо повільне, але наближення до мети – скорочення рівня зовнішнього боргу.

#### **Література**

1. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>
2. Сич Н. О. Світовий досвід як векторний орієнтир в управлінні зовнішнім державним боргом / Н. О. Сич // Науковий вісник УАБС . – 2013. – № 37. – С. 350-358.
3. Коляда Т.А. Управління державним боргом у контексті стабілізації державних фінансів України / Т.А. Коляда / Economic Annals-XXI. – 2015. – № 7-8(1). – С. 82-85.
4. Круп`як Л.Б. Зовнішня заборгованість держави в умовах економічних перетворень / Л.Б. Круп`як, І.Й. Круп`як // Економіка. Управління. Інновації. – 2015. – № 1(13). – С. 46-55.

**ПРУС ЛЮДМИЛА**

к.е.н., доц., завідувач відділу дослідження міжнародного досвіду та митної експертизи,

**КОРНІЙЧУК ОЛЕСЯ**

молодший науковий співробітник відділу дослідження проблем митної політики

Університет державної фіскальної служби України  
м. Хмельницький

## **УМОВИ ЗАСТОСУВАННЯ РЕЗЕРВНОГО МЕТОДУ ВИЗНАЧЕННЯ МИТНОЇ ВАРТОСТІ ІМПОРТНИХ ТОВАРІВ**

Відповідно до ст. 64 Митного кодексу України, резервний метод застосовується за неможливості визначення митної вартості товарів за жодним з методів зазначених у ст.58-63. Поряд з цим, ст. 64 чітко встановлює основу для визначення митної вартості товарів – раніше визнані (визначені) органами доходів і зборів митні вартості. Варто відзначити, що у ст.7 Угоди про

застосування статті VII Генеральної угоди з тарифів і торгівлі 1994 року зазначено, що митна вартість визначається з використанням розумних засобів, сумісних із принципами та загальними положеннями цієї Угоди і Статті VII ГАТТ 1994 та на основі даних, наявних у країні імпорту. Отже, резервний метод використовується шляхом гнучкого застосування методів митної оцінки від першого до п'ятого.

Резервний метод базується на гнучкому застосуванні першого методу, якщо, наприклад, є інформація про ціну операції, але немає документального підтвердження витрат на доставку товарів чи не виконуються умови застосування першого методу.

Гнучке застосування другого та третього методів в першу чергу стосується термінів ввезення ідентичних та подібних товарів, можливості використання у якості основи для митної оцінки ідентичних чи подібних товарів, вироблених не в тій країні, у якій виготовлені товари, що оцінюються, а також способу визначення митної вартості ідентичних і/або подібних товарів з використанням традиційних методів 2 та 3.

Стосовно четвертого методу може допускатися гнучке трактування вимог щодо строків продажу товарів на внутрішньому ринку України та незмінного стану товарів, що оцінюються (у тому, в якому вигляді вони були завезені).

Отже, доцільно додати до п.1 ст. 64 Митного кодексу України:

«Методи визначення митної вартості товарів, які використовуються відповідно до цієї статті, є тими ж, що і методи, передбачені статтями 58-63 цього Кодексу. Однак при визначенні митної вартості товарів відповідно до цієї статті допускається гнучкість при застосуванні цих методів. Зокрема, допускається наступне:

1) за основу для визначення митної вартості товарів може бути прийнята вартість операції з ідентичними або однорідними товарами, виробленими в країні іншої, ніж країна, в якій були проведені оцінювані товари;

2) при визначенні митної вартості товарів на основі вартості угод з ідентичними або однорідними товарами допускається розумне відхилення від встановлених ст. 59 або статтею 60 цього Кодексу вимог про те, що ідентичні або однорідні товари повинні бути ввезені в той же або відповідний йому період часу, що і оцінювані товари;

3) за основу для визначення митної вартості товарів може бути прийнята митна вартість ідентичних або однорідних товарів, визначена відповідно до ст. 61-62 цього Кодексу;

4) при визначенні митної вартості товарів на основі методу віднімання допускається відхилення від встановленого п.3 ст. 62 цього Кодексу строку.»

Також можливе використання інформації щодо продажів товарів між продавцем і покупцем, що є взаємозалежними особами з відповідними поправками до ціни продажу.

В цілому при використанні резервного методу також допускається більша порівняно з іншими методами гнучкість: в використанні інформаційних прайс-листів, прейскурантів цін та інших цінових довідників;

у застосуванні статистичних даних щодо загальноприйнятих рівнях комісійних винагород, знижок, прибутку, тарифи на транспорт тощо (з урахуванням умов постачання оцінюваних товарів та інших факторів, що впливають на рівень цін).

При визначенні митної вартості за методом 6 можна використовувати і каталоги, що містять детальний опис товарів, комерційні пропозиції із зазначенням цін постачання в Україну конкретних товарів, біржові котирування.

Загальним вимогою до всіх вихідних цінових даних, що використовують для визначення митної вартості за резервним методом, є їх чітка адресність, тобто ціна повинна ставитися до конкретного товару, який описаний таким чином, що може бути однозначно ідентифікований (комерційне найменування товару, його опис на асортиментному рівні, відомості про фірму-виробника, матеріал, з якого виготовлений товар, технічні параметри та інші характеристики залежно від виду товару).

Обов'язковою умовою при використанні методу 6 є також забезпечення максимально можливої подібності товарів (тобто при розгляді передбачуваних аналогів для порівняння вартості товарів спочатку підбираються ідентичні товари, потім - однорідні, а при їх відсутності - товари того ж класу або виду).

**РАТОШНЮК ТЕТЯНА**

к.е.н., с.н.с., старший науковий співробітник  
відділу наукових досліджень з питань інтелектуальної власності,  
маркетингу інновацій та економічного аналізу  
Інститут сільського господарства Полісся НААН України

**МАРТИНЮК МИХАЙЛО**

к.е.н., доцент, викладач кафедри інноваційного підприємництва  
та інвестиційної діяльності  
Житомирський національний агроекологічний університет

## **РОЗВИТОК ФОРМ ГОСПОДАРЮВАННЯ В ЖИТОМИРСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

Трансформаційні перетворення, які здійснювались в останні роки у сільському господарстві, дозволили створити в аграрному секторі Житомирщини основи багатокладної економіки і змінити структуру організаційно-правових форм господарювання. В даний час розвиток сільського господарства регіону відбувається за моделлю, сформованою у перехідний період під впливом напрямів реформування, визначених наприкінці 1990-х – початку 2000-х років. Справедливо зазначає Лупенко Ю.О., що ця модель наразі є багатoeлементною, різноплановою, включає щонайменше чотири економічні уклади: приватно-фермерський (фермерські господарства, приватні, приватно-оренді підприємства); корпоративний (сільськогосподарські товариства,

виробничі кооперативи); державний (державні підприємства); сімейний (господарства населення) [1, с. 10].

Вважаємо, що вибір форми господарювання повинен базуватися на врахуванні всіх аспектів діяльності конкретного агроформування – конкурентного середовища, виробничо-ресурсних можливостей, мотиваційного механізму, фінансово-економічної ситуації, соціально-трудова відносин тощо. Важливо, щоб обрана форма забезпечувала максимальний економічний ефект (прибуток) на одиницю витрат ресурсів при високому рівні якості праці та забезпеченості конкурентоспроможності продукції.

Частка аграрного сектора Житомирщини у загальнодержавній вартості валової продукції сільського господарства у 2015 р. становила 3,37 %. За обсягом її виробництва на 1 особу область посідала 12 місце серед регіонів України. Основні культури, які вирощують виробники області, включають зернові та зернобобові (озима пшениця, озиме жито, ячмінь, овес, кукурудза, соя, гречка, просо) і технічні (хміль, ріпак, соняшник, цукрові буряки) культури. Поряд з вирощуванням зернових і зернобобових культур, цукрових буряків, картоплі, овочів, виробництвом молока, м'яса та яєць область посідає провідне місце серед інших регіонів України з вирощування хмелю і льону-довгунця.

У 2015 році в регіоні здійснювали сільськогосподарську діяльність 1260 агроформувань, що на 26,1 % менше, ніж у 2000 році. З них: 310 – господарські товариства, 127 – приватні підприємства, 13 – виробничі кооперативи, 769 – фермерські господарства (табл. 1) [2].

*Таблиця 1*

**Розподіл діючих сільськогосподарських підприємств Житомирської області за організаційно-правовими формами господарювання**

Організаційно-правова форма господарювання	Роки								2015 р. до 2000 р.	
	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	+, -	%
Господарські товариства	509	347	263	272	298	310	304	310	-199	60,9
Приватні підприємства	332	249	204	195	178	164	151	127	-205	38,3
Виробничі кооперативи	56	57	28	30	28	23	20	13	-43	23,2
Фермерські господарства	501	671	744	746	780	782	774	769	268	153,4
Державні підприємства	57	8	7	6	6	8	4	5	-52	8,8
Підприємства інших форм господарювання	249	57	49	51	49	42	39	36	-213	14,5
Усього	1704	1389	1295	1300	1339	1329	1292	1260	-444	73,9

Джерело: за даними Головного управління статистики у Житомирській області



Слід зазначити, що в області на сьогодні завершено формування організаційно-економічних засад функціонування сільськогосподарських підприємств, організовано функціонування потужних агробізнесових структур, проведено паювання земель та майна, видано державні акти на право приватної власності на земельні ділянки.

В цілому під дією ринкових чинників у регіоні склалась така структура сільськогосподарського виробництва, в якій корпоративні, приватно-фермерські, державні та господарства населення мають свої ніші. Сільськогосподарські підприємства регіону виробляють як правило найбільш комерційно привабливі та експортоорієнтовані види продукції (зерно, ріпак, цукрові буряки, м'ясо птиці тощо), а господарства населення більшою мірою орієнтовані на продовольче самозабезпечення та наповнення внутрішнього продовольчого ринку.

Наявні природно-кліматичні, екологічні та економічні умови господарювання Житомирщини значною мірою визначають стан та перспективи розвитку аграрної сфери регіону. Величина віддачі від ресурсів, ефективність інвестицій, соціально-економічний розвиток сільських територій – все це залежить від відповідності напряму спеціалізації аграрних товаровиробників природно-кліматичним умовам та раціональності використання виробничо-ресурсного потенціалу.

Сільськогосподарські угіддя – один з основних та незамінних ресурсів виробництва сільськогосподарської продукції. Від ефективності їх розподілу між землекористувачами залежить ефективність сільськогосподарського виробництва в цілому. В користуванні сільськогосподарських підприємств різної форми власності знаходиться 616,6 тис. га (40,8 %) земель, 673,8 тис. га (44,6 %) – використовується господарствами населення.

В структурі виробництва валової продукції сільського господарства, виробленої сільськогосподарськими підприємствами та господарствами населення Житомирської області 65,1 % складає виробництво продукції рослинництва, 34,9 % – виробництво продукції тваринництва. 55,9 % виробленої продукції рослинництва виробляється сільськогосподарськими підприємствами різних форм власності, а 83,7 % продукції тваринництва – господарствами населення

Розглядаючи перспективи функціонування вітчизняного аграрного сектору економіки в контексті системних трансформацій, що викликані процесами глобалізації світової економіки, слід відмітити необхідність системного аналізу соціально-економічних процесів у галузі та оцінки результатів трансформаційних перетворень. Здійснення господарської діяльності в умовах глобального конкурентного середовища вимагає підвищення економічної ефективності аграрних товаровиробників Житомирщини, зростання конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції та модернізації аграрного виробництва в цілому.

### Література

1. Лупенко Ю.О. Формування перспективної моделі сільського господарства / Ю.О. Лупенко // Економіка АПК. – 2012. – №11. – С. 10-14.
2. Статистичний щорічник Житомирської області / Головне управління статистики у Житомирській області. – Житомир, 2016. – 476 с.

**Роїк О. Р.**

асистент кафедри туризму,  
ІЕПТ ім. В. Чорновола НУ «Львівська політехніка»  
*Науковий керівник: д. е. н., проф. Львівського національного  
університету імені Івана Франка Ольга Василівна Стефанишин*  
м. Львів

## **ТУРИСТИЧНА СФЕРА ТА МОЖЛИВОСТІ ЇЇ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

В умовах складної соціально-економічної ситуації та суперечливого перебігу суспільно-політичних процесів в Україні актуальним стає пошук нових інструментів, здатних забезпечити вихід із кризового стану та сприяти досягненню соціально-економічного добробуту. Теперішні проблеми України полягають не лише у короткострокових руйнівних ефектах військових подій на Сході та анексії Автономної Республіки Крим, а й у більш глибоких зрушеннях, зумовлених кризовим станом політичної, економічної та соціальної сфер. Інноваційні стратегії, концепції, ідеї (як інструменти інноваційної трансформації) мають становити основу формування інноваційної економіки в Україні. Обґрунтовано, що туристична сфера та можливості її розвитку в Україні розглядаються як один із інструментів інноваційної трансформації національної економіки та потребують чіткого окреслення перспективних шляхів, розроблення конкретних заходів і технологій щодо їхнього практичного впровадження.

У сучасному глобалізованому світі провідні держави світу дали належну оцінку перевагам від розвитку туристичної сфери. Туризм сприяє зростанню зайнятості, диверсифікації економіки, оскільки сфера туризму пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, підвищує інноваційність національного господарства [1]. За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), частка туризму у світовому ВВП складає близько 10%, а на долю міжнародного туризму припадає 6% загального обсягу світового експорту та біля 30% світового експорту послуг, кожне 11 робоче місце в світі припадає на сферу туризму [3].

Україна має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів. Однак, за даними Світового економічного форуму, у 2014 р. у сфері подорожей і туризму Україна серед

124 країн світу посіла лише 78 місце (Чехія – 35, Угорщина – 40, Литва – 51, Польща – 61, Російська Федерація – 68, Румунія – 76) [4]. Це свідчить про те, що на міжнародному туристичному ринку національний туристичний продукт України оцінюються як менш привабливий і конкурентоспроможний, ніж в інших країнах, де спостерігається загальносвітова тенденція до посилення ролі держави у забезпеченні розвитку туризму і курортів.

На сьогодні сфера туризму і курортів на державному рівні не відіграє значної ролі у повноцінному виконанні економічних, соціальних і гуманітарних функцій, збереженні навколишнього природного середовища та культурної спадщини, наповненні бюджетів усіх рівнів, створенні нових робочих місць, збільшенні питомої ваги сфери послуг у структурі внутрішнього валового продукту.

Туристична галузь набуває дедалі більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери в Україні, стрімко інтегрується у світову туристичну індустрію. Пріоритетний напрям розвитку в'їзного та внутрішнього туризму є важливим чинником підвищення якості життя в Україні, утворення додаткових робочих місць, поповнення валютних запасів держави та підвищення її авторитету на міжнародній арені.

Шляхами вирішення проблем в цій сфері, зокрема мають стати наступні [2]: необхідно відпрацювати механізм створення сприятливих умов для залучення інвестицій, спрямованих на будівництво нових та реконструкцію діючих об'єктів туристської та курортно-рекреаційної сфер, сприяти спрощенню процедури узгодження інвестиційних проектів; розширювати діяльність в Україні міжнародних готельних мереж, підтримувати ділові ініціативи, спрямовані на створення у країні готельних мереж економ-класу, активізувати процедуру подальшого спрощення візового режиму для туристів з країн Європейського Союзу та інших економічно розвинутих країн; сприяти розвитку дитячого, молодіжного, сільського туризму в Україні; задіяти та ефективно й раціонально використовувати пам'ятки культурної спадщини для розвитку туризму; закріпити і продовжити роботу з метою створення місцевих підрозділів по туризму в перспективних районах України, що володіють значним туристсько-рекреаційним потенціалом.

Подолання наявних негативних тенденцій, створення системних і комплексних передумов для розвитку туризму і курортів, поліпшення функціональної та технічної якості складових національного та регіональних туристичних продуктів повинні стати пріоритетами інноваційного розвитку країни в цілому та вагомою складовою у вирішенні питань підвищення рівня життя населення.

### **Література**

1. Горіна Г.О. Зайнятість населення в туристичній галузі: базові концепції та визначення / Ганна Олександрівна Горіна // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. Наук. праць; за ред.: М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2015. – Вип. 2. – № 57. – С. 226-232.
2. Деріга В.В. Соціальна і гуманітарна політика: Навчальний посібник. – Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2012. – С. 140-141.

3. World Travel and Tourism Council [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.wttc.org>.

4. World Tourism Organization UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org>.

**САМОЙЛИК Юлія**

к.е.н., доцент, докторант

Полтавська державна аграрна академія,  
м. Полтава

## **ПЕРСПЕКТИВИ ВИРОБНИЦТВА АЛЬТЕРНАТИВНИХ ВИДІВ ЕНЕРГІЇ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ**

Провідним напрямом стратегічного розвитку національної економіки в умовах глобалізації є пошук резервів зниження енергомісткості виробництва, чого можна досягти за рахунок удосконалення технологій виробництва продукції, зменшення втрат енергії, а також пошук нових джерел енергії. Важливим напрямом енергоощадження в сучасних умовах є розвиток альтернативної енергетики, зокрема, виробництво біопалива, при цьому, варто зауважити, що основним джерелом сировини для нього є сільське господарство.

Найбільш поширеним є поділ біопалива на біопалива першого та другого покоління. До групи біопалив першого покоління відносять: біоетанол, виготовлений з цукрової тростини, пшениці, кукурудзи та інших зернових культур; біодизель, вироблений з олійних культур – пальми, сої, соняшнику, ріпаку. Біопалива другого покоління зазвичай виробляють з нехарчової сировини. У цих виробництвах використовують відпрацьовані рослинні олії, жири, біомасу дерев та іншої трав'янистої сировини. Основною перевагою цього палива вважають те, що для вирощування рослинної сировини не потрібно займати родючі землі і застосувати велику кількість техніки, добрив і хімічних засобів захисту рослин. Разом з тим, на відміну від виробництва біопалив першого покоління, деревна та рослинна сировина (лігноцелюлоза) – потребує складних хімічних перетворень і, відповідно, значних витрат енергії для виробництва з неї рідких палив. Проте енергетична ефективність біопалив обох поколінь з біомаси однакова і становить близько 50 % [1, с. 135-136; 2].

Згідно Програми, розробленої у ННЦ “Інституту аграрної економіки” “Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року” [3] протягом 2015-2020 рр. прогнозується збільшення обсягів виробництва соломи з 6,25 до 11,62 млн. т, або на 85,9 %, гною – з 50 до 105 млн. т, або у 2,1 рази, біогазу – з 3100 до 5766 млн. м<sup>3</sup>, або на 86 %, добрив NPK – з 870 до 1618 тис. т. Це забезпечить збільшення економії з 12128 до 22556 млн. грн, або на 86 %. Збільшення виробництва біогазу з курячого посліду забезпечить збільшення економії з 4803 до 7296 млн. грн, або на 51,9 %. Використання соломи для виробництва і внесення гною в ґрунт, а

також внесення подрібненої соломи в ґрунт має збільшитись відповідно на 84,3 % і 30,2 % відповідно. Використання соломи для одержання тепла у 2020 р. забезпечить економію 39695 млн. грн. Загальна економія від використання соломи для виробництва альтернативних видів енергії у 2020 р. складе 88136 млн. грн, що на 61 % більше, ніж у 2015 р. Виробництво біодизелю та біоетанолу забезпечить економію у 2020 р. 13195 млн. грн та 30900 млн. грн відповідно. Усього прогнозується збільшення виробництва гною на 90,1 %, NPK – на 67,2 %, газу – на 54,9 %, біодизелю – у 2,1 разу, біоетанолу – на 25 %.

Перспективними напрямками виробництва енергії є переробка соломи, ріпаку, зернових культур. Солому та інші ресурси рослинного походження можна використовувати для одержання гною, який можна застосовувати безпосередньо як органічне добриво, так і для одержання біогазу і, після бродіння, як біологічне добриво. Крім того, солома використовується як добриво внесенням безпосередньо у ґрунт після збирання зернових культур, а також як паливний матеріал для одержання тепла. Тонна соломи при використанні її на підстилку дозволяє одержати 8 тонн гною, забезпечує економію 530 грн при безпосередньому внесенні в ґрунт, при розкиданні на полі – 165 грн порівняно з використанням мінеральних добрив. Спалюванням для одержання тепла заміняється 400 куб.м газу і одержується 472 грн економії. Із тонни гною одержується 62 куб.м біогазу і 17,4 добрив (NPK), економія становить 242,56 грн, а із тонни курячого посліду відповідно 60 куб.м газу, 40 кг NPK і 608 гривень економії. У цілому використання у 2015 р. 19,1 млн т, а у 2020 р. 35 млн т соломи для виробництва гною і для спалювання (одержання тепла) відповідно 55,8 і 84,1 млн тонн забезпечить виробництво 3856 і 6448 тис. тонн діючої речовини добрив (NPK) і 26190 і 40566 млн м<sup>3</sup> біогазу, що дасть змогу одержати економію у розмірі 54752 і 88136 млн грн. Ріпак та інші олійні культури доцільно використовувати для одержання біодизеля. Із 1 тонни ріпаку одержується 420 кг – біодизеля, 550 кг макухи і 68 кг гліцерину, вартість яких становить 4260 грн, а витрати на використання і переробку – 2030 грн, або 2230 грн економії за рівня рентабельності 109,8 %. Використання насіння ріпаку у 2015 р. 3 млн т, а 2020 р. – 6,5 млн т дасть змогу зекономити відповідно 6090 і 13195 млн грн. Зернові культури використовують для одержання біоетанолу. З 1 тонни кукурудзи може бути одержано 450 кг біоетанолу, 500 кг концентрованого корму вартістю 4650 грн при витратах 1650 грн, економії 3000 грн і рівні рентабельності 181,8 % [3, с. 33-34].

Для забезпечення ефективного виробництва біопалива доцільним є будівництво промислових заводів для забезпечення ефекту масштабу виробництва даних видів альтернативної енергії з максимально низькою собівартістю; формування ринку біопалива; надання пільгових кредитів на розвиток даного напрямку; стимулювання сільськогосподарських виробників до розвитку альтернативної енергетики на базі діючих аграрних підприємств; розробка стандартів щодо біопалива; удосконалення технологій розвитку

сільськогосподарського виробництва, зокрема щодо введення у сівозміну енергетичних культур.

#### Література

1. Коваленко О.В. Інноваційна система розвитку харчової промисловості України / О.В. Коваленко / Дис... .. доктора. ек. наук: спец. 08.00.03 / О.В. Коваленко. – К. : Інститут продоальчих ресурсів НААН України, 2015. – 468 с.
2. Перспективы биотоплива / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.cleandex.ru/articles/2010/12/24/prospects\\_for\\_biofuels](http://www.cleandex.ru/articles/2010/12/24/prospects_for_biofuels)
3. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка. – К.: ННЦ ІАЕ, 2012. – 182 с.

**УШКАРЕНКО Юлія**

д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії

**БУТІВЧАК КАТЕРИНА**

студентка V курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА ЯК ОСНОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ**

Важливим напрямом державної політики будь-якої країни є забезпечення продовольчої безпеки, як складової національної безпеки. Ефективність вирішення цієї проблеми відображає рівень розвитку економіки країни, політичну незалежність та стабільність, а також здатність держави задовольняти потребу в харчових продуктах своїх громадян. Збалансоване харчування це не тільки засіб підтримки життя, його тривалості, високої працездатності. Якісне й збалансоване харчування – умова підтримки демографічної стійкості – основи економічної безпеки [1].

Швидкі зміни економічної і політичної ситуації в світі, тенденції розвитку світового сільського господарства, складність вирішення продовольчої проблеми на міжнародному рівні вимагають посиленої уваги до національної продовольчої безпеки. У методичних рекомендаціях щодо розрахунку рівня економічної безпеки держави від 29 жовтня 2013 року продовольча безпека визначена як «стан виробництва продуктів харчування в країні, що здатний повною мірою забезпечити потреби кожного члена суспільства в продовольстві належної якості за умови його збалансованості та доступності для кожного члена суспільства» [2].

Сутність продовольчої безпеки, на думку М.Й. Хорунжого, – це спроможність держави за будь-яких обставин гарантувати і забезпечувати потреби населення в продовольстві на рівні науково обґрунтованих норм споживання та відповідно до його платоспроможності і за цінами, що формуються на ринку продовольства [3, с. 217]. Погоджуємось з думкою О.І. Гойчук, що продовольча безпека – це структуризована та системна категорія, що характеризує економічні відносини стосовно продовольчого споживання

та якості харчування на різних рівнях людської спільноти; продовольча безпека в широкому розумінні – це суспільне благо, а тому її забезпечення потребує державної підтримки [4, с. 146].

Отже, національна продовольча безпека – це стан продовольчої системи країни, за якого реалізуються національні економічні інтереси та зберігається її цілісність. Визначивши сутність продовольчої безпеки, можна виділити основні чинники від яких вона залежить: рівень розвитку аграрного сектора; розвиток харчової промисловості; рівень експортно-імпортних операцій; рівень купівельної спроможності та культури населення; можливості використання інноваційних технологій; фінансові можливості підприємств; матеріально-технічне забезпечення та інвестиційна привабливість підприємств АПК; підтримка держави в наданні підприємствам АПК пільг та ефективної фіскальної політики [5, с. 179].

Для того, щоб досягти достатньої продовольчої безпеки в умовах функціонування ринкової економіки, необхідно дотримуватись певних вимог: потенційна фізична доступність харчових продуктів для кожної людини; економічна можливість придбання продовольства всіма соціальними групами населення; споживання продуктів високої якості в кількості, достатній для раціонального харчування.

На нашу думку, національна продовольча безпека повинна гарантувати продовольчу незалежність країни від імпорту, а також підвищувати добробут та життєвий рівень населення. В ринкових умовах державна політика має бути спрямована на досягнення продовольчої безпеки, створення необхідних резервів продуктів харчування і сільськогосподарської сировини, підвищення рівня продовольчого забезпечення, купівельної спроможності населення, покращання якості продуктів харчування і сільськогосподарської сировини, забезпечення їх конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках.

### Література

1. Гончаров В.Д. Рациональнее использовать производственный потенциал пищевой промышленности / В.Д. Гончаров // Экономист. – 2000. – № 11. – С. 89-93.
2. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України: Наказ від 29.10.2013 р. № 1277 // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.kmu.gov.ua>.
3. Хорунжий М. Й. Розробка аграрно-продовольчої доктрини України – імператив часу / М.Й. Хорунжий. – К.: ІАЕ УААН, 2002. – С. 214-220.
4. Гойчук О.І. Продовольча безпека: монографія / О.І. Гойчук. – Житомир: Полісся, 2004. – 348 с.
5. Немченко В.В. Продовольча безпека України / В.В. Немченко // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія економічна. – 2012. – Т. 2. – Вип. 4 (70). – С. 179-183.

## **РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

Рекреаційний туризм як складова природного туризму сучасності є одним із напрямів, який найдинамічніше розвивається у світовій туристичній індустрії і на частку якого припадає, за різними оцінками, 7-8 % світового обігу капіталу у сфері туристичного бізнесу. Зростаюча популярність його певною мірою відображає тенденцію збільшеного інтересу до природи і дбайливого ставлення до довкілля, засновану на вищому рівні екологічної свідомості людей у світі [1, с. 12]. Проте в Україні, що має багаті туристичні ресурси, рекреаційний туризм ще не досяг рівня розвитку, що відповідає своїм потенційним можливостям.

Шлях України на міжнародну арену як самостійної держави створює сприятливі умови для розвитку туризму. У свою чергу туристична діяльність є однією з найважливіших галузей економіки та невід'ємною ланкою в розвитку міжнародного співробітництва та інтеграції в світову економіку для будь-якої держави. Туризм у багатьох країнах світу є пріоритетним напрямом розвитку національної економіки та культури. Це зумовлено динамічністю, високоприбутковістю та великим позитивним соціально-економічним і культурним впливом туризму на розвиток країн. Туристична галузь є специфічним і досить складним об'єктом державного управління. Механізм реалізації туристичної політики держави включає: 1) складання цільових програм з розвитку туризму на рівні держави і регіонів; 2) розробку конкретних заходів щодо досягнення поставленої стратегічної мети; 3) державне регулювання розвитку туристичної галузі [2, с. 45].

Карпатський регіон України за усіх часів був і залишається найпривабливішим для відпочинку. Тут до послуг відпочивальникам і туристам на рідкість незабруднене довкілля, цілюще повітря, чисті річки, багаті дарами ліси і гори. Актуалізація державно-управлінської діяльності в рекреаційній сфері Карпатського регіону України відбулася одночасно з поглибленням системної кризи в суспільстві, яка проявилася в економіці, політиці, соціальному житті, культурі. Ситуація ускладнюється систематичними маніпулюваннями в управлінні майном курортних підприємств, активним розвитком недержавних форм власності у сфері рекреаційного обслуговування.

Наявність на території Карпатського регіону України великої кількості сучасних санаторно-курортних і готельних комплексів і унікальних туристичних маршрутів дає підстави стверджувати, що туризм і оздоровлення в цьому регіоні – це важливий об'єкт державного управління. У цей час рекреаційно-туристична галузь – одна із самих динамічних і



високоприбуткових у сфері послуг, є невід'ємною складовою світового ринку і має друге місце у світовій економіці після комп'ютерної і електронної промисловості, випередивши такі галузі, як нафтопереробна і автомобілебудування.

Туристична політика держави, як відомо, базується на стратегії і тактиці. Головний напрямок туристичної стратегії держави – це створення високоефективного конкурентоспроможного туристичного комплексу, що забезпечує широкі можливості для обслуговування українських і іноземних громадян, а також значний внесок в розвиток економіки країни. Для реалізації цієї цілі пропонується цілий ряд заходів, серед яких і залучення інвестицій в сферу туризму. При здійсненні інвестицій в туристичну індустрію слід звернути увагу, що туризм по суті своїй – явище сезонне. Тому повна залежність регіону від одного сектора індустрії небажана. Тим більше, що попит на туризм і подорожі значною мірою залежить від доходів і смаків туристів. На даний час в Україні для розміщення відпочиваючих і туристів існує понад 1400 готелів, туристичних центрів, санаторіїв і близько 3000 рекреаційних об'єктів. У цій сфері економіки зайнято приблизно 3 мільйона громадян України [3, с. 41].

Вважаємо, що економічні заходи забезпечення охорони природного довкілля в Україні повинні передбачати: взаємозв'язок установ і організацій з раціональним використанням природних ресурсів і ефективністю заходів по охороні природного довкілля на основі економічних важелів; визначення джерел фінансування заходів відносно охорони природного довкілля; надання підприємствам, установам і організаціям, а також громадянам податкових, кредитових і інших пільг при впровадженні ними нетрадиційних видів енергії, здійсненні інших ефективних заходів відносно охорони природного довкілля; відшкодування в установленому порядку збитків, нанесених порушенням законодавства про охорону природного довкілля. Рекреаційна сфера для забезпечення свого успіху в ринковому середовищі повинна використовувати як можна досконаліший набір сучасних методів і засобів управління. Ринкові принципи і механізми господарювання, зміну форми власності автоматично не приведуть до підвищення ефективності господарської діяльності, вони лише спонукатимуть менеджмент до більш доцільних дій.

Таким чином, однією з умов, здатних забезпечити успішне функціонування туристичної галузі, є формування такої організаційної структури її управління, яке дозволить вести планово-узгоджену діяльність на рівні регіону, розробляти регіональні, міжрегіональні і загальнодержавні програми економічного розвитку, удосконалювати організаційно-економічні механізми підвищення ефективності функціонування як самої рекреаційної сфери, так і усього господарського комплексу регіону.

#### **Література**

1. Балабанов И. Т. Экономика туризма : учеб. пособ. / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов/. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 173 с.

2. Басюк Д.І. Основи туризмології: навч.-метод. посіб. /Д.І. Басюк/. – Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2005. – 204 с.

3. Гриценко Н.І. Організація підготовки фахівців туристичної галузі: навч.- метод. посіб. /Н.І. Гриценко, В.А. Бурдейний, Г.П. Степурко/ – К.: Науковий світ, 2003. – 88 с.

**ШАРШУНОВИЧ М. В.**

студент V курсу фінансового факультету

Університет митної справи та фінансів

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Панасейко С. М.*

м. Дніпро

## **ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ДЕРЖАВНОГО ДЕФІЦИТУ УКРАЇНИ**

Державний бюджет – це найважливіша ланка фінансової системи країни, централізований фонд грошових ресурсів, який знаходиться у розпорядженні уряду і використовується для фінансування загальнодержавних витрат – утримання армії, держапарату, фінансування науки, соціальних програм, природоохоронних програм, управління економікою країни та ведення зовнішньої політики.

Бюджетний дефіцит характеризується перевищенням видатків над доходами. На сьогоднішній день ми маємо ситуацію не збалансованого бюджету в багатьох країнах світу. Тому проблема дефіциту державного бюджету є дійсно актуальною та вимагає активного дослідження [1].

Особливе значення у дослідженні питання бюджетного дефіциту відіграють праці зарубіжних вчених: Р. Барро, Ш. Бланкарта, Р. Масгрейва, та відомих сучасних вітчизняних дослідників О. Василика, В. Геєца, В. Опаріна, В. Федосова, та багатьох інших.

У класичному розумінні, як фінансове явище, бюджетний дефіцит – це перевищення обсягу бюджетних видатків над надходженнями, за рахунок котрих вони здійснюються. Розглядаючи бюджетний дефіцит у даному аспекті, слід зазначити, що в його основі лежить основна причина – намагання використати коштів значно більше, ніж є фактичних доходів.

Однак, не дивлячись, на очевидність трактування, сучасна фінансова наука по-різному визначає причини та економічну природу цього специфічного явища.

Вагомим чинником бюджетного дефіциту є неспроможність держави забезпечити наповнення бюджету необхідними доходами. Причиною цього можуть бути глибинні диспропорції опосередкованого характеру: неефективність виробництва, що характеризується високим рівнем собівартості вироблених товарів, потреби оновлення обладнання та використання новітніх технологій, не розбалансування економіки, а в цілому – значне зниження ефективності господарювання [2].

Іншим чинником бюджетного дефіциту є не завжди адекватне економічній ситуації зростання бюджетних видатків. Зростанню бюджетних

видатків сприяють й певні прогалини в оцінці владними структурами економічної кон'юнктури, соціальних параметрів бюджету чи зростанні вартості факторів виробництва тощо. Ще одним із чинників значного збільшення непередбачених бюджетних видатків, а, отже – бюджетного дефіциту нашої держави, є борги підприємств за кредитами, залученими під державні гарантії.

Одним із найважливіших аспектів виявлення причин бюджетного дефіциту є політичний фактор, адже бажання політиків залишатися при владі, стимулює прийняття необдуманих рішень у сфері державних фінансів, а саме – різке зниження рівня податків або популістське зростання соціальних виплат, надання необґрунтованих податкових пільг чи державних субсидій тощо. Все це може стати вагомою причиною появи або швидкого підвищення бюджетного дефіциту.

Відповідно до класифікації факторів, що призводять до дефіциту бюджету, сформованих Є. Коломіним, можна виокремити чотири категорії дефіцитів. Дефіцити першої і другої груп виникають внаслідок дії неекономічних чинників – фактори воєнного часу та фактори пов'язані з відбудовою народного господарства. Третю групу склали дефіцити, які породжені кризовими процесами в економіці. Першопричини дефіцитів четвертої групи лежать у політичній площині [3].

Загалом, за причинами виникнення дефіцит бюджету поділяється на свідомий та вимушений. Свідомий дефіцит є наслідком використовуваної політики „дефіцитних фінансів”. За таких умов, формування бюджетного відбувається для певних визначених цілей (стимулювання економічного розвитку, збільшення соціальних стандартів тощо), а його фінансування часто передбачає залучення державних позик. Натомість, вимушений бюджетний дефіцит своїм початком має соціально – економічні та політичні негаразди та пов'язаний із необхідністю використання фінансових ресурсів понад наявні у розпорядженні.

Отже, з усього вищезазначеного можна узагальнити, що до причин виникнення державного дефіциту відносяться неспроможність держави забезпечити наповнення бюджету необхідними доходами, не завжди адекватне економічній ситуації зростання бюджетних видатків, борги підприємств за кредитами, залученими під державні гарантії та політичний фактор.

### Література

1. Смольницька О. Причини дефіциту бюджету України / Ольга Смольницька, Ніна Салатюк // Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті: програма і матеріали 80 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 10–11 квітня 2014 р. – К.: НУХТ, 2014. – Ч. 3. – С. 13-15.
2. Машко А.І. Дефіцит бюджету: сутність, причини виникнення та проблеми управління / А.І. Машко // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2012. – Вип. 2. – С. 308-314.
3. Колісник О.Я. Бюджетний дефіцит: причини, економічні ефекти та особливості управління / О. Я. Колісник // Економіка та держава.– 2014. – № 6.– С. 26-32.

**ЩЕРБА ОКСАНА**  
студентка III курсу факультету торгівлі та маркетингу  
Київський національний торговельно-економічний університет  
*Науковий керівник: Блакита Г.В., завідувач кафедри економіки та фінансів  
підприємства, д.е.н., професор*  
м. Київ

## **УКРАЇНА У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Насьогодні потужний розвиток зовнішньоторговельних операцій та експортно-імпортних зв'язків став необхідною умовою успішного економічного становища держави. Виходячи з цього, актуальність дослідження України в міжнародній торгівлі очевидна, адже аналіз стану та розвитку торговельних зв'язків в поточному періоді дозволяє зробити прогнози щодо майбутніх тенденцій та скорегувати державну економічну та політичну стратегію. Метою даної роботи є розгляд України, як суб'єкта міжнародної торгівлі, а відповідно, завданням – вивчити зовнішньоторговельні зносини України та надати характеристику перспективам їх розвитку.

Питання міжнародної торгівлі, наразі вивчають вітчизняні науковці, серед яких О.Ковтонюк, І.Дахно, Т.Циганкова, Л.Мельник. Однак, в зв'язку з постійними змінами як законодавства, так і економічних реалій країни є потреба в подальшому критичному осмисленні позиції України на міжнародних ринках.

Важливим напрямом розвитку нашої країни є її подальша інтеграція до світового економічного простору. Основою інтеграції є вимоги високорозвинутих продуктивних сил, що переросли межі національних господарств. Інтеграційний процес у своєму розвитку проходить декілька стадій, у тому числі: створення єдиного ринку з уніфікацією юридичних та економіко-технічних умов торгівлі, спрямування капіталу і робочої сили, утворення валютного та економічного союзів [1, с. 55]. Так, сучасний етап розвитку міжнародної торгівлі, був позначений конкуренцією двох світових систем господарства – капіталістичної та соціалістичної (до початку 1990-х років) та, власне, глобалізацією світової економіки (з початку 90-х років ХХ ст.) [2]. Уже в першій половині ХХІ ст. нараховувалось 77 тис. ТНК, що мали 770 тис. зарубіжних філій [3]. Зараз до списку глобальних корпорацій, представлених на вітчизняному ринку можна віднести Coca-Cola, Samsung, Toyota, Nestle, тощо.

Однією з найбільш суттєвих проблемою української системи торгівлі є невідповідність національних стандартів і технічних норм і правил вимогам світового ринку. Тож впровадження заходів для підвищення рівня їх відповідності дозволить підвищити конкурентоспроможність українських товарів та послуг і сприятиме відкритості доступу на інші ринки [4].

Крім того, у зв'язку з виходом на європейські ринки особливо важливим є розгляд такої складної проблеми як підвищення конкурентоспроможності

українських товарів. Складною є тема збереження старих торговельних зв'язків з країнами СНД, насамперед з Росією, а також пошук та набуття нових перспективних партнерів. Так: позитивний торговельний баланс Україна має більш ніж з половиною держав світу. З іншого боку найсильніше Україна залежна від імпорту з Росії (про що свідчить негативне сальдо), Китаю і Німеччини [5, с. 135-136].

Україна завжди була привабливою для іноземних компаній та інвесторів. Розширення своєї діяльності, інвестування в український ринок обіцяло високі прибутки, що, відповідно, наклало певні ризики.

В умовах військової агресії та глибокої економічної кризи, слід говорити про коректну стратегію ведення міжнародної торгівлі, як про один із сануючих чинників. Так економічне агентство Standard & Poor's збільшило шанси українського дефолту з 34,8% до 44,25%) [6]; Так, За підрахунками Уряду, для запобігання дефолту бюджету країни необхідно 289 млрд грн [7]. В таких кризових умовах перегляд стратегічних, тактичних та операційних планів України у сфері міжнародної торгівлі набуває обов'язкового та невідкладного характеру.

Таким чином, позиція України як торговельного партнера для країн Європи, через призму соціально-економічної та політичної ситуації в державі, має ряд сильних та слабких сторін. Перед Україною стоїть завдання визначити, як зорієнтувати свій торговельний потенціал. В зв'язку з цим, дослідження у даній сфері є перспективними, мають вагомим практичне значення у визначенні перспективності тієї чи іншої стратегії розвитку міжнародної торгівлі.

#### Література

1. Манів З.О. Регіональна економіка: навчальний посібник/ З.О. Манів. – К.: Львів: Магнолія, 2011.– 55 с.
2. Світовий довідник. – Режим доступу: <https://www.cia.gov>
3. Часопис Академії адвокатури України. – Режим доступу: <http://aau.edu.ua/ua/chasopys>
4. Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2015 році: Щорічне Послання Президента України до Верховної Ради України. – Режим доступу [http://www.niss.gov.ua/public/File/2015\\_book/POSLANNYA-2015\\_giper\\_new.pdf](http://www.niss.gov.ua/public/File/2015_book/POSLANNYA-2015_giper_new.pdf)
5. Горячов О. В. Результати вступу України до СОТ. Характеристика рівня реалізації основних очікуваних переваг після вступу України до СОТ на основі аналізу структури та динаміки зовнішньої торгівлі/ О.В. Горячов // Науковий вісник: Економіка і регіон № 4 (27) – Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, 2010. – С. 54-58.
6. Офіційний веб-сайт Міністерства фінансів України. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>
7. Офіційний веб-сайт Міністерства закордонних справ України. – Режим доступу: <http://mfa.gov.ua>

## СЕКЦІЯ 3 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

АЛЕКСИЧ КОСТЯНТИН  
аспірант, старший викладач  
кафедри бізнес-статистики та економічної кібернетики  
Науковий керівник: к.е.н., доцент Кравченко В.М.  
Донецький національний університет імені Василя Стуса  
м. Вінниця

### МІСЦЕ ТА РОЛЬ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегічний конкурентний аналіз є ефективним інструментом виявлення конкурентних переваг підприємства, розробки та реалізації конкурентної стратегії, спрямованої на забезпечення його динамічного розвитку та стійке зростання економічних показників ефективності діяльності. Це передбачає аналіз факторів зовнішнього середовища, ресурсів і конкурентних можливостей підприємства, що дозволить підвищити ефективність діючої стратегії, виявити його сильні й слабкі сторони, можливості та загрози, ринкову стійкість.

Конкурентна стратегія є системою основоположних правил і прийомів, необхідних для вироблення й прийняття науково обґрунтованих довгострокових управлінських рішень, що дозволяють підприємству зайняти сильну позицію в конкурентній боротьбі, визначають основні принципи ринкової поведінки та характеристики споживчого сегменту. Сутнісна характеристика конкурентної стратегії – формування системи взаємодії підприємства з його конкурентами в сегменті товарного ринку, спрямованої на досягнення цілей підприємства [1].

Метою конкурентної стратегії є досягнення істотних конкурентних переваг над головними ринковими конкурентами при формуванні пропозиції обґрунтованої за споживчими властивостями та вартістю продукції [2]. Процесу формування та реалізації конкурентних стратегій (рис. 1) притаманні специфічні риси: різноманітням товарних і географічних сегментів ринку та можливістю використання різних стратегій щодо різних конкурентів.

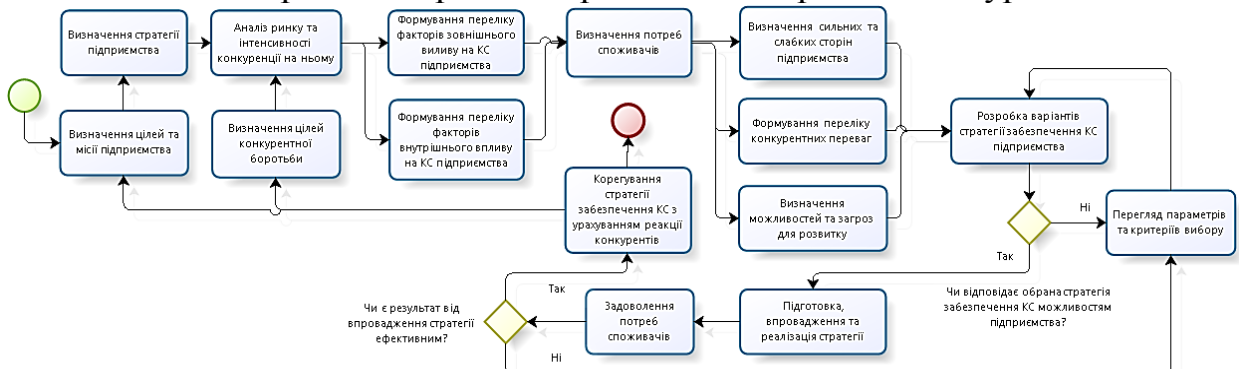


Рис. 1. BPMN-модель процесу розробки та реалізації конкурентної стратегії  
Джерело: розроблено автором

В основу розробки конкурентної стратегії підприємства може бути покладено один з трьох типів конкурентної поведінки: 1) креативний тип (К), при якому система заходів, спрямована на створення й підтримку конкурентних переваг, формується усвідомлено за допомогою появи нових компонентів у діяльності підприємства на базі тривалого процесу пошуку та оновлення; 2) адаптивний тип (А) відображає здатність підприємства до стратегічної або тактичної адаптації до дій ринкових конкурентів; 3) забезпечувальний тип (З) формується у випадках, коли конкурентні переваги підприємства реально існують і оцінюються як значні, але потребують підтримки, збереження у наглядній перспективі та формування умов для їх ефективної реалізації. Аналіз особливостей кожного з типів дозволяє визначити, які з них властиві тій чи іншій стратегії та сформуванню матрицю конкурентної поведінки підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Матриця конкурентної поведінки підприємства

Типи конкурентних стратегій		Типи конкурентної поведінки		
		К	А	З
Стратегія розвитку	Стратегія росту	+	+	
	Стратегія помірному росту		+	
	Стратегія скорочення росту		+	+
	Комбінована стратегія	+	+	+
Стратегія функціонування	Стратегія лідерства у витратах	+		
	Стратегія диференціації	+	+	
	Стратегія фокусування	+		

Джерело: складено автором

На основі цього аналізу складемо збалансовану систему показників оцінки ефективності реалізації конкурентної стратегії з прив'язкою до індикаторів ефективності функціонування підсистем забезпечення конкурентоспроможності підприємства за напрямками його діяльності (рис. 2).

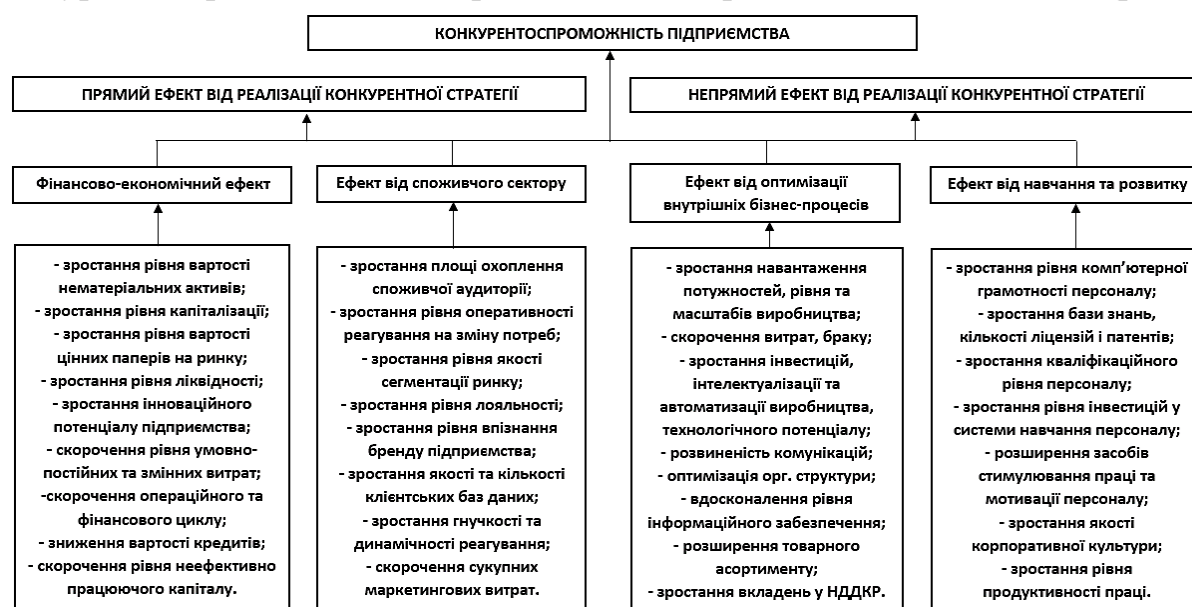


Рис. 2. Система показників оцінки ефективності конкурентної стратегії

Джерело: Складено автором

Таким чином, орієнтація підприємства на пошук конкурентних переваг за допомогою реалізації конкурентної стратегії зумовлює набір функцій апарату управління, склад її підрозділів та вибір підходів до її розробки. Для розвитку підприємств важливу роль відіграють стимули, пов'язані з посиленням кооперації та конкуренції внаслідок розширення ринку, підвищенням якості продукції та попиту, розробкою та впровадженням нових товарів, зниженням витрат, інноваціями у галузі управління та маркетингу.

#### **Література**

1. Войчак А.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А.В. Войчак, Р.В. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2012. – №2. – С. 50-53.
2. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством: навч. посібник / В.Г. Герасимчук. – К.: КНЕУ, 2010. – 312 с.

**АНДРІЮЩЕНКО ІРИНА**

к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту  
Запорізький національний технічний університет  
м. Запоріжжя

## **ОСНОВНІ КАТЕГОРІЇ ДО САМОВДОСКОНАЛЕННЯ ЖИТТЄЗДАТНИХ СИСТЕМ**

Питання оптимальної упорядкованості і самоорганізації системи є ключовими в забезпеченні життєздатності. При виборі механізмів життєздатності суб'єкт господарювання не має можливості визначати їх ефективність шляхом проб і помилок, тому що кожна з помилок може закінчитися банкрутством підприємства. Оптимальним варіантом є дії, рішення, прийняті на основі знань про внутрішній стан (властивості) системи, законів її розвитку [1].

Концепція життєздатності підприємства є складною категорією, яка має багато змістовних відтінків, смислових навантажень і інтерпретацій, і в той же час, недостатньо обґрунтованою в українській економічній літературі. Багатоваріантність визначення зумовлене різними сферами застосування цього терміна і різноманітністю зарубіжних підходів.

Від забезпечення як зовнішнього (при змінах зовнішніх умов функціонування, суб'єкт господарювання переходить у стан, який відповідає сформованим умовам, і зберігає стабільність системи відносно навколишнього середовища), так і внутрішнього (на кожен непередбачену зміну внутрішнього стану виробляється управляючий вплив, який ліквідує наслідки цієї зміни і зберігає внутрішню стабільність суб'єкта господарювання) гомеостазу залежить підтримка життєздатності суб'єкта господарювання [2].

Суттєві ознаки «життєздатності»: відкритість, невірноваженість і нелінійність, автономність та цілісність полягають у науковому описі процесів, які відбуваються.

Відкритість – це здатність до постійного обміну з навколишнім середовищем енергією, інформацією, а також володіння йми як джерелами



підживлення неоднорідної системи, так й як зонами скидання «стоками», завдяки чому відбувається згладжування неоднорідностей у системі.

Неврівноваженість розглядається як стан відкритої системи в якій відбуваються структурні зміни та характерні ознаки функціонування. Система мусить постійно функціонувати, щоб зберегти характерні ознаки та умови свого існування.

Нелінійність – розглядають як реакцію на зовнішні події розвитку, які є непередбачуваними. Тобто, коли найбільш вплив на еволюцію системи роблять незначні правильні дії, чим дія дуже впливові, але які мають неадекватну організацію.

Щодо автономності та цілісності, як стверджує у своїй монографії академік Белопольський М.Г. [3, с. 108] це найважливіші категорії, які визначають індивідуальність матеріальної системи та виділяють її із зовнішнього середовища у самостійний об'єкт. Матеріальна система, згідно з дослідженням професора, це створена природою чи людиною з індивідуальною місією частка об'єктивного матеріального міру, яка складається із взаємопов'язаних та взаємодіючих елементів, що існують як самостійно так й стійко. Розвиток та удосконалення системи залежать як від внутрішньої так і зовнішньої взаємодії з середовищем. Якщо матеріальна система перестає задовольняти поставленим цілям розвитку, вона гине, а натомість їй виникають нові більш життєздатні системи.

Автономність – можна охарактеризувати як здатність системи до розвитку у певних межах незалежно від впливу навколишнього середовища. Кожна матеріальна система має свою організацію, структуру, склад, якість, які і визначають її цілісність. Тобто, автономність системи безпосередньо зв'язано з її цілісністю. Вони обумовлюють один одного. Цілісність залежить від тих функцій, які виконує система та від вимог навколишнього середовища. Цілісність досягається за рахунок внутрішнього взаємозв'язку елементів системи є єдиною цілінаправленою діяльністю. Тому дослідження проблеми цілісності системи дає значний вклад в пізнання діалектики організації, розвитку й самовдосконалення систем [3, с.110].

### Література

1. Бондаренко В. М. Структурування життєздатного розвитку: аналіз підходів та дефініцій / С. С. Слава, В. М. Бондаренко // Регіональна економіка. – Львів, 2008. - № 4 (50). –С. 208-214.
2. Ешбі У.Р. Введение в кибернетику / У.Р. Ешбі. – М.: Наука, 1975. – 427 с.
3. Белопольський Н.Г. Энвироника – наука будущего развития человечества: монография / Н.Г. Белопольский; НАН Украины. Институт экономики пром-сти.– Донецк, 2007. – 436 с.
4. Ричард Р. Эволюционная теория экономических изменений / Р. Ричард, Нельсон и Сидней Дж. Уинтер. – М.: Финстатинформ, 2000. – 474 с.
5. Забродский В.А. Оценка финансовой устойчивости производственно-экономических систем / В.А. Забродский, Н.А. Кизим. – Х.: Бизнес Информ, 2000. – 82 с.
6. Забродский В.А. Развитие крупномасштабных экономико-производственных систем / В.А. Забродский, Н.А. Кизим. – Х.: Бизнес Информ, 2000. – 72 с.

## **ЕКОЛОГІЧНІ ПАРАМЕТРИ ЯКОСТІ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА**

Запорукою виробництва високоякісної молочної продукції є якість та безпечність молочної сировини. Висока якість сирого молока забезпечує швидшу його переробку, зменшення затрат на його очищення, пастеризацію, і в кінцевому результаті допомагає отримати безпечний та конкурентоспроможний харчовий продукт. Молочне виробництво в більшості країн в аграрному секторі займає провідне місце. В зв'язку з цим, зарубіжними вченими розробляються конкретні заходи для управління технологічними викидами в довкілля. Так, голландські вчені для аграрних виробництв вдосконалили методологію оцінки життєвого циклу та структурували її в наступні кроки: а) встановлення мети; б) встановлення галузі оцінювання; в) аналіз життєвого циклу продукції; г) інтерпретація життєвого циклу [3].

В результаті такої комплексної оцінки кожного з виробничих ресурсів були розроблені моделі. Для підвищення ефективності системи оцінювання життєвих циклів продукції у вигляді побудованій на науковій основі моделі, отримані дані були введені в сертифіковану комп'ютерну програму з екологічного моделювання SimaPro. За результатом такої роботи науковців, було розроблено метод визначення ефективності виробництва 1 л молока на молочних фермах за різних технологічних умов.

Майбутнє методології оцінки життєвого циклу аграрного виробництва, і в тому числі виробництва молока, повинно гарантувати, що: виробництво системно охарактеризовано відповідно до мети та методології; чітко прописано межі системи та розподілу процедур, як це передбачено стандартами серії ISO 9001 та 14 001; проведено належний аналіз функціонування процесів, наприклад використання енергії для оптимізації складу молока щодо його жирності; розроблено заходи управління специфічними факторами виробництва, такими як гній, корма, добрива, інші відходи; вивчено вплив зміни клімату, використання землі для оцінки ступеню забруднення довкілля у відповідності з чинними екокритеріями; здійснена оцінка чутливості обраних методів та їх вірогідність [1].

Серед великої різноманітності харчових продуктів як тваринного, так і рослинного походження, найбільш досконалим, тобто найбільш цінним в харчовому та біологічному відношенні являється молоко та молочні продукти. Кожна молочна ферма, яка прагне бути в ланцюгу постачань для виробництва молочної продукції на експорт чи отримати знак екомаркування продукції, повинна розробляти власну систему забезпечення менеджменту довкілля, з використанням стандартів ДСТУ ISO 14001. Крім того, екологічний менеджмент повинен відображувати повний технологічний цикл виробництва і весь життєвий цикл продукції.

Щоб охопити весь життєвий цикл сирого молока при вирішенні екологічних питань в ідеалі, слід починати попередження негативного впливу цього виробництва ще на початку розроблення генплану тваринницької ферми. Генплан ферми повинен враховувати обсяг виробництва продукції, інфраструктуру, рельєфні особливості місцевості, розу вітрів. Все це повинно бути узгоджено з вимогами попередження негативного впливу результатів виробництва на довкілля. Наступним, не менш важливим заходом в системі охорони довкілля молочної ферми повинно бути використання таких стандартів належної практики як: належна виробнича практика (GMP), належна ветеринарна практика (GVP), належна сільськогосподарська практика (GFP), належна практика охорони довкілля (GEP), належна гігієнічна практика (GHP) та ін. Ці практики повинні бути розроблені індивідуально для кожної ферми безпосередньо виробником молока та зафіксовані на паперових носіях і ретельно виконуватись. Крім належних практик, на фермі необхідно дотримуватись основних вимог нормативів та національного законодавства щоб управляти виробництвом безпечного молока з урахуванням вимог до охорони довкілля. На фермі повинна бути наступна детальна інформація про землі, що знаходиться у її використанні. Крім того, в системі заходів повинні бути дані про вплив результатів діяльності ферми на якість повітря, включно запахи, хімічні викиди, пил, шум, вплив на якість ґрунтових вод на ґрунт, на ерозію ґрунтів. Годівля тварин характеризується такими суттєвими екологічними впливами, як виділення фосфору та азоту. Дуже важливим є також вплив виробничих вод з ферми на хімічне та біологічне забруднення довкілля [3].

Кожен негативний чинник необхідно детально вивчати щодо ступеню його негативного впливу на довкілля та визначати на науковій основі ступінь ризику від цих чинників. Все вищезазначене складає стратегію постійного керування небезпечними екологічними чинниками при виробництві молока. Зазначені процедури управління екологією молочної ферми повинні бути включені в систему управління безпечністю молока – НАССР, оскільки ці дві системи являються взаємопов'язаними та взаємодоповнюючими. За наслідками комплексного оцінювання виробництва молока розробляються екологічні індикатори, і за наступним економіко-математичним моделюванням – еокритерії для перевірки наглядовими органами права виробника отримувати знак екологічного маркування своєї продукції.

Кожне сучасне підприємство повинно прагнути підвищити свою еко-ефективність. Еко-ефективність визначається рівнем використання власних ресурсів, власних коштів та зменшенням впливу екологічних впливів на довкілля. Еко-ефективність виробництва молока включає зменшення експлуатаційних витрат та збільшення доходної частини за рахунок зменшення витрат енергії, води та викидів твердих відходів; зменшення витрат на очищення води. Вищезазначене повинно здійснюватись за використання новітніх економічно доцільних технологій.

## Література

1. Технічний регламент з екологічного маркування, затверджений Постановою КМУ від 18 травня 2011 р. № 529.
2. Регламент Європейського Парламенту і Ради ЄС від 25 листопада 2009 р 66/2010 про знак екологічного маркування ЄС.
3. Iribarren D. Benchmarking environmental and operational parameters through eco-efficiency criteria for dairy farms. Science of the Total Environment/ D. Iribarren – 2011. – 409 p.

**АРХІПОВА ТЕТЯНА**

студентка VI курсу факультету економіки і менеджменту

*Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Петренко В.С.*

Херсонський державний університет

м. Херсон

## ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНИХ КОШТІВ

Однією з найбільш актуальних проблем для сучасного промислового підприємства є проблема забезпечення оборотними засобами, які життєво необхідні підприємству для збереження безперервності процесів виробництва і обігу. Існування ряду негативних економічних явищ у країні призводять до того, що забезпечення виробничої діяльності оборотними засобами стає болючою проблемою. Крім того, недостатньою є й ефективність використання оборотних засобів, роль якої в умовах відсутності доступних джерел поповнення оборотних засобів підвищується.

Розглянувши різні підходи до економічної сутності оборотних коштів і конкретизувавши їх поняття, слід звернути увагу на формування джерел цих коштів. Для здійснення безперервного виробництва підприємство повинно мати необхідну суму обігових коштів. Надлишок чи нестача цих коштів можуть призвести до знецінення коштів внаслідок інфляційних процесів або до скорочення виробництва та зменшення прибутку [1, с. 112]. Для покращання роботи підприємства та збільшення економічного блага (прибутку) йому необхідно порівнювати фактичну наявність обігових коштів з нормативом, що дає змогу визначити нестачу або надлишок власних обігових коштів. Так, основними причинами нестачі власних обігових коштів може бути підвищення цін внаслідок інфляційних процесів, нецільове використання обігових коштів; несвоєчасне фінансування приросту нормативу обігових коштів; наявність дебіторської заборгованості тощо. Надлишок власних обігових коштів може виникнути внаслідок перевиконання плану прибутку, неповного внеску платежів до бюджету, безоплатного надходження (отримання) товарно-матеріальних цінностей від інших організацій, неповного використання прибутку на цілі, передбачені фінансовим планом тощо [2, с. 62]. Отже, визначення джерел формування оборотних коштів є важливою ділянкою на підприємстві. Традиційно виділяють власні та залучені джерела фінансування оборотних коштів підприємств. Мінімальна потреба підприємства в оборотних коштах покривається за рахунок таких власних ресурсів:

- статутний фонд (пайові внески членів засновників, внески іноземних учасників, надходження від емісії цінних паперів);
- відрахування від прибутку;
- цільове фінансування та цільові надходження (з бюджету, галузевих і міжгалузевих позабюджетних фондів);
- приріст постійних пасивів (мінімальна заборгованість із заробітної плати працівникам, відрахування на обов'язкове пенсійне страхування, на соціальне страхування, резерв майбутніх платежів, авансування покупців) [3, с. 236].

Додаткова потреба в оборотних коштах забезпечується за рахунок залучених джерел. Традиційними залученими джерелами оборотних коштів на підприємстві є короткострокові банківські кредити, комерційні кредити та кредиторська заборгованість, факторинг.

Джерелами формування оборотних коштів виділено не тільки власні та залучені кошти, а й факторинг. Факторинг вирішує проблему, притаманну вітчизняній економіці, поповнення оборотних коштів підприємства для забезпечення безперервного процесу виробництва.

#### **Література**

1. Бланк И.А. Управление активами / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр: Эльга, 2002. – 720 с.
2. Моляков Д.С. Теория финансов предприятий: Учебное пособие / Д.С. Моляков, Е.И. Шохин. – М.: Финансы и статистика, 2004 – 112 с.
3. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры / В. В. Ковалев. - М.: Финансы и статистика, 2011. – 560 с.

**БАТОЛІНА НАТАЛІЯ**

студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту

**МАЮНЯ ВІКТОР**

магістр другого року навчання факультету економіки і менеджменту

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

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **СУТНІСТЬ САНАЦІЇ ГОСПОДАРЮЮЧОГО СУБ'ЄКТА**

В умовах поглиблення фінансово-економічної кризи досить актуальним постає проблема реформування інституту банкрутства і особливої уваги потребує визначення поняття санації та механізму її застосування до неплатоспроможних, проблемних підприємств. Лише за ефективного використання санації можна буде відновити платоспроможність і прибутковість основної маси платників податків, а отже, оздоровити державну фінансову систему.

Термін «санація» походить від латинського «sanare» – оздоровлення, видужання. Економічний словник тлумачить це поняття як систему заходів, здійснюваних для запобігання банкрутств промислових, торговельних,

банківських монополій, визначаючи, що санація може відбуватися злиттям підприємства, яке перебуває на межі банкрутства, з потужнішою компанією; випуском нових акцій або облігацій для мобілізації грошового капіталу; збільшенням банківських кредитів і наданням урядових субсидій; перетворенням короткострокової заборгованості в довгострокову; повною або частковою купівлею державою акцій підприємства, що перебуває на межі банкрутства [1].

Деякі з вітчизняних авторів із санацією ототожнюють лише заходи щодо фінансового оздоровлення підприємства, які реалізуються з допомогою сторонніх юридичних чи фізичних осіб і спрямованих на попередження оголошення підприємства-боржника банкрутом і його ліквідації [2].

Згідно із Законом України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом», санація – це система заходів, що здійснюються під час провадження у справі про банкрутство з метою запобігання визнанню боржника банкрутом та його ліквідації, спрямована на оздоровлення фінансово-господарського становища боржника, а також задоволення в повному обсязі або частково вимог кредиторів шляхом кредитування, реструктуризації підприємства, боргів і капіталу та (або) зміну організаційно-правової та виробничої структури боржника [3].

О. Терещенко вважає, що «санація підприємства – заходи фінансово-економічного характеру, які відбивають фінансові відносини, що виникають у процесі мобілізації та використання внутрішніх і зовнішніх фінансових джерел оздоровлення підприємства» [5, с. 20].

М. І. Титов визначає санацію як надання боржнику фінансової допомоги з боку власника майна, кредиторів та інших юридичних і фізичних осіб з метою підтримки діяльності боржника [6, с. 49].

Для забезпечення ефективної реалізації санації підприємств необхідне досягнення збалансованої роботи всіх основних складових її організаційно-економічного механізму: нормативно-правового забезпечення; інформаційного забезпечення; методичного забезпечення; кадрового забезпечення; організаційно-економічних елементів, реалізація яких забезпечує фінансове оздоровлення підприємств [4].

Метою фінансової санації є оптимізація фінансових потоків підприємства: покриття наявних збитків та ліквідація причин їх виникнення, поновлення та збереження ліквідності підприємства, скорочення всіх видів заборгованостей, покращення структури обігового капіталу і формування ресурсів фінансових фондів для здійснення заходів виробничого та організаційного характеру.

В процесі досягнення цієї мети необхідно узгодити такі тактичні цілі як: сфера діяльності підприємства; асортимент продукції підприємства; коло споживачів продукції підприємства; основні показники діяльності підприємства [7, с. 28].

Вибір стратегії санації визначається такими факторами: характером продукції і ступенем її однорідності; комерційними умовами, прийнятими в даній галузі; реакцією клієнтів на початок процедури неспроможності;

наявністю достатніх активів для покриття нових зобов'язань; присутністю кредиту; ступенем ризику [7, с.29].

В умовах виникнення фінансової кризи на підприємстві, фінансова санація є одним із ефективних методів оздоровлення підприємства, забезпечення його прибутковості. Але порядок проведення санації потребує постійного моніторингу та контролю за ефективністю здійснення санаційних заходів, що дозволить зменшити кількість можливих ризиків та забезпечить результативність процесу.

#### Література

1. Боярська З.І. Міжнародне комерційне право: навч. посібник / З.І. Боярська. – К.: КНЕУ, 2001. – 143 с.
2. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: учебный курс / И.А. Бланк. – 2-е изд., перераб. и доп. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 656 с.
3. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» № 2343-ХІІ, від 14.05.1992.
4. Офіційний сайт Державного департаменту з питань банкрутства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sbd.gov.ua>
5. Терещенко О.О. Антикризове фінансове управління на підприємстві [Монографія] / О.О. Терещенко. – К.: КНЕУ, 2006. – 268 с.
6. Титов М.І. Банкрутство: матеріально-правові та процесуальні аспекти / За наук. ред. В. М. Гайворонського. – Х.: Консум, 2005. – С. 49.
7. Управління фінансовою санацією підприємства [текст]: підручник. / Т.А. Говорушко, І.В. Дем'яненко, К.В. Багацька [та ін.] за заг. ред. Т.А. Говорушко – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 400 с.
8. Офіційний сайт Державного департаменту з питань банкрутства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sbd.gov.ua>

**БАТУРІНА ІРИНА**

студентка ІV курсу фінансового факультету  
*Науковий керівник к.е.н, доцент Туболець І.І.*  
Університет митної справи та фінансів  
м. Дніпро

## **РИНОК ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПРИЧИНИ І НАСЛІДКИ**

В умовах глобалізації економіки компаніям необхідно використовувати дедалі ефективніші методи конкурентної боротьби, одним з яких є процес реорганізації. Це дасть змогу підприємствам вийти на новий рівень розвитку, збільшити капіталізацію та інвестиційну привабливість.

Процеси злиття і поглинання на світовому ринку отримали назву М&А (Merger and Acquisition). В Україні ринок злиття і поглинання пройшов складний шлях – від процвітання рейдерства на початку 1990-х рр. до цивілізованих методів ведення бізнесу на початку нового тисячоліття, від надмірної активності у сфері злиття та поглинання до значного скорочення кількісних та вартісних показників ринку [4, с.770].

Злиття підприємств – це один зі способів реорганізації підприємств, який передбачає створення нового підприємства шляхом з'єднання двох чи більше уже існуючих і надання йому усіх корпоративних прав як новій юридичній особі.

Поглинання підприємств – операція купівлі фізичною особою контрольного пакету акцій підприємства з метою створення нової компанії.

На нашу думку, основною причиною злиття та приєднання підприємств є створення нового товариства, яке стане більш конкурентоспроможним на відповідному ринку, ураховуючи помилки діяльності компаній-ініціаторів.

А.В.Максименко [3, с.13] виділяє такі причини даної реорганізації:

- досягнення синергетичного ефекту;
- неефективність менеджменту цільової компанії;
- усунення конкурентів компанії-ініціатора;
- маніпулювання очікуваннями інвесторів компанії-ініціатора.
- На думку О.В. Коломійцевої [2, с.146], такими причинами є:
- податкові мотиви, які пов'язані з оптимізацією, мінімізацією податкової
- політики на підприємстві;
- підвищення якості управління;
- мотив створення монополії на ринку;
- невірна оцінка акцій ринком.

У світі обсяг угод злиття і поглинання (M&A) склав \$5 трлн. На частку американських компаній припадає половина загального обсягу угод — \$2,5 трлн. Найбільшою з оголошених угод M&A стало злиття американської Pfizer Inc. і ірландської Allergan Plc обсягом \$160 млрд. На другому місці злиття гігантів пивної індустрії бельгійської Anheuser-Busch InBev і британського конкурента SABMiller Plc за \$107 млрд. Замикає трійку купівля британо-голландською нафтогазовою компанією Royal Dutch Shell Plc британської газової BG Group Plc за \$81,5 млрд. У той же час в Україні аналогічні цифри сягнули лише 500 млн доларів у 2015 р. [5].

Як зазначає Пучко І.В. [4, с.771], наслідками злиття та поглинання можуть бути:

- комбінування взаємодоповнювальних ресурсів;
- укрупнення бізнесу;
- збільшення фінансових і грошових потоків;
- зменшення витрат на подвійні технології, програми, подвійні відділи; підрозділи, персонал, тобто відбувається економія за рахунок масштабу;
- за рахунок авторитету великого виробника покращиться становище компанії, яка приєдналась, зміцниться її репутація та підвищиться фінансова незалежність.

На думку Гамми Т.М. [1, с. 109], відновленню ринку M&A в Україні можуть сприяти такі фактори:

- бажання продати компанію через неможливість її контролювати внаслідок зміни політичного режиму;



- готовність купувати українські активи «на економічному дні» і брати їх на баланс з урахуванням перспективи подальшого зростання;
- здатність стабільних українських компаній отримувати додаткове фінансування і використовувати його як бюджет для укладання угод злиття і поглинання та подальшого органічного зростання.

Отже, основними причинами злиття та поглинання компаній є усунення існуючих помилок ведення господарської діяльності та покращення конкурентоспроможності новоствореного підприємства, що є актуальним в Україні. Але економічна і політична нестабільність та мала інвестиційна привабливість гальмують розвиток ринку M&A.

### Література

1. Гамма Т.М. Особливості та перспективи розвитку ринку M&A в Україні / Т.М.Гамма // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – Вип. 1(5). – 2016. – С. 106-112.
2. Коломійцева О.М. Мотиви та причини процесів злиттів та поглинань підприємств / О.М.Коломійцева // Актуальні проблеми економіки. – Вип. №6((132)). – 2012. – С. 142-149.
3. Максименко А.В. Тенденції та стратегічні мотиви злиття та поглинання міжнародних корпорацій / А.В. Максименко // Економічний часопис-XXI. – Вип. 9-10(1). – 2013. – С.11-14.
4. Пучко І.В. Тенденції та пріоритети розвитку злиттів та поглинань в умовах інституційних трансформацій / І.В. Пучко // Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. – Вип. 3. – 2015. – С.769-773.
5. Світовий обсяг угод зі злиття і поглинання оновив абсолютний рекорд [Інтернет-ресурс].- Режим доступу: <http://economics.unian.ua/stockmarket/1225203-svitoviy-obsyag-ugod-zi-zlittya-i-poglinannya-onoviv-absolyutniy-rekord.html>

**БИЛЬМАК ТАТЬЯНА**

студентка V курсу факультета технології та організації виробництва  
*Научный руководитель: к.е.н., доцент Зубенко Ю. Д.*  
 Красноармейский индустриальный институт ДВНЗ «ДонНТУ»  
 г. Покровск

## **СОСТОЯНИЕ БАНКОВОЙ СИСТЕМЫ УКРАИНЫ, ГЛАВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

В современном мире банковская система оказывает непосредственное влияние на развитие экономики той или иной страны. Банковская система прочно обосновалась в современных моделях развитой рыночной экономики и занимает важную позицию в функционировании экономического механизма. Успех в преодолении экономического кризиса, в снижении инфляции и финансовой стабильности зависят в значительной степени от того, насколько эффективно функционирует банковская система. Главным элементом этой системы служит банк, как финансовый институт, созданный для управления денежным потоком в стране. В настоящий момент банковский сектор требует решения ряда проблем и принятия мер по его развитию.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что банки являются мощной производительной силой, деятельность которых напрямую связана с экономикой, обеспечением непрерывности и ускорением производства, приумножением богатства отдельных хозяйствующих субъектов и общества в целом. Необходимо подметить тот факт, что роль банков в экономике очень велика. В процессе своей деятельности они вступают во взаимоотношения как с другими банками и клиентами разных форм собственности, так и с различными субъектами хозяйственной жизни страны. Банковская система является одним из важнейших источников финансирования промышленности, сельского хозяйства и других секторов экономики [1].

В Украине Первый кооперативный банк "Таврия" был зарегистрирован в конце 1988 года в Феодосии, а первый коммерческий – «Украинский инновационный банк» – в начале 1989 года в Киеве. К концу года в стране действовало уже 12 коммерческих и 5 кооперативных банков. В сентябре 1993 года Украина присоединилась к международной межбанковской электронной системе платежей SWIFT. До 2014 года в стране действовало почти 200 банков. В 2011 году один банк приходился на 250 тыс. жителей. 2014 год называют наиболее сложным для банковской системы Украины за весь период её существования.

Банковская система Украины является двухуровневой, где центральный банк – Национальный банк Украины (НБУ), а второй уровень занимают коммерческие банки. На 1 декабря 2015 года их насчитывается 120. В ноябре 2011 года активы украинских банков превысили триллион гривен. Половина депозитов вкладчиков – в иностранной валюте. Действует государственный Фонд гарантирования вкладов физических лиц (ФГВФЛ) [3].

По критериям группирования банков НБУ в 2016 году выделены четыре группы банков: с государственной долей (7 банков), иностранных банковских групп и две группы по доле активов банковской системы – более 0,5 % и менее 0,5 % [8].

Одним из наиболее перспективных направлений развития банковского рынка является повышение качества услуг, предоставляемых институтами банковской инфраструктуры. Показателем развития банковской инфраструктуры служит конкуренция инфраструктурных институтов [2].

Коммерческий банк – негосударственное кредитное учреждение, специализирующееся на приеме депозитов, краткосрочном кредитовании и расчетном обслуживании клиентов, занимающееся также посредническими операциями, осуществляющее универсальные банковские операции для предприятий всех отраслей главным образом за счет денежных капиталов и сбережений, привлеченных в виде вкладов.

Лидером среди банков Украины по объему вкладов юрлиц и физлиц в абсолютном выражении на 31 декабря 2015 года является ПриватБанк (178,1 млрд грн). За ним с двукратным отставанием следуют государственные Ощадбанк (93,4 млрд грн) и Укрэксимбанк (77,7 млрд грн). Их ближайший преследователь – Райффайзен Банк Аваль – уступает госбанкам по этому

показателю также в 2 раза (39,2 млрд грн). Далее следуют Укрсиббанк, ПУМБ, Укргазбанк, Укрсоцбанк, Альфа-Банк и Креди Агриколь Банк [7].

В настоящее время в деятельности коммерческих банков Украины существуют серьезные проблемы. Это связано с причинами финансового неблагополучия в банковской системе, которая зависит от общего состояния экономики государства, а также от недостатка необходимого опыта и подготовленных кадров для работы банков в условиях рыночных преобразований.

Первая проблема – однородность структуры коммерческих банков рыночного типа. Вторая проблема это медленный процесс развития банков с участием иностранного капитала и иностранных банков. Третья проблема – в Украине существуют убыточные банки, которые имеют «плохой» кредитный портфель банков, которые не отвечают международным стандартам. Решение этих проблем зависит от профессионального уровня подготовки банковских специалистов, экономистов и граждан страны.

В современное время банковская система должна решать не только свои «внутренние» проблемы, но и способствовать реформированию экономики в целом [9].

Для повышения эффективности текущей деятельности коммерческих банков необходимо [6]:

- продолжить работу по повышению капитализации, в том числе за счет первичных публичных размещений акций среди широкого круга инвесторов, включая население. Обеспечивать высокое качество капитала;
- принять меры по развитию работы, направленной на формирование баз данных, необходимых для оценки рисков с использованием математической статистики и теории вероятности;
- уделять особое внимание вопросам управления рисками на новых быстрорастущих сегментах рынка банковских услуг и финансовых рынках, в том числе в потребительском кредитовании;
- обеспечить комплексные подходы к управлению рисками, учитывая их взаимосвязь и взаимовлияние;
- внедрить в практику разработку планов мер и действий, обеспечивающих непрерывность деятельности банков в непредвиденных ситуациях;
- принимать активное участие в программах повышения финансовой грамотности населения.

Проанализировав состояние коммерческих банков в Украине на современном этапе можно сказать, что уровень развития банковского сектора по международным меркам остается низким. Государству необходимо разрабатывать стратегию развития банковского сектора, которая должна содержать в себе следующие направления реформирования:

1. Повышение конкурентоспособности банковской системы на международном уровне.
2. Внедрение новых услуг с хорошими сервисными характеристиками.
3. Повышение уровня капитализации банковского сектора.
4. Развитие системы корпоративного управления и управления рисками.

## 5. Внедрение инноваций в банковской сфере.

Таким образом, инновации являются важнейшим фактором повышения эффективности функционирования и конкурентоспособности банковской системы, обеспечения экономического роста и повышения, как на региональном уровне, так и в целом для Украины. В связи с этим целью построения эффективного организационного механизма управления коммерческим банком, необходимо проводить анализ и структуризацию инноваций, что будет определять характер деятельности банка, спектр предлагаемых операций, формы обслуживания клиентов.

### Литература

1. Балабанова И.Т. Банки и банковское дело - СПб: Питер, 2009. – С. 270-278.
2. Кодзоев З.Б. Классификация банковской инфраструктуры/ З.Б. Кодзоев // Финансы и кредит. – 2015. – №34(658). – С. 16-25.
3. «Центральний банк та грошово-кредитна політика» Підручник / Кол. авт.: А.М. Мороз, М.Ф. Пуховкіна, М. І. Савлук та ін; За ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Мороза і канд. екон. наук, доц. М. Ф. Пуховкіної. – К.: КНЕУ, 2005. – 556 с.
6. Инструкция НБУ «О порядке регулирования деятельности коммерческих банков».
7. Источник: <http://delo.ua/finance/banki-kotorym-doverjajut-kuda-nesli-dengi-ukraincy-v-2015-godu-317313/> © delo.ua
8. Источник: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Центральний\\_банк](https://ru.wikipedia.org/wiki/Центральний_банк)
9. Источник <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/>

**ВЕРЕМЕСНКО МАРИНА**

студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту

*Науковий керівник: к.е.н. Ковальов В.В.*

Херсонський державний університет  
м. Херсон

## **ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ГОСПОДАРЮЮЧОГО СУБ'ЄКТА**

Оборотні кошти є однією з основних частин майна підприємства. Стан і ефективність їх використання одна з основних умов успішної діяльності підприємства.

Оборотні кошти і політика управління ними, важливі, перш за все, з погляду забезпечення безперервності і ефективності поточної діяльності підприємства. Механізм формування і ефективного використання оборотних коштів викликає інтерес і у теоретиків, і у практиків, саме тому даному питанню присвячено достатньо багато наукових робіт.

В економічній літературі існують різні підходи до визначення сутності оборотних коштів. Дехто з економістів спрощено трактує їх як «предмети праці», «матеріальні активи», «гроші, що обертаються». Найчастіше можна натрапити на два визначення оборотних коштів.

По-перше, оборотні кошти – це грошові ресурси, які вкладено в оборотні виробничі фонди і фонди обігу для забезпечення безперервного виробництва

та реалізації виготовленої продукції.

По-друге, оборотні кошти – це активи, які протягом одного виробничого циклу або одного календарного року можуть бути перетворені на гроші. Деякі автори таке саме визначення дають терміну «оборотний капітал». Це свідчить про ідентичність, на їхню думку, понять – оборотні кошти та оборотний капітал.

Оборотні кошти – це кошти, витрачені на придбання чи виготовлення оборотних активів підприємства, які необхідні для забезпечення на підприємстві неперервності процесу виробництва і реалізації продукції та отримання прибутку. [1, с.110]

Оборотні кошти підприємства класифікують за такими основними ознаками:

а) за джерелами формування:

- власні оборотні кошти, що сформовані підприємством за рахунок власних джерел фінансування;

- залучені оборотні кошти – сформовані підприємством за рахунок залучених джерел фінансування.

б) за участю в процесі виробництва і реалізації продукції:

- оборотні фонди, до яких належить частина оборотних коштів, що обслуговують процес виробництва продукції, тобто оборотні кошти вкладені у виробничі запаси (сировину, матеріали, напівфабрикати, МШП) та у виробництво (незавершене виробництво, напівфабрикати власного виробництва, витрати майбутніх періодів);

- фонди обігу, які включають ту частину оборотних коштів, що обслуговує процес реалізації продукції, тобто оборотні кошти вкладені у готову продукцію, грошові кошти та їх еквіваленти, дебіторську заборгованість.

в) за способом обґрунтування потреби:

- нормовані оборотні кошти, до яких належать виробничі запаси, незавершене виробництво, готова продукція на складах;

- ненормовані оборотні кошти – (грошові кошти та їх еквіваленти, дебіторська заборгованість тощо) [2, с. 209].

Склад оборотних коштів – це сукупність окремих елементів оборотних виробничих фондів і фондів обігу. Склад оборотних коштів у різних галузях господарства може мати певні особливості. Так, у виробничій сфері основні статті оборотних коштів – це сировина, основні матеріали, незавершене виробництво, готова продукція. В окремих галузях промисловості є статті оборотних коштів, що характерні лише для них. Наприклад, у металургійній промисловості в оборотних коштах ураховується змінне обладнання, а в добувних галузях до витрат майбутніх періодів включають витрати на гірничопідготовчі роботи [3, с. 94].

Структура оборотних коштів – це питома вага вартості окремих статей оборотних виробничих фондів і фондів обігу в загальній сумі оборотних коштів. Структура оборотних коштів має значні коливання в окремих галузях господарства. Вона залежить від складу і структури витрат на виробництво,

умов поставок матеріальних цінностей, умов реалізації продукції (виконаних робіт, наданих послуг), проведення розрахунків. Якщо розглядати структуру оборотних коштів в окремих галузях промисловості, то слід зазначити, що у вугільній промисловості, як уже було сказано, значну питому вагу займають витрати майбутніх періодів. Це пояснюється відносно великими підготовчими витратами, що передують видобутку корисних копалин (планування майбутніх розробок, розкривні роботи, облаштування шахт та інші).

Формування оборотних коштів підприємства має ґрунтуватися на таких основних принципах: самостійного розпорядження своїми оборотними коштами; визначення оптимальної потреби обігових коштів через їх нормування; використання раціональних джерел фінансування обігових коштів; контроль і аналіз ефективності використання обігових коштів з метою прискорення їх обертання.

Підприємства формують оборотні кошти за рахунок власних і залучених фінансових ресурсів. До власних джерел фінансування оборотних коштів належить: статутний капітал, пайовий капітал, додатковий капітал, резервний капітал, цільові фонди, нерозподілений прибуток, сталі пасиви тощо [3, с. 92].

У період створення підприємства оборотні кошти формуються за рахунок частки коштів його статутного капіталу. У процесі експлуатації обігові кошти підприємства поповнюються за рахунок таких власних джерел фінансування як: нерозподілений прибуток, дотації, субсидії тощо, а також коштів, які можна прирівнювати до власних – цільове фінансування, сталі пасиви.

#### **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.

**ВЕРЕТЬОНОВА АНАСТАСІЯ**

студентка III курсу факультету економіки і менеджменту

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

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Головною метою підприємця є одержання прибутку як надлишку виручки від реалізації продукції (послуг) над витратами на її виробництво. При чому кожен підприємець прагне не просто одержати прибуток, а максимізувати його. Саме максимізація прибутку дає можливість підприємцю стабільно розвиватися й примножуючи свій капітал.

Максимізацію прибутку визначають насамперед два чинники – рівень витрат виробництва і ціни на продукцію.

Ціна є формою зв'язку виробника товару і його споживача. Від рівня ціни залежить можливість купівлі-продажу товару, а отже, і економічне існування товаровиробника. Інакше кажучи, рівень ціни визначає можливість реалізації економічних інтересів як виробника, так і споживача.

В умовах стабільної економіки ціни, які ґрунтуються переважно на суспільно необхідних витратах праці, дають змогу ефективно використати вартісні показники для встановлення правильних пропорцій у розвитку галузей і забезпечити еквівалентний обмін продукції з галузями промисловості. Такі ціни створюють умови для здійснення принципу матеріальної зацікавленості в розширенні виробництва і наближення закупівельних цін до витрат, що є важливим критерієм наукового обґрунтування.

З позиції виробника, ціни повинні встановлюватися на такому рівні, щоб забезпечувати повернення витрат на виробництво й отримання відповідної рентабельності для досягнення.

Ціноутворення – це процес встановлення цін на товари та послуги. При ринковому ціноутворенні реальний процес формування цін відбувається не на виробництві, не на підприємстві, а у сфері реалізації продукції, тобто на ринку під дією попиту і пропозиції, товарно-грошових відносин. Ціна товару та його користь проходять перевірку ринком і остаточно формуються на ринку.

Ціноутворення реалізується на основі певних принципів.

Принципи ціноутворення – це основні положення (правила, закони), що постійно діють, характерні для усієї системи цін і містяться в її основі. Принципи ціноутворення можуть бути реалізовані тільки при розробленні і реалізації відповідних методів (методик). Найважливішими принципами ринкового ціноутворення є такі принципи:

1. Принцип наукового обґрунтування цін полягає у необхідності пізнання й використання в ціноутворенні об'єктивних економічних законів розвитку ринкової економіки і перш за все закону вартості, законів попиту і пропозиції. Наукове обґрунтування цін ґрунтується на глибокому аналізі кон'юнктури ринку, усіх ринкових чинників та ін. Тому науковість обґрунтування цін багато в чому залежить від повноти інформаційного забезпечення процесу встановлення цін і потребує широкої і достовірної інформації.

2. 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).

3. 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.

4. 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.

5. 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.).

### **Література**

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник для вузів / С.С. Гаркавенко – К: Лібра. 1998. – 384 с.
2. Гронтковська Г.Е. Мікроекономіка. Практикум: навчальний посібник / Г.Е. Гронтковська, А.Ф. Косік – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 404 с.
3. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / С.І. Дугіна – К.: КНЕУ, 2002. – 360 с.
4. Сідун В.А. Економіка підприємства: Навч. пос. / В.А. Сідун, Ю.В. Пономарьова – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 436 с.
5. Горошко М.Ф. Мікроекономіка: Тести. Ситуації. Задачі / М.Ф. Горошко, В.В. Кулішов – К.: Ельга, Ніка-Центр, 2003. – 368 с.

**ВОДЯНИЦЬКА ОЛЕНА**

студентка III курсу факультету економіки і менеджменту  
*Науковий керівник: к.п.н., доцент Байша К.М.*  
Херсонський державний університет  
м. Херсон

## **СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ**

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].

Банківський кредит – це позичковий капітал банку у грошовій формі, що передається у тимчасове користування на засадах строковості, повернення, платності, забезпеченості та цільового використання.

Кредитні операції – це відношення між кредитором і дебітором (позичальником) із приводу наданих (одержаних) у тимчасове користування коштів, їхнього повернення й оплати. При цьому мається на увазі саме утримання дій учасників відношення, насамперед банківських робітників.

Кредитні операції комерційних банків – це 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 вкладами. Банки також отримують додатковий дохід від оплати своїх послуг за надання позик, як, наприклад, у випадку надання іпотечної позики.

Принципи банківського кредитування – це основні вихідні положення, на які спирається теорія і практика кредитного процесу. 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.

Можна виділити три основні рівні системи принципів банківського кредитування:

- 1) загальноекономічні принципи кредитування (відповідність ринковим відносинам, раціональності і ефективності, комплексності, розвитку);
- 2) особливі принципи кредитування, поза якими кредит втрачає свій специфічний економічний зміст (поверненості, забезпеченості, строковості, платності, цільової спрямованості);
- 3) часткові, одиничні принципи кредитування, або правила кредитування, які впливають з кожного особливого принципу й можуть по-різному проявлятися в конкретних кредитних операціях [2].

В основі класифікації кредитних операцій – різні критерії: види позичальників, мета, характер або терміни кредиту, наявність забезпечення позики та ін.

Розрізняють:

- 1) персональні позики фізичним особам для задоволення особистих потреб;
- 2) ділові позики акціонерним компаніям та окремим підприємцям для забезпечення процесу виробництва та реалізації продукції.

Також, кредитні операції банків і кредитних заснувань у першому наближенні діляться на: активні і пасивні.

Залежно від сфери застосовуються різні форми кредитування, діють різні правила щодо термінів, величини, вартості та забезпечення позик, видів

фінансових гарантій та ін. Щодо мети й характеру позичальника позики поділяють на: позики торгівлі й промисловим компаніям, позики під нерухомість індивідуальним позичальникам, позики фінансовим установам, позики сільськогосподарським виробникам та ін. [3].

#### Література

1. "Банківська справа" під редакцією В.І. Колесникова, Л. П. Кроливецкой, М.: Фінанси і статистика, 2008 р.
2. Челноков В.А. "Банки: Буквар кредитування. Технології банківських позичок. Навколобанківськими ринковий простір ", М.: АТЗТ" Антедор ", 2011 р.
3. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 2. / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр "Академія", 2014. – 864 с.

#### ВОРОЖБИТ МАРІЯ

студентка III курсу факультету економіки, менеджменту та права  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент Богацька Н. М.*  
Вінницький торговельно-економічний інститут  
Київський національний торговельно-економічний університет  
м. Вінниця

### РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової економічної системи передумовою ефективного функціонування торговельного підприємства стає повна реалізація його потенціалу. Потенціал – це сукупність ресурсів і можливостей, які можуть бути використані підприємством для досягнення певних цілей.

Ресурсний потенціал підприємства – не сукупність ресурсів, що є в розпорядженні підприємства, а також спроможність працівників і менеджерів використовувати ресурси з метою виробництва товарів (послуг) та отримання максимального прибутку. Він характеризує не весь запас конкретного ресурсу, а ту його частину, яка залучена у виробництво з урахуванням економічної доцільності та досягнень науково-технічного прогресу і включає в себе не тільки сформовану систему ресурсів, а й нові альтернативні ресурси та їхні джерела [2]. Ресурсний потенціал підприємства можна охарактеризувати чотирма основними критеріями:

— реальними можливостями підприємства в тій чи іншій сфері діяльності (також і нереалізовані можливості);

— обсягом ресурсів як залучених, так і тільки підготовлених до використання у виробництві;

— здатністю кадрів (менеджерів) використовувати ресурси, вміння розпоряджатися ресурсами підприємства;

— формою підприємництва та відповідною організаційною структурою підприємства [4].

Елементами ресурсного потенціалу підприємства є такі види ресурсів:

— трудові;

- фінансові;
- матеріальні, що складаються з основних фондів і оборотних активів;
- нематеріальні;
- інформаційні.

Трудові ресурси чи персонал підприємства – це сукупність фізичних осіб, які перебувають з підприємством як з юридичною особою у відносинах, що регулюються актами законодавства про трудову діяльність, і утворюють трудовий колектив працівників з визначеною структурою відповідно до структури виробництва, форми власності її організаційного устрою конкретного підприємства.

Фінансові ресурси – це кошти, які формуються в разі утворення підприємства і поповнюються в результаті господарської діяльності за рахунок продажу продукції, виконання робіт і надання послуг, а також шляхом залучення зовнішніх джерел фінансування.

Усі джерела коштів, які використовуються для формування фінансових ресурсів, можна поділити на дві групи: власні й позикові. Матеріальні ресурси поділяються на основні фонди та оборотні активи.

Основні фонди – це засоби праці, які мають вартість і функціонують у виробництві тривалий час у своїй незмінній споживчій формі, а їхня вартість переноситься через конкретну працю на вартість виготовленої продукції частинами в міру спрацьовування. Основні фонди підприємства поділяються на активні і пасивні. Активна частина основних виробничих засобів впливає на предмет праці, переміщення його у виробничому процесі і здійснення контролю над ходом виробництва; пасивна частина - на створення умов для безперебійного функціонування активної частини засобів[3].

Оборотні активи – це частина майна підприємства, яка включає в себе матеріальні і грошові засоби, що одноразово беруть участь у виробничому процесі і повністю переносять свою вартість на готову продукцію (роботи, послуги). Вони забезпечують безперервність і всіх процесів, які відбуваються на підприємствах: постачання, виробництво, збут, фінансування.

Нематеріальні ресурси – це частина потенціалу підприємства, яка дає економічну вигоду протягом тривалого періоду та має нематеріальну основу отримання доходів, до яких належать об'єкти промислової та інтелектуальної власності а також інші ресурси нематеріального походження.

Інформаційні ресурси – сукупність внутрішньої і зовнішньої інформації, яка необхідна керівництву підприємства, а також усім його службам і підрозділам для досягнення поставленої мети й очікуваних результатів [1].

З огляду на сучасний стан економіки наявність ресурсного потенціалу на підприємстві ще не свідчить про ефективність діяльності підприємства. Ефективна діяльність підприємства забезпечується в першу чергу за рахунок якості використання ресурсного потенціалу. Інвестиції в ресурси є формою оптимального капіталу, відомо що їхня якість дає змогу зменшити втрати, підвищити ефективність виробництва.

### Література

1. Довгаль Н.С. Методичні основи оцінки ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства / Н.С. Довгаль // Науково-технічна інформація. – 2008. – № 4. – С. 55-57.
2. Довгаль Н.С. Ресурсний потенціал підприємства: теоретичні основи / Н.С. Довгаль // Науково-технічна інформація. – 2009. – № 1. – С. 42-45.
3. Качуровський В.Є. Ресурсний потенціал підприємства: структура та ефективність використання / В.Є. Качуровський, В.П. Чайковська // Регіональна бізнес-економіка та управління. – 2007. – № 4. – С. 123-129.
4. Міщенко Н.Г. Ресурсний потенціал підприємства: сутність, структура, стратегія використання / Н. Г. Міщенко. Кумечко О.І. – Львів: Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – № 20. – С. 193-198.

ГАЛУНЕЦЬ НАТАЛІЯ

аспірант

*Науковий керівник: д.е.н., професор Шебаніна О.В.*

Миколаївського національного аграрного університету  
м. Миколаїв

## ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СВІТОВІЙ АГРОПРОДОВОЛЬЧІЙ СИСТЕМІ

В умовах посилення світових глобалізаційних та інтеграційних процесів усе помітну роль відіграє питання вибору місця і ролі агропродовольчої сфери. Поряд з цим виклики, які пов'язані з глобалізацією агропродовольчої сфери ведуть до прискорених темпів розширення світової торгівлі агропродовольчими товарами і формуванню світової агропродовольчої системи.

Світова агропродовольча система – це сукупність галузей національних економік країн, що зайняті виробництвом сільськогосподарської продукції, її зберіганням, переробкою і реалізацією, значною мірою не відображає закономірності розвитку сучасного агропромислового виробництва та агропродовольчого ринку.

Досліджуючи питання функціонування аграрних підприємств в світовій агропродовольчій системі, варто звернути увагу на визначає її структури. Під структурою агропродовольчої системи необхідно розуміти сукупність елементів, зв'язків та відносин між цими елементами, що визначають внутрішню побудову та організацію об'єкта як цілісної системи [1, с. 91]. На думку Катан Л.І. [2] структура агропродовольчої системи складається з: постачальники – виробляють і продають насіння, корми, добрива, фінансові та консалтингові послуги; виробники – виробляють сільськогосподарські товари; переробні підприємства – купують у виробників сировину і переробляють її; підприємства харчової промисловості – із сировини та продуктів її перероблення виготовляють продукти харчування; дистриб'ютори – займаються транспортуванням та зберіганням аграрної продукції, продуктів перероблення та готових продуктів харчування всередині агропродовольчої

системи; продавці – забезпечують надходження продуктів харчування до кінцевого споживача.

Поряд з цим, враховуючи, що країни відрізняються соціально-економічним характером і рівнем економічного, в тому числі продовольчого, потенціалу, у світовій агропродовольчій системі функціонують дві основні групи підприємства. Перша група – це підприємства з розвинених країн, де середньодушовий рівень ВВП становить майже 30 тис. дол. США, де проживає близько 20 % населення світу; друга – це підприємства з країн, що розвиваються, із середньодушовим розміром ВВП 3 тис. дол. США і населенням більше як 80 % [3, с. 44]. В цьому процесі лідерами вступатимуть підприємства з економічно розвинутих країн, тому що для їх агропродовольчих комплексів зовнішні ринки є основним чинником економічного зростання. Науково-виробничий і споживчий потенціал цих країн, а також висока захищеність інвестицій сприяють розширенню і поглибленню взаємозв'язків, що проявляється у поглибленні спеціалізації та кооперування у виробництві агропродовольчої продукції, ресурсів для її виробництва, взаємному посиленні переливу капіталу та технологій.

Світова агропродовольча система формується в результаті інтенсифікації міжнародної кооперації і поділу праці, взаємодії і глобалізації національних товарних систем у сфері виробництва і продажу агропродовольства. Її матеріальну основу складають багатогалузеві продовольчі комплекси, що включають у себе три функціональні сфери: виробництво засобів виробництва; сільське господарство, що виробляє сільськогосподарську сировину; переробку і збут сільськогосподарської сировини і продовольства.

Сьогодні у межах світової агропродовольчої системи функціонують такі основні види сільськогосподарського виробництва: - індустриальне, що характеризується орієнтацією на вирощування великих урожаїв монокультур чи розведення конкретних видів свійських тварин для продажу, яке розповсюджене у промислово розвинених країнах; - плантаційне, що спеціалізується на вирощуванні тропічних культур, таких як банани, кава, какао, переважно для продажу в розвинені країни; - дрібнотоварне, коли традиційно забезпечуються потреби власне фермера, а надлишки продаються на ринку, що характерно для сільських районів країн, які розвиваються, де зосереджена половина населення світу. Домінуюче місце в функціонуванні світової агропродовольчої системи належить індустриальному сільському господарству [4, с.120].

Отже, світова агропродовольча система це система поєднання різних видів агропродовольчого виробництва і ринку продовольства країн світу, спрямована на гармонійний розвиток суспільства і природи. Продовольство, його виробництво, розподіл, обмін і споживання є важливою складовою частиною функціонування світової агропродовольчої системи, займають особливе місце в пріоритетах світової політики. Функціонування та формування світової агропродовольчої системи, на нашу думку, перебуває на якісно новому етапі свого розвитку, що характеризується відчутними

структурними зрушеннями в сировинних і переробних галузях, розподілу та споживання, зміною взаємодії всіх складових ринкового механізму та посиленням регулятивних впливів на виробництво й обіг продовольчих товарів, а також радикальними зрушеннями кон'юнктури та стану ринку продовольства.

### Література

1. Алейнікова О.В. Національна агропродовольча система як об'єкт державного регулювання / О.В. Алейнікова // Інвестиції: практика та досвід.– 2010.– № 9. – С.90-93
2. Катан Л.І. Місце агропродовольчої системи в аграрному бізнесі України / Л.І. Катан. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.nbuv.gov.ua>.
3. Станасюк Н.С. Теоретико-методологічні основи дослідження агропродовольчих систем / Н.С. Станасюк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.18.– С.255-260.
4. Страшинська Л.В. Основні тенденції розвитку продовольчих ринків у межах світової агропродовольчої системи / Страшинська Л.В. // Під ред. чл.-кор. НАН України Б.М. Данилишина. – К.: РВПС України НАН України, 2007. – 44 с.

**ГОЛОВКО ТЕТЯНА**

аспірант кафедри економіки та фінансів підприємства

*Науковий керівник: д.е.н., професор Бланк І.О.*

Київський національний торговельно-економічний університет

м. Київ

## **ДОВИЗНАЧЕННЯ МЕТИ ПЛАНУВАННЯ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах нестабільної економічної ситуації перед підприємствами постає питання планування грошових потоків, що покликане забезпечити досягнення більшої гнучкості їх діяльності на ринку та своєчасного реагування на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища.

Для більш повного розуміння формування процесу планування важливим є визначення поняття мети планування грошових потоків підприємств, з огляду на те, що серед науковців наразі відсутнє єдине його трактування.

Ю.О. Біндасова вважає, що основною метою прогнозування та планування грошових потоків повинна бути «розробка плану «руху», тобто, надходжень та видатків грошових засобів підприємства в розрізі окремих складових його господарської діяльності, який би гарантував постійну платоспроможність» [1, с.392]. На нашу думку, таке розуміння є надто звуженим, оскільки фактично зводиться до розгляду інструменту планування грошових потоків, дане поняття потребує більш широко розгляду та врахування особливостей самого процесу планування та необхідності його здійснення.

На думку Н.О. Стрижиченко, Р.Г. Харківського метою планування грошових потоків є «раціонально пов'язати або синхронізувати наявні грошові потоки для забезпечення фінансової рівноваги підприємства» [2, с.73]. На наш

погляд, така точка зору є не зовсім прийнятною стосовно процесу планування, оскільки оперує поняттям наявних грошових потоків, тобто не враховується, що планові грошові потоки можуть не співпадати з фактичними.

На думку І.О. Бланка, з яким погоджуються Г.В. Ситник та Л.О. Лігоненко метою планування грошових потоків є «прогнозування в часі валового і чистого грошових потоків підприємства в розрізі окремих видів його господарської діяльності та забезпечення постійної платоспроможності на всіх етапах планового періоду» [3, с. 332]. Такий підхід є доречним, проте ми вважаємо його неповним, оскільки в процесі планування грошових потоків повинен забезпечуватись цілий комплекс завдань, підпорядкований головній цілі планування, яка не може бути визначена певним переліком окремих з них.

М.П. Федішин вважає, що головними цілями планування і ефективного управління грошовими потоками підприємств являється «забезпечення ефективного функціонування, що виявляється в досягненні стану фінансової рівноваги та максимізації чистого грошового потоку» [4, с. 28]. На наш погляд, визначення цілі максимізації чистого грошового потоку поряд з необхідністю ефективного функціонування є суперечливим та взаємовиключним, оскільки за умови максимізації чистого грошового потоку підприємство може здійснювати не ефективну діяльність на ринку. За умови ефективного управління підвищується ринкова вартість підприємства та потенціал його зростання, максимізація ж чистого грошового потоку може призвести до втрати значних можливостей. Визначення даної цілі є суперечливим також через те, що при синхронізації та збалансування грошових потоків показник чистого грошового потоку наближається до нуля, тобто всі ресурси розподіляються раціонально та їх переміщення є узгодженим.

Необхідно зазначити, що метою фінансового управління науковцями зокрема також визначали: приріст прибутку, проте даний підхід є застарілим; приріст власної вартості підприємства – даний підхід не є фінансовим; приріст ринкової вартості підприємства – сучасний підхід, що використовується для управління всією фінансовою діяльністю.

Враховуючи зазначене мету планування грошових потоків вважаємо за необхідне розглядати в ув'язці з основною метою фінансової діяльності підприємства.

В аспекті управління грошовими потоками і планування зокрема загальна фінансова мета підприємства реалізується через приріст чистого грошового потоку, даний показник є більш конкретним та важливим чинником приросту ринкової вартості.

Крім загальної мети планування грошових потоків, на наш погляд, в процесі планування доцільно також розглядати додаткову мету, а саме забезпечення фінансової рівноваги розвитку підприємства. Ця специфічна мета виконується в процесі відповідного збалансування грошових потоків в процесі планування.

Таким чином, пропонуємо головною метою планування грошових потоків підприємства визначати досягнення цільового значення чистого

грошового потоку і додатковою - забезпечення фінансової рівноваги розвитку підприємства.

#### Література

1. Біндасова Ю.О. Теоретичні аспекти формування системи управління грошовими потоками підприємства / Ю.О.Біндасова // Науково-технічний збірник. – 2007. - №77. – С.388-394.
2. Стрижиченко Н.О. Планування грошових потоків підприємств вугільної галузі / Н.О. Стрижиченко, Р.Г. Харківський // Відповідальна економіка. – 2012. – Вип. 4. – С. 72-75. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/viec\\_2012\\_4\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/viec_2012_4_27)
3. Бланк И.А. Управление денежными потоками. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2002.– 736 с.
4. Федішин М.П. Актуальні аспекти планування грошових потоків підприємств в сучасних умовах господарювання [Електронний ресурс] / М. П. Федішин // Економіка. Фінанси. Право. – 2013. – № 3. – С. 26-28. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr\\_2013\\_3\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr_2013_3_10)

**ГОНЧАК ОЛЕКСАНДР**

студент V курсу фінансового факультету УМСФ  
*Науковий керівник – к.е.н., доцент Туболець І.І.*  
м. Дніпро

## СУТНІСТЬ ДИВІДЕНДНОЇ ПОЛІТИКИ КОРПОРАЦІЇ

Важливою складовою фінансової політики акціонерного товариства, спрямованої на реалізацію головної мети – максимізацію ринкової вартості підприємства та зростання доходів його власників, є дивідендна політика.

Термін "дивідендна політика" пов'язаний з розподілом прибутку в акціонерних товариствах. Цим терміном можна позначати механізм формування частини прибутку, яку виплачують власнику відповідно до частини його вкладу в загальну суму власного капіталу підприємства [1].

Дивідендна політика – це складова політики управління прибутком, яка полягає в оптимізації пропорцій між частиною прибутку, що направляється на виплату дивідендів з метою максимізації ринкової вартості підприємства і забезпечення його стратегічного розвитку. У свою чергу дивіденд – це частина чистого прибутку акціонерного товариства, що виплачується акціонеру з розрахунку на одну належну йому акцію певного типу та (або) класу [1].

Дивідендна політика визначає пропорцію розподілу прибутку між винагородою акціонерів і реінвестуванням. Проте частка прибутку, що залишається після виплати дивідендів, є внутрішнім джерелом фінансування діяльності корпорації, яке (за нестачі обсягів реінвестованого прибутку) має доповнюватися запозиченням зовнішнього капіталу. Джерелами зовнішніх фінансових ресурсів можуть бути додатковий випуск акцій або залучення банківського кредиту [3].

До видів дивідендної політики корпорації відносяться такі, як: політика «нульового» дивіденду; політика «100%» дивіденд; політика фіксованого дивіденду; політика фіксованого дивіденду з преміальними виплатами;



політика виділення на дивіденди фіксованого відсотка з прибутку; прогресивна дивідендна політика; регресивна дивідендна політика; політика негрошових виплат; політика нагромаджених кумулятивних дивідендів [2].

Значна роль дивідендної політики підприємства характеризується такими основними положеннями:

- дивідендна політика є основною складовою політики розподілу прибутку, головна мета якої - збільшення рівня добробуту власників підприємства;

- дивідендна політика є основним інструментом впливу на зростання ринкової вартості підприємства;

- характер дивідендної політики є важливим індикатором інвестиційної привабливості підприємства;

- вибір дивідендної політики впливає на трудову активність персоналу підприємства, додаткову соціальну захищеність працівників;

- обраний тип дивідендної політики здійснює вплив на рівень поточної платоспроможності підприємства. [1]

Формуванню оптимальної дивідендної політики в індустріально розвинутих країнах заходу присвячені численні теоретичні дослідження. Найбільш розповсюдженою є теорія нарахування дивідендів за остаточним принципом. Ця теорія була розроблена Ф. Модільяні та М. Міллером. Її послідовники вважають, що величина дивідендів не впливає на зміну сукупного доходу акціонерів. Тому оптимальна стратегія дивідендної політики полягає у тому, що дивіденди нараховують після того, як вивчені всі можливості капіталізації (реінвестування) прибутку. Отже, дивіденди виплачують лише в тому випадку, якщо за рахунок чистого прибутку профінансовано всі прийнятні інвестиційні проекти [3].

Теорія надання переваги дивідендам була розроблена М. Гордоном і Д. Латнером. Її автори стверджують, що дивідендна політика безпосередньо впливає на сукупне багатство акціонерів. Основний аргумент полягає в тому, що інвестори (виходячи з принципу мінімізації ризику) завжди надають перевагу поточним дивідендам перед можливими майбутніми доходами від приросту курсової вартості акцій [1].

Теорія мінімізації дивідендів (або теорія податкових переваг) полягає в тому, що ефективність дивідендної політики визначається критерієм мінімізації податкових виплат за поточними і майбутніми доходами акціонерів [1].

Сигнальна теорія дивідендів (теорія сигналів) базується на тому, що основні моделі оцінки поточної ринкової вартості акцій в якості вихідного елемента використовують розмір сплачуваних за ними дивідендів [1].

Розроблено також ряд інших теорій, які визначають дивідендну політику корпорації („теорія клієнтури”, „арбітражна теорія” С. Росса і т.і.) [1].

Практичне застосування вказаних теорій дозволило сформулювати три підходи до вибору дивідендної політики корпорації: "агресивний", "помірний" і "консервативний". Кожному з цих підходів відповідає певний тип дивідендної політики (табл.1.) [4].

**Ключові підходи до вибору дивідендної політики**

Найменування підходу	Типи дивідендної політики
1. Агресивний	Дотримання постійної виплати дивідендів протягом тривалого періоду незалежно від динаміки курсу акцій
2. Помірний	Методика постійного процентного розподілу чистого прибутку на виплату дивідендів і розвиток виробництва
3. Консервативний	Методика гарантованого „мінімуму” і „екстра”-дивідендів. Видача акцій замість грошових виплат.

Завершальним етапом формування й реалізації служить вибір форми виплати дивідендів. Основними з цих форм є такі:

1. Виплата дивідендів готівкою.
2. Виплата дивідендів акціями.
3. Автоматичне реінвестування.
4. Викуп акціонерним товариством власних акцій [4].

Питання вибору того чи іншого варіанту дивідендної політики на сьогодні ще не отримало достатнього наукового вирішення. Результатом виваженої та ефективної дивідендної політики має стати оптимальний розподіл коштів на розвиток підприємства, що забезпечить успішне його функціонування, а також на виплату стабільних дивідендів, що сприятиме привабливості акцій такого товариства як на вторинному, так і на первинному фондовому ринках, залученню додаткових інвестицій.

**Література**

1. Салига К. Дивідендна політика підприємства як напрям покращення його інвестиційної привабливості / Салига К., Стринадко А. // Економічний аналіз. – 2011. – Вип. 8. Ч. 2. – С. 59-61.
2. Сисой Ю.В. Формування дивідендної політики сучасних підприємств: зарубіжний досвід та вітчизняні особливості. Електрон. ресурс: [http://www.nbu.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/Prvs/2011\\_1/tom1/368.pdf](http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Prvs/2011_1/tom1/368.pdf)
3. Стельмах М.В. Дивідендна політика: зарубіжний корпоративний досвід і українські реалії / Стельмах М // Економічний аналіз. – 2010. – Вип. 7. – С. 202-206.
4. Харченко Н.В. Аналіз практики дивідендних виплат / Харченко Н.В. // Вісник Полтавської державної аграрної академії. Економіка. – 2012. – №1. – С. 149-152.

**Грицина Владислав**  
аспірант кафедри економічної теорії  
*Науковий керівник: д.е.н, проф. Шашкова Н.І.*  
Херсонський державний університет  
м. Херсон

## **ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасних умовах господарювання в економіці, коли попит на ресурси не ухильно зростає, а їх кількість щодня зменшується, ефективність функціонування виробничих систем можливо забезпечити лише завдяки раціональному використанню ресурсів та їх економії. Для успішного розвитку підприємства, його економічні можливості та очікувані результати неможливо передбачити без відповідних ресурсів, створення яких є підґрунтям формування конкурентних переваг.

В умовах ринку, що характеризуються нестабільністю цілей підприємства, обумовленою мінливістю попиту та пропозиції, цін на товари і фактори виробництва, змінами в конкурентному середовищі й іншими макро- і мікроекономічними факторами, однією з першочергових задач керівництва підприємства стає формування й оцінка поточних і перспективних можливостей підприємства, тобто його потенціалу.

В постійних умовах трансформації економіки такі взаємопов'язані терміни, як "потенціал" і "ресурси" трактуються по-різному. Економічна енциклопедія визначає потенціал як наявні у економічного суб'єкта ресурси, їх оптимальну структуру та вміння раціонально використовувати їх для досягнення поставленої мети [3]. Економічний тлумачний словник трактує потенціал як сукупність наявних засобів, можливостей для діяльності. У широкому розумінні потенціал – це засоби, запаси, джерела, що є в наявності і можуть бути мобілізовані, приведені в дію, використані для досягнення певної мети, здійснення плану, вирішення якоїсь задачі.

Потенціал, що об'єднує в собі як просторові, так і тимчасові характеристики, концентрує одночасно три рівні зв'язків і відносин: По-перше, він відображає минуле, тобто сукупність властивостей, нагромаджених системою в процесі її становлення і таких, що зумовлюють можливість до її функціонування та розвитку. У цьому плані поняття "потенціал" фактично набуває значення поняття "ресурс". По-друге, він характеризує рівень практичного застосування і використання наявних можливостей. Це забезпечує розмежування реалізованих і нереалізованих можливостей. У цій своїй функції поняття "потенціал" частково збігається з поняттям "резерв". По-третє, він орієнтується на розвиток (на майбутнє). Будучи єдністю стійкого і мінливого станів, потенціал містить (як можливі) елементи майбутнього розвитку. Рівень потенціалу, характеризуючи наявний стан системи, обумовлений тісною взаємодією всіх трьох перелічених станів, що і відрізняє його від таких, на перший погляд близьких, понять, як "ресурс" і "резерв". З цього можна також виокремити таке визначення "потенціалу підприємства",

яке полягає в інтегральному відображенні (оцінці) поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально задовольняючи в такий спосіб корпоративні та суспільні інтереси.

Для оцінки економічного потенціалу використовують наступні показники: чисельність населення, чисельність трудових ресурсів, основні виробничі і невиробничі фонди, валовий суспільний продукт і національний доход, обсяги мінеральних, сировинних, енергетичних і інших ресурсів, обсяг продуктивних сил, обсяг випуску промислової продукції.

Деякі автори пропонують оцінювати потенціал за чотирма категоріями: базовий (забезпечує підприємству досягнення основних комерційних цілей і одержання прибутків); прихований (активи, що в перспективі можуть трансформуватися в базові кошти: кадровий потенціал, досвід роботи); збитковий (споживання ресурсів без будь-якого прибутку для підприємства); пересічний (активи, що забезпечують ефективне використання інших потенціалів) [2, с. 32].

На підставі вищевикладеного вважаємо, що найбільш практичним є поєднання в моделі оцінювання потенціалу підприємства кількох класифікаційних ознак і на основі набору функціональних потенціалів розрахунок оцінки кожного з них. Далі визначаються резерви розвитку досліджуваного потенціалу без підвищення цін за рахунок кращого їх використання та поліпшення управлінської діяльності. Порівняння оцінки потенціалу підприємства з аналогічними можливостями конкурентів дає можливість визначити його конкурентні переваги. Такий аналіз доцільно проводити на підставі складання профілю конкурентних переваг.

У сучасних умовах господарювання вітчизняних підприємств до показників такого профілю доречно включити: конкурентоспроможність продукції, темпи зростання обсяг випуску продукції, рівень фінансових результатів діяльності, ефективність використання виробничого, ресурсного, трудового потенціалу, якість системи управління, фінансові можливості, рівень розвитку комунікацій, імідж підприємства.

Можемо зробити висновок, що оцінка ресурсного потенціалу та його дослідження є дуже важливим показником в процесі аналізу діяльності підприємства, адже вона дає можливість зрозуміти причини розбіжностей потенційних і фактичних можливостей використання ресурсів підприємств, а відповідно і його діяльності в цілому.

### Література

1. Довгаль Н.С. Ресурсний потенціал підприємства: теоретичні основи / Н.С. Довгаль // Науково-технічна інформація. - 2009. - № 1. - С. 42-45.
2. Славов В.П., Коваленко О.В. Сутність поняття "ресурсозбереження" та його значення для галузей виробничої інфраструктури АПК // Вісник ХНАУ. – 2014. – №9. – С. 28-43.
3. Цигилик І.І. Економічний аналіз - основний чинник підвищення ефективності підприємницької діяльності // Актуальні проблеми економіки. - 2014. - №7. - С. 90-96.

**Гришко Марина**  
студентка V курсу факультету економіки  
**Сита Євгенія**  
ст. викладач кафедри економіки і підприємництва  
Херсонський національний технічний університет  
м. Херсон

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ПСК “ХЛІБОКОМБІНАТ СКАДОВСЬКОГО РАЙСТ”**

Ринкова трансформація економіки України зумовила зміни в системі управління підприємствами різних галузей. Ці зміни передусім торкнулися системи постачання сировини і матеріалів, а також збуту продукції. Зокрема, необхідний пошук таких методів управління збутовою діяльністю, які допомагали б підприємствам враховувати потреби ринку і вести конкурентну боротьбу. Задовольняючи потреби споживачів на сьогоднішній час, недостатньо виготовити товар, який потрібен споживачеві, але й потрібно правильно оцінити його та реалізувати [1].

Підприємства, що займаються виготовленням хлібобулочної продукції, характеризуються великим товарообігом, значним асортиментом продукції і в той же час, у порівнянні з іншими галузями, низьким рівнем рентабельності бізнесу.

Проблеми, пов'язані з формуванням ефективної системи управління збутовою діяльністю підприємств є об'єктом досліджень вчених в області економіки, менеджменту, маркетингу, підприємництва та ін. В економічній літературі значний внесок у вивчення категорії «збут» і «збутова діяльність» внесли зарубіжні і вітчизняні вчені, серед яких: Ассэль, Г.[3], Армстронг Г., Котлер Ф. [2], Апопій В.В. [4], Міщук І. П., Сенишин О.С., Харковець Ю. П., Б.Мільнер, Балабанова Л.В.[5], Герчікова І., Д.Ланкастер, П.Вінкельман, Г.Мефферт, В.Пепельс та інші.

Метою даного дослідження є розробка заходів щодо удосконалення збутової діяльності ПСК “Хлібокомбінат Скадовського райст” на основі аналізу системи збуту діючого підприємства.

Реалізація готової продукції являє собою систему відносин у сфері товарно-грошового обміну між суб'єктами ринку стосовно реалізації своїх комерційних потреб. Потреби реалізуються покупцями і продавцями, котрі виступають суб'єктами ринку збуту, через купівлю– продаж товару у маркетинговому розумінні цього слова, який є об'єктом збуту.

В умовах ринкової системи господарювання під збутом (збутовою діяльністю) слід розуміти комплекс процедур просування готової продукції на ринок (формування попиту, обробка замовлень, комплектація і підготовка продукції до відправки покупцям, відвантаження продукції і транспортування до місця продажу або призначення) і організацію розрахунків за отриману продукцію (встановлення умов і здійснення процедур розрахунків з покупцями) [3].

Підприємство споживчої кооперації “Хлібокомбінат Скадовського райст” є підприємством, створеним Скадовським районним споживчим товариством, яке є його засновником та власником майна, переданого в оперативне управління. Підприємство знаходиться у місті Скадовськ, Херсонської області.

Основними видами діяльності підприємства є виробництво хліба та хлібобулочних виробів.

Продукція ПСК “Хлібокомбінат Скадовського райст” успішно реалізується у місті Скадовськ та у Скадовському районі. Кількість постійно діючих договорів на поставку продукції постійно збільшується.

В процесі аналізу виявлено, що великий вплив на ефективність збутової діяльності і на результати господарської діяльності в цілому здійснює асортимент, структура і якість продукції.

Проведений аналіз збутової діяльності показав, що найбільш популярною продукцією серед споживачів є хліб “циглинка” та бублики “Скадовські”. Основними покупцями хлібобулочної продукції ПСК “Хлібокомбінат Скадовського райст” в місті Скадовськ, є ПП Дервоєд (40%), мережа магазинів Джем (30%), навчальні заклади (15%) та інші (15%).

Проведений аналіз збутової діяльності ПСК “Хлібокомбінат Скадовського райст” дозволив визначити найбільш популярні категорії продукції та виявити основних покупців хлібобулочної продукції у місті Скадовськ. На основі аналізу запропоновано шляхи удосконалення збутової діяльності підприємства, серед яких: проведення рекламних заходів щодо поширення інформації про підприємство та його продукцію, проведення реорганізації відділу збуту та відкриття фірмового кіоску. Наведені заходи дозволять удосконалити збутову діяльність ПСК “Хлібокомбінат Скадовського райст” та підвищити ефективність функціонування підприємства в цілому.

### Література

1. Сенишин О.С., Харковець Ю. П. Теоретичний аналіз понять «збут» та «збутова діяльність» // Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону, 2011 – Режим доступу: <http://ea.dgtu.donetsk.ua:8080/bitstream/123456789/21235/1/Сенишин%20О.С.,%20Харковець%20Ю.П..pdf>
2. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг: Загальний курс. – М.: Видавничий дім "Вільямс", 2011. – 608 с.
3. Ассэль, Г. Маркетинг: принципы и стратегия: учеб. для вузов / Г. Ассэль; перевод с англ. М. З. Штернгарца. - 2-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2008. – 803 с.
4. Апопій В.В. Організація торгівлі: навч. посібник. для студ. вищ. уч. закл. / [Апопій В.В., Міщук І. П., та ін.]; ред . В. Апопій; Львів . комерц. акад. - Вид. 2 - е , перероб. і доповіді. - К.: Центр навчальної літератури , 2008. – 632 с.
5. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємств: підручник / Балабанова Л.В., Мітрохіна Ю.П. – М.: Дон . ДУЕТ , 2009. – 245 с.

**ГРОМОВА ВІКТОРІЯ**  
студентка III курсу факультету економіки і менеджменту  
*Науковий керівник: к.е.н., доц. Мельникова К.В.*  
Херсонський державний університет  
м.Херсон

## **ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЦІНОВОЮ ПОЛІТИКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

В сучасних умовах розвитку ринкової економіки суттєво зростає роль політики ціноутворення на підприємствах, що зумовлено посиленням конкурентної боротьби та активізацією консюмеристського руху. При цьому зростає важливість прийняти управлінських рішень щодо ціноутворення, оскільки ціни суттєво впливають на кінцеві результати діяльності і ринкове становище підприємства.

Вітчизняні підприємства застосовують здебільшого витратний підхід до ціноутворення. При формуванні цін рідко враховуються попит покупців чи ціни конкурентів, крім того ціна формується без тісного зв'язку з іншими складовими комплексу маркетингу. Тобто ціни на вітчизняному ринку слабо пристосовані до динаміки ринкової кон'юнктури. Проблеми ціноутворення на вітчизняних підприємствах зумовлені наступними основними причинами: спадщина адміністративно-планової економіки, при якій ціни на товари чи послуги встановлювалися директивно і визначалися на підставі витрат; відсутність необхідного досвіду при формуванні цінової політики та при використанні ринкової ціни в процесі збуту товару; недостатнє методичне забезпечення процесу формування політики ціноутворення на підприємстві зі врахуванням особливостей функціонування вітчизняної економіки.

Теоретичні проблеми політики ціноутворення широко висвітлені в працях вітчизняних учених: Антошкіна Л., В. Вартадяна, М. Голованової, С. Дайновської, С. Дугіної, Я. Литвиненко, О. Мазур, Л. Мельник, Л. Романенко, Н. Смольнякова, С. Хамініч, а також зарубіжних науковців: В. Герасименко, Д. Дейлі, Р. Долана, Г. Саймона, Т. Негла, В. Тарасевича. Крім того, значний внесок у розвиток теорії цін і ціноутворення внесли такі класики економічної думки, як У. Петті, А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс, Л. Вальрас, Дж. Кларк, А. Маршалл, В. Парето та ін. Їх роботи охоплюють широкий діапазон в аналізі даної економічної категорії, починаючи зі створення теорії трудової вартості, теорії граничної корисності і завершуючи сучасними напрямками неокласичного синтезу, що становлять теоретичну основу сучасних досліджень ринкового господарства.

Визначення сутності категорій "ціна" та "ціноутворення" до цього часу серед науковців є дискусійними: представники трудової теорії визначають ціну як грошовий вираз вартості товару; прихильники теорії граничної корисності основним фактором визначення ціни вважають корисність товару, встановлену споживачем; відповідно до теорії попиту і пропозиції ціна визначається в процесі узгодження попиту і пропозиції [4, с. 14]. Згідно з

основними положенням и економічної теорії рівень цін залежить від витрат на виробництво продукції, обумовлених продуктивністю праці; рівня і темпів інфляції; поточного співвідношення попиту і пропозиції; ступеня монополізації ринку [2, с.32].

Виважена цінова політика здійснює значний вплив на ринковий успіх підприємства. Ф. Котлер казав: "Якщо продукт – це серце маркетингу, то ціна – його кров". Ціни часто змінюються протягом життєвого циклу товару: від високих для залучення покупців-новаторів, що орієнтуються на престиж, до низьких, розрахований на масовий ринок [5, с. 84].

Здійснення цінової політики передбачає визначення цінової стратегії фірми на ринку по відношенню до кожної групи та кожного виду товару, а також конкретних сегментів ринку на тривалий період часу і цінової тактики на короткий термін. Цінова політика дає можливість встановити рівень ціни залежно від кон'юнктури ринку, етапів життєвого циклу товарів та інших факторів. Маркетингові стратегії класифікують за різними ознаками, зокрема, що стосується цінової політики підприємств, то можна виокремити наступні: за елементами маркетингового комплексу: товарна стратегія, цінова стратегія, збутова стратегія, стратегія просування; за ознакою конкурентних переваг (за М. Портером): стратегія цінового лідерства, стратегія диференціації, стратегія фокусування (концентрації) [3, с. 15].

Сутність цілей цінової стратегії підприємства полягає в тому, що вони визначають напрям його розвитку з метою отримання довготермінових конкурентних переваг і забезпечення бажаного рівня прибутку в процесі реалізації продукції. На вибір конкретної цінової стратегії, методу ціноутворення, адаптації ціни впливають різноманітні фактори, як можна поділити на внутрішні та зовнішні. До перших належать: витрати; маркетингова стратегія фірми; етап життєвого циклу товару. До групи факторів мікросередовища, що впливають на процес ціноутворення, входять: попит; конкуренція; посередники. Серед факторів макросередовища слід виділити наступні: загальний стан економіки; політичні фактори; податкова політика держави; кредитно-грошова політика; зовнішньоекономічна політика; політика державного регулювання цін. Серед інших факторів, які впливають на ціни, є складські запаси фірми та її конкурентів, реклама, частка фірми на ринку тощо. Цінова стратегія підприємства також залежить від того, на якому етапі життєвого циклу перебуває товар [1, с. 54].

А на етапі зростання характерним є широкий діапазон цін і можливість фірми маневрувати в межах цього діапазону. Етап зрілості характеризується зниженням цін, які досягають свого мінімального рівня на етапі спаду. Тому підприємство може обирати потрібну стратегію в залежності від чинників ціноутворення та етапу життєвого циклу на якому знаходиться товар.

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. Підприємства, що зважають



на даний фактор при ціноутворенні мають більш повний обсяг інформації щодо структури ціни залежно від галузі підприємства.

Таким чином, найголовнішим завданням, що стоїть перед будь-яким підприємством є безперервний моніторинг усіх чинників та ризиків, що впливають на ціну. Аналізуючи стан ринку, купівельну спроможність споживачів, зміни у ціновій політиці конкурентів, можливі майбутні ризики при розробці цінової політики – підприємство досягне успіху. Вдала стратегія щодо цін – це збільшення обсягу загального прибутку, високий попит на продукцію і послуги та підвищення ефективності діяльності підприємства.

#### **Література**

1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В.; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Шк. маркетинг. менедж. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. – 599 с.
2. Васильєва Н.З., Козлова Л.И. Формирование цены в рыночных условиях. – М: АО «Бизнес-школа», 1995. – 62 с.
3. Голованова М.А. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / М. А. Голованова, В.В. Доленко; Нац. аерокосм. ун-т ім. М. С. Жуковського "Харк. авіац. ін-т". – Х.: ХАІ, 2009. – 121 с.
4. Дайновська С.М. Ціноутворення: підручник / [Дайновська С. М.; за заг. ред С.М. Дайновської]; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К.: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2009. – 320 с.
5. Мороз Л.А. Маркетинг (І.Навчальний посібник. ІІ.Збірник вправ) [Текст] / Л.А. Мороз, Н.І. Чухрай; Державний ун-т "Львівська політехніка", Інститут підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів. – Л.: [б.в.], 1999. – 243 с.

**ДАНИЛЕНКО ВЛАДИСЛАВ**

магістр першого року навчання факультету економіки і менеджменту

**СИТНИК ЮЛІЯ**

магістр другого року навчання факультету економіки і менеджменту

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Федорчук О.М.*

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ**

Система контролю денного виробітку. В її рамках годинна тарифна ставка переглядається один раз на квартал або раз у півроку, підвищуючи чи знижуючи її, залежно від виконання норм, рівня використання робочого часу, дотримання трудової дисципліни, сумісництва. Кожен із цих факторів оцінюється окремо, а потім інтегрується в загальну оцінку, яка впливає на тарифну ставку.

Система оплати з урахуванням підвищення кваліфікації. Основу її складає кількість набраних умовних «одиниць кваліфікації», яких може бути до 90. За освоєння нової спеціальності працівник одержує надбавки.

Набуває поширення система заробітної плати за знання. Основним принципом є винагорода за оволодіння додатковими знаннями та вміннями, а не вклад у досягнення цілей організації [1, с.167].

Система «Хелсі» – заробіток складається із двох частин: першу визначає фіксована погодинна ставка і фактично визначений час, другу – відрядний підробіток або премія за те, що фактичні затрати праці були менші за нормативні. Її величина визначається тарифною ставкою, з економічним часом і є коефіцієнтом, який визначає, яка частка зекономленого часу оплачується (від 0,3 до 0,7). Внаслідок знижуються витрати на робочу силу.

Система «Бедо». Кожна робоча хвилина називається «точкою». Працівник крім основної заробітної плати одержує винагороду, яка визначається як добуток 0,75 кількості точок, виконаних працівником за годину, на 1/60 погодинної ставки.

Система «Роурена». На виконання роботи встановлюється певна норма часу і гарантується погодинна ставка, якщо працівник не виконує норми. Винагорода складає частку погодинної ставки, рівну частці часу, яку й було зекономлено. Її розмір залежить від приросту продуктивності праці, який визначається як різниця між фактичним і нормативним часом відповідно зіставленим з нормативом. Таким чином, це погодинна оплата за фактично відроблений час плюс процент від цієї оплати.

Система «Варта» із вібруючим розподілом. Вона не гарантує збереження тарифної ставки при перевиконанні норми. Величина заробітної плати визначається шляхом множення тарифної ставки на квадратний корінь з добутку нормативного і фактичного часу.

Система «Сканлона» – основним показником преміювання є зниження зарплатомісткості продукції за рахунок економії заробітної плати порівняно з нормативною величиною. Якщо витрати на заробітну плату були нижче нормативної величини, то формується преміальний фонд у розмірі 75 % економії, з яких 20% спрямовуються в розмірі виплат у скрутні часи. Якщо таких не буває, то резерв розподіляється в кінці року. Розподіл преміального фонду здійснюється пропорційно партисипативній заробітній платі (включаючи оплату працівників, які знаходяться на випробуванні, виплати за відпустки, святкові дні, відсутність на роботі за особистими мотивами). Середній процент вираховується як відношення суми преміального фонду партисипативної зарплати [2, с. 296].

Грейдингова система або позиційних посад, означає, по суті, корпоративний табель по рангах. Вона дозволяє побудувати посадову ієрархію, яка опирається на гнучкий рівень заробітних плат. Грейдинг – це створення ієрархії рангів, універсальної для персоналу підприємства.

Таким чином, суть методу Хея (грейдів) полягає в оцінці робіт, які виконуються на кожній з позицій, на основі трьох основних груп факторів, які вважаються найбільш суттєвими.

Перша група – знання і досвід, необхідні для роботи.

Друга група – навички, необхідні для вирішення проблем. Включає два основних елемента: здатність до аналітичного мислення, здатність до творчості.

Третя група – рівень відповідальності. Включає: межі, в яких працівник на даній позиції може приймати самостійні рішення, в цілому межі його діяльності, рівень впливу на роботу підприємства.

Методологія така: позиція «одержує» від експертів певну кількість балів по кожному фактору, який вважається важливим і актуальним для підприємства. Проведена таким чином багатофакторна оцінка відображає відносну вагу тієї чи іншої посади. В залежності від одержаної оцінки посадові позиції зараховуються в певний грейд (розряд), який гарантує отримання певної заробітної плати чи соціального пакета [3, с. 321].

Одним з основних напрямків вдосконалення тарифного регулювання заробітної плати на підприємствах України є запровадження єдиної гнучкої тарифної системи (ЄГТС). Остання охоплює в комплексі два нетрадиційні підходи до побудови тарифної системи запровадження єдиної тарифної сітки (ЄТС) і введення системи гнучких тарифних ставок (окладів) [4, с.520].

#### **Література**

1. Колот А.М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу: Навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2010. – 224 с.
2. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2012. – 351 с.
3. Управління конкурентоздатністю організації: підручник / Р.А. Фатхутдінов, Г.В. Осовська. – К.: Кондор, 2009. – 470 с.
4. Управління персоналом: підручник / [В.М. Данюк, А.М. Колот, Г.С. Суков та ін.]; за заг. та наук. ред. к.е.н., проф. В.М. Данюка. - К.: КНЕУ; Краматорськ: НКМЗ, 2013. – 666 с.

**ДОСЕНКО ВАЛЕРИЯ**

студентка III курсу факультету економіки і менеджменту

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

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **АНАЛІЗ СТРУКТУРИ ВИТРАТ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Аналіз структури витрат підприємства проводиться на основі даних бухгалтерського обліку та управлінської звітності, поданих відповідними службами підприємства. Цей вид аналізу також досить трудомісткий, особливо на етапі збору інформації, і зажадає істотних витрат часу як експертів, так і співробітників економічних служб. Однак він є, мабуть, найбільш інформативним для оцінки ефективності діяльності підприємства і розробки перспективних планів його розвитку, оскільки дозволяє виявити резерви зниження собівартості і відповідно підвищення рентабельності

компанії. Залежно від величини компанії і ресурсів, які вона може направити на проведення аналітичних процедур і збір інформації, аналіз може проводитися дуже докладно або по укрупнених статтях, проте в тому чи іншому обсязі, з тією чи іншою регулярністю аналіз структури витрат і витрат проводиться практично всіма підприємствами.

Аналіз може проводитися в трьох напрямках:

- за статтями витрат або витрат або за елементами;
- по виробках;
- за центрами витрат або видами діяльності.

Аналіз витрат і собівартості вимагають для свого проведення різної інформації і по-різному розставлених акцентів. Так, аналіз витрат більш важливий для регулювання грошового потоку компанії, а аналіз витрат і собівартості – для формування бухгалтерської звітності. Однак методики їх проведення аналогічні, і в кінцевому підсумку висновки, зроблені за результатами проведення аналітичних процедур, характеризують ефективність управління підприємством. Оскільки історично так склалося, що в аналізі фінансово-господарської діяльності російських підприємств бухгалтерським аспектам відводиться більша увага, ніж управлінським, має сенс більш докладно розглянути саме аналіз витрат і собівартості. Найбільш корисну інформацію дасть такий аналіз, якщо він ведеться одночасно у двох зрізах: за центрами витрат, структурним одиницям або видами діяльності в розрізі статей або елементів.

Дослідження існуючих методів класифікації витрат в умовах високотехнологічного зовнішнього середовища визначило необхідність впровадження нової системи класифікації витрат у залежності від швидкості зміни стосовно обсягу випуску продукції з виділенням в окрему категорію одноразових витрат. Згідно з авторською класифікацією, одноразові витрати – це витрати, що відповідають інтенсивному напрямку розширення виробництва (проведення НДДКР, придбання і впровадження нових технологій, нового устаткування, яке дозволяє знизити загальні витрати на одиницю виробу, застосування найбільш ефективних систем в області маркетингу, менеджменту і фінансів). Це дозволило в подальшому проаналізувати питомі одноразові та питомі умовно-постійні витрати в динаміці за допомогою граничних витрат (витрат, пов'язаних з випуском додаткової одиниці продукції), виявити відхилення і обрати відповідний напрямок інноваційної політики. Під умовно-постійними витратами ми розуміємо витрати, які відповідають екстенсивному напрямку розширення виробництва і змінюються не прямо пропорційно зміні випуску продукції (частина виробничих витрат, частина витрат на управління, позавиробничі витрати). Змінні витрати – це витрати, що також відповідають екстенсивному напрямку розширення виробництва, але змінюються прямо пропорційно зміні кількості випуску продукції (витрати на сировину, комплектуючі вироби і напівфабрикати, енергію, паливо на технологічні цілі)

Будь-яке підприємство має більш-менш складну організаційну структуру. Якщо на підприємстві є кілька цехів, підрозділів, департаментів,

дивізіонів, груп чи інших структурних одиниць, що випускають різну продукцію, склад витрат в цих структурних підрозділах буде істотно відрізнятися. У цьому випадку вивчення структури витрат, проведене на рівні всього підприємства, в цілому буде набагато менш аналітичним і корисним з управлінської точки зору, ніж аналіз по окремих підрозділах.

З іншого боку, аналіз витрат деяких структурних підрозділів, в першу чергу допоміжних виробництв і адміністративних одиниць з невеликою чисельністю персоналу і порівняно невеликими бюджетами, зажадавши чималих трудовитрат, теж мало що дасть для визначення перспектив підприємства і процедур планування. Інформацію, найбільш корисну для прийняття рішень та планування подальшої діяльності підприємства, дає аналіз витрат, проведений не по всіх одиницям, виділеним в структурі підприємства, а за так званими центрами витрат. Виділення їх на кожному підприємстві - процес досить суб'єктивний, а проводиться він в рамках процедур управлінського обліку. Можна тільки сказати, що зазвичай у центри витрат виділяють всі основні виробництва підприємства. Допоміжні, побічні виробництва, адміністративні, управлінські та інші структурні одиниці групуються в центри витрат тим чи іншим способом залежно від їх функцій, ролі в структурі підприємства і величини бюджетів.

#### **Література**

1. Альошин С.М., Нефедов В.П. Аналіз виконання кошторисів витрат, контроль і ревізія в бюджетних установах. М., 1978.
2. Аналіз господарської діяльності в промисловості / Під ред. В.І. Стражева. Мн., 1998.
3. Гервіц Л.Я., Масталигіна Н.А. Фінансове планування та аналіз в бюджетних установах. М., 1974.
4. Корчагіна Л. М. Аналіз господарської діяльності підприємства // Бухгалтерський
5. Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.07.01 / С.О. Волонцевич; Нац. техн. ун-т "Харк. політехн. ін-т". - Х., 2006. - 19 с.

**ДУГА ВІКТОРІЯ**

аспірант ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

*Науковий керівник: д.е.н., доцент,*

*професор кафедри публічного управління та адміністрування Кирилов Ю.Є.*

м. Херсон

## **ВПЛИВ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН НА РОЗВИТОК АГРОТУРИЗМУ**

Досвід і сучасні наукові дослідження показують, що прискорений розвиток агротуризму може відігравати роль каталізатора перебудови економіки і виступати чинником зрівноваженого розвитку сільських територій. Його довгостроковий вплив проявляється в мультиплікативному ефекті. Та для створення агротуристичного продукту необхідні зусилля багатьох людей і представників багатьох галузей. Налагодження партнерських

відносин на всіх рівнях є передумовою ефективного розвитку агротуризму в сучасних умовах. Для розвитку агротуризму як складного комплексу міжгалузевих взаємовідносин варто поєднувати різноманітні форми партнерства та співробітництва, шукаючи дієві форми здійснення господарської діяльності. Тому господарів агросадиб варто забезпечити інформацією про необхідність формування партнерських відносин, особливості вибору потенційного партнера, принципи побудови партнерських відносин, вигоди партнерської співпраці для розвитку агротуризму та сільської громади в цілому.

Партнерство в агротуристичній діяльності – це стратегічний союз, форма налагодження ефективної взаємодії різноманітних суб'єктів господарювання, які презентують різні сектори суспільного життя для узгодження й досягнення спільних цілей за рахунок виникнення ефекту синергії.

Формуванню та реалізації агротуристичного продукту, підтримці розвитку агротуризму в межах певних дестинацій, регіонів та держави в цілому необхідна спільна діяльність та координація зусиль представників місцевої влади, бізнесу, закладів освіти та культури, громади, які будуть спрямовувати спільні зусилля на подолання соціально-економічних проблем села. Партнерами власників агросадиб стають заклади харчування, будинки культури, художні колективи, музеї, центри народних промислів, фермери, екскурсіводи, власники транспортних засобів, адміністрація заповідників і т.д. Вплив на розвиток агротуристичних підприємств також здійснюють професійні асоціації та об'єднання. Шляхом підтримки та координації спільних зусиль із місцевими органами влади та самоврядування, вони оцінюють якість продукції та послуг, відповідність певним стандартам, вплив ефективного використання ресурсів на всебічний розвиток села [1].

Зміст партнерських відносин в агротуризмі полягає в узгодженні дій та інтересів учасників за рахунок існування спільних цілей, взаємної зацікавленості. При цьому забезпечується отримання додаткових вигод кожним учасником, це позитивно впливає на рівень розвитку села та рівень агротуристичних послуг, забезпечуючи їх якість та конкурентоспроможність.

Планування партнерських відносин в агротуризмі має здійснюватися на чотирьох рівнях (міжнародному, національному, регіональному, дестинацій). Передумовою налагодження ефективних партнерських відносин є обґрунтований вибір потенційного партнера. Господар агросадиби повинен одночасно порівнювати різних суб'єктів за рівнем доцільності обрання їх в якості партнера, співвідносити їх сильні й слабкі сторони для визначення можливих напрямів їх подальшого партнерства [3].

Співпрацю партнерів рекомендовано будувати базуючись на таких принципах:

- формування партнерства на основі досвіду;
- партнерство повинно бути довготривалим і виваженим процесом, а не одноразовою дією;
- комплексна і інноваційна діяльність;

- дії партнерів повинні доповнюватися, а не замінюватися;
- партнерство повинно викликати ефект синергії;
- включення до процесу прийняття рішень тих інститутів і організацій, які, з огляду на проблематику, найкраще знають потреби і можливості своєї місцевості.

Необхідною умовою реалізації партнерської співпраці є наявність таких елементів як довіра та визнання партнера, обов'язковість, взаємодія, передбачуваність, прозорий процес прийняття рішень, увага до процесу, взаємна відповідальність та розподіл проблем.

Можна виділити такі основні вигоди партнерської співпраці для розвитку агротуризму: прийняття правильних рішень, більш конструктивні рішення місцевих проблем, активізація місцевої громади, зменшення конфліктів, покращення комунікації з місцевою громадою, мобілізація місцевих засобів на реалізацію різноманітних заходів, задоволення потреб різних суспільних груп, широка громадська консультація тощо.

При впровадженні практики партнерської співпраці рекомендуємо розробити напрями комплексного оцінювання ефективності партнерства відповідно до основних аспектів його здійснення: організаційного, економічного, соціального [2]. Варто обґрунтувати соціально-економічні і екологічні наслідки здійснення партнерства за результатами аналізу економічних і фінансових показників реалізації партнерства, екологічних наслідків, соціальних наслідків, ризиків, пов'язаних з реалізацією партнерства.

### **Література**

1. Брусільцева Г.М. Аналіз тенденцій розвитку державно-приватного партнерства в туристичній галузі України / Г.М. Брусільцева // Європейські перспективи, 2015. – № 10. – С. 26-31.
2. Татаринцева А.С. Методика оцінки ефективності стратегії партнерських відносин / А.С. Татаринцева // Вісник Хмельницького національного університету. Сер. “Економічні науки”: наук. журн. – Хмельницький, 2008. – № 6. – Т. 2. (122). – С. 89-94.
3. Татаринцева А.С. Формування стратегії партнерських відносин як інноваційного напрямку вдосконалення підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки / А.С. Татаринцева // Прометей: регіон. зб. наук. праць з економіки / Донецький економіко-гуманітарний інститут МОН України; Інститут економіко-правових досліджень НАН України. – Донецьк, 2007. – Вип. 2 (23). – С. 125-129.

**ЄМЕЦЬ ОЛЕНА**

студентка III курсу факультету економіки і менеджменту

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

Херсонський державний університет

м.Херсон

## **РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ**

Прибуток і рентабельність як основні показники фінансових результатів не можуть повністю характеризувати фінансовий стан підприємства і можливі

тенденції його зміни. Останній істотно залежить від певних фінансових пропорцій, які аналізуються за даними балансу – підсумкового систематичного документу про наявність і використання коштів на певну дату (кінець року). Для підвищення ефективності роботи підприємства використовують планування величини прибутку та рентабельності.

Рентабельність підприємства напряму залежить від його прибутку. Рентабельність – це співвідношення прибутку з понесеними витратами [1, с. 61-69]. Для одержання максимального прибутку підприємство повинне найбільше повно використовувати ресурси, що знаходяться в його розпорядженні. Збільшення випуску знижує витрати на одиницю продукції, тобто витрати на її виготовлення в розрахунку на одиницю продукції знижуються, а отже, знижується собівартість, що в остаточному підсумку веде до збільшення прибутку від реалізації продукції. Крім цього, додаткове виробництво рентабельної продукції вже саме по собі дає додатковий прибуток.

У підвищенні рівня рентабельності величезну роль відіграють також і трудові ресурси, у зв'язку з цим на підприємстві обов'язково необхідно:

- удосконалити роботу відділу кадрів;
- звернути увагу на професійні якості працівників, їх уміння працювати з колективом, відношення до своїх функціональних обов'язків [2, с. 40-45].

Методи, які приведуть до збільшення прибутку й підвищення рентабельності:

- нарощувати обсяги виробництва та реалізації товарів, робіт, послуг;
- зменшувати витрати на виробництво (реалізацію) продукції, тобто знижувати її собівартість;
- з максимальною віддачею використовувати потенціал, що є в розпорядженні підприємства, в тому числі і фінансові ресурси;
- вміти найдоцільніше розміщувати (вкладати) одержаний раніше прибуток з точки зору досягнення оптимального ефекту.

Також до шляхів підвищення рентабельності підприємства можна віднести:

- покращення маркетингу, пов'язане з коригуванням стратегії і тактики маркетингу.

• вироблення тільки тієї продукції, що безумовно буде купуватися, при цьому підприємству потрібно згрупувати свою продукцію за ознакою рентабельності та зосередити свою увагу на тій продукції, яка є високорентабельною. Також потрібно покращувати продукцію з середнім рівнем рентабельності, а низькорентабельну продукцію зняти з виробництва;

• приділяти більше уваги дизайну продукції, упаковці, а також рекламі. Для підприємства реклама є вагомим засобом, за допомогою якого підприємство зможе підвищити попит на свою продукцію, що призведе до збільшення обсягів продажу, прибутку та рентабельності.

- усунення каналів втрати прибутку (виплата різних штрафів, пені, неустойок);



- підвищення оптових або інших відпускних цін на продукцію, але так, щоб ці ціни відповідали якості продукції [3, с.11-14].

Рентабельність продукції, яка досягнута підприємством в базовому періоді повинна бути скоригованою з урахуванням умов ціноутворення планового періоду. Можна визначити резерви, які не були використані підприємством у базовому періоді для зростання прибутку, а саме за рахунок:

- ліквідації непродуктивних і понаднормативних витрат, що відносяться на собівартість продукції;

- ліквідації фактів поставки готової продукції покупцям з відхиленнями від узгоджених технічних і якісних параметрів, які ведуть до зниження оптових цін на ці вироби, і отже, прибутку від реалізації;

- структурних зрушень в асортименті продукції, що виробляється та реалізується, в бік випуску рентабельнішої продукції.

При визначенні показників рентабельності, прибуток співвідноситься з чинниками, які мають найбільший вплив на його отримання. До таких чинників належать інвестиції, активи, витрати. Тому підприємства повинні активно шукати всі можливі шляхи вдосконалення виробництва, підвищення конкурентоспроможності власної продукції, це і буде сприяти зростанню рентабельності підприємства.

#### **Література**

1. Бець М.П. Планування рентабельності виробництва / Бець М.П. // Економіка України. – 2007. – №2. – С. 40-45.
2. Короткевич О.В. Рентабельність господарської діяльності підприємств. //Економіка і прогнозування. – 2008. – №3. – С. 61-69.
3. Васильєв В.В. Шляхи підвищення результативності українських підприємств/ Васильєв В.В. // Фондовий ринок. – 2007. – №12. – С. 11-14.

**ІЛЬЧЕНКО ЮЛІ**

студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту

*Науковий керівник: к.е.н., доц. Ковальов В. В.*

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА**

В сучасних умовах господарювання, конкурентоспроможність будь-якого підприємства залежить від ефективності інвестиційної діяльності. Збільшення обсягу інвестицій і більш раціональне їхнє використання дає змогу підприємству вдосконалювати свою продукцію, впроваджувати інші інновації, удосконалювати систему менеджменту і добиватися конкурентних переваг. Інвестиції та інвестиційна діяльність завжди знаходяться в центрі уваги економічної думки. Питання про інвестиції є дуже актуальним у сучасній економіці, оскільки будь-яке підприємство формується і розвивається на основі фінансування та інвестицій, а інвестиційна діяльність визначає умови економічного розвитку.

Інвестиційна політика підприємства – комплекс заходів, що забезпечують вигідне вкладення власних, позикових і інших коштів в інвестиції з метою забезпечення фінансово стійкої роботи підприємства в найближчій і подальшій перспективі.

Відповідно до теорії інвестицій основними принципами інвестиційної політики є: цілеспрямованість, ефективність, багатоваріантність, системність, гнучкість, готовність до освоєння ресурсів, регульованість дій, комплексність і соціальна, екологічна й економічна безпека [3].

Інвестиційна політика підприємства являє собою систему рішень і заходів, спрямованих на отримання доходів від інвестиційної діяльності.

Напрями інвестування:

- інвестування в активи (ресурси) з метою отримання доходів за рахунок різниці між ціною їх реалізації в порівнянні з ціною придбання - політика зростання;

- інвестування в придбання акцій, облігацій, депозитних сертифікатів з метою отримання доходів у вигляді процентів, дивідендів політика доходів;

- політика доходів і зростання одночасно.

Залежно від виду вкладених інвестиційних ресурсів інвестиції можуть здійснюватися у формі:

- грошових коштів та цільових банківських вкладів;

- рухомого та нерухомого майна;

- ноу-хау;

- майнових прав та ін.

Залежно від періоду інвестування інвестиції діляться:

- на короткострокові – вкладення коштів на період, що не перевищує 1 рік (в основному, це фінансові інвестиції);

- довгострокові – вкладення капіталу на період більше одного року[2].

Інвестиційна політика - головний інструмент, що забезпечує стабільний і сталий економічний розвиток фірми в довгостроковому періоді; спрямована на забезпечення зростання ефективності виробництва. Розробляються заходи передбачають розширення і оновлення виробничого потенціалу, зростання обсягу виробництва, зниження собівартості продукції, зростання продуктивності праці і прибутку, прискорення темпів впровадження у виробництво нової продукції, підвищення рівня конкурентоспроможності продукції.

Основна мета інвестиційної політики полягає у забезпеченні найбільш ефективних шляхів розширення активів підприємства. Для її реалізації вирішується таке коло завдань:

- досягнення високих темпів зростання капіталу і поточних доходів від інвестицій (на окремих стадіях інвестиційного процесу може ставитися завдання збереження інвестованого капіталу);

- мінімізація інвестиційних ризиків за допомогою методів і прийомів ризик-менеджменту;

- забезпечення ліквідності інвестицій шляхом зменшення строків реалізації інвестиційних проєктів, вкладення інвестицій лише у високоліквідні фінансові інструменти.

Розробка інвестиційної політики починається з дослідження зовнішнього інвестиційного середовища і прогнозування кон'юнктури інвестиційного ринку. На підставі отриманих результатів та керуючись основними стратегічними завданнями економічного розвитку підприємства, визначають стратегічні напрямки його інвестиційної діяльності [1].

Особливістю інвестиційної політики в сучасних умовах є збільшення частки закордонних інвестицій, вкладень у технічне переозброєння і реконструкцію діючих підприємств (виробництв) і відповідно їхнє зниження на нове будівництво; напрямом інвестицій переважно в базові галузі машинобудування, сільського господарства; поліпшення структури капітальних вкладень у ресурсодобувні, переробні галузі; збільшення частки довгострокових вкладень в активну частину основних фондів.

### **Література**

1. Пересада А. А. Інвестиційний процес в Україні. – К: Лібра, 1998. – 248 с.
2. Золотогоров В.П. Інвестиційне проектування: Навчальний посібник. – Мн.: ИП Перспектива, 2005.
3. Бабук І.М. Інвестиції: Фінансування та оцінка економічної ефективності. – Мн.: ВНЗ-ЮНИТИ, 2003.

**ІЩЕНКО НАТАЛІЯ**

студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту

*Науковий керівник: к.п.н., доц. Байша К.М.*

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Підвищення прибутковості господарської діяльності реалізується тільки при наявному керівному складі, що проваджує ефективну збутову діяльність. Вона забезпечує оптимальне сполучення та ефективне використання усіх ресурсів і вирішує питання оптимізації процесу просування, методів збуту та широти асортименту.

Поняття «збут» – процес організації транспортування, складування, підтримки запасів, доробки, просування до оптових і роздрібних торговельних ланок, передпродажної підготовки, упакування й реалізації товарів з метою задоволення потреб покупців і отримання на цій основі прибутку [1].

Управління збутовою діяльністю підприємства – складний і багатогранний процес, що реалізується діяльністю керівного складу, щодо її ефективної реалізації.

Необхідність управління збутовою діяльністю підприємства викликана зовнішніми та внутрішніми факторами впливу.

Зовнішні фактори:

- загострення конкуренції за ринки збуту, характер діяльності конкурентів на ринку;
- підвищення вимог споживачів до якості товарів та обслуговування;
- трансформаційні процеси економіки;
- кризові явища, інфляція та нестабільний курс національної валюти;
- підвищення рівня ризику та невизначеність;
- зміни податкового законодавства.

Внутрішні фактори:

- підвищення витрат на реалізацію та просування товарів;
- недооцінювання важливості управління збутовою діяльністю;
- низька ефективність організації системи збуту;
- недостатнє інформаційне забезпечення про стан ринку;
- проблеми залучення посередників та створення договірних відносин.

Оскільки негативні фактори чинять значний вплив на діяльність підприємства в цілому, підвищується роль збутової діяльності, змінюється її зміст та перерозподіляються пріоритети в системі збуту. З огляду на це, можна виділити шляхи підвищення ефективності господарської збутової та фінансового стану підприємства:

- розробка маркетингової стратегії та збутової політики;
- побудова конкурентоспроможної організаційної структури управління збутовою діяльністю;
- використання стратегічного менеджменту і маркетингу;
- визначення форм і типів збуту, умови ринків збуту та врахування збутової політики конкурентів;
- формування і оптимізація процесу просування та збутових мереж, спроможних охоплювати цільовий ринок, швидко й ефективно збувати продукцію та відповідати виробничій потужності підприємства;
- врахування залежності пропозиції товарів на ринку і збутом;
- раціоналізація форм і методів збуту, широти асортименту, якості послуг;
- координація власних інтересів з вимогами ринку;
- економічне оцінювання збутової діяльності.

В умовах ринкових відносин, що характеризуються конкуренцією, треба ефективно здійснювати управління збутовою діяльністю. З огляду на це, необхідно системно проводити дослідження ринку, збутових ризиків, можливостей підприємства. Створення відділів маркетингу та логістики, планування збутової діяльності, формування аналітичного та інформаційного забезпечення; розрахунок показників системи збуту, аналіз чинників, що впливають на відхилення планових та фактичних показників – невід’ємні дії для її реалізації.

### Література

- 1) Гамалій В. Ф. Сучасні проблеми збутової політики українських підприємств [Електронний ресурс]. / Гамалій В.Ф., Романчик С.А., Фабрика І. В. – Режим доступу :[http://www.kntu.kr.ua/doc/zb\\_22\(2\)\\_ekon/stat\\_20\\_1/02.pdf](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/02.pdf)
- 2) Осовська Г. В., Осовський О. А. Основи менеджменту. – К.: "Кондор", 2006.
- 3) Полукаров Л. В. Основы менеджмента: учебное пособие – К.: "Кондор", Москва 2008.
- 4) Хміль Ф.І. Основи менеджменту. – К.: Академвидав, 2003.
- 5) Балабанова Л. В. Управління збутовою політикою: навч. посіб. / Л. В. Балабанова, Ю. П. Мирохіна. – К.: ЦУЛ, 2011. – 240 с.

**КАВЕЦЬКА ІРИНА**

студентка III курсу факультету економіки, менеджменту та права  
*Науковий керівник: к.е.н, доцент Богацька Н.М.*  
Вінницький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету  
м. Вінниця

## ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ІНТЕГРАЦІЇ

Розвиток підприємств будь-якої галузі економіки на сучасному етапі не можливий без упровадження інновацій. В сучасних умовах глобалізації та швидкого розвитку економіки інтелектуалізація основних факторів виробництва та формування потужного інноваційного потенціалу є стратегічним завданням як економіки країни в цілому, так і будь-якого підприємства окремо [1, с. 348]. Тому, особливої актуальності набуває розгляд комплексу питань щодо інноваційної діяльності підприємств і, зокрема, інноваційного потенціалу.

Дослідженню інноваційного потенціалу приділено значну увагу в роботах багатьох вчених: О. Амоші, Ю. Бажала, В. Гончарова, В. Ляшенка, Л. Матросової, О. Федоніна, І. Ансоф, Л. Водачек, В. Геєць та інших.

Інноваційний потенціал – це сукупність природних і трудових ресурсів, організаційних та інформаційних компонентів, матеріальних умов, що функціонують як єдине ціле в умовах впливу факторів зовнішнього середовища з метою вирішення завдань інноваційної діяльності. Інноваційний потенціал забезпечує гнучкість виробничо-господарської системи, її здатність реагувати на зовнішній вплив, адаптуватися відповідно до вимог ринку, змін законодавства тощо [2]. Інноваційний потенціал визначається сукупністю ресурсів різних видів: інтелектуальних (патенти, ліцензії, технологічна документація тощо); матеріальних (технологічне та лабораторне устаткування); фінансових (власний, позичковий, венчурний капітал тощо); трудових; інфраструктурних (власні підрозділи НДДКР, техніко-технологічні підрозділи, патентно-правові відділи тощо) [3].

Саме через розвиток інноваційного потенціалу йде розвиток організації, її підрозділів і всіх елементів виробничо-господарської системи. Активне

впровадження у виробництво новітніх досягнень науки й техніки є характерною ознакою сучасного стану світової економіки. В умовах світової фінансово-економічної кризи конкурентоспроможними є підприємства та галузі, які ґрунтуються на впровадженні та використанні інноваційних технологій.

По-перше, інноваційний потенціал передбачає реальну або ймовірну спроможність підприємства виконувати цілеспрямовану роботу у сфері розробки, виробництва й упровадження інноваційного продукту або процесу. По-друге, використання інноваційного потенціалу як об'єкта управління дозволяє формувати плани, організаційні форми і проекти застосування різних інноваційних ресурсів з включенням їх у програми розвитку, підтримувати оптимальний баланс системи інноваційних ресурсів, збільшувати можливості використання фінансових ресурсів в інновації та знизити ризик використання інновацій [4, с. 130]. Інноваційний потенціал є тим підґрунтям, на підставі якого на підприємстві розробляється та впроваджується інтелектуальні ресурси, та відтворюється технологічна база виробництва. Інноваційна діяльність підприємства через нові знання відновлює інноваційний ресурс економічного зростання, передбачає реальну або ймовірну спроможність підприємства відтворювати виробництво інноваційної продукції, підвищувати рівень його інноваційного потенціалу.

Важливу роль у підвищенні інноваційної активності підприємств відіграє вибір і реалізація відповідної стратегії інноваційного розвитку підприємства. Для цього потрібна інформація щодо величини інноваційного потенціалу та рівня його використання. Моніторинг та оцінка рівня інноваційного потенціалу є актуальним завданням, оскільки його розв'язання дає змогу приймати стратегічні й тактичні рішення щодо інноваційного розвитку підприємства й розвитку його стійких конкурентних переваг [5]. Інноваційна активність, оновлення ідей, новацій, просування на ринок конкурентоспроможної продукції забезпечують лідерство підприємства в моделях нової економіки.

Отже, інноваційний потенціал є складною і багатогранною системою. Визначення інноваційного потенціалу підприємства має велике практичне значення, беручи до уваги особливості й тенденції, що позначилися у сучасних умовах господарювання, коли економічний ріст усе більше й більше залежить від здатності генерувати високу інноваційну активність. В умовах глобалізації та інтеграції зростання взаємної залежності країн і загострення глобальної конкуренції інноваційність є запорукою прогресу, а також фактором формування та нарощування конкурентної сили, забезпечення добробуту населення.

#### Література

1. Чирков С.О. Інвестиції в інноваційний потенціал підприємств // Вісник НУЛП. – 2008. – №628. – С. 348-351.
2. Шамина Л. Инновационный потенциал предприятия / Шамина Л. // Инновации. – 2007. – №9. – С. 58-60.

3. Гринько Т. Щодо інноваційного потенціалу як складової інноваційної активності підприємств / Гринько Т. // Економіст. – 2010. – №2. – С. 56-58.

4. Капітан І.Б. Формування структури інноваційного потенціалу підприємств і управління його розвитком / І.Б. Капітан // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 12 (66). – С. 130-137.

5. Чабан В.Г. Інноваційний потенціал підприємства та його оцінка / Чабан В.Г. // Фінанси України. – 2006. – №5. – С. 142-148.

**КАЛКАТІНА ЮЛІЯ**

студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту

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

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **ПОЗИКОВИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасних ринкових умовах господарювання позиковий капітал є каталізатором бізнес-процесів, що надає можливість вітчизняним підприємствам збільшувати прибуток і їх ринкову вартість. Сутність позикового капіталу підприємства проявляється в реалізації оперативних, координаційних, контрольних і регулюючих функціях процесу залучення зовнішніх джерел фінансування.

Згідно НП (С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», позиковими ресурсами виступає заборгованість підприємства, що виникла внаслідок минулих подій і погашення якої, як очікується, призведе до зменшення ресурсів підприємства, що втілюють в собі економічні вигоди [1].

Існують два головних об'єктивних чинника існування позикових коштів в капіталі суб'єкта господарювання [2]:

1. Розбіжність термінів виготовлення продукції (робіт, послуг), передання її споживачеві і надходження оплати обумовлює тимчасове переривання грошового потоку підприємства, що означає розрив у наявності оборотних коштів. Переривання грошового потоку за своїм характером буває очікуваним (плановим) внаслідок особливостей технології виробництва (сезонності, тривалості виробничого циклу) або незапланованим внаслідок непередбачених факторів бізнесу. Тимчасова недостатність обігових коштів, як правило, покривається короткостроковими (до 1 року) позиками.

2. Економічне зростання вимагає розширення або модернізації виробничої бази з відповідним рівнем капіталомісткості інвестиційних проектів, що, як правило, одним самофінансуванням не можливо повністю забезпечити. Саме тому для реалізації інвестиційних програм розвитку крім власних фондів розвитку виробництва, залучається довгостроковий позиковий капітал.

У процесі розвитку підприємства з погашенням його фінансових зобов'язань виникає потреба в залученні нових коштів. Джерела і форми залучення позикового капіталу підприємства є досить різноманітними.

Головною перевагою позикового капіталу підприємства є його нижча

вартість порівняно з власним. Вартість позикового капіталу порівняно з вартістю акціонерного капіталу є нижчою з ряду причин, а саме [3]:

- витрати з технічного забезпечення та ті, що пов'язані з залученням, для позикового капіталу нижчі, ніж для акціонерного (не потрібна функція реєстратора, послуги андеррайтера – фахівця з розміщення);

- додаткова процентна ставка на позиковий капітал нижча, ніж дохідність по акціонерному капіталу. Це пов'язано з нижчим ризиком, оскільки в разі фінансових невдач або банкрутства вимоги кредиторів будуть задоволені передусім. Крім того, позиковий капітал часто надається під гарантію або забезпечення реальними активами, які гарантують повернення коштів;

- плата за позиковий капітал зменшує оподатковувану базу. Використовуючи позиковий капітал, компанія економить на податкових платежах. Величина цієї економії називається податковим щитом;

- позиковий капітал не дає права його власникам на управління і не загрожує керівництву втратою робочих місць. Додаткова емісія акцій спричиняє потенційну загрозу скуповування акцій сторонніми інвесторами та зміни політики фірми, тобто зміни керівництва.

Метою управління формуванням позикового капіталу підприємства є визначення його найбільш раціонального джерела залучення чи поєднання кількох способів (інструментів), що сприяло б підвищенню вартості капіталізації підприємства.

До завдань політики управління позиковим капіталом відносять: встановлення напрямків ефективного використання позикових коштів; визначення оптимального обсягу позикового капіталу; визначення найкращих умов залучення позикових коштів для підприємства; розрахунок найоптимальнішого строку користування позиковими коштами.

Вибір форм залучення позикових засобів підприємство здійснює виходячи з цілей і специфіки своєї господарської діяльності.

Алгоритм формування політики управління позиковим капіталом підприємства залежить від того, на які цілі використовуються кошти: на просте чи на розширене відтворення. Перш за все, необхідно виходити з історичного ракурсу – оцінити ефективність формування і використання залученого капіталу в попередні періоди. За таких умов підприємство може прийняти найбільш оптимальні рішення щодо обсягів та терміну залучення позикового капіталу в майбутньому. Звертаючись до залучення довгострокового позикового капіталу, якщо підприємство має на меті придбання основних засобів для забезпечення подальшого розвитку, менеджмент підприємства включає до процесу формування політики управління позиковим капіталом пункт щодо короткострокового капіталу. Це зумовлено тим, що розширене відтворення підприємства не може відбуватись лише за рахунок довгострокових позикових коштів.

### Література

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до



фінансової звітності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nibu.factor.ua/ukr/info/instrbuh/npsbu1/>

2. Філіна Г.І. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: навч. пос. / Г.І. Філіна. – 2-ге вид., перероб. та доп.– К.: Центр учбової літератури, 2009. – 320 с.

3. Швиданенко Г.О. Управління капіталом підприємства: навч. посіб. / Г. О. Швиданенко, Н. В. Шевчук. – К.: КНЕУ, 2007. – 440 с.

**КАЛЮЖНА ОЛЕНА**

к.е.н, доцент кафедри управління виробництвом  
та інноваційною діяльністю підприємств  
Миколаївський національний аграрний університет  
м. Миколаїв

## **ФОРМУВАННЯ КООПЕРАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ МІЖ ПІДПРИЄМСТВАМИ СУБ'ЄКТАМИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

В умовах активізації євроінтеграційних процесів налагодження коопераційного співробітництва у виробничій сфері є характерною ознакою сучасного етапу світового економічного розвитку. Формування коопераційних зв'язків зазвичай позитивно впливає на підвищення конкурентоспроможності учасників коопераційних відносин та на зміцнення конкурентних позицій кооперантів на зовнішньому ринку, сприяє скороченню непродуктивних витрат та підвищенню рівня усталеності виробничо-господарської діяльності, створює сприятливі умови для розширення ринку збуту та ін.

Сутність коопераційних зв'язків становить комплекс виробничо-технологічних, фінансово-економічних, організаційно-управлінських та інших відносин між підприємствами, які виступають учасниками певного єдиного господарського циклу виготовлення засобів (продукції, послуг) задоволення суспільних або індивідуальних потреб та які об'єднують (на договірних або інших засадах) належні їм економічні ресурси для спільного досягнення заздалегідь встановлених цілей у ході розгортання послідовності етапів даного циклу. Процес формування виробничих коопераційних зв'язків в умовах євроінтеграції є багатоваріантним.

Так, джерела виникнення, час виникнення і характер узгодження всіх матеріальних, інформаційних, фінансових й інших потоків залежать від специфіки виробничо-господарської діяльності головного підприємства і узгодженості її з суб'єктами коопераційних відносин. Формування коопераційних зв'язків між підприємствами суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності здійснюється завдяки власній активності підприємств та наявності інституціональної інфраструктури підприємництва у вигляді організацій, норм та інших елементів останньої.

Особливе значення у цьому процесі набуває етап вибору потенційних партнерів та форми коопераційного співробітництва. На визначення цих двох

показників впливають фактори зовнішнього й внутрішнього середовища підприємства. До зовнішніх факторів відносяться: зовнішнє середовище, стратегії й цілі, розмір організації, технології, стадія життєвого циклу організації, організаційна форма.

Фактори внутрішнього середовища – людський, інформаційний та фактор засобів праці, системні фактори – фактор відповідності систем і фактор наукової організації управлінської праці).

Варто відмітити, що, на нашу думку, на відміну від зовнішніх факторів, фактори внутрішнього середовища є більш контрольованими з боку підприємства, оскільки наявність і ступінь впливу внутрішніх факторів прямо залежать від діяльності самого підприємства в умовах євроінтеграції. Проте певний ступінь контролю над станом цих факторів не може вважатися підставою, що зменшує їхньої значущості.

Результатом взаємодії наведених факторів в ході управління коопераційними зв'язками, між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, може стати підвищення якості управління; збільшення можливостей швидкого реагування на зміни ринкового попиту; збільшення конкурентоспроможності, вихід на нові зовнішні ринки збуту й здобуття домінуючого положення на традиційному світовому галузевому ринку. Завдяки позитивному впливу факторів між учасниками формуються відносини тісного співробітництва й взаємної підтримки.

Формування коопераційних зв'язків підприємств передбачає також високий рівень обґрунтованості вибору ним належної форми здійснення коопераційних зв'язків, адекватної реальним потребам у їх налагодженні, а також чіткого визначення можливих переваг й недоліків, притаманних обраному варіанту коопераційного співробітництва в умовах євроінтеграції. Найбільш поширеними формами кооперації підприємств суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності в умовах євроінтеграції є субпідряд, франчайзинг, венчурне фінансування, аутсорсинг і субконтрактинг [2].

Змістом зазначених форм є інтеграція (переплетіння) функціональних сфер діяльності великих, середніх та малих підприємств. Зокрема, формою виробничих функціональних інтеграційних зв'язків є субпідряд, формою виробничо-збутових – франчайзинг, формою виробничо-фінансових – лізинг, а формою інноваційних функціональних інтеграційних зв'язків є венчурне фінансування

Таким чином, слід відзначити, що вибір форми способів здійснення коопераційних зв'язків в умовах євроінтеграції відбувається під впливом складного мотиваційного комплексу, провідну роль у якому відіграють такі групи мотивів утворення коопераційних зв'язків: ринкові; ресурсні; виробничі; технологічні та інноваційні; фінансово-економічні; агентські; культурно-інформаційні; організаційні; інституціональні та інфраструктурні [3].

У свою чергу, мотиви здійснення коопераційних зв'язків визначають склад найбільш важливих параметрів оцінки факторів та передумов вибору певної їх форми. Коопераційні зв'язки між підприємствами є, по-перше,

об'єктивною необхідністю, яка впливає із закономірностей суспільного поділу праці; по-друге, передумовою розвитку як малих, так і великих підприємств; по-третє, формою розв'язання основної суперечності малого підприємництва; по-четверте, формою не протиставлення, а взаємодії багатьох великих, середніх та малих підприємств.

#### Література

1. Добринь С.В. Теоретична розробка інструментарію вибору форм коопераційних зв'язків підприємств України / С.В. Добринь // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: наук. збірник / За ред. І.Г. Ткачук – Івано-Франківськ: ВДВ ЦІТ Прикарпатського НУ ім. В.Стефаника, 2008. – Вип. IV. – Т.1. – С.146-152.

2. Варналій З. Кооперація великих і малих підприємств як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємництва України / З. Варналій, С. Дрига // Вісник КНТЕУ. – 2010. - №1. – С. 5-16.

3. Українська Л.О. Форми коопераційного співробітництва підприємств у міжнародних економічних відносинах / Українська Л.О., Соколов В.М. // Економіка розвитку. – №3(59) . – 2011р. – С.5-10.

**КАРДАШ МИКОЛА**

студент III курсу факультету економіки і менеджменту  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент Ковалев В.В.*  
Херсонський державний університет  
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.

Під фінансовим плануванням розуміють планування надходжень і використання фінансових ресурсів для забезпечення розвитку підприємства. Воно здійснюється шляхом складання планів різного змісту та призначення залежно від завдань та об'єктів планування та сприяє виявленню внутрішніх резервів підприємства, дотриманню режиму економії.

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" [1, 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 [2, 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 прогностичні 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.

#### **Література**

1. Партий Г.О. Фінанси підприємства: навч. посіб. / Г. О. Партий, 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.

**ГУБА АНАСТАСІЯ**

**КАЧАН АННА**

студентки IV курсу фінансового факультету  
*Науковий керівник: ст. викладач Фоміних В.І.*

Університет митної справи та фінансів  
м. Дніпро

## **ФІНАНСОВИЙ ЛІЗИНГ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

В наш час, за умов економічної кризи в Україні велика кількість підприємств не в змозі своїми коштами здійснювати технічне оновлення виробничих потужностей. Внаслідок цього в нашій країні постає потреба розвитку лізингового бізнесу, що в свою чергу призведе до залучення приватних інвестицій для фінансової підтримки підприємств особливо в сфері малого та середнього бізнесу.

Фінансовий лізинг – це договір лізингу, в результаті укладення якого лізингодавцю на своє замовлення отримує в платне користування від лізингодавця об'єкт лізингу на строк, не менший строку, за який амортизується 60 відсотків вартості об'єкта лізингу, визначеної в день укладення договору [1]. Фінансовий лізинг, як один із видів інвестування, являє собою ефективний механізм оновлення виробничих фондів підприємств основних галузей економіки без великих капітальних витрат.

Для України відносини фінансового лізингу є порівняно новим явищем. Вони знаходяться в стадії становлення та носять складний, суперечливий характер. У національній економіці частка лізингу в загальному обсязі інвестицій не перевищує 3-5%, у той час як у США – 50%, в Європі – 40%, в Азії – 80%, у Росії – 9-15% [3]. В Україні нині фінансовий лізинг застосовується в незначних масштабах. Станом на 30.09.2015 до переліку юридичних осіб, які мають право надавати фінансові послуги та перебувають на обліку в Нацкомфінпослуг, внесено інформацію про 267 юридичних осіб – лізингодавців та до Державного реєстру фінансових установ внесено інформацію про 293 фінансові компанії, що надають послуги фінансового лізингу [2].

Станом на 30.09.2015 відбулося збільшення зареєстрованих установ на 1,1% порівняно з відповідним періодом попереднього року, але відбулося скорочення кількості діючих і укладених за звітний період договорів на 17,6%

та 58,5% відповідно. При цьому знизилася і вартість договорів на 47,9% і 6,7% відповідно. Дані наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Динаміка основних показників діяльності лізингодавців за III квартал 2013–III квартал 2015 рр [2]

Показник	Станом на 30.09.2013	Станом на 30.09.2014	Станом на 30.09.2015	Темп приросту % (2014/2013)	Темп приросту % (2015/2014)
Кількість зареєстрованих установ	256	264	267	3,1	1,1
Вартість діючих договорів фін. лізингу (млн грн)	68255,4	57089,6	29723,2	-16,4	-47,9
Кількість діючих договорів фін. лізингу (од.)	21746	27628	22773	27,0	-17,6
Вартість договорів фін. лізингу, укладених за звітний період (млн грн.)	29787,6	5328,5	4973,1	-82,1	-6,7
Кількість договорів фін. лізингу, укладених за звітний період (од.)	8147	6501	2700	-20,2	-58,5

*Джерело: за даними Національна комісія, що здійснює державне регулювання [2]*

Негативна динаміка ринку лізингу пов'язана з проблемами лізингодавців, які їм створює українське законодавство. Найголовнішою з них є недосконалість українського законодавства. Цей факт не дає змогу ринку повноцінно розвиватися, а компанії, у свою чергу, зазнають збитків. За 9 місяців 2015 року загальний обсяг джерел фінансування юридичних осіб – лізингодавців та фінансових компаній становить 4 026,8 млн грн, що на 279,7 млн грн, або на 6,5% більше порівняно з відповідним періодом 2014 року [2]. За підсумками III кварталу 2015 року найбільшими споживачами лізингових послуг є [3]: транспортна галузь, вартість договорів становить 10 939,8 млн грн (станом на 30.09.2014 – 37 275,2 млн грн, спад на 70,7% (26 335,4 млн грн)); сільське господарство, вартість договорів становить 7 621,8 млн грн (станом на 30.09.2014 – 9 971,1 млн грн, спад на 23,6% (2 349,3млн грн));добувна промисловість, вартість договорів становить 1 623,6 млн грн (станом на 30.09.2014 – 955,2 млн грн, ріст на 70,0% (668,4млн грн)); будівництво, вартість договорів становить 1 375,1 млн грн (станом на 30.09.2014 – 2 090,2 млн грн, спад на 34,2% (715,1 млн грн)); сфера послуг, вартість договорів становить 1 038,3 млн грн (станом на 30.09.2014 – 1 229,3 млн грн, спад на 15,5% (191,0 млн грн)).

Отже, проаналізувавши сучасний стан та особливості функціонування лізингових компаній України, можна зробити висновок, що ринок лізингових послуг перебуває в тяжкому стані, але має потенціал. Для вирішення цілої низки проблем необхідна комплексна співпраця як держави в особі уповноважених нею органів, лізингових компаній, так і споживачів, оскільки розвиток лізингу є не тільки засобом підвищення якості та ефективності

виробництва, оновлення основних фондів окремого підприємства, а й інтенсифікації розвитку вітчизняної економіки в цілому. Якщо оцінювати перспективи розвитку лізингу в Україні, то необхідно зазначити, що комерційні банки неспроможні надати весь комплекс послуг із лізингу. Тому постає питання про необхідність створення спеціальних лізингових фірм за аналогією з розвинутими країнами.

#### Література

1. Інформаційно-аналітичний портал «Лізинг в Україні» [Електронний ресурс]. ☒ Режим доступу: <http://leasinginukraine.com>.

2. Національна комісія, що здійснює державне регулювання 132 Серія Економічні науки Випуск 16. Частина 4. 2016 у сфері ринків фінансових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nfr.gov.ua/>.

3. Ринок лізингу. Статистика. Асоціація «Українське об'єднання лізингодавців» [Електронний ресурс]. ☒ Режим доступу: <http://www.leasing.org.ua/ua/rating/>.

**КОВАЛЬОВ ВІТАЛІЙ**

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

### **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ГОСПОДАРЮЮЧОГО СУБ'ЄКТА**

В умовах конкурентного середовища діяльність суб'єктів господарювання пов'язана не тільки з завоюванням певного положення на ринку, але й його збереження. Вирішити цю проблему тільки за рахунок оптимізації бізнес-процесу не можливо. Потрібен комплексний підхід, єдина стратегія розвитку та підвищення ефективності господарювання.

Впровадження збалансованої системи показників як методу управління здатне активізувати функції управління, які спрямовані на вирішення економічних проблем господарюючого суб'єкта.

Концепція збалансованої системи показників (ЗСП) була розроблена на початку 90-х років ХХ століття Гарвардською бізнес-школою під керівництвом Каплана Р. та Нортана Д. з метою усунення недоліків класичної системи показників [3].

Базуючись на емпіричних дослідженнях, Каплан Р. та Нортан Д. довели, що успішні компанії в своїх системах цілей враховують, як мінімум, чотири перспективи: фінанси; клієнти; внутрішні бізнес-процеси; навчання та зростання [1, с. 62].

Збалансована система показників – це система стратегічного управління суб'єктом господарювання на підставі вимірювання та оцінки ефективності його діяльності за набором показників, які враховують всі аспекти його діяльності [2, 4, 5, 6].

ЗСП є платформою для інтеграції використовуваних елементів управління [1, с. 53].

Базуючись на концепції побудови збалансованої системи показників, господарюючий суб'єкт може визначити стратегію свого подальшого розвитку: сформулювати обґрунтовану стратегію; розтлумачити стратегію всім працівникам; погодити оперативний та стратегічний рівень управління; здійснити оцінку результатів діяльності персоналу з погляду реалізації стратегії, використовуючи базові показники ефективності; трансформувати стратегічні цілі в дієвий план оперативної діяльності підрозділів та персоналу; попередити виникнення кризових ситуацій та інше.

Використання ЗСП як інструменту підвищення ефективності діяльності дозволить господарюючим суб'єктам вирішити цілу низку проблем, а саме: врахувати зовнішні чинники діяльності шляхом включення до моніторингової системи суб'єкта господарювання показників нефінансового характеру; виявити та усунути слабкі місця у своїй діяльності; використовуючи причинно-наслідкові зв'язки показників в системі ЗСП своєчасно виявляти причини погіршення фінансових результатів; в процесі діяльності з'являється можливість швидко та оперативно коригувати управлінські рішення; підвищити свою конкурентоспроможність та покращити інвестиційно-інноваційну привабливість.

Етапами розробки оптимальної ЗСП є: визначення стратегічної мети; розподіл її за рівнями управління, відповідно функціональним цілям; визначення основних факторів успіху та відповідних їм показників ефективності.

Складовими ЗСП можуть бути різні показники і за кількістю, і за змістом, залежно від цілей та місії господарюючого суб'єкта та напрямів його стратегічного розвитку.

ЗСП дає можливість: аналізувати господарську діяльність суб'єкта господарювання; прогнозувати проблеми та запобігати їх появі; поєднати стратегічне та оперативне управління; контролювати фінансові та не фінансові показники діяльності господарюючого суб'єкта.

Основною метою впровадження ЗСП для господарюючих суб'єктів є створення системи управління, яка дозволить: планомірно реалізувати стратегічні плани, контролюючи реалізацію стратегії за допомогою основних показників ефективності; забезпечити реалізацію стратегії постійної діяльності усіх підрозділів, здійснюючи управління за допомогою планування, обліку, контролю та аналізу збалансованих показників, а також мотивації персоналу на їх досягнення; миттєво реагувати на зміни; прив'язати мету суб'єкта господарювання до діяльності персоналу.

### Література

1. Внедрение сбалансированной системы показателей / Horvath & Partners; пер. с нем. [Текст] - М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. - 478 с.
2. Гершун А. Технологии сбалансированного управления / А. Гершун, М. Горский. – М.: Олимп-Бизнес, 2005. – 415 с.
3. Каплан, Р.С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию [Текст] / Р.С. Каплан, Д.П. Нортон / Пер. с англ. - М.: Олимп-Бизнес, 2004. - 320 с.
4. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Организация, ориентированная на стратегию.



Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей / С. Роберт Каплан, П. Дейвид Нортон; пер. с англ. – М. : Олимп-Бизнес, 2004. – 416 с.

5. Мицкевич А. Структура сбалансированной системы показателей фирмы / А. Мицкевич // Экономические стратегии. – 2004. – №5-6. – С.132-137.

6. Олексів І.Б. Побудова системи збалансованих показників підприємства на основі моделі одночасних рівнянь / І.Б. Олексів // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2006. – №12. – С. 132-138.

**КОЗУБЕНКО ТЕТЯНА**

студентка VI курсу факультету економіки і менеджменту

*Науковий керівник: викл. Петренко В.С.*

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **ЛІКВІДНІСТЬ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ: УПРАВЛІННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ**

Банківська ліквідність відіграє життєво важливу роль як у діяльності самих банків, так і у фінансовій системі країни. Щоденна робота з підтримування достатнього рівня ліквідності є неодмінною умовою самозбереження та виживання банку. Без ліквідності банк не може виконувати свої функції і проводити операції з обслуговування клієнтів, тому вирішення проблем ліквідності повинно мати найвищий пріоритет у роботі менеджменту банку. Розвиток сучасних ринків та пропонованих ними фінансових інструментів значно розширює можливості банків щодо управління ліквідністю, одночасно ускладнюючи процес вибору оптимального рішення. Все це підтверджує актуальність обраної теми.

Ліквідність є важливою характеристикою банку, яка свідчить про фінансову стабільність, спроможність банку розширювати обсяги активних операцій та протистояти негативним наслідкам кризових ситуацій.

Термін «ліквідність» має широкий спектр застосування і використовується в різних сферах економіки, пов'язується з різними об'єктами, цей термін використовується як самостійна економічна категорія у сполученнях з іншими поняттями, що відносяться до конкретних об'єктів (товар, цінний папір) і суб'єктів національної економіки (банк, підприємство, ринок), а також для визначення характерних рис діяльності економічних суб'єктів (баланс банку, баланс підприємства тощо).

З урахуванням цього у світовій банківській теорії і практиці ліквідність прийнято розуміти як «запас» або як «потік». При цьому ліквідність як «запас» включає визначення рівня можливості комерційного банку виконувати свої зобов'язання перед клієнтами в певний конкретний момент часу шляхом зміни структури активів на користь їх високоліквідних статей за рахунок наявних у цій області невикористаних резервів. При цьому оцінку ліквідності з точки зору запасу характеризують як доволі вузьке розуміння, оскільки до уваги не

беруться ліквідні кошти, які банк може отримати на кредитних ринках або у вигляді доходів.

Ліквідність як «потік» аналізується з погляду динаміки, що припускає оцінку здатності комерційного банку протягом певного періоду часу змінювати несприятливий рівень ліквідності, що склався, або запобігати погіршенню досягнутого, об'єктивно необхідного рівня ліквідності (зберігати його) за рахунок ефективного управління відповідними статтями активів і пасивів, залучення додаткових позикових засобів, підвищення фінансової стійкості банку шляхом зростання доходів [3, с. 29].

У міжнародній банківській практиці під ліквідністю банку розуміють його здатність швидко і в повному обсязі задовольняти невідкладні потреби у грошових коштах, тому одним із найважливіших завдань управління банком є забезпечення відповідного рівня його ліквідності [2, с. 7].

Ліквідність комерційних банків в Україні регулюється Законом України «Про банки і банківську діяльність» від 7 грудня 2000 р. (зі змінами та доповненням) [4] та нормативно-правовими актами Національного банку України, що видаються у формі постанов Правління НБУ, інструкцій, положень.

Розглядаючи питання ліквідності комерційного банку неможливо не зупинитись і на його платоспроможності, який визнаний одним із головних у міжнародній банківській практиці.

Регулювання платоспроможності, як правило, відноситься до функцій держави в особі Центрального банку. Конкретно регулювання здійснюється шляхом встановлення нормативів на розміри статутних фондів, резервних та інших фондів. Тобто об'єктом регулювання є капітал банку. Мета регулювання — забезпечення достатнього рівня капіталу для захисту фінансових зобов'язань. Категорія платоспроможності теж є запорукою надійності банку [1, с. 28].

Регулювання ліквідності комерційних банків вимагає аналізу впливу окремих банківських операцій на загальний рівень ліквідності кредитної установи. При цьому як основні операції доцільно виділити результати реалізації базових функцій комерційного банку, пов'язаних із кредитним і розрахунково-касовим обслуговуванням клієнтів.

Таким чином, для всебічного аналізу й ефективного регулювання банківської ліквідності необхідно враховувати дані про рух коштів за позичковими операціями. Ця необхідність підтверджується тим, що банк для задоволення можливих запитів своїх клієнтів може використовувати не лише залишки коштів у касі та на кореспондентському рахунку, але й суми, що вивільняються при погашенні заборгованості за виданими раніше позиками. Ефективне управління ліквідністю — одне з найскладніших та найактуальніших завдань кожного банку. Управління ліквідністю в банку здійснюється для одночасного виконання двох завдань-дотримання нормативного рівня ліквідності та отримання максимального доходу від активних операцій. Управління ліквідністю банку здійснюється на двох

рівнях: централізовано шляхом встановлення економічних нормативів ліквідності та децентралізовано — на рівні комерційного банку.

Отже, до проблеми управління ліквідністю комерційного банку слід підходити комплексно, визначаючи при цьому всі переваги та недоліки управлінських рішень. Тобто дана проблема вимагає подальшого комплексного аналізу для ефективного управління ліквідністю банку.

#### Література

1. Киселёв В.В. Управление банковским капиталом (теория и практика) / В.В. Киселёв. – М: ОАО «Издательство «Экономика», 1997. – 256 с.
2. Ковальчук Т.Т. Ліквідність комерційних банків / Т.Т. Ковальчук, М.М. Коваль. – К.: Знання, 1996. – 120 с.
3. Олійник Д. Управління ліквідністю комерційного банку та оптимізація фінансового результату / Д. Олійник // Вісник НБУ. – 2005. – № 8. – С. 28-29.
4. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07.12.2000 р. № 2121-III (із змінами та доповненнями). // Відомості Верховної Ради. – 2001.

**КРИВА ЯНА**

студентка III курсу факультету економіки, менеджменту та права  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент Богацька Н.М.*  
Вінницький торговельно-економічний інститут  
Київський національний торговельно-економічний університет  
м. Вінниця

## ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

В умовах глобалізації виробництва, розвитку сучасних комунікаційних інформаційних технологій фінансові ресурси стають найбільш рухливими економічними ресурсами, що визначають динаміку й результати діяльності промислових підприємств, адже вони формують потужний фінансовий потенціал для оперативного й стратегічного впливу на виробничо-господарську ситуацію щодо швидкої зміни кон'юнктури внутрішнього й зовнішнього ринків[2].

Фінансовий потенціал – це обсяг наявних фінансових ресурсів підприємства та прихованих його можливостей за рахунок яких існує потенційна можливість збереження стійкості підприємства, підвищення його конкурентоспроможності, отримання наперед визначеного позитивного фінансового результату, що може бути реалізованим внаслідок управлінського впливу з метою досягнення певного наперед визначеного рівня розвитку підприємства як на певний момент часу, так і у перспективі [1].

Фінансовий потенціал підприємства відіграє визначальну роль. По-перше, він впливає на виробничий потенціал з точки зору вільних фінансових ресурсів, достатності коштів на технологічні інновації. По-друге, він чинить вплив на управлінський потенціал через стабільний фінансовий стан для нарощування стратегічного потенціалу, забезпечення прибутковості та

рентабельності бізнесу, реалізації ефективних господарських стратегій. По-третє, ефективний фінансовий потенціал забезпечує формування ринкового потенціалу через фінансові можливості для здійснення маркетингових досліджень, забезпечення гнучкої цінової політики, значної ринкової частки, низьких витрат на збут та доведення продукції до споживача [3].

Фінансовий потенціал підприємства визначає конкурентоздатність, можливості ділового співробітництва, оцінює, наскільки гарантовані економічні інтереси самого підприємства і його партнерів у фінансовому і виробничому відношеннях. Тобто досягнення підприємством поставлених цілей і завдань залежить від існуючих фінансових можливостей і рівня ефективності його використання. У зв'язку з цим тільки на основі комплексного аналізу фінансового потенціалу й оцінки його параметрів є можливим виявлення резервів покращення діяльності підприємства та формування напрямів розвитку відповідно до ринкових змін.



Рис. 1. Складові фінансового потенціалу підприємства [4]

Умови функціонування у конкурентному середовищі вимагають подальших поглиблених досліджень фінансового потенціалу підприємства з точки зору оптимальності його структури, ефективності використання, зв'язку з виробничим потенціалом, у тісному зв'язку фінансового потенціалу підприємства з рівнем його операційної безпеки та конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

Оскільки фінансовий потенціал є комплексним поняттям, що пов'язане з ефективністю та результативністю діяльності підприємства є необхідним здійснювати його оцінку через показники фінансової звітності та у тісному зв'язку з такими його характеристиками як стан активів та джерел їх формування, рівня ділової активності, стану балансової напруги та операційної безпеки.

#### Література

1. Белінська О.В. Сутність фінансового потенціалу підприємства / О.В. Белінська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2012. – №4. – С. 268
2. Возняк Г.В. Фінансовий потенціал реального сектора економіки регіону: підходи до формування та використання / Г.В. Возняк // Регіональна економіка. – 2012. – №1. – С. 107.
3. Курінна О.В. Теоретичні аспекти управління фінансовим потенціалом підприємств / О.В. Курінна // Науковий вісник Академії муніципального управління: Серія «ЕКОНОМІКА». – 2014. – №1. – С. 165-166.
4. Рзаєв Г.І., Жовтівська О.В. Фінансовий потенціал підприємства та методи його оцінки / Г.І. Рзаєв // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. – 2014. – №4 – С. 50-53.

**КУКЛИНА Т.С.**

к.е.н., доцент кафедри міжнародного туризму

**ІВАНОВ В.О.**

студент VI курсу факультету міжнародного туризму та управління персоналом

Запорізький національний технічний університет  
м. Запоріжжя

## **ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЛЯ САНАТОРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Генеральною метою ринкової економіки України є прискорення темпів економічного зростання. Здійснення економічних реформ, інтеграція національної економіки у світове господарство вимагає вибору адекватних моделей подальшого розвитку та застосування інноваційних механізмів і методів вивчення ринку.

Дослідження свідчать, що результати функціонування підприємств в значній мірі залежать від комплексної розробки системи стратегічного управління конкурентоспроможністю, досягнення і реалізації його конкурентних переваг. Таким чином оволодіння стратегією управління конкурентоспроможністю постає життєво важливою проблемою і необхідною складовою частиною загальної системи стратегічного управління розвитком підприємств.

Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю підприємств санаторно-рекреаційної сфери ґрунтується на використанні базових положень науки управління, відповідно до яких основними елементами системи управління є мета, об'єкт і суб'єкт, методологія та принципи, процес та функції управління.

Для вибору правильної та ефективної стратегії потрібно спочатку знати, яку ринкову позицію займає підприємство. Для того, щоб це встановити проводять SPACE-аналіз [1].

За результатами SPACE-аналізу визначають тип конкурентної стратегії, в даному випадку рекомендуємо обрати стратегію оптимальних витрат. Оскільки більшість пансіонатів займають достатньо міцну позицію на ринку доцільною є робота над одночасним зниженням витрат та підвищенням якості послуг. Ідея стратегії полягає у створенні підвищеної цінності, що відповідає чи перевищує купівельні очікування в шкалі «якість – обслуговування – характеристики послуги» і одночасно переконанні споживачів у доцільності ціни. Стратегічна мета полягає в тому, щоб стати виробником послуги з низькими витратами і відмітними характеристиками від гарних до чудових, а потім, використовуючи перевагу по витратах, знижувати ціну в порівнянні з аналогічними товарами, виробленими конкурентами [2].

Процес управління конкурентоспроможністю підприємств санаторно-рекреаційної сфери включає в себе наступні дії:

- моніторинг конкурентного середовища та оцінку конкурентної ситуації в галузі та на туристичному ринку;
- діагностування конкурентоспроможності підприємства та його основних суперників;
- конкурентне позиціонування підприємства – вибір стратегічних господарських підрозділів із перевагами у конкурентній боротьбі;
- розробка концепції та стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства;
- реалізація конкурентної стратегії підприємства [3].

Структуру системи управління конкурентоспроможністю формують 8 програмно-цільових комплексних блоків, які відображують необхідні дії, конкретні організаційні, економічні, техніко-технологічні заходи у їх взаємозв'язку та взаємозалежності, реалізація котрих буде сприяти результативному здійсненню управлінських рішень у певній сфері діяльності.

Всі блоки системи об'єднані базовим принципом – кожен з них забезпечує розв'язок проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства, підсилення його позицій на світовому та внутрішньому ринках, забезпечення стійкого розвитку за рахунок створення та підтримки конкурентних переваг.

Така структуризація дає змогу здійснювати системний та цілеспрямований пошук шляхів поєднання всіх основних компонентів організаційно-економічного забезпечення внутрішньофірмового управління з метою концентрації зусиль і управлінських впливів на чинники, що визначають внутрішній потенціал підприємства, який дає змогу забезпечити підвищення його конкурентних можливостей.

#### **Література**

1. Забелин П.В. Основы стратегического управления / П.В. Забелин Н.К. Моисеева. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2002. – 195 с.
2. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И.М. Лифиц. – М.: Международные отношения, 2001. – 395 с.
3. Дикань В. Управління якістю як фактор конкурентоспроможності підприємств // Економіка України / В. Дикань – 2001.. – № 1. – С. 43-48.

**Кулянкова Діана**

студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту

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

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ЛІКВІДНІСТЬ В СИСТЕМІ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Фінансова стійкість підприємства формується в процесі всієї виробничо-господарської діяльності і є головним компонентом загальної стійкості підприємства. Вона обумовлена як стабільністю економічного середовища, в

рамках якого діє підприємство, так і результатами його функціонування, його активного та ефективного реагування на зміни внутрішніх та зовнішніх факторів. Оцінка фінансової стійкості дозволяє з'ясувати, наскільки правильно підприємство управляло фінансовими ресурсами протягом періоду. Недостатня фінансова стійкість може привести до відсутності у компанії коштів для подальшого розвитку, а надмірна – перешкоджати розвитку, обтяжуючи витрати підприємства надмірними запасами та резервами.

Предметом розгляду статті є визначення сутності платоспроможності та ліквідності підприємства та їх місця в сучасному економічному середовищі.

Ліквідність означає здатність активу до швидкого перетворення в грошові кошти. Платоспроможність означає достатність ліквідних активів для погашення в будь-який момент всіх своїх короткострокових зобов'язань перед кредиторами [1].

Існують відмінності в трактуванні поняття “платоспроможність”, що викликані, скоріше за все, змішуванням двох поглядів на поняття ліквідності: ліквідності як однієї з характеристик фінансової стійкості підприємства і, так званої, ліквідності балансу. При зміні підходу змінюються і пріоритети: якщо мова йде про ліквідність балансу, то платоспроможність виступає як умова погашення всіх боргових зобов'язань підприємства наявними в його розпорядженні активами; якщо мова йде про оцінку фінансової стійкості підприємства, то навпаки – ліквідність є однією з часткових характеристик платоспроможності, що відображає можливість погашення зобов'язань ліквідними активами. Тому в якості характеристики фінансової стійкості підприємства поняття платоспроможності ширше, ніж ліквідність, оскільки об'єднує в собі як наявність засобів для покриття зобов'язань, так і форму, в якій ці засоби знаходяться. Отже, ліквідність є одним із аспектів платоспроможності, пов'язаною з перетворенням наявних засобів в таку форму, яка дозволяє виконати свої зобов'язання [2].

В.Г.Артеменко, В.І.Іващенко, М.А.Болюх визначають платоспроможність як здатність підприємства своєчасно і повністю виконувати свої платіжні зобов'язання, що витікають з виробничих, торгівельних, кредитних та інших операцій грошового характеру [3; 4].

В.В.Ковальов, О.Н.Волкова під платоспроможністю розуміють наявність у підприємства грошових коштів або їх еквівалентів, достатніх для розрахунків по кредиторській заборгованості, що вимагає негайного погашення [5].

Поняття платоспроможності та ліквідності підприємства дуже близькі, але ліквідність є більш вузьким: від ступеня ліквідності залежить платоспроможність.

Суттєвою ознакою ліквідності є формальне перевищення (у вартісній оцінці) оборотних активів над короткостроковими пасивами.

Чим більше це перевищення, тим сприятливіший фінансовий стан підприємства. Ліквідність менш динамічна в порівнянні з платоспроможністю.

Для правильного розуміння динаміки та рівня платоспроможності підприємства необхідно брати до уваги такі фактори:

1. Характер діяльності підприємства.
2. Стан запасів. У підприємства може бути надлишок або нестача запасів, порівняно з величиною, необхідною для безперебійної діяльності.
3. Стан дебіторської заборгованості: наявність чи відсутність в її складі прострочених та безнадійних боргів.

Для визначення рівня платоспроможності підприємства варто використовувати показники ліквідності з їх нормативними значеннями. У разі, якщо наведені вимоги не виконуються, можна очікувати, що рано чи пізно суб'єкт господарювання виявиться неплатоспроможним, а отже, і виникне підстава для порушення проти нього справи про банкрутство.

#### Література

1. Абрютіна М.С. Аналіз фінансово-економічної діяльності підприємства / М.С. Абрютіна, А.В. Грачев. – М.: Дело и сервис, 2001. – 272 с.
2. Чупис А.В. Фінансове положення підприємства (оцінка, аналіз, планування) / А.В. Чупис, А.М. Царенко, О.Л. Кашенко. – Суми: Сумський гос. аграрний ун-т: Університетська книга, 1998. – 331 с.
3. Артеменко В.Г. Фінансовий аналіз / В.Г. Артеменко, М.В. Беллендир. – М.: Дело и Сервис, 1999. – 160 с.
4. Іващенко В.І. Економічний аналіз господарської діяльності / В.І. Іващенко, М.А. Болюх. – К.: ЗАТ “Нічлава”, 1999. – 204 с.
5. Ковалев В.В. Аналіз господарської діяльності підприємства / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова. – М.: Проспект, 2000. – 424 с.

**ЛЕВИЦЬКА СВИТЛАНА**

аспірант

*Науковий керівник: д.е.н., доцент, Шашкова Н.І.*

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

У сучасних умовах нестабільності ринку функціонування будь-якого суб'єкта господарювання в значній мірі залежить від економічної безпеки. Економічна безпека підприємства визначається його економічною незалежністю та ефективністю, а також зростаючими темпами соціально-економічного розвитку. Сукупність економічної безпеки підприємств і домашніх господарств впливають на формування економічної безпеки держави. На думку В. Предборського, економічна безпека – це не тільки захищеність національних інтересів, але і готовність та здатність інститутів влади створювати механізми реалізації і захисту національних інтересів розвитку вітчизняної економіки, підтримки соціально-політичної стабільності суспільства [3].

При цьому узагальнюючими оціночними критеріями економічної безпеки є показники рівнів валового внутрішнього продукту (ВВП) і



національного доходу (НД) в розрахунку на душу населення, конкурентоздатності національного товаровиробництва на внутрішньому і зовнішніх ринках, стабільності курсу грошової одиниці, збалансованості платіжного балансу, розмірів подушних доходів різних соціальних груп населення та їх реальної платоспроможності. Чим вищі ці показники, тим міцніші гарантії безпеки країни [1].

Часто країни для сталого економічного розвитку та зміцнення своїх позицій на міжнародній арені укладають міждержавні угоди, щодо створення один одному сприятливих умов здійснення економічної діяльності.

Процеси міжнародної економічної інтеграції є домінуючими в розвитку світової економіки. Головна мета таких процесів – збільшення обсягів та розширення асортименту товарів і послуг у результаті забезпечення ефективності господарської діяльності.

Відомо, що створення інтеграційних об'єднань призводить до позитивного впливу на економіки країн – учасниць, а саме : прискорення темпів економічного зростання, розширення розмірів ринку, розвиток міжнародної спеціалізації і кооперації у виробництві, науці та техніці, зниженням інфляції, скорочення трансакційних витрат, підвищення зайнятості населення та створення сприятливого зовнішньо - політичного середовища в цілому.

Але, окрім позитивних наслідків розвитку економічної інтеграції існують і негативні, що стосуються як світового співтовариства в цілому, так і окремих національних економік. До таких наслідків варто віднести: нездатність виробників країн, що розвиваються, конкурувати з виробниками економічно розвинутих країн; занепад деяких галузей; нав'язування певних зразків і стандартів життя країнами – домінантами (втрата державної ідентичності); посилення взаємозалежності національних економік і, як слідство цього процесу, зменшення стабільності світової фінансової системи та економічної безпеки країн [2].

Отже, економічна безпека держави відіграє важливу роль у досягненні економічного суверенітету країни, забезпеченні сталого економічного розвитку, реалізації ефективної соціальної політики, зростанні конкурентоспроможності національної економіки.

Структурна перебудова економіки, стимулювання інноваційно-інвестиційної активності, розвиток підприємництва та пришвидшення інтеграційних процесів – це одне із пріоритетних напрямлень політики держави. Економічна інтеграція відкриває великі можливості для країни, але в тому разі , якщо вона є сильною у конкурентному плані держава, яка здатна знайти собі гідне місце на світовому ринку. Тому головним завданням уряду є впровадження інтеграційного процесу без негативного впливу на економічну безпеку країни.

## Література

1. Пастернак-Таранушенко Г. А. Економічна безпека держави. Методологія забезпечення [Монографія] / Г. А. Пастернак-Таранушенко. – К.: Київський економічний інститут менеджменту, 2003. – 320 с.
2. Позитивний ефект та негативні наслідки, які отримує національна економіка від участі в міжнародній економічній інтеграції. – [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=70778>
3. Предборський В. А. Економічна безпека держави [Монографія] / В. А. Предборський. – К.: Кондор, 2005. – 391 с.

**ЛЕСИК АНАСТАСІЯ**

здобувач освіти 3 курсу факультету економіки, менеджменту і права  
*Науковий керівник: асистент Горшков М.А.*  
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ  
м. Вінниця

## ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасний стан світової економіки характеризується стрімкою глобалізацією, яка ущільнює ринки і посилює конкуренцію в усіх видах економічної діяльності. Нині зайняти достойне місце у світовому економічному просторі можуть лише ті підприємства, які здатні ефективно використовувати свої ресурсні можливості для формування конкурентних переваг і реалізації конкурентних стратегій. Саме тому напрямок досліджень з пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності є достатньо актуальним.

Дослідження сутності конкурентоспроможності підприємств та шляхів її підвищення знайшло відображення в роботах багатьох відомих зарубіжних і вітчизняних науковців, а саме І. Ансоффа, І. Братіщева, М. Бруна, Н. Горбаня, П. Друкера, Ф. Котлера, М. Портера, А. Суботіна, М. Денисенка велика кількість і різноманітність публікацій яких свідчить про складність цих питань.

Серед проблем, які перешкоджають успішній реалізації конкурентних переваг українських підприємств варто відзначити техніко-технологічну відсталість підприємств і наявність несприятливого бізнес клімату. Україна сьогодні є однією з найменш конкурентоздатних країн, тому стає очевидним, що проблема підвищення конкурентоспроможності як вітчизняних товарів і послуг, так і економіки України в цілому, сьогодні виходить на перший план.

На світовому ринку конкурентоздатними визнані менше 1% українських товарів і послуг. При цьому товарна номенклатура товарів, що реалізуються на зовнішньому ринку, як і раніше складається з товарів сировинної групи і напівфабрикатів [1, с.38]. Крім того, українська економіка ґрунтується на традиційних видах виробництва, які не зазнавали значних змін протягом багатьох років.

Особливістю сучасного ринкового середовища є зміна цінової конкуренції на нецінову, тобто конкуренція технічного та якісного рівня продукції. У конкурентній боротьбі за ринки збуту сьогодні перемагає не той, хто пропонує нижчі ціни, а той, хто пропонує вищу якість та супровідні функції. Однак при цьому роль ціни не зменшується, вона завжди була й буде виступати найвпливовішим критерієм максимізації прибутку.

Досвід провідних іноземних підприємств свідчить, що здобути успіх на ринку можна шляхом вдосконалення системи управління якістю. Сертифікація систем управління відповідно до вимог національних або міжнародних стандартів у першу чергу дозволить підвищити конкурентоспроможність продукції вітчизняних виробників. Для підтвердження якості в міжнародній практиці використовуються стандарти ISO серії 9000 та похідні від них QS 9000, ISO 14000 тощо [2]. Якщо система управління якістю, в рамках якої реалізуються процеси управління на даному підприємстві, відповідає вимогам зазначених стандартів, то це сприймається як переконливий доказ здатності підприємства забезпечити випуск продукції або надання послуг необхідної якості.

Для підвищення конкурентоспроможності варто також використати ще одну світову практику, а саме застосування нормативних обмежень відносно термінів експлуатації устаткування або використання відповідних технологій, які можуть встановлюватися не лише для виробників, але і в окремих випадках для споживачів. Ці неподаткові методи виступають повинні виступати складовою частиною амортизаційної політики.

Наступним напрямком підвищення конкурентоспроможності українських підприємств може стати вдосконалення законодавства в сфері захисту інтелектуальної власності. Удосконалення законодавства в сфері інтелектуальної власності, усунення певних прогалин у праві сприятиме запобіганню правопорушенням в цілому, зміцнить економічну сферу впливу при міжнародному співробітництві, надасть можливість нашій країні впевненіше розвиватись у сфері інноваційної діяльності.

Підвищити конкурентоспроможність українських підприємств також можливо шляхом вдосконалення законодавства в сфері платежів, зокрема електронних. На українському ринку представлено чимало електронних платіжних систем, як і внутрішньодержавних, так і міжнародних, проте вони ще мають низький рівень у їхньому застосуванні. Так, наприклад, міжнародна система електронних платежів для розрахунків в мережі Інтернет - PayPal функціонує з рядом обмежень. В результаті цього, заборонено виведення коштів з цієї системи, однак можлива реєстрація в системі, поповнення рахунку, оплата покупок в Інтернеті і переказ коштів на інші рахунки учасників системи PayPal [3, с. 510]. Вище зазначене обмеження не дозволяє українським підприємствам використовувати її для отримання коштів однієї з найбільш популярних закордоном систем електронних платежів та впливає на конкурентні позиції підприємства.

З вище проведеного дослідження можна зробити висновок, що рівень конкурентоспроможності українських підприємств є досить низьким, для його

покращення необхідно в першу чергу взяти ряд заходів з боку держави. Для покращення конкурентоспроможності, на нашу думку, варто зосередитись на запровадженні стандартів якості та вдосконаленні інтелектуального законодавства та законодавства в сфері платежів.

### Література

1. Денисенко М.П. Проблеми підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств України / М.П. Денисенко, Т. Є. Воронкова, Т. М. Янковець // Науково-технічна інформація. – 2015. – № 1. – С. 37-46.
2. Лузан І.В. Система управління якістю як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства / І.В. Лузан, І.С. Луценко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.probl-economy.kpi.ua/pdf/2012-7.pdf>
3. Ющишина Л.О. Електронні платіжні системи у міжнародній практиці та їх застосування в Україні / Л. О. Ющишина, С. М. Сало // Економічні науки. Сер. : Облік і фінанси. - 2012. - Вип. 9(3). - С. 508-513.

### МАНДИЧ ОЛЕКСАНДРА

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

## ЕКОНОМІЧНА ЄДНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ, ПОТЕНЦІАЛУ ТА СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА

За економічною сутністю потенціал підприємства (у найзагальнішому розумінні) являє собою сукупність стратегічних ресурсів, які знаходяться в розпорядженні підприємства і мають визначальне значення при аналізі можливостей і меж функціонування окремих підприємств в тих чи інших умовах. Якщо розглядати стратегію, як економічну категорію, то слід мати на увазі загальний, не деталізований план чи напрям діяльності підприємства, який охоплює способи досягнення поставлених цілей тривалий період. При чому стратегію можна розглядати як послідовний, раціональний, конструктивний, підкріплений теорією, стійкий до існуючих умов середовища і адаптивний до змінних умов довгостроковий план, який має супроводжуватись постійним повним аналізом та моніторингом в процесі реалізації.

Конкурентоспроможність є найбільш широким поняттям. Наразі, існує декілька тисяч лише визнаних визначень, які розглядають дану категорію за різними методологічними підходами. Якщо розкривати економічний зміст конкурентоспроможності у широкому форматі, то можна її визначити як здатність певного суб'єкта господарювання перевершити конкурентів в існуючих умовах функціонування на заданому об'єктовому ринку.

Дослідження економічної сутності даних дефініцій дозволяє говорити про їх діалектичну єдність. Однак механізм взаємозалежності та взаємозв'язку представлених категорій стратегічного управління в існуючих наукових

дослідженнях сучасних авторів не розглядається, що і зумовлює необхідність проведення обраного дослідження.

Активізація процесів й ускладнення в економічній сфері в Україні призвели до загострення конкурентної боротьби, в тому числі і між учасниками сировинного аграрного ринку [5]. Така ситуація змушує виробничі підприємства даної сфери шукати можливі традиційні напрями і, на основі останніх, оновлювати стратегії розвитку не лише для підвищення ефективності своєї діяльності, а й для забезпечення належного рівня конкурентоспроможності – як кінцевого результату провадження виробничо-комерційної діяльності. Питанням конкурентоспроможності в сучасній вітчизняній та зарубіжній економічній науці приділено достатньо уваги. Але, більшість представлених результатів досліджень присвячено проблемам забезпечення та перспективам підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств. Тому, на нашу думку, має місце недостатність та недосконалість розроблених і застосовуваних існуючих методичних підходів щодо організації, управління, контролю та оцінки конкурентоспроможності підприємств в умовах функціонування аграрного ринку [7].

У ситуації існуючої на сьогоднішній день зростаючої конкуренції між величезною кількістю операторів ринку, пов'язаних з виробництвом та реалізацією аграрної продукції, з'являється певна необхідність формування ефективних стратегій їх конкурентоспроможного розвитку. Слід відзначити, що виникають оновлені формати виробничо-торгових відносин між учасниками аграрного ринку, які в кожному конкретному випадку мають свої особливості і вимагають побудови нових, адекватних систем і стратегій розвитку на коротко- і довгострокову перспективу, що забезпечуватимуть їх конкурентоспроможність [6]. У зв'язку з цим, в умовах конкуренції, що посилюється, виникає необхідність розробки стратегій забезпечення конкурентоспроможності саме аграрних товаровиробників, як перших і одних з найбільш незахищених учасників в ринковому ланцюзі.

Аналіз останніх наукових досліджень показує, що основною метою формування конкурентоспроможного стратегічного управління є досягнення оптимального рівня ефективності і конкурентоспроможності обраного підприємства. Однак, на жаль, що стосується критеріїв оптимальності та ефективності, то до сих пір, навіть в теорії, чітких рівнів конкурентоспроможності підприємств аграрної сфери не представлено [4]. Це, на нашу думку, робить процес розробки стратегій розвитку трудомістким через недосконалість оцінки його результативності. Також, однією з важливих і важко прийнятних в реаліях функціонування зазначених підприємств вважається завдання стратегічного управління – спрямований вплив на зовнішнє середовище, можливість її зміни і створення відповідних умов для повного досягнення стратегічних цілей. Загалом, хотілося б відзначити, що ідеологічно стратегічне управління підвищення конкурентоспроможності, в тому числі і аграрних підприємств, формується виходячи, по-перше, з можливостей, а по-друге, на основі трьох базових складових: потенціалу, стратегії і конкурентоспроможності, представлених як єдине ціле.

## Література

1. World Development Indicators: Agricultural inputs [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://wdi.worldbank.org/table/3.2#>
2. Agriculture value added per worker (constant 2005 US\$) [Ел. ресурс] - Режим доступу: <http://data.worldbank.org/indicator/EA.PRD.AGRI.KD>
3. Eurostat - Data Explorer [Ел ресурс] - Режим доступу: <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTable>
4. Горкавий В.К. Використання статистичних методів в маркетингових дослідженнях / В.К. Горкавий, О.В. Іващенко // Економіка АПК. – 2008. – № 7 (165). – С. 105-111.
5. Іващенко О.В. Економічна сутність категорії «ринок» / О.В. Іващенко // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка і природокористування». Випуск 5.– Х:ХНАУ, 2007. – С. 161-165.
6. Іващенко О.В. Формування прибутку с сільськогосподарських підприємствах / О.В. Іващенко // Вісник СНАУ. Серія «Економіка та менеджмент». Вип. 4 (35). – Суми : СНАУ, 2009. – С. 71-76.
7. Мандич О.В. Основні фактори формування ринкової позиції зерновиробників / О.В. Мандич // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Випуск 149. – Харків : ХНТУСГ, 2014. – С. 224-229.

**МЕДВЕДИК ДМИТРО**

студент III курсу факультету економіки і менеджменту

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

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **АУТСОРСИНГ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ**

У сучасному світі компанії стикаються з безпрецедентним тиском з боку ринку. Вижити і домогтися успіху на ньому вдається лише тим, хто веде свій бізнес найбільш ефективним способом, домагаючись зниження операційних витрат при збереженні високої якості товарів і послуг.

Однією з форм організації бізнесу в сучасній економіці став аутсорсинг - практика, яка допомагає компаніям вирішити проблеми функціонування і розвитку в ринковій економіці шляхом скорочення витрат, збільшення пристосованості до умов зовнішнього середовища, поліпшення якості продукції та послуг, зменшення ризику.

Аутсорсинг (від англ. «*Outsourcing*») – якщо перекладати дослівно означає «використання чужого ресурсу». Іншими словами аутсорсинг – це передача однією компанією на підставі договору певних бізнес-процесів або непрофільних функцій на обслуговування іншій компанії (аутсорсеру), яка спеціалізується у відповідній галузі.[3]

Аутсорсинг має дуже давнє коріння. Прообразом сучасних аутсорсингових фірм можна вважати групи рекрутів, які наймали матросів на гребні судна ще в Римській Імперії. Кадрові агентства в сучасному їх розумінні з'явилися разом з парової революцією і розвитком залізничного сполучення в США в середині 19-го століття. Одними з перших аутсорсерів бізнес-процесів стали юридичні та бухгалтерські фірми в країнах, законодавство яких засновано на прецедентному праві. Після обох світових воєн, коли додому

поверталися тисячі чоловіків, яким була потрібна робота, відбувався розквіт кадрового аутсорсингу. Серед колишніх військових були досвідчені механіки, радисти, льотчики, що літали на малій висоті, дуже затребувані в сільгоспавіації.

Після Другої світової стали з'являтися вузькоспеціалізовані компанії з аутсорсингу бізнес-процесів.

Аутсорсинг базується на певних принципах, таких як: довго строковість контракту; наявність бізнес-процесу; вивільнення функцій цілком і повністю; підвищення якості відданого на аутсорсинг бізнес-процесу при одночасному зниженні (або збереження) рівня витрат.

Все більше компаній вдаються до впровадження у власній діяльності принципів аутсорсингу. Цьому сприяють такі переваги цього виду діяльності, а саме забезпечення безперебійності роботи бізнесу (оскільки бізнес-процес передається на аутсорсинг не конкретній людині, а компанії, яка несе відповідальність за дотримання договірних зобов'язань перед клієнтом); можливість повної концентрації на основному виді діяльності компанії; мінімізація власних ризиків, в результаті виконання завдань професіоналами; суттєва економія на: фонді заробітної плати та її оподаткуванні, наданні та оплаті лікарняних і відпусток, облаштуванні робочого місця, підвищенні кваліфікації фахівців [1].

Як і кожний інший вид діяльності аутсорсинг також має свої недоліки, серед яких можна відмітити ризик компанії вивести за межі занадто багато видів діяльності і таким чином позбутися частини власних ресурсів і можливостей. Також можна зазначити психологічний фактор, адже не кожна фірма наважиться довірити внутрішню інформацію сторонній організації.

Виділяють два основні види аутсорсингу, такі як ІТ-аутсорсинг, під яким розуміється передача спеціалізованій компанії повністю або частково функцій, пов'язаних з інформаційними технологіями та системами; та аутсорсинг бізнес-процесів, або виробничий аутсорсинг, який означає передачу частини своїх виробничих процесів або цілком весь цикл виробництва сторонній компанії.

У Центрально-Східному європейському регіоні український ринок ІТ-аутсорсингу є одним з найбільш зростаючих завдяки наявності великої кількості кваліфікованих спеціалістів та низьких витрат на персонал. Використання ІТ-аутсорсингу компанії забезпечує такі переваги: концентрацію усіх зусиль на основному бізнесі; залучення чужого досвіду; гнучкість масштабів бізнесу.

Україна вже давно стала відомою на карті світу завдяки своєму потенціалу у галузі інформаційних технологій. Тому останні десять років компанії із США та Західної Європи активно налагоджують взаємодію із цим ринком в Україні. Так, можна спостерігати, що більшість компаній представлених у славнозвісній Силіконовій долині, мають своє представництво у містах України. При цьому парадоксальним є те, що країна досі відстає по застосуванню ІТ-технологій у себе на території, а також по

рівню густоти персональних комп'ютерів на душу населення, будучи наочним прикладом «цифрової прірви» та «цифрової нерівності» [2].

Аутсорсинг знаходиться на стартовому рівні в Україні, що дозволяє їй використовувати його як ресурс для покращення менеджменту більшості організацій, які ще не мають подібного досвіду. Найбільш перспективною є ІТ-сфера, яка наповнена прогресивними та молодими професіоналами, які готові бути гнучкими, впроваджувати нові інструменти управління та ризикувати з метою реалізації стратегічних цілей.

### **Література**

1. Зозульов О. Аутсорсинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації / Зозульов О., Микало О. // Економіка України. – 2009. - № 8 (573). – С. 16-24

2. Смирнова Т. А., Голей Ю. М. Тенденції розвитку українського ринку аутсорсингу ІТ-послуг матеріали V міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених і студентів «Стратегія економічного розвитку країн в умовах глобалізації» від 14 лютого 2014 року.

3. Цивільний кодекс України <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15/page14>

**МЕЛЬНИКОВА КАТЕРИНА**

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

## **УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасний етап розвитку національної економіки характеризується наявністю значної кількості чинників, які негативно впливають на функціонування держави та підприємства. До таких чинників, крім глобальної економічної кризи варто віднести, насамперед, нестабільність податкового і регуляторного законодавства, інфляційні процеси, недоступність кредитних ресурсів, посилення конкуренції, низький рівень капіталізації фондового ринку, зниження рівня інвестиційної активності, уповільнення платіжного обороту, зростання числа збиткових підприємств.

Дія цих чинників викликає турбулентність в русі матеріальних і фінансових потоків, призводить до значних втрат і збитків і, як наслідок, втрати підприємством фінансової безпеки. З огляду на це актуальним напрямком сталого економічного розвитку українських підприємств є формування системи управління фінансовою безпекою підприємства.

Національна, державна та економічні безпеки як наукові категорії – наріжний камінь щодо забезпечення виживання та стійкого розвитку будь-якої держави. Визначення їх за допомогою категорій суспільних наук завжди перетворювалося на камінь спотикання. Складний багатокomпонентний характер цих понять є причиною жвавих наукових дискусій, адже від їх розуміння залежить формування державної безпекової стратегії.



Економічну безпеку держави можна визначити як стан економіки та інституцій влади, при якому забезпечується гарантований захист національних інтересів, соціальна спрямованість політики, достатній оборонний потенціал, у тому числі і за несприятливих умов розвитку внутрішніх та зовнішніх процесів [3, с. 24].

Економічна безпека суб'єкта господарювання – це такий стан управлінської системи, при якому забезпечується стабільна прибуткова робота підприємства з відповідною реакцією на зміни та загрози у зовнішньому та внутрішньому середовищі, а також попередження кризових ситуацій та адаптація до умов, що склалися [7, с.170].

Важливою структурною складовою економічної безпеки є фінансова безпека, сутність якої полягає в її здатності забезпечувати стійкість економічного розвитку держави; забезпечувати стійкість грошово-кредитної, бюджетної та валютної національної системи та основних їх фінансових параметрів; формувати резерви для пом'якшення впливу світових криз і дій негативних світових чинників на національну економіку; створювати сприятливі умови для збалансованого кругообігу капіталів; ефективно управляти зовнішнім боргом та іноземними інвестиціям; запобігати злочинам у фінансовій сфері, в тому числі легалізації відмивання доходів, отриманих злочинним шляхом. Виходячи з глобального підходу, під фінансовою безпекою підприємства визначимо такий стан фінансових ресурсів, за якого забезпечується ефективна (прибуткова) діяльність підприємства, захист його фінансових інтересів та здатність зберігати свою ліквідність і платоспроможність та фінансові можливості під впливом різного роду небезпек і загроз.

На рівні господарюючих суб'єктів фінансова безпека не стала чинником прибуткової роботи підприємства, її зв'язок з національною безпекою залишається досить віртуальним. Поняття "фінансова безпека" як самостійний об'єкт дослідження є порівняно новим, і тому нами більш широко сформульована сутність фінансової безпеки підприємства, яка складається із здатності підприємства самостійно розробляти і проводити фінансову стратегію у відповідності з цілями загальної, корпоративної стратегії, в умовах невизначеного і конкурентного середовища.

Одним із головних чинників організації фінансової безпеки підприємства є її організація управління. Відповідно до цього під управлінням системою фінансової безпеки підприємства розуміється свідомий цілеспрямований вплив із боку суб'єктів управління підприємством і системою його безпеки на суб'єкти безпеки (організація й управління фінансами, планування, контроль і аналіз фінансів, інформаційні ресурси, зовнішньоекономічна діяльність, персонал і. т.д.), який здійснюється з метою направлення їх дії на зниження рівня загроз і ризиків, а також попередження небажаних результатів фінансової діяльності [3, с. 75-78].

Управління системою фінансової безпеки будь-якого підприємства можна розглядати як сукупність відносин фінансової безпеки, реалізованих за допомогою організаційної структури та функцій управління, нормативно-

правового й організаційно- економічного забезпечення, процесів реагування на погрози та наявність моделі прийняття рішень залежно від ситуації.

Функціонування управління системою фінансової безпеки підприємства передбачає постійну взаємодію функцій управління: керівництва, організації, планування, мотивації, аналізу та контролю в процесі прийняття оптимальних управлінських рішень керівництвом і структурними підрозділами. Вершиною управління системою фінансової безпеки підприємства є застосування сучасних методів фінансового планування і контролю – бюджетування.

### Література

1. Барановський О.І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення). – К: Національний торговельно-економічний університет, 2004. – 759 с.
2. Єрмошенко М.М. Фінансова безпека держави: Нац. інтереси, реал. загрози, стратегія забезпечення. Навч. посіб. Київ. нац. К.: торг.-екон. ун-т. – К., 2001.–307с.
3. Журавка О.С. Методологічні підходи до управління фінансовими ризиками підприємства / О.С. Журавка, Ф.О. Журавка. – Інвестиції: Практика та досвід. – №10 – 2009. – С. 22-26.
4. Захаров О.І., Пригунов П.Я. Організація та управління економічною безпекою суб'єктів господарської діяльності: Навч. посіб. – К., 2008. – 257 с.
5. Кириченко О.А., Кім Ю.Г. Методологічні основи економічної безпеки суб'єктів господарювання в трансформаційній економіці // Актуальні проблеми економіки.–№12. – 2008.– С. 43-57.
6. Кім Ю. Г. Формування системи фінансової безпеки транспортно-експедиційного підприємства: Монографія.– К.: ЗАТ "ДОРАДО", 2007.–170 с.
7. Мельникова, К. В. Сучасні управлінські підходи до визначення сутності поняття «економічна безпека підприємства». / К.В. Мельникова. – Экономика Крыма. – № 4. – 2011. – С. 167-175
8. Мунтіян В.І. Економічна безпека України. Монографія. – К.: КВЦ, 1999. – 464 с.
9. Проблеми управління економічною безпекою суб'єктів господарювання: Монографія / Кириченко О.А., Сідак В.С. та ін.– К.: Університет "Крок", 2008.– 403 с.
10. Сідак В.С., Артемов В.Ю. Забезпечення інформаційної безпеки в країнах НАТО і ЄС .– К.: Видавництво КНТ, 2007 р.–179 с.
11. Сухоруков А.І. Фінансова безпека держави: Навч. посіб. / А.І. Сухоруков, О.Д. Ладюк.– К.: Центр учбової літератури, 2007.– 192 с

**МОРОЗ АЛІНА**

студентка ІV курсу факультету економіки і менеджменту

*Науковий керівник: к.е.н., доц. Ковальов В. В.*

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ "ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ"**

Узагальнюючим показником ефективності використання робочої сили є продуктивність праці, що, як і всі показники ефективності, характеризує співвідношення результатів та витрат, у даному випадку — результатів праці та витрат праці. Від його рівня і динаміки залежать розвиток суспільства та рівень добробуту всіх його членів. Більш того, рівень продуктивності праці визначає і спосіб виробництва, і навіть суспільно-політичний лад.

Залежно від масштабності виконуваних трудових процесів розрізняють:

Глобальну – узагальнений показник народногосподарської ефективності праці по країні в цілому, який розраховується шляхом віднесення основних макроекономічних показників (ВНП, ВВП, НД) до чисельності зайнятих в суспільно-господарському виробництві;

Локальну – показник ефективності праці по галузях промисловості, по групі підприємств, що випускають однорідну продукцію. Він обчислюється як обсяг продукції (валової, товарної, чистої) виготовленої підприємством, до чисельності промислово-виробничого персоналу даного підприємства;

Індивідуальну – результативність праці на конкретному робочому місці, в конкретному цеху тощо. На конкретному робочому місці його ототожнюють з нормою виробітку, яка розраховується як кількість продукції в натуральному вираженні, виготовленої за одиницю робочого часу.

З'ясовуючи економічний зміст продуктивності праці, треба мати на увазі, що праця, яка витрачається на виробництво продукції складається з:

- живої праці, яка витрачається в даний момент безпосередньо в процесі виробництва даної продукції;

- уречевленої праці у раніше створеній продукції для виробництва нової продукції (сировина, матеріали, енергія – повністю: машини, споруди, тощо – частково) [3, с. 172].

Продуктивність праці тісно пов'язана з її інтенсивністю – ступенем напруженої праці за одиницю часу і вимірюється кількістю витраченої енергії людини. Чим вищий рівень інтенсивності праці, тим вища її продуктивність. Вона має фізіологічні межі, тобто не може бути необмеженою. У зв'язку з цим виникає поняття нормальної інтенсивності – такі затрати життєвої енергії протягом робочого часу зміни, які забезпечують необхідні умови для повноцінного функціонування організму й повного відновлення працездатності до початку нового трудового дня. Отже, інтенсивність праці є важливим фактором продуктивності, проте має певну фізіологічну межу і потребує дотримання фізіологічних норм людської енергії [5, с. 14].

Завдання щодо підвищення продуктивності праці орієнтує підприємство на випуск продукції з найменшими трудовими витратами, стимулює зростання виробництва і одночасне зменшення собівартості продукції.

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

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

- внутрішні - ті, на які підприємство може безпосередньо впливати (наприклад, характер продукції, технологія виробництва, рівень кваліфікації персоналу, безперебійність постачання ресурсів тощо) [1, с. 166].

Сучасні економісти вважають, що одним із основних факторів, що впливають на підвищення продуктивності праці є підвищення технічного рівня виробництва, а саме: підвищення рівня механізації і автоматизації

виробничих процесів; вдосконалення технології і підвищення технологічної оснащеності виробництва; підвищення якості продукції; зміна технічно-конструктивних характеристик виробництва; введення нових видів і покращення використання сировини, матеріалів, напівфабрикатів, палива і енергії.

У сучасних умовах для впровадження у виробництво досягнень науково-технологічного прогресу необхідно інвестиції спрямовувати насамперед на реконструкцію і технічне переозброєння діючих виробництв, підвищувати частку витрат на активну частину основних виробничих фондів [2, с. 5-7].

Підвищення продуктивності праці може досягтися за рахунок збільшення працездатності в покращених умовах на робочому місці.

Підвищення фонду робочого часу і ефективність використання обладнання досягаються в результаті зниження простою під час зміни через несприятливі умови праці та мікротравми [4, с. 25-26].

Отже, необхідною умовою розвитку виробництва є зростання продуктивності праці, яке забезпечує збільшення реального продукту й доходу, а тому воно є важливим показником економічного зростання країни.

#### **Література**

1. Бондар Н. М. Економіка підприємства: Навч. посіб.– К. : Видавництво А.С.К., 2004. – 400 с.
2. Бугуцький О. Ефективне використання праці - основа підвищення продуктивних сил суспільства/ О. Бугуцький, С. Михайлов// Україна: аспекти праці. - 2005. - № 3. - С. 3-9.
3. Гетьман О. Економіка підприємства: Навчальний посібник/ О.Гетьман, В. Шаповал,; Мін-во освіти і науки України, Дніпропетровський ун-т економіки і права. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 487 с.
4. Заяць Т. Продуктивність людських ресурсів України та регіональні можливості її забезпечення / Т. Заяць //Україна: аспекти праці. - 2004. - № 3. - С. 25-29.
5. Куценко Ю. Продуктивність праці у підприємницькій діяльності: Інструктивний матеріал.– К., 2006.– 66 с.

**МОСКАЛЬ АННА**

студентка III курсу факультету економіки і менеджменту

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

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ДЛЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Закон України "Про інвестиційну діяльність" (ст. 1) визначає інвестиції як усі 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 [1]. Також у законі

перераховані цінності, які виступають об'єктами інвестиційної діяльності. Зокрема, інвестиції можуть вкладатись у вигляді [2]:

1) коштів, цільових банківських вкладів, паїв, акцій та інших цінних паперів;

2) рухомого та нерухомого майна (будинків, споруд, устаткування та інших матеріальних цінностей);

3) майнових прав інтелектуальної власності (що впливають з авторського права, досвіду та інших інтелектуальних цінностей);

4) сукупності технічних, технологічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навиків та виробничого досвіду, необхідних для організації того чи іншого виду виробництва, але не запатентованих ("ноу-хау");

5) прав користування землею, водою, ресурсами, будинками, спорудами, обладнанням, а також інші майнові права;

б) інших цінностей.

Інвестиційна діяльність підприємства - 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].

Інвестиційна діяльність підприємства має ряд особливостей:

1. Вона забезпечує зростання і покращення операційної діяльності підприємства.

2. Меншою мірою залежить від галузевих особливостей підприємства.

3. Циклічність.

4. Інвестиційний прибуток підприємства формується зі спізненням.

5. Наявність інвестиційних ризиків.

6. Показник чистих інвестицій є основою для виміру обсягу інвестиційної діяльності і темпів економічного розвитку підприємства.

Суб'єктами інвестиційної діяльності відповідно до вищезазначеного Закону України є інвестори (приймають рішення про вкладання інвестицій в об'єкти інвестування) та учасники (забезпечують реалізацію інвестицій).

На мою думку, інвестиції відіграють значну роль у діяльності підприємства і країни загалом. Їх необхідність обумовлена такими основними причинами:

- оновлення та покращення наявної на підприємстві матеріально-технічної бази;

- досягнення зростання обсягів виробництва;

- освоєння нових видів діяльності.

Інвестиції необхідні для досягнення таких цілей: збільшення і розширення сфери діяльності, недопущення надмірного морального та фізичного зносу основних виробничих фондів, зниження собівартості виробництва і реалізації продукції, підвищення технічного рівня виробництва на основі впровадження нової техніки і технологій, поліпшення якості і забезпечення конкурентоспроможності продукції, підвищення техніки

безпеки і здійснення природоохоронних заходів, забезпечення конкурентоспроможності підприємства, придбання цінних паперів та вкладення коштів в активи інших підприємств, придбання контрольного пакету акцій тощо [4]. В цілому, вони забезпечують ефективне функціонування підприємств, стабільний фінансовий стан і отримання максимального прибутку. Відповідно до цього, можна узагальнити, що ефективність діяльності всіх суб'єктів господарювання призводить до структурної перебудови суспільного виробництва, розвитку науково-технічного прогресу, збалансованості у функціонуванні всіх галузей економіки та до економічного піднесення.

Інвестиції сьогодні є важливим елементом економіки кожної країни, основою її господарського розвитку, стратегічним напрямом на покращення прибутковості країни і її населення, на збільшення ВВП у найближчій перспективі. Без прогресивного розвитку інвестицій не буде істотних покращень у механізмах взаємодії економіки та її інвестиційних складових. Вище названі причини пояснюють необхідність вивчення сутності і економічної природи інвестицій та інвестиційного процесу.

#### Література

1. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.1991 р. №1560-XII 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\\_konspekt.pdf](http://www.ivk.knteu.kiev.ua/files/2015/metodMBA/korkaz/IM_konspekt.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

**КОВАЛЬЧУК О.В.**

студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

м. Херсон

## ПЛАНУВАННЯ ФОНДУ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ

Заробітна плата виступає як один із основних регулювальників ринку праці. Однак аналізу і оцінці впливу зарплат на ринок праці й, передусім, на зайнятість в Україні не приділяється належна увага, що призводить до негативних наслідків – прискореного зростання безробіття, руйнування мотивів і стимулів до праці зубожіння більшості населення.

Планування заробітної плати - система планових розрахунків і заходів з регулювання видатків на заробітну плату, взаємопов'язаних по всіх рівнях

управління, - держава, галузь, регіон, організація. В умовах ринку і конкуренції принципово змінюється як сутність заробітної плати, так і вся система її планування і регулювання. Заробітна плата повинна розглядатися не як частина національного доходу, що надається державою для оплати праці, а як частина доходу власника засобів виробництва і роботодавця, що витрачається для оплати праці найманих працівників відповідно до умов найму (трудовим договором) та результатами праці. Відновлюється відтворювальних функція заробітної плати - за точку відліку при плануванні та регулюванні розмірів оплати праці приймається прожитковий мінімум, що складається на даний період часу і забезпечує можливість утримання сім'ї працівника на рівні життєвого стандарту, прийнятого для даної країни. У промислово розвинених країнах розмір мінімальної заробітної плати встановлюється на рівні прожиткового рівня.

Водночас, планування - це ретельна підготовка прийняття рішень про цілі, засоби та дії шляхом цілеспрямованої порівняльної оцінки різних умов.

Планування включає прийняття планових рішень уповноваженими на те органами або особами.

У плануванні використовуються як економіко-математичні, балансові методи, так і експертні оцінки.

Мета планування коштів на оплату праці - визначення оптимального розміру фонду заробітної плати виходячи з планованої результативності господарської діяльності фірми.

Завдання планування:

- Забезпечення участі працівників підприємства в капіталі та прибутку, одержуваної за підсумками господарської діяльності.

- Розрахунок величини чистого прибутку, що спрямовується на оплату праці;

- Вибір форм і системи оплати праці, в найбільшій мірі відповідають стратегії і тактики розвитку фірми;

- Визначення нормованого розміру витрат на оплату праці, що включаються в собівартість продукції;

- Визначення і підтримка на запланованому рівні співвідношення між заробітною платою, продуктивністю і фондоозброєністю праці;

- Розрахунок податків і відрахувань, встановлених в залежності від фонду заробітної плати;

- Розрахунок середньої заробітної плати працівників фірми;

Нормативний фонд заробітної плати основних і допоміжних працівників підприємства, зайнятих на нормованих роботах (Фнор), визначається по кожному виробу з наступним підсумовуванням за формулою

$$\text{Фнор} = (\text{Ппр} * \text{Нтр} * \text{Снч} + \text{НЗ} * \text{Кдоп}) * \text{КЦ}$$

де Ппр - планована виробнича програма з випуску виробів, шт;

Нтр - нормативна трудомісткість виробу, год;

Снч - середня вартість нормо-години з розрахунку діючих на підприємстві тарифних сіток і ставок, грн .;

НЗ - нормативні витрати заробітної плати на виробничу програму, (т. Е.

Ппр \* Нтр \* Снч), грн .;

Кдоп - коефіцієнт додаткової зарплати,

КЦ - прогнозований підприємством коефіцієнт зростання цін.

Розглянемо планування ФОП з використанням даних методів.

1. За досягнутому рівню базового фонду оплати праці. В даному випадку плановий фонд оплати праці (ФОТП) визначається на основі фонду оплати праці базисного року, фактичного або очікуваного (ФОТб);

Недолік цього методу планування ФОТ полягає в тому, що в плановий фонд оплати праці переносяться всі нераціональні виплати заробітної плати, що мали місце в базисному періоді. Тому він не націлює трудовий колектив підприємства та його структурних підрозділів на ефективне використання живої праці, так як в даному випадку при більшій чисельності працюючих буде більше фонд оплати праці.

2. На основі середньої заробітної плати. Метод полягає у визначенні планового ФОП на основі планової чисельності працюючих за категоріями (Чспі) і планованої середньорічної заробітної плати одного працівника даної категорії (ЗПпі):

3. Нормативний метод. Саме його застосовують більшість підприємств у країнах з розвинутою ринковою економікою. У практиці використовуються два варіанти нормативного методу: рівневий і приростном.

Даний метод виправданий при наявності наступних умов:

1) нормативи повинні бути досить стабільними протягом всього планового періоду;

2) нормативи повинні бути представницькими, тобто однаковими для всіх однотипних підрозділів.

4. Поелементний (прямого рахунку) метод планування ФОП. Він припускає детальний розрахунок кожної статті планового фонду оплати праці окремо по робітникам, службовцям та іншим категоріям працюючих.

### Література

1. Фінанси підприємств / [А.М. Поддєрьогін, М.Д. Білик, Л.Д. Буряк, С.О. Булгакова та інші]: під ред. А.М. Поддєрьогіна. – [6\_е вид.] – К.: КНЕУ, 2006. – 552 с.

2. Політична економія: Навч. посібники для екон. спец./ Ред. С. В. Мочерний. - Львів: Світ. –2006- Ч. 1/ Л. Г. Андреев, З. Г. Ватаманюк, Т. В. Гайдай. - 2006. - 678 с.

3. Білуха М. Т., Дмитренко М. Г., Микитенко Т. В. Фінансовий контроль: теорія, ревізія, аудит: Підруч. для студ. вищ. навч. закл. - 2.вид., перероб. і доп. - К.: Українська академія оригінальних ідей, 2006. – 888 с.



**МОХНЕНКО А.С.**

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства

**Шийко Н.**

студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Прибуток є основним узагальнюючим показником фінансових результатів господарської діяльності підприємства [4]. По суті це та частина виручки, що залишається після відшкодування усіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства.

В економічній теорії виділяють такі фактори отримання прибутку:

- монопольне становище підприємства або унікальність продукту.
- здійснення виробничої та підприємницької діяльності.
- здійснення інноваційної діяльності підприємства, яка передбачає постійне оновлення продукції, забезпечення її конкурентоспроможності та зростання обсягів реалізації.

Прибуток підприємства формується за рахунок таких джерел:

- продаж (реалізація) продукції (послуг);
- продаж іншого майна;
- позареалізаційні операції.

Прибуток від продажу продукції (виконання робіт, надання послуг) є основним складником загального прибутку. Це прибуток від операційної діяльності, яка відображає місію і профіль підприємства.

Прибуток від продажу майна включає прибуток від продажу основних фондів, нематеріальних активів, цінних паперів інших підприємств тощо. Його розраховують як різницю між ціною продажу та балансовою (залишковою) вартістю об'єкта, який продається, з урахуванням витрат на продаж (демонтаж, транспортування, оплата агентських послуг).

Прибуток від позареалізаційних операцій — це прибуток від пайової участі в спільних підприємствах, здавання майна в оренду (лізинг), дивіденди на цінні папери, дохід від володіння борговими зобов'язаннями, роялті, надходження від економічних санкцій тощо.

Загальний прибуток підприємства враховує наступні види прибутку:

Валовий прибуток – це прибуток, розрахований по реалізованій продукції у вигляді різниці між чистим доходом від реалізації продукції та її собівартістю.

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 діяльності – це сума валового прибутку та інших операційних доходів за мінусом адміністративних витрат, витрат на збут продукції, робіт, послуг та інших операційних витрат.

Прибуток від звичайної діяльності – це сума прибутку від операційної діяльності, доходів від участі в капіталі, фінансових та інших доходів за мінусом витрат від участі в капіталі, фінансових та інших витрат.

Результат (прибуток, збиток) від надзвичайних подій визначається у вигляді різниці між доходами, що надійшли у відшкодування понесених від стихійного лиха, пожежі, техногенних аварій тощо втрат, і збитками, спричиненими цим лихом.

Усі вищезазначені види прибутку необхідні для розрахунку прибутку підприємства, який включає такі етапи:

1. Визначення чистого доходу від реалізації продукції;
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 з вирахуванням податків;
6. Визначення чистого прибутку звітного періоду.

Отже, прибуток підприємства утворюється як результат здійснення звичайної операційної, фінансової та іншої звичайної діяльності, а також надзвичайних подій. Основну вагу серед усіх надходжень підприємства, як правило, становить прибуток від реалізації продукції.

На прибуток підприємства впливають різноманітні фактори, які можна розподілити на дві великі групи: зовнішні та внутрішні.

До зовнішніх факторів належать природні умови, державне регулювання цін, тарифів, відсотків, податкових ставок та пільг, штрафних санкцій тощо.

Внутрішні фактори поділяють на виробничі та невиробничі. Виробничі фактори характеризують наявність та використання засобів і предметів праці, трудових та фінансових ресурсів. Ці фактори, у свою чергу, поділяють на екстенсивні та інтенсивні. Екстенсивні фактори впливають на процес отримання прибутку через кількісні зміни: обсягу засобів та предметів праці, фінансових ресурсів, тривалості роботи обладнання, чисельності персоналу, фонду робочого часу тощо. Інтенсивні фактори впливають на процес отримання прибутку через якісні зміни: підвищення продуктивності обладнання та його якості, використання прогресивних видів матеріалів та вдосконалення технології їх обробки, прискорення оборотності оборотних коштів, підвищення кваліфікації та продуктивності праці персоналу. До невиробничих факторів належать постачальницько-збутова та природоохоронна діяльність, соціальні умови праці та побуту тощо.

Отже, своєчасне дослідження та аналіз факторів та джерел формування прибутку, виявлення позитивних та негативних причин зміни прибутку, дозволяє підприємству збільшити розмір прибутку. Це дуже важливо не тільки для суб'єкта господарювання, а й для всієї країни, так як прибуток є джерелом поповнення державного бюджету, а отже і фактором піднесення національної економіки.

## Література

1. Економіка підприємства: навчальний посібник для вищої школи. – Львів: Новий Світ – 2000, 2012. – 439 с.
2. Економіка підприємств: підручник / Ф. В. Горбонос [та ін.]. – К.: Знання, 2010. – 463 с.
3. Економіка та фінанси підприємства: підручник/ Й. М. Петрович, Л. М. Прокопишин-Рашкевич. – Львів: Магнолія, 2014. – 406 с.

**НЕСТЕРЧУК ЯНА**

аспірант кафедри маркетингу

*Науковий керівник: д.е.н., професор Мудрак Р.П.*

Уманський національний університет садівництва

м. Умань

## РОЗВИТОК ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В САДІВНИЦТВІ

Головною метою ефективної системи ведення садівництва є виробництво високоякісного кінцевого продукту, доступного споживачеві, при ефективній роботі сільськогосподарських товаровиробників. У зв'язку з цим виникає необхідність узагальнити дані наукових досліджень і на цій основі розробити науково обґрунтовану інтегровану систему виробництва, переробки, зберігання продукції та доведення до споживачів плодів і ягід як в свіжому, так і в переробленому вигляді із заданими параметрами якості. Сутність такої системи повинна полягати в сукупності науково обґрунтованих організаційних, економічних, технологічних, технічних, соціальних заходів і засобів раціональної організації та управління виробництвом з урахуванням конкретних природних та інших об'єктивних умов при більш повному та ефективному використанні ресурсів.

Така система може бути створена у межах аграрно-промислових інтегрованих структур. В інтегрованому агропромисловому формуванні створюються передумови до здійснення завершеного циклу виробництва, переробки сільськогосподарської продукції та реалізації готових продуктів, що забезпечують конкурентоспроможність роботи формування. В результаті досягається економія ресурсів у спільній сфері діяльності, забезпечується узгодженість дій і можливість зниження ціни реалізації кінцевого продукту на продовольчому ринку.

На думку багатьох вчених-економістів агропромислова інтеграція - це органічне поєднання і взаємодія сільського господарства з промисловістю, яка переробляє сільськогосподарську сировину, та іншими суміжними галузями матеріального виробництва. Метою агропромислової інтеграції є зростання обсягу та підвищення ефективності виробництва і переробки сільськогосподарської продукції, а також вирішення на цій основі соціально-економічних проблем міста і села. За соціально-економічної сутності агропромислова інтеграція – специфічна форма територіально-виробничого міжгалузевого комбінування, при якій підприємства різних виробництв, галузей з відокремленими технологічними процесами, але органічно пов'язані в техніко-економічному відношенні, об'єднуються з метою зосередження в

єдиній системі процесів виробництва, переробки, зберігання і реалізації продукції. Інтеграція характеризується наявністю тісних і стійких функціональних зв'язків між окремими ланками (підприємствами, виробництвами), спільністю виробництв і соціальної інфраструктури.

Перехід до інтегрованого виробництва об'єктивно обумовлений рівнем розвитку продуктивних сил і міжгалузевих зв'язків. Інтеграція розглядається як суспільно-економічний процес, що виникає на певній стадії розвитку продуктивних сил, коли сформовані на основі поділу праці організаційно-економічні форми міжгалузевої взаємодії виявляються недостатньо дієвими і не забезпечують подальшого підвищення ефективності виробництва.

Необхідність розширення інтеграції в сучасних умовах обумовлена низкою причин: зміною форм власності, зміною виробничих і земельних відносин на селі, системи управління господарською діяльністю в аграрному секторі, проблемами становлення ринку. Якщо в умовах планово-адміністративної економіки взаємовідносини між галузями АПК регулювалися державою, то з переходом до ринку питання управління господарськими процесами та налагодження взаємозв'язків між підприємствами повністю перейшли до їх власників. Суперечності, що виникають при цьому всередині господарства, а також між сільськими товаровиробниками, переробними і агросервісними підприємствами, як свідчить досвід, оптимально вирішуються при багатоваріантності їх об'єднання на принципах кооперації та інтеграції.

Наявність інтеграційних зв'язків створює нову продуктивну силу, що забезпечує додатковий господарський ефект, формує оптимально вигідні шляхи просування ресурсів з однієї фази виробництва в іншу і дозволяє:

- ліквідувати націнки спекулятивного характеру численних посередників в умовах нерозвиненості ринкових відносин;
- перейти до розумної цінової політики для юридично самостійних учасників інтегрованої структури;
- виходити на ринки готових товарів широкого вжитку;
- прискорити просування продукції з однієї технологічної фази в іншу;
- створити необхідні передумови для прискореного впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу;
- вибудовувати вертикаль агропромислових зв'язків з урахуванням умов виробництва і характеру потреб населення;
- гнучко реагувати на зміни попиту і пропозиції за рахунок оптимального наближення структури до своїх учасників;
- передати ресурси від неефективного власника до ефективного господарюючого суб'єкта;
- об'єднати наявні ресурси в нову структуру (або раніше ефективно діючу), яка виступить інвестором щодо неспроможних товаровиробників;
- вирішити найбільш гострі соціальні проблеми, в тому числі з працевлаштування та виплати заробітної плати працівникам неплатоспроможних учасників інтегрованого формування.

Таким чином, розвиток інтеграційних процесів може стати одним з найважливіших факторів активізації діяльності садівницьких підприємств і, отже, надати позитивний вплив на подолання кризи, стабілізацію і позитивний розвиток садівничої галузі. Це підтверджується в дослідженнях низки вчених, а також практикою - на багатьох ринках (у тому числі на продовольчих) ситуацію в цілому вже в значній мірі формують такого роду об'єднання, діяльність яких на порядок ефективніша, ніж дії розрізнених підприємств.

**НІЦЕНКО В.С.**

д.е.н., професор

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

м. Одеса

## **ПРОБЛЕМИ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНА НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА**

Виробництво зерна в Україні є провідною ланкою сільського господарства. В структурі доходів від реалізації продукції аграрників зернові культури посідають провідне місце, тобто вважаються бюджетоформуючою продукцією. Більша частина вирощеної продукції експортується, інша – перероблюється в середині країни, задовольняючи потреби в сировині борошномельні, хлібопекарські, кондитерські, харчові, комбікормові та інші підприємства. Таким чином, вплив зерна на розвиток вітчизняного агропродовольчого комплексу переоцінити складно.

В умовах обмеження доступності фінансово-кредитних ресурсів для виробників зерна, зниження його виробничої собівартості та підвищення урожайності набувають першочергових завдань. За останні роки вартість сільськогосподарської техніки, сировини і матеріалів, що використовуються для вирощування зернової групи суттєво зросли.

Основними проблемами, на нашу думку, що стримують зростання урожайності зернових культур є наступні:

- зношена матеріально-технічна база господарств. По деяким видам основних засобів знос сягає 75-90%. Щорічні втрати від несвоєчасного збирання урожаю та неякісної роботи застарілої техніки сягають до 10%;

- використання традиційних технологій вирощування зернових культур з великою кількістю технологічних операцій;

- обмежений доступ до кредитно-фінансових ресурсів через їх дороговизну. Відсоткові ставки коливаються на рівні 30-40%;

- високий рівень інфляції в економіці країни. У 2015 р. рівень інфляції склав 43,3%;

- відсутність регулювання НБУ курсу грошової національної одиниці;

- нестача оборотних засобів для ведення операційної діяльності.

Внесення мінеральних добрив, засобів захисту рослин на рівні 40-60% потреби. Скорочення кількості технологічних операцій через економію на ПММ;

- монополізація посередницькими структурами основних збутових каналів зерна. Найбільші зернотрейдери, серед яких Нібулон, Альфред С. Топфер Інтернешенал, Серна, Луї Дрейфус Україна, ДПЗКУ, Кернел, Райз, Бунге, Каргілл, Агротрейд та інші, які експортують до 70-80% зернових культур;

- диспаритет цін на зерно та промислові вироби та продукцію (техніку, мінеральні добрива, засоби захисту рослин тощо);

- скорочення бюджетних дотацій на підтримку виробників зерна;

- переважно сировинне спрямування більшості виробників;

- нестача сховищ для зберігання зерна тощо.

В цілому усі проблеми можна об'єднати у наступні блоки: виробничий, технологічний, фінансовий, обслуговуючий (табл. 1).

Таблиця 1

**Проблеми, що стримують розвиток виробництва зерна**

		БЛОКИ			
		Виробничий	Технологічний	Фінансовий	Обслуговуючий
<b>ПРОБЛЕМИ</b>	Зношена матеріально-технічна база	Застосування традиційних технологій	Нестача оборотних коштів	Нестача сховищ для зберігання зерна	
	Сировинне спрямування виробників	Незначна частка ресурсозберігаючих технологій	Високий рівень інфляції	Монополізація посередницькими структурами основних збутових каналів зерна	
	Відсутність переробних потужностей		Скорочення бюджетних дотацій	Диктат цін переробних підприємств	
			Диспаритет цін на зерно та промислові вироби та продукцію	Дороговизна послуг машинно-технологічних станцій	
			Відсутність регулювання НБУ курсу грошової національної одиниці		
			Обмежений доступ до кредитно-фінансових ресурсів		

Джерело: дослідження автора

Найбільший вплив на розвиток зернового господарства справляють фінансовий та обслуговуючий блоки, оскільки виступають у якості зовнішніх факторів. Нестача грошових засобів не дає можливості не тільки перейти на технологію No-till, але й оновити й оптимізувати склад машинно-тракторного парку.

За словами німецького вченого професора К. Кельнера, існує кілька причин, чому аграрним виробникам у всьому світі слід переходити від традиційного сільського господарства до ресурсозберігаючого. Це руйнування ґрунтів внаслідок ерозії та накопичення солей, руйнування гумусного шару

грунту і зниження біологічного різноманіття ґрунтів внаслідок інтенсивної обробки, а також зростання викидів вуглекислого газу.

Сировинний характер сільськогосподарського сектора не здатний підняти економіку країни, так як виробництво та експорт сировини мають низьку додану вартість. До того ж, концентрація виключно на виробництві сировини уповільнює впровадження інноваційних методів та технологій у сфері сільського господарства, перешкоджає рівномірному розвитку його різних галузей. Для того щоб змінити дану тенденцію, українським аграріям, як великим агрохолдингам, так і фермерським господарствам, необхідно переходити до переробки сировини та випуску готової продукції.

**ОЛЕКСЕНКО СЕРГІЙ**

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

## **УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ**

Актуальним питанням для керівного складу фермерських господарств, є формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю.

Компонентами механізму управління є: принципи і завдання управління, методи, форми, інструменти управління, організаційна структура управління господарюючого суб'єкта та його персонал, інформація та засоби її обробки. Також в структурі організаційно-економічного механізму слід виділити три системи: систему забезпечення, функціональну систему, цільову систему [1].

Система забезпечення організаційно-економічного механізму складається з підсистем правового, ресурсного, нормативно-методичного, наукового, технічного, інформаційного забезпечення управління господарюючим суб'єктом.

Організаційно-економічний механізм управління господарюючим суб'єктом включає наступні основні функціональні підсистеми: планування, організації, мотивації, контролю та регулювання.

В якості організаційно-економічного механізму слід розглядати комплексну систему, що складається з системи забезпечення, функціональної та цільової системи, які містять певну сукупність організаційних і економічних важелів, які впливають на економічні і організаційні параметри системи управління господарюючим суб'єктом з метою забезпечення ефективності управління і отримання конкурентних переваг [2].

Управління конкурентоспроможністю фермерських господарств на індивідуальному та макрорівнях потребує формування комплексної системи управління конкурентоспроможністю продукції. Найпростіша система управління складається з двох елементів, один з яких повинен бути

домінуючим та впливати на інший, другий – сприймати цей вплив[3].

Основу сучасного вдосконалення системи управління складає розробка принципів управління, уточнення структури, функцій, процесів управління та перестройка економічного механізму управління конкурентоспроможністю продукції.

На наш погляд, формування системи управління конкурентоспроможністю продукції фермерських господарств повинно відповідати ряду вимог. Серед них слід відмітити орієнтацію виробництва на попит, на задоволення потреб ринку та вимоги конкретних споживачів продукції.

В сучасних умовах успіх діяльності фермерського господарства в області оперативного забезпечення якістю неможливий без використання сучасної інформаційної бази для багатоваріантних розрахунків при прийнятті оптимальних рішень.

Ми вважаємо, що основа системи управління конкурентоспроможністю продукції фермерських господарств повинна ґрунтуватися на наступних принципах:

- орієнтація виробництва продукції на ринкову кон'юнктуру;
- принцип цільової стратегії управління;
- принцип системності та комплексності управління конкурентоспроможністю;
- принцип орієнтації на кінцевий результат;
- принцип стимулювання.

Одним із важливих моментів при проектуванні системи управління є виявлення функцій які належать до управління конкурентоспроможністю продукції та встановлення їх взаємозв'язків з виробничими функціями управління. Проаналізувавши економічну літературу [4], ми дійшли висновки, що у якості основних функцій управління конкурентоспроможністю продукції фермерських господарств слід виділити:

- планування підвищення конкурентоспроможності продукції;
- організація та координація управління;
- контроль забезпечення підвищення конкурентоспроможності;
- оцінка рівня конкурентоспроможності продукції;
- облік та аналіз процесів управління конкурентоспроможністю;
- регулювання процесів управління конкурентоспроможністю.

Таким чином організаційний механізм управління конкурентоспроможністю продукції забезпечить перетворення цілей у кінцевий результат. Для досягнення поставлених цілей повинні бути визначенні необхідні організаційно-технічні заходи, засоби та механізми досягнення цілей, сукупність необхідних ресурсів.

#### Література

- 1) Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання управління: / Л.І. Піддубна.– Харків.– ВД «ІНЖЕК» 2007.– 368 с.
- 2) Безрукова Т.Л. Управление конкурентоспособностью предпринимательской



организации: монография / Т. Л. Безрукова, Е. И. Сапронов, С. С. Морковина –М.: Изд-во "КноРус", 2008.–163 с.

3) Калюжна Н. Г. Аналіз підходів до визначення системи управління підприємством / Н. Г. Калюжна // Вісник Хмельницького національного університету.– 2011.– № 2, Т. 2. С. 50-53.

4) Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджменту / Пер. с англ. под ред. О.И. Медведь–М.: Вильямс, 2007 –665 с., Райс-Джонстон У. Теоретический менеджмент / Пер. с англ. под ред. Л.Н. Ковалик.–СПб: Питер, 2001.– 672 с. Чейз Р.Б., Джейкобз Ф.Р., Аквилано Дж. Производственный и операционный менеджмент / Пер. с англ. О.А. Островский, О.Л. Пелявской.– 10-е изд.– М.: Вильямс, 2007.–1169 с.

**ПАНТЮК ІГОР**

аспірант

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Сакур А.Ж.*  
Херсонський державний аграрний університет  
м. Херсон

## **ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ В УКРАЇНІ**

Серед головних проблем у даному напрямі, що залишають значний негативний відбиток на інвестиційній привабливості, можна виділити наступні: податковий тиск на національну економіку, який призвів до звертання частини бізнесу, в результаті чого внутрішнє виробництво різко скоротилось, а скорочені обсяги товарів на внутрішніх ринках заміщуються імпортом, через що зростає негативне сальдо платіжного балансу; значні втрати НБУ у формі скорочення валютних резервів, що провокують підняття питання дефолту та девальвації гривні.

Податкова система України залишається складною та обтяжливою. За підрахунками Світового банку (дослідження Paying Taxes-2011), у тій чи іншій формі нині в Україні існує 135 податків – це найвищий показник у світі. До 1992-го було 20-22. Таким чином, чиновники розпоряджаються величезною і дедалі більшою часткою суспільних фінансів. Податки в повному обсязі для більшості фірм непомірні й часто перевищують господарські прибутки, роблять компанії податковими боржниками з подальшою загрозою арешту їхнього майна і втрати прав власності. Займатися приватною справою за таких умов ризиковано. Неприйнятним в оподаткуванні є розподіл податків відповідно до типів доходів, а не до обсягів, високі ставки відрахувань підприємств до державних соціальних та пенсійного фондів (при співставленні даних з різних країн світу, вимальовується пряма залежність масштабів тіньової економіки від надвисоких податків), а також висока ставка податку на прибуток (неможливість конкурування з країнами з нижчими податковими ставками, як результат – неможливість залучення інвестицій) [2].

Крім податків у сфері ведення бізнесу існують й інші чинники з негативним впливом. В Україні обов'язковими є урядові й адміністративні процедури Нацбанку і дозволи на: відкриття валютних рахунків банків; міжнародні валютні трансферти; позичкові та фондові операції; право

надавати валютні кредити й здійснювати інвестиції на українській території; банківську конвертацію гривні; обов'язкове ліцензування діяльності в Україні міжнародних кредитних, страхових, інвестиційних компаній тощо.

Усі ці та безліч інших адміністративних правил та обмежень, що повністю суперечать нормам і стандартам ЄС, створюють бар'єри вільному руху міжнародного капіталу, дискримінують діяльність іноземних фінансових операторів, позбавляють валютний ринок конвертованості, гарантованості, передбачуваності. Перш за все, це підвищує ризикованість валютних операцій для іноземних інвесторів, що змушує їх уникати довгострокових контрактів та підвищує вартість іноземних позичок. Різниця процентних ставок між Україною та Єврозоною не скорочується – у нас вони більш ніж втричі вищі. Також українська економіка залишається непривабливою для міжнародних фінансових посередників і вони віддають перевагу іншим країнам Центральної та Східної Європи.

На сучасному етапі розвитку спостерігається інвестиційна криза в нашій країні. Попит на інвестиції в країнах з нестабільною економічною, політичною ситуацією падає. Виникає об'єктивна необхідність у втручанні держави у вирішення проблем подолання макроекономічного дисбалансу та реалізації дійсно державної інвестиційної політики. Такий стан речей повинен знайти своє відображення у створенні Концепції державного регулювання інвестиційного попиту на інвестиційному ринку України на найближчі два роки, зокрема 2015–2017 рр., яка дасть можливість окреслити систему конкретних практичних заходів.

Враховуючи надзвичайну актуальність питання створення ефективного механізму залучення та використання внутрішніх ресурсів держави як одного з чинників економічного зростання в посткризовий період розвитку, першим напрямком Концепції «Стимулювання процесів перетворення заощаджень в інвестиції»[1]. Оскільки для вітчизняної практики характерним є те, що банки – це основні посередники на фінансовому ринку, залучення депозитних ресурсів банками України набуває особливого значення. Одним з останніх нововведень щодо цього є впровадження в Україні «податку на депозит», зокрема відповідна 164-та стаття Податкового кодексу України [3] набрала чинності з першого січня 2015 року. Експерти відзначають, що введення подібного податку з огляду на поточну незбалансованість державного бюджету та потребу країни в додаткових фінансових надходженнях є неефективним.

Підбиваючи підсумок, необхідно зазначити, що надані результати дослідження мають практичне значення в розробленні основних положень Концепції державного регулювання інвестиційного ринку України на 2015–2017 рр., які передбачають формування системи заходів, об'єднаних за такими напрямками: стимулювання процесів перетворення заощаджень в інвестиції, підвищення ефективності функціонування інфраструктури ринку, підвищення ефективності виконання державою ролі інвестиційного посередника, збільшення транспарентності ринку, регулювання конкуренції на ньому,

підвищення якості нагляду та регулювання, податкове регулювання обігу інвестиційного капіталу.

### *Література*

1. Інформаційний ресурс «Всё об инвестициях», [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://investicii-v.ru/>
2. Якість інвестиційного клімату і рівень інвестиційної активності в Україні [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.rb.com.ua/ukr/marketing/research/8433/>
3. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] / Портал ВРУ. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

**ПАСЬОН ВІТАЛІЙ**

студент IV курсу факультету економіки і менеджменту

*Науковий керівник: к.п.н, доц. Байша К.М.*

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **ФІНАНСОВИЙ ЛІЗИНГ ТА ЙОГО ЗДІЙСНЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Що в процесі господарської діяльності іноді досить таки вигідно брати лізинговий кредит, він дасть змогу на сучасному етапі розвинути українську економіку, де виникає потреба в модернізації українських підприємств, покращенні рівня їх технічного переоснащення, забезпеченні новими робочими місцями. Внаслідок впровадження лізингових схем для технічного забезпечення українських підприємств виникне потреба у збільшенні виробничих потужностей суб'єктів господарювання, випуску ними якісної конкурентоспроможної продукції, збільшенні прибутку та податкових надходжень до бюджетів різних рівнів.

Перш ніж вирішити - орендувати чи купувати, фінансисти намагаються вибрати дешевший варіант. Більшість витрат, таких, як орендна плата, і більшість вигод, таких, як податкові знижки, відносяться до майбутніх періодів, отож вибрати, купувати чи орендувати, найкраще шляхом порівняння чистої вартості обох варіантів у теперішніх доларах.

Лізингові операції являють собою певний комплекс організаційних, фінансових та майнових відносин, що вимагають відповідного комплексного нормативного регулювання. У зв'язку з цим у літературі пропонувалося здійснювати таке регулювання шляхом прийняття Закону "Про лізинг", який би визнав загальні економічні, організаційні та правові засади здійснення лізингових операцій громадянами та юридичними особами на території України. Такий Закон було прийнято 16 грудня 1997 р.

Фінансовий лізинг –це послуга яка може надаватися, або банком, або фінансовою компанією, або лізинговою компанією. При цьому, хоча з вище зазначених визначень фінансового лізингу, прямо допускається можливість надання послуг фінансового лізингу, в тому числі фізичною особою, згідно

нормативно-правових актів Нацкомфінпослуг якими регламентовано процес реєстрації лізингової компанії – надавати лізингові послуги може тільки юридична особа.

Як фінансова послуга, лізинг сьогодні виступає одним із факторів зростання конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, покращення якості послуг, підвищення ефективності виробництва і як наслідок, зміцнення позицій на вітчизняному та світовому ринках. Крім того, зростанням значення ринку лізингових послуг в Україні обумовлене тим, що лізинг є альтернативою банківському кредитуванню та дієвим інструментом процесу ефективного оновлення основних засобів і технологій підприємств усіх напрямів економічної діяльності.

Незважаючи на активний розвиток фінансової системи, ринок лізингових послуг в Україні перебуває на стадії становлення, при цьому активізація лізингових операцій істотно впливає на розширення реального сектору економіки України, а тому необхідно визначити переваги та недоліки лізингу в порівнянні з іншими видами фінансування, а також дослідити проблеми та перспективи розвитку ринку лізингових послуг в Україні.

Певний інтерес з точки зору перспектив застосування у господарській практиці України становить так званий зворотний лізинг – господарська операція фізичної чи юридичної особи, що передбачає продаж основних фондів фінансовій організації (лізинговій компанії) з одночасним зворотним отриманням цих основних фондів такою фізичною чи юридичною особою в оперативний або фінансовий лізинг.

#### **Література**

1. Брус С.І. Розвиток ринку лізингових послуг в Україні / С.І. Брус
2. Вітлін-ський В.В. Верченко П.І. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2000. – 292 с.
3. Донець Л.І. Економічні ризики та методи їх вимірювання: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 312 с.
4. Гринчук Ю.С. Аналіз існуючих та формулювання нових принципів і видів лізингу // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2005. - №77-78. - С. 59-62.
5. Закон України “Про фінансовий лізинг” від 11.12.2003 // ВВР. – 2004. – № 15.

**ПЕТРЕНКО ВІКТОРІЯ**

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

### **ПОНЯТТЯ КОРПОРАТИВНОЇ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ**

Однією з найскладніших видів реструктуризації є корпоративна, оскільки вона сприяє найбільш кардинальній зміні бізнес- процесів, структури та самої бізнес-моделі підприємства, а також, нерідко, носить стратегічний

характер. Корпоративна реструктуризація стає ключовим словом в період економічного спаду. Підприємство маючи складний фінансовий стан повинене звернути увагу на процес корпоративної реструктуризації більш ретельно. Хоча реструктуризація являється загальною для будь-яких змін в компанії, та все ж таки, як правило, її пов'язують з фінансовими проблемами.

Корпоративна реструктуризація – це дія організації, яка істотно змінить структуру або діяльність компанії. Як правило, це відбувається, коли компанія стикається з серйозними проблемами і знаходиться у фінансовій кризі. Найчастіше, реструктуризацією називають спосіб зменшення розміру компанії. Вона має важливе значення для усунення більшості фінансових проблеми і підвищити ефективність роботи компанії.

Корпоративна реструктуризація здійснюється при таких факторах:

1. Зміни в стратегії. Керівництво організації неспроможне поліпшити ефективність діяльності підприємства за рахунок виключення деяких дочірніх філій або підрозділів, які не збігаються з основним напрямком діяльності компанії.

2. Відсутність прибутку. Неefективність розподілу прибутку може бути результатом неправильних управлінських рішень, що призводить до зниження прибутковості виробництва через ріст витрат або мінливих потреб клієнтів.

3. Зворотна синергія: За словами зворотного взаємодії, окремі частини організації можуть коштувати більше, ніж воно ціле. Це загальне міркування для розпакування активів. Підприємство може прийняти рішення про те, що отримає більше прибутку від ділення на частини його третій стороні, а не володіння ним [1, с. 524].

Існують різні способи, в яких організація може зменшити його розмір. Нижче наведені методи, за допомогою яких компанія відокремлює підрозділ від своїх операцій:

Продаж активів. Під ліквідацією організацій, компанія продає, ліквідує або розгортає філія або підрозділ. Як правило, пряий продаж підрозділів компанії до зовнішнього покупцеві є нормою в продажу активів. Продажі компанія отримує компенсацію в готівці і контроль поділу передається новому покупцеві [2, с. 215].

Продаж акцій. Під час продажу акцій, нова і незалежна компанія створюється шляхом розбавлення частки капіталу – продажом його зовнішнім акціонерам.

Спін-офф. Компанія створює незалежну компанію, акції якої розподілені серед існуючих акціонерів компанії пропорційно.

Спліт-офф. Акціонери отримують нові акції дочірньої компанії в торгівлі для своїх існуючих акцій в компанії.

Ліквідація. Компанія розбита на частини і активи або підрозділи продаються вроздріб. Як правило, ліквідація підприємства пов'язана з його банкрутством.

Корпоративна реструктуризація дозволяє компанії продовжувати діяти в деякому роді. Керівництво компанії використовує всі можливі заходи, щоб

зберегти підприємство. Навіть якщо фінансова криза не мене, і компанія буде змушена продати свої підрозділи через фінансові проблеми, то є надія, що підрозділи зможуть стати прибутковими для покупця.

#### **Література**

1. Герасина Ю. А. Проблемы стратегического управления корпоративной реструктуризацией / Ю. А. Герасина // Итоги и перспективы интегрированной системы образования в высшей школе России: образование – наука – инновационная деятельность, 26 – 28 октября 2011 г. – М. : МГИУ, 2011. – С. 523 – 526.

2. Терещенко О. О. Управління фінансовою санацією підприємств : підручник / О. О. Терещенко. – вид. 2-ге, без змін. – К. : КНЕУ, 2009. – 552 с

**ПЕТРЕНКО ВІКТОРІЯ**

к.е.н., старший викладач кафедри економіки підприємства

**АЛЕКСЄЄВА НАТАЛІЯ**

студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Формування маркетингової товарної політики, насамперед, залежить від формування асортименту, а саме від особливостей його формування, методології управління та планування асортименту. Серед умов розроблення та реалізації товарної політики виробника є чітке уявлення про мету виробництва та збуту на перспективу; знання ринку, його вимог та можливостей; виявлення загроз та можливостей [1]. Товарна політика передбачає вирішення таких проблем як – способи оптимізації асортименту; виявлення взаємозв'язку між випуском старих та нових продуктів; дослідження попиту на нову продукцію.

При створенні нового продукту чи удосконалення (модифікації) старого – проходить ряд заходів щодо реалізації даного процесу. В першу чергу, слід здійснити попередню оцінку стосовно попереднього випробування ринку. Якщо дана оцінка має позитивний результат, то складають план щодо формування продукту, опираючись на потреби та запити цільових споживачів, після чого дана специфікація повинна бути затверджена. В другу чергу, специфікацію віддають до дослідницько-конструктивного відділу, що роблять зразки потенційного продукту та перевіряють його можливості масового виробництва. При цьому перевіряють відповідність продукту можливостям виробничих потужностей підприємства та техніко-технологічному потенціалу. Якщо при визначенні витрат на реалізацію заходів щодо випуску продукції показує, що є можливість отримання як мінімум норми прибутку, то приймається рішення щодо випуску невеликої партії виробів (продуктів) для того, щоб перевірити попит споживачів. Після чого розробляють план щодо випуску продукції, розробки маркетингу та організації збуту.

Управління асортименту випуску продукції передбачає:

1. Планування асортименту
2. Управління асортименту
3. Розроблення асортиментної концепції
4. Перевірка та прийняття рішення щодо оптимальності асортименту

Асортиментна концепція передбачає вирішення різних завдань [2]. До основних завдань можна віднести: розробка напрямків формування асортименту, визначення найбільш ефективного методу формування асортименту, вивчення запитів споживача, формування стратегії реалізації по кожному з товарів асортименту. Стратегія реалізації полягає у визначення цін щодо реалізації товарів, визначення методу ( з приводу продажу продукту), визначаються засоби, за допомогою яких реалізовуватиметься продукт та визначаються послуги, за допомогою яких виробниче підприємство обслуговуватиме споживачів ( клієнтську базу).

Планування та формування асортименту повинні бути організовані так, щоб реалізовувалось головне правило, згідно з яким правильно розрахований обсяг випуску продуктів максимально задовольнив інтереси та запити споживачів.

Формування асортименту розглядають як комплекс, оскільки його визначають багато факторів та рушійних сил внутрішнього та зовнішнього середовища: запити та потреби споживачів, наявність продуктів – аналогів в конкурентів, способи та методи введення продукту в асортимент, рекомендації щодо важливості та ступеня необхідності створення нового продукту, виробничі та інші можливості виробничого підприємства, попит на щойно створювану продукцію та оцінка (аналіз) її якості [3].

Одним із засобів підвищення ефективності товарної політики є диверсифікація, оскільки на сучасному етапі розвитку економіки є актуальним формування інноваційної політики, яка пов'язана з великими ризиками її реалізації. А диверсифікація дає змогу уникнути ризики та коливання кон'юнктури ринку [4].

Для формування маркетингової товарної політики велике значення відіграє оцінка конкурентоспроможності підприємства, що можна здійснити за допомогою SWOT - аналізу. Сутність даного аналізу розкривається у визначенні сильних та слабких сторін, можливостей та небезпек [5]. За допомогою SWOT - аналізу можна сформулювати загальну стратегію для підприємства, що базуватиметься на стратегії розвитку підприємства, стратегій внутрішніх перетворень та стратегії, за допомогою якої визначаються конкурентні переваги продукції, що виробляється підприємством. SWOT – аналіз передбачає аналіз всіх факторів та елементів підприємства, тому стосується виробництва, конкурентоспроможності, збуту, маркетингу, Фінансів, трудового потенціалу, системи контролю та оцінка діяльності підприємства в цілому.

### Література

1. Саркісян Л.Г., Казакова О. Б. Технологія торговельних процесів/ Л.Г. Саркісян. - К: ЦУЛ. - 2007. - 49 с.
2. Романов С.Г. Маркетинг. Підручник для ВНЗ./ За ред. С.Г. Романова. – М.: Банки та біржі: ЮНІТІ, 2011. – 76 с.
3. Плиханов Г.В. Торговое дело/Г.В. Плиханов. – М.: – 2000. – 95 с.
4. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика: Підручник/С.М. Ілляшенко – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 128 с.
5. Глазов, М. М. Функціональна діагностика промислового підприємства [Текст]: навч. посіб. / М. М. Глазов. – СПб: РГГМУ, 2003. – 24 с.

**ПЕТРЕНКО ВЕРОНІКА  
СЕЛЕЗНЬОВА ЮЛІЯ**

магістри факультету фінанси, банківська справа та страхування  
*Науковий керівник: д.е.н., професор Власюк В. Є.*  
Університет митної справи та фінансів  
м. Дніпро

## **РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ У СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ**

Сьогодення і майбутнє вітчизняних підприємств пов'язане з постійними змінами, які вимагають вчасного адаптування до них. Як правило, виникнення кризового стану на підприємстві зумовлено не однією, а декількома причинами, і таких причин стає на порядок більше, коли підприємство не є гнучким до змін у зовнішньому середовищі.

Діяльність будь-якого підприємства супроводжується імовірністю виникнення і розвитку кризи, що зумовлює необхідність здійснення спеціалізованого антикризового управління. Існують різні методи антикризового фінансового управління, які можна розділити на групи за тактичними і стратегічними орієнтирами. Так, як для більшості вітчизняних підприємств, структура проблем є майже однаковою, тому причини кризових явищ на підприємствах можна згрупувати таким чином: незадовільна фінансова система, відсутність ефективної системи управління, проблеми маркетингу, виробничо-технічні проблеми та проблеми управління персоналом. Все це, може бути наслідком неефективного стратегічного управління, тому доцільним буде звернути увагу, на один з основних та дієвих стратегічних методів антикризового фінансового управління, як – реструктуризація.

Реструктуризація підприємства – це здійснення організаційно-господарських, фінансово-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на реорганізацію підприємства, зміну форм власності, управління, організаційно-правової форми, що сприятиме фінансовому оздоровленню підприємства, збільшенню обсягів випуску конкурентноспроможної продукції, підвищенню ефективності виробництва та задоволенню вимог кредиторів [1].



Реструктуризація на підприємстві проводиться у таких сферах, як: фінансова – пов'язана з коригуванням активів і пасивів балансу підприємства, щоб підвищити його фінансову стійкість і збільшити вартість; виробнича – являє собою зміну його структури, техніко-технологічних характеристик, організації роботи підприємства; управлінська – може включати зміну типу організаційної структури управління, методів управління, кількісного та якісного складу трудового колективу і системи мотивації праці; організаційно-правова – може полягати як у зміні форми власності, так і у зміні складу власників або належних їм частин власності [2].

Реструктуризацію підприємства можна проводити поступово, впроваджуючи зміни, які обмежуються рамками програми організаційного розвитку на довгострокову перспективу або радикально – швидко і кардинально змінюючи систему чи її елементи [3].

Як правило, реструктуризацію підприємства здійснюють за таких умов: по-перше, коли підприємство знаходиться в стані глибокої кризи; по-друге, коли існуючий стан підприємства є задовільним, але прогнози на найближчий час свідчать про певні проблеми та загрозу життєдіяльності, і по-третє, реструктуризація може застосовуватися до благополучних підприємств, які швидко розвиваються, метою такої реструктуризації є нарощування відриву від конкурентів і створення унікальних конкурентних переваг [3].

Реструктуризація на рівні підприємства може бути представлена за трьома напрямками: входження на ринок нових фірм або їх відносне зростання; реструктуризація та реорганізація діючих фірм; вихід з ринку фірм, що терплять банкрутство, або згорання неефективних фірм.

Залежно від цілей, масштабу і тривалості процесу реструктуризації вона може мати оперативну або стратегічну форму. Оперативна реструктуризація передбачає проведення невідкладних заходів, як правило за рахунок власних ресурсів для забезпечення життєздатності підприємства на короткий період часу. Стратегічна реструктуризація передбачає проведення комплексних змін, що охоплюють усі сфери діяльності підприємства, розрахована, як правило, на тривалий строк і залучення додаткових коштів, задля підвищення конкурентоспроможності і вихід на якісно новий рівень розвитку.

Можна назвати ряд позитивних наслідків реструктуризації:

- 1) оптимізація кількісних і якісних параметрів структури активів в цілях мінімізації витрат і підвищення якості продукції, ефективне виробництво;
- 2) формування організаційної структури управління підприємством, максимально відповідною його внутрішній специфіці та такою, яка б забезпечувала швидку реакцію на зміну зовнішнього середовища;
- 3) зміцнення фінансової стійкості і підвищення конкурентоздатності;
- 4) збільшення інвестиційної привабливості і можливості розширення бізнесу.

Отже, реструктуризація підприємства – це довгострокова стратегічна задача, яка виступає методом антикризового фінансового управління на підприємстві, що вимагає постійних цілеспрямованих зусиль. Вона не лише посилюватиме конкурентоспроможність компанії, а й допомагатиме

перебороти негативні явища що так чи інакше виникають час від часу у підприємства. Завдяки реструктуризації підприємство матиме змогу максимально використати свій внутрішній потенціал та адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі.

### **Література**

1. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його боржником» № 1404-VIII від 02.06.2016 // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2016.
2. Ліпич Л. Г. Сутність та методи антикризового управління підприємства / Л. Г. Ліпич, І. О. Гадзевич. // Вісник Львівської комерційної академії. – 2014. – №36. – 342-347 с.
3. Отенко І. П. Організаційно-економічний механізм реструктуризації підприємства. Наукове видання / І. П. Отенко, Н. А. Москаленко. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2015. – 216 с.

**ПРОНЮК ВАЛЕНТИН**

студент IV курсу факультету економіки і менеджменту

*Науковий керівник: к.п.н., доц. Байша К.М.*

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Інвестиції є основою розвитку підприємств, окремих галузей та економіки країни в цілому. Від уміння інвестувати залежить розквіт чи занепад власного виробництва, можливості вирішення соціальних й екологічних проблем, сучасний рівень і потенційний динамізм фізичного, фінансового та людського капіталів.

Інвестиційна діяльність – це широкий комплекс цілеспрямованих проектних, організаційних, фінансових, управлінських робіт, що виконуються в інтересах ефективної реалізації інвестицій. Основною метою сучасної інвестиційної діяльності є переведення економіки на інтенсивний шлях розвитку в умовах переходу до ринкових відносин з послідовним скороченням витрат на екстенсивне зростання виробничого потенціалу та збільшення вкладень в інтенсифікацію використання вже створених основних виробничих фондів.

Інвестори вкладаючи в підприємство свої фінансові кошти, отримують певний відсоток (доходи), а інколи й участь в управлінні. Цілі підприємства в цьому разі полягають в одержанні такого рівня доходів від результатів фінансово-господарської діяльності, який би дав змогу сплатити податки і виплатити дивіденди або відсотки за кредитами.

Поряд із цим необхідно створити умови для збереження і розвитку капіталу та повернення кредитів. Також варто надати власникам капіталу можливість брати участь в управлінні підприємством. Персонал підприємства віддає у розпорядження керівників свою робочу силу, знання, досвід і вимагає достатньої оплати праці, участі у використанні прибутків, створення безпечних умов праці та збереження робочих місць

Інвестиції – нове явище в економіці і праві України. У перекладі з англійської мови – це капітальні вкладення. Вони є довгостроковими, цільовими, здійснюються державними і недержавними (приватними або індивідуальними) інвесторами на підставі інвестиційної угоди, передбачають отримання прибутку інвестором, підлягають державній реєстрації.

Інвестиції бувають: реальні, фінансові, інтелектуальні, інвестиції в людський капітал, прямі, непрямі, короткострокові та довгострокові, приватні, державні, іноземні та спільні інвестиції.

Інвестиційний цикл представляє собою період часу від моменту впровадження інновації у виробництво (початок капіталовкладень) до її ліквідації (дезінвестування).

Інвестори, як власники, так і персонал підприємства, мають певні цілі: економічні або соціальні. Під ціллю мають на увазі стан, якого можна досягнути в майбутньому. Для більш точної характеристики цілей і способів їх досягнення необхідно розробити стратегію розвитку підприємства. Отже, стратегія розвитку підприємства – більш широке поняття, яке включає цілі, засоби і стимули їх реалізації. За такого підходу стратегія є інструментом, за допомогою якого власники (акціонери) інвестори і працівники намагаються якнайкраще реалізувати свої цілі.

Традиційно об'єкти капітальних вкладень прийнято асоціювати з інвестиційними проектами. Відповідно до Закону "Про інвестиційну діяльність ..." інвестиційний проект – це обґрунтування економічної доцільності, обсягу і термінів здійснення капітальних вкладень, у тому числі необхідна проектно-кошторисна документація, розроблена відповідно до законодавства України і затвердженими в установленому порядку стандартів (нормами і правилами), а також опис практичних дій по здійсненню інвестицій (бізнес-план).

Регулювання економічних процесів на рівні підприємства забезпечується шляхом розробки бізнес-планів його розвитку. Основою для формування плану підприємства є, з одного боку, дані стосовно кон'юнктури ринку і попиту на його продукцію, реальних можливостей матеріально-технічного забезпечення виробництва, з іншого — наміри уряду щодо обсягів державного контракту (обов'язкового як для державних, так і недержавних підприємств).

Аналітики підприємства, визначаючи запропоновані їм інвестиційні проекти, мають насамперед поцікавитися їх ефективністю. На практиці використовують низку економічних показників, розрахунок яких дає можливість визначати найбільш ефективні. Такими показниками є: період окупності інвестицій; середня ставка доходу; чиста теперішня вартість; індекс рентабельності; внутрішня ставка доходу.

### Література

1. Сазонець І. Л. Інвестування: міжнародний аспект: Навчальний посібник / І.Л. Сазонець, В. А. Федорова – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 272 с.
2. Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання:

Підручник. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2008. – 630 с. – (Вища освіта XXI століття).

3. Економіка та фінанси підприємства: підручник / И. М. Петрович, Л. М. Прокопшин-Рашкевич. - Львів, 2014. - 408 с.

4. Основи організації бізнесу [текст]: навч. посіб./ за заг. ред. А.М. Мельникова [А. М. Мельников, О. А. Коваленко, Н. Б. Пундяк] -К. : "Центр учбової літератури", 2013. - 200 с.

5. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.О. Гетьман, В. М. Шаповал. - 2-ге вид. - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 488 с.

**ПУЗАНОВА ЯНА**

студентка III курсу факультету економіки і менеджменту

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

Херсонського державного університету

м. Херсон

## **СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ**

Економічна роль матеріальних ресурсів в суспільному виробництві визначається, перш за все, тим, що переважна їх частина утворює головну субстанцію продукту. Значна частка матеріальних витрат у собівартості продукції при значних масштабах сучасного матеріального виробництва визначає високу значимість кожного відсотка збережених матеріалів. Отже, раціональне використання матеріальних ресурсів безпосередньо сприяє зростанню ефективності виробничого підприємства.

До основних організаційно-економічних напрямків економії матеріальних ресурсів відносять такі: удосконалення та підвищення наукового рівня нормування і планування матеріаломісткості продукції; розроблення і впровадження технічно обґрунтованих норм і нормативів витрат матеріальних ресурсів тощо [1, с. 200].

Головним напрямком економії матеріальних ресурсів на підприємстві є: збільшення виходу кінцевої продукції з однієї і тієї самої кількості сировини і матеріалів. Це, у свою чергу, залежить від технічного рівня виробництва, рівня кваліфікації, майстерності робітників, що виготовляють продукцію, раціональної організації матеріально-технічного забезпечення, норм витрат і запасів матеріальних ресурсів. Важливим напрямком економії матеріальних ресурсів є скорочення витрат у виробничому процесі. Для цього потрібно забезпечити необхідні умови зберігання, перевезення як матеріальних ресурсів, так і готової продукції, раціонально готувати паливо, сировину, матеріали для подальшого оброблення в процесі виробництва, застосовувати ефективну, дійову систему економічного стимулювання працівників. Скорочення витрат матеріалів при експлуатації обладнання є важливим джерелом економії матеріальних ресурсів. Маса замінних деталей і вузлів у процесі поточних і капітальних ремонтів дуже значна і часто перевищує первинну масу об'єкта. Розглядаючи процес інтенсифікації використання

матеріальних ресурсів у відтворювальному аспекті, варто сформулювати такі основні джерела утворення резервів економії матеріальних ресурсів: зменшення виробничих відходів і втрат; комплексне використання сировини та утилізація відходів; вторинне (багаторазове) використання матеріалів; скорочення потреби матеріалів при експлуатації обладнання; поліпшення збереження ресурсів і готової продукції в процесі їх зберігання і транспортування [2, с. 301].

Таким чином, економічне використання матеріальних ресурсів надає вирішальний вплив на зниження витрат виробництва, собівартості продукції, а отже підвищення прибутковості і рентабельності роботи підприємства. Доведення матеріальних запасів до реально необхідного і достатнього рівня сприяє вивільненню оборотних коштів, залучення додаткових матеріальних ресурсів у виробництво, а тим самим і створює умови для випуску додаткової кількості продукції.

Комплексне і раціональне використання матеріальних ресурсів, застосування дешевих і сучасних матеріалів – одна з найважливіших передумов збільшення випуску продукції і поліпшення економічних показників роботи підприємства. Вдосконалення матеріально-технічного постачання підприємства матеріальними ресурсами сприятиме ефективному їх використанню, ритмічності виробництва продукції, підвищенню її якості.

#### **Література**

1. Чаюн І.О., Бондар І.Ю. Управління матеріально - технічним забезпеченням підприємства: Навч. посібник. - К.: КНТЕУ, 2007. - 311 с.
2. Шрайбфедер Д. Ефективне управління запасами. - М.: Альпіна бізнес букс. - 2009. - 389 с.
3. Сухоруков А.І. Управління запасами. - К. ІММВ, 2007 - 265 с.

**РОТ-СЕРОВ Є.В.**

аспірант кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю  
*Науковий керівник: д.е.н., професор Ілляшенко С.М.*  
Сумський державний університет  
м.Суми

## **РОЛЬ ЗНАНЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

В сучасних умовах ведення бізнесу інновації та нові технології забезпечують підприємствам стійкий, довготривалий розвиток. Для розвитку інноваційним шляхом не достатньо лише ресурсів, необхідні знання як ефективно використовувати наявні ресурси або як залучити необхідні ресурси ззовні. Роль знань у веденні бізнесу є дуже значною. В цілому, вміле використання знань забезпечує підприємству:

- Збільшення ефективності ведення економічної діяльності;
- Здатність витримувати конкуренцію;

- Здатність розкривати потенціал інноваційного розвитку.

Підприємства можуть продукувати нові технології та інновації самостійно або ж залучати їх ззовні.

У випадку самостійного продукування підприємством нових технологій виникає потреба у комерціалізації – конвертуванні результатів наукової діяльності у грошовий еквівалент. Комерціалізація наукових розробок є одним із перспективних напрямків залучення додаткових коштів до бюджету підприємства. Але для цього необхідні знання як перетворити технології та інновації у джерело прибутку, перетворити їх на самостійний продукт, що має свою ринкову вартість.

Розглянемо погляди вітчизняних та зарубіжних вчених на поняття комерціалізації, які наведені у табл.1.

*Таблиця 1*

**Погляди вітчизняних та зарубіжних вчених на поняття комерціалізації**

Мешко Н.П., Робота П.В.	Комерціалізація результатів науково-технічної діяльності – це взаємовигідні дії всіх учасників процесу перетворення результатів інтелектуальної праці у ринковий товар з метою отримання прибутку чи іншої ринкової вигоди. [1, с.41-42].
Маккой Е.П., Бадініелі Р., Коебель К.Т., Табет В.	Ми визначаємо комерціалізацію як скоординоване виконання всіх процесів, необхідних для успіху інноваційної продукції зі стадії розвитку до впровадження на існуючий ринок [2, с.2]
Бендерієн Р.	Комерціалізація – це «перетворення або просування «технології» в стан, коли вона є прибутковою», а технологія стосується ноу-хау, техніки, запатентованих чи іншим шляхом привласнених процесів, матеріалів, устаткування, систем. Комерціалізація – це процес переміщення технології або інноваційної концепції від стадії ідеї до ринку. [3, с.74].
Лихолетов А.В., Лихолетов В.В., Пестунов М.А.	Поняття «комерціалізація технології» припускає обов'язкове комерційне використання інформації про технологію – з обов'язковим отриманням вигоди, яка найчастіше вимірюється в грошових одиницях. [4, с.19].
Дорофєєва В.В.	Комерціалізація інновацій – діяльність з продажу або сприяння продажу інноваційних товарів та послуг [5, с.57]
Жиц Г.І., Квашніна М. Н.	Комерціалізація технологій являє собою процес перетворення результатів науково-технічної діяльності в товар та їх ефективну реалізацію в промислових масштабах [6, с.47-49].

Таким чином, комерціалізація – це діяльність, що потребує специфічних знань пов'язаних із доведенням технологій чи інновацій до стану (в залежності від етапу, на якому вони перебувають) до продукту у матеріальній чи нематеріальній формі, який можна продати з метою отримання прибутку.

**Література**

1. Мешко Н.П. Комерціалізація результатів науково-технічної діяльності у сфері міжнародного науково-технічного обміну / Н.П. Мешко, П.В. Робота // Економічний простір. – 2008. – № 12/1. – С. 40-46.

2. Concurrent Commercialization and New-Product Adoption for Construction Products «The construction and building research conference of the Royal Institution of Chartered Surveyors» COBRA 2008) / Andrew P. McCoy, Dr. Ralph Badinelli, Dr. C. Theodore Koebel, Dr. Walid Thabet // Dublin Institute of Technology, Dublin, 4-5 September 2008
3. Bandarian R. Evaluation of commercial potential of a new technology at the early stage of development with fuzzy logic / Bandarian Reza // Journal of Technology Management and Innovation. – 2007. – Volume 2, Issue 4. – С.73-85.
4. Лихолетов А.В. Стратегии, модели и формы коммерциализации объектов интеллектуальной собственности / А.В. Лихолетов, В.В. Лихолетов, М.А. Пестунов // Вестник Челябинского государственного университета. Экономика. – 2009. – Вып. 20, № 9 (147). – С. 19-27.
5. Дорофеева В.В. Проблема коммерциализации инновационных разработок предприятий Сибирского региона / В.В. Дорофеева // Известия ИГЭА. – 2010. – № 5 (73). – С.57-60.
6. Жиц Г.И. Коммерциализация новшеств и инновационный трансфер: некоторые подходы к трактовке понятий / Г.И. Жиц, М.Н. Квашнина // Инновации. – 2006. – № 11 (98). – С.47-51.

**РУДЕНКО КАТЕРИНА**

студентка VI курсу факультету економіки і менеджменту

*Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Петренко В.С.*

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **САНАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ ТА ФУНКЦІЇ**

Процес оздоровлення стає для багатьох підприємств необхідною умовою подальшого існування і ефективного функціонування в сучасній трансформаційній ринковій економіці. Санація перш за все стосується підприємств, які тимчасово потрапили в скрутне становище і володіють достатнім потенціалом для подальшого розвитку.

На нашу думку, виділення функцій є головним підходом до визначення сутності санації і дозволить удосконалити понятійно-категорійний апарат даної економічної категорії та дозволить більш точно визначити напрямки оздоровлення підприємства. Під функціями санації розуміємо зміст діяльності, напрям реалізації плану оздоровлення в організації з метою змін відповідних соціально-економічних характеристик суб'єкта господарювання на більш ефективні [1, С. 87]. Як було зазначено раніше, значення санації можна розглядати на макро- і мікрорівні. Так на мікрорівні можна виділити перерозподільну, попереджувальну (або запобіжну), функцію планування, стимулюючу та контрольну функції.

Перерозподільна функція передбачає перерозподіл фінансових ресурсів між суб'єктами санації (підприємством-боржником, кредиторами, власниками, державою (в особі органів влади), працівниками, санаторами та іншими зацікавленими особами), які виникають у процесі виконання плану санації, реалізації санаційних заходів та інших процедур.

Попереджувальна (запобіжна) функція санації спрямована на недопущення банкрутства і ліквідації підприємства, а всі санаційні заходи, виконувані учасниками даного процесу носять превентивний характер.

Планування вважається головною функцією менеджменту загалом, антикризового управління зокрема, і безперечно однією з основних функцій санації. Санаційний план є основним документом, який регламентує проведення оздоровчих заходів на підприємстві. Розробкою санаційної концепції (плану) за дорученням власників чи керівництва підприємства займаються консалтингові фірми у тісному взаємозв'язку з внутрішніми службами контролінгу (якщо вони є на підприємстві).

Стимулююча функція санації спрямована на сприяння активізації господарської діяльності суб'єктів підприємництва. На мікрорівні вона полягає у розробці й використанні стимулів до ефективної взаємодії суб'єктів роботи та їх високорезультативній праці.

Контрольна функція передбачає відстеження перебігу економічних процесів і дотримання суб'єктами економічних відносин господарської дисципліни з метою виявлення її правопорушників. Контрольну функцію санації можна розглядати як на мікро-, так і на макрорівнях, адже вона має всеохоплюючий характер. Необхідність зовнішнього контролю за ефективністю санаційних заходів виникає у кредиторів, інвесторів, контрольних органів, держави [2, С. 126]. Внутрішній контроль є дієвим інструментом стимулювання до підвищення фінансової відповідальності та продуктивності як окремих працівників, центрів прибутковості, структурних підрозділів, так і підприємства в цілому. Крім контрольної, на макрорівні санація виконує соціальну функцію та функцію забезпечення зростання ефективного розвитку економіки. Соціальна функція санації особливо актуальна при санації містоутворюючих підприємств, що визначають соціально значимі напрями розвитку місцевого управління та регіону.

Соціальна функція на макрорівні спрямована на протистояння безробіттю, через оздоровлення підприємств і, відповідно, збереження робочих місць. На мікрорівні оздоровлення підприємства буде сприяти збереженню певного рівня соціальної безпеки для кожного окремого працівника, забезпечуючи його робочим місцем та заробітною платнею [3, С. 248]. Санація на макрорівні спрямована на збереження та забезпечення господарського розвитку економічно перспективних суб'єктів підприємницької діяльності, підвищення їх адаптивності до умов ринку, оздоровлення пріоритетних для країни галузей, функціонування яких забезпечить зростання ефективного розвитку економіки. Саме тому, на нашу думку, доцільно виділити таку функцію санації. Це підтверджено досвідом зарубіжних країн, які використовують санаційні процеси для нарощування економічного потенціалу держави.

#### **Література**

4. Білоконь Т.М. Санація підприємств: організаційно-економічний механізм : монографія / Т.М. Білоконь, Л.М. Несен. – Вінниця : ВНТУ, 2010. – 152 с.



5. Грішнова О.А. Особливості регулювання соціально-трудова відносин в процесі санації підприємства / О.А. Грішнова, А.О. Нацевич // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2. – Т. 3. – С. 214–220.

6. Карпунь І.Н. Антикризові заходи на підприємстві: управління, стратегія, цілі та завдання : монографія / І.Н. Карпунь. – Львів : Магнолія-2006, 2008. – 440 с.

**РУСІНА ОЛЕКСАНДРА**  
студентка V курсу фінансового факультету  
*Науковий керівник: старший викладач Пономарьова О.Б.*  
Університет митної справи та фінансів  
м. Дніпро

## **ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ СТРАХОВИКА**

Страховання визначає економічний розвиток країни та відіграє значну роль на фінансовому ринку. Забезпечення фінансової і соціальної стабільності суспільства залежить саме від інвестиційної діяльності страховиків, оскільки саме вони мають змогу в великій кількості акумулювати додаткові інвестиційні ресурси. Економічний стан України характеризується як такий, що має високий рівень кризових явищ, які істотно впливають на результати діяльності вітчизняних страховиків, тому постає актуальне питання стосовно створення сприятливого інвестиційного клімату в країні та підтримання фінансової стійкості страховиків.

Інвестиційна діяльність страховика полягає в тому, що страхові компанії перетворюють пасивні кошти, отримані від різних страхувальників в активний капітал, що діє на ринку. У процесі здійснення своєї діяльності вони залучають кошти в якості внесків клієнтів, які згодом трансформуються в страхові резерви, які є гарантією виплати відшкодування в результаті виникнення страхового випадку. Таким чином, з моменту надходження цих коштів у страхову компанію до моменту виплати відшкодування, такі ресурси залишаються тимчасово вільними, що призводить до потреби формування ними інвестиційного портфеля. Враховуючи складну економічну ситуацію в країні, вчені вважають, що підтримання та покращення інвестиційної діяльності страхових компаній можливе за допомогою оптимізації та збалансування інвестиційного портфеля страховика [3].

Важливим етапом в здійсненні інвестиційної діяльності страховика є аналіз його інвестиційного портфеля, а саме врахування зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на нього та проведення оцінки прибутковості, ліквідності і ризику. У випадку, якщо фактична ефективність інвестиційного портфеля страховика виявиться нижче розрахункової, це може означати, що інвестиційні інструменти були неправильно оцінені за критеріями прибутковості, ризику і ліквідності або на момент прийняття рішення, відбір інвестиційних інструментів до інвестиційного портфеля був обумовлений

зовнішніми і внутрішніми чинниками, які змінилися. Оптимізація інвестиційного портфеля здійснюється з метою отримання максимального інвестиційного доходу за умови дотримання загальних для всіх учасників фінансового ринку обмежень.

Інвестиційна діяльність вимагає від страховиків великої уваги стосовно основних джерел її здійснення. Розмір додаткового інвестиційного доходу є одним з важливих критеріїв спроможності страховика ефективно управляти активами. Ефективне управління активами полягає в управлінні власними коштами (статутний фонд, резервний фонд, прибуток, цільове фінансування та надходження) та залученими коштами (поточне надходження страхових премій, резерви страхових внесків та відшкодування, фонд запобіжних заходів) [2].

Однією з причин низької активності страхових компаній у ролі інвесторів є незначні обсяги статутних капіталів, активів і страхових резервів. Страховики не акумулюють вагомих обсягів інвестиційних ресурсів для процесів розширеного відтворення, зростання економіки країни та добробуту громадян. Нині у конкуренції із залученням фінансових ресурсів страховий ринок значно поступається банківській системі, хоча залишається найбільш капіталізованим серед інших небанківських фінансових ринків. Також стримують розвиток інвестиційної діяльності страхових організацій низька привабливість набору інвестиційних інструментів та обмеженість їх вибору; недосконалість чинного законодавства; нерозвиненість фондового ринку, ринку нерухомості; відсутність інвестиційної стратегії та досвідченого персоналу в страхових компаніях; відносно низька капіталізація [3]. Це доводять данні представлені в «Підсумках діяльності страхових компаній за I півріччя 2016 року», а саме: питома вага інвестицій в економіку України за напрямами, визначеними Кабінетом Міністрів України станом на 30.06.2016 становить 0,1%, що і підтверджує негативний вплив вище перелічених чинників.

Отже, інвестиційна діяльність страховика залежить від багатьох факторів, що на неї впливають. Перш за все, при здійсненні інвестиційної діяльності, страховик повинен дотримуватись принципів розміщення коштів страхових резервів: безпечності (досягнення максимально можливої безпеки вкладень за певних конкретних умов, тобто мінімізація величини ризику при заданій величині дохідності); ліквідності (швидке й беззбиткове перетворення будь-яких вкладень на грошові кошти); прибутковості (отримання певної величини доходу при забезпеченні виконання двох попередніх принципів, тобто максимізація дохідності при заданій величині ризику); диверсифікованості (розподілення коштів між багатьма різними активами). Також необхідно формувати інвестиційний портфель, дотримуючись інвестиційної стратегії (політики), враховуючи такі чинники як: фінансової можливості інвестора; можливості залучення зовнішніх джерел фінансування, вітчизняних та іноземних; інвестиційного клімату; кон'юнктури інвестиційного ринку [1].

Таким чином, для забезпечення успішного функціонування та

подальшого зростання вітчизняного страхового ринку, потрібно:  
— постійно переглядати нормативи достатності активів, у які інвестуються кошти страхових резервів;  
— стимулювати страховиків вкладати кошти страхових резервів у активи, що є важливими для розвитку економіки України загалом;  
— переглянути перелік активів, у котрі можуть інвестувати кошти своїх резервів страхові компанії.

### Література

1. Баранов А.Л. Сутність і напрями інвестиційної діяльності страхових компаній / А.Л. Баранов // Ринок фінансових послуг. – 2015. – Вип. 2. – С. 83-87.
2. Гавриляк Т.С. Теоретичні аспекти аналізу страхової інвестиційної діяльності [Текст] / Тетяна Степанівна Гавриляк // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. – Том 18. – № 1. – С. 131-135.
3. Задерей В. Ю. Особливості інвестиційної діяльності компаній зі страхування життя в Україні / В. Ю. Задерей // Економіка та держава. – 2015. – № 7. – С. 128-131.

**САВЕНКО МАРИНА**

студентка V курсу фінансового факультету  
*Науковий керівник: ст. викл. Заволока Л.О.*  
Університет митної справи та фінансів  
м. Дніпро

## **УПРАВЛІННЯ ВНУТРІШНІМИ ФАКТОРАМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВИКА**

Страхування є одним із основних елементів функціонування фінансової системи. Фінансова стійкість характеризує стан будь-якої організації і її поведінки щодо зовнішніх і внутрішніх змін. Оскільки на зовнішнє середовище компанія фактично вплинути не може, потрібно проводити внутрішні зміни, щодо покращення фінансових показників компанії.

Головною проблемою у вітчизняному бізнесі залишається управління фінансовими результатами страхової компанії без постановки цілей. Через це розвиток бізнесу значно сповільнюється [1]. Розуміючи подібну проблему, на практиці використовують управління по цілям, яка складається з п'яти етапів:

Перший етап. Формування довгострокових цілей. Для постановки орієнтирів використовується система збалансованих показників – встановлюється перспектива подальшого розвитку в 4 сферах діяльності:

1. Фінанси. Визначення цілей за видами доходів і витрат – для прогнозування маржинального і чистого прибутку компанії.

2. Клієнти. Виділення груп клієнтів залежно від послуг, які може запропонувати їм компанія. Після цього розрахунок числа договорів на одного замовника і розмір маржинального прибутку.

3. Процеси. Аналіз необхідних для компанії процесів.

4. Персонал. Розрахунок необхідного числа клієнтів на кожного співробітника, та рівень маржинального прибутку залежно від мотивації працівника [2].

Другий етап. Визначення ключових проблем бізнесу. Серед системних проблем виявляють збої в роботі програмного забезпечення, серед проблем пов'язаних з людським фактором – недостатнє вміння менеджерів виявляти потреби клієнтів для вибору страхового продукту.

Третій етап. Аналіз можливих негативних наслідків розвитку страхової організації. Для розуміння можливих негативних сценаріїв залучаються менеджери компанії або експерти по даній проблемі.

Четвертий етап. Алгоритм досягнення поставлених цілей - збільшення прибутку на підприємстві. Організація алгоритму тактики і стратегії діяльності різних співробітників компанії для досягнення цілей.

П'ятий етап. Зміна оргструктури відповідно до дерева цілей. Діюча в компанії структура адаптується до розробленої стратегії, розподіляються затверджені завдання і цілі по підрозділах та шляхи для їх досягнення [3].

Таким чином, управління по цілям внутрішніми факторами підвищення прибутковості страховика є основою і одночасно інструментарієм для покращення фінансових результатів та досягнення соціально-економічної результативності страхової організації.

#### Література

1. Шірінян Л. Комплексна оцінка факторів фінансової стійкості страхових компаній України – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/14338/1/8.pdf>
2. Шинкаренко О.М. Методичні аспекти аналізу фінансових результатів страхових компаній / О.М. Шинкаренко, Н.М. Бразілій // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2015. – Вип. №28. – 166 с.
3. Фурман В.М. Основні напрямки організації стратегічного управління в страхових компаніях. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://eip.org.ua/docs/EP\\_04\\_4\\_49\\_uk.pdf](http://eip.org.ua/docs/EP_04_4_49_uk.pdf)

**САДЮК А.**

аспірант

*Науковий керівник: д.е.н., проф. Богомолова Н.І.*

Державний економіко-технологічний університет транспорту  
м. Київ

## **ДЕЯКІ УМОВИ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ ЦІНОУТВОРЕННЯ В ПОТЕНЦІЙНО КОНКУРЕНТНИХ СЕКТОРАХ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ**

Реформування залізничного транспорту України та стратегічне прагнення України щодо інтеграції у європейське співтовариство потребує визначення умов лібералізації ціноутворення в потенційно конкурентних

секторах залізничного транспорту. Аналіз наукових публікацій присвячених питанням ціноутворення на підприємствах залізничного транспорту свідчить, що питання визначення умов лібералізацію ціноутворення в потенційно конкурентних секторах діяльності підприємств залізничного транспорту залишилося поза увагою, тому в зв'язку з цим видається актуальним розгляд питання щодо визначення деяких умов лібералізацію ціноутворення в потенційно конкурентних секторах діяльності підприємств залізничного транспорту.

Говорячи про лібералізацію ціноутворення на будь-яких підприємствах, слід говорити про те, як змінюється втручання (регулювання) держави на процес ціноутворення [1]. Зміна форм втручання полягає в тому, що відбувається зміна концепцій регулювання.

За результатами наших досліджень визначимо такі умови, які необхідні для лібералізації ціноутворення в потенційно конкурентних секторах діяльності залізничного транспорту. Однією з умов вказаних нами процесів є збільшення інвестиції. Так обсяг інвестицій є тим вхідним бар'єром, що характерний для галузей природних монополій, оскільки він не дозволяє новим фірмам почати провадження діяльності на ринку, якщо навіть будуть усунуті всі адміністративні перепони.

Зазначене зумовлюється тим, що виробнича технологія таких галузей вимагає значних фінансових витрат на купівлю основного капіталу, технічне обслуговування тощо. Тому, цілком закономірно, що порівняно з новими фірмами переваги належать підприємствам, які уже функціонують. Останні виграють у ціновій конкурентній боротьбі за рахунок використання резервів потужностей та дії ефекту масштабу. Порівняно з інвестиційними проектами у інших сферах економіки, проекти на будівництво нових об'єктів у сферах діяльності природних монополій характеризуються також меншою інвестиційною привабливістю.

Більше того, інвестиції у будівництво залізничних магістралей, ліній електропередач у більшості випадків є вузькоспеціалізованими (що створює значні перешкоди на «виході» з галузі). Це пояснюється тим, що створені в результаті такого інвестування активи не можуть бути використані в інших цілях без збитків для їх економічної цінності. Відповідно, ризик діяльності в цій галузі є надто високим, отже, ймовірність входу на ринок є відносно невеликою.

Слід зазначити, що природний монополіст, як домінуючий гравець на ринку з економічної точки зору не має стимулів для здійснення інвестицій в інновації, хоча впровадження інновації також є умовою лібералізації ціноутворення. Це обґрунтовується наступним. Як відомо з економічної теорії основним джерелом інновацій, згідно з багаторічними спостереженнями, є нові фірми.

Нові фірми на будь-якому ринку є суб'єктом розробок та впровадження технологічних досягнень. Інновації забезпечують фірмі можливості отримувати прибутки при входженні в галузь, при цьому не важливо, це буде лише перерозподіл існуючих прибутків у галузі чи створення додаткових [2, с.

627]. У випадку регульованого ринку, де продаються результати основної діяльності залізничних підприємств — перевезення, відбувається регулювання не лише цін, а й входу/виходу на такий ринок. Таким чином, регулювання є запобіжником входу в ринок нових фірм та, як наслідок, інновацій.

Умовою лібералізації ціноутворення повинно також бути застосування конкурсних процедур при закупівлях та виключення протекціоністських норм із законодавства (наприклад, абзацу 5 п. 1 ч. 1 ст. 4 Закону України «Про здійснення державних закупівель» [4], що є виключенням для загального у ст.2 Закону України «Про особливості здійснення закупівель в окремих сферах господарської діяльності» [3]), які покращують положення одних суб'єктів господарювання порівняно з іншими та є потенційною основою для опортуністичної поведінки як з боку державних органів, так і регульованих суб'єктів. Тобто загалом існує неоднаковість застосування умов щодо закупівлі товарів, робіт, послуг залізничними підприємствами.

Ще однією умовою лібералізації в нашому випадку є активна конкуренція та створення підстав для її розвитку. В зв'язку з цим очевидно існуватимуть проблеми, пов'язані із домінуючим впливом діючого основного гравця залізничного транспорту на ринок та конкуренцію. Ось чому в багатьох країнах існують органи, які регулюють конкуренцію в цілому, так і специфічний регулюючий орган у залізничній галузі. Важливим є застосування адвокатування конкуренції, оскільки це дозволяє попередньо встановлювати правила для чіткого визначення умов, які сприятимуть конкуренції, замість застосування постфактум каральних заходів до поведінки, спрямованої на обмеження конкуренції чи проведення перебудови галузі.

#### Література

1. Колесникова Н. Сутність і зміст лібералізації ціноутворення у потенційно конкурентних секторах діяльності підприємств залізничного транспорту / Н. Колесникова, А. Садюк // Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Сер: Економіка і управління. - 2015. - Вип. 34. - С. 121-131.
2. Віскузі К. та ін. Економічна теорія регулювання та антимонопольна політика [Текст]: Пер. з англ. / В. Кіп Віскузі, Джон М. Вернон, Джозеф Ф. Гарингтон (мол.); [Наук. ред. та авт. передм. О. Кілієвич] – К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004.–1047 с.
3. Про особливості здійснення закупівель в окремих сферах господарської діяльності: Закон України від 24.05.2012 № 4851-VI // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4851-17> — Назва з екрану. (Дата звернення: 20.08.2016).
4. Про здійснення державних закупівель: Закон України від 10.04.2014 № 1197-VII // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1197-18> (Дата звернення: 20.08.2016).

**САРАПІНА ОЛЬГА**  
д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку і аудиту  
**ПІНЧУК ТЕТЯНА**  
к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту  
Херсонський національний технічний університет  
м. Херсон

## **ПРОБЛЕМИ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ**

Рекреація і туризм як економічно вигідні галузі господарювання мають у перспективі зайняти одне з провідних місць у структурі регіональних господарських комплексів. Особливо це стосується Херсонської області, яка при чітко вираженому природно-ресурсному потенціалі території, орієнтована на інтенсивне і, отже, екологічно ризиковане, аграрне виробництво. Між тим в умовах наявності значного рекреаційного потенціалу, надмірної інтенсифікації агропромислового освоєння (один з найбільших рівнів розораності території; найбільша площа зрошуваних земель в країні) та екологічних проблем, пов'язаних з цим; безробіття сільського населення та низького рівня розвитку сільської місцевості збільшення масштабів туристично-рекреаційної діяльності та забезпечення ефективного розвитку туристично-рекреаційних підприємств має надзвичайно важливе значення.

Важливою умовою перспективного розвитку туристично-рекреаційної діяльності в Херсонській області є раціональне використання та розширене відтворення й охорона природних рекреаційних ресурсів, ефективне використання та оновлення наявної матеріально-технічної бази, збільшення частки виробленого в галузі національного доходу, віддача інвестованих матеріальних та грошових засобів; забезпечення комплексу кваліфікованими кадрами; завоювання ринку рекреаційних послуг з метою найповнішого задоволення потреб населення у відпочинку та оздоровленні. Названі складники ефективного розвитку таким чином уособлюють його основні напрями.

Важливе значення має охорона та відновлення водних рекреаційних ресурсів. Небезпечною проблемою використання рекреаційних водних ресурсів є абразія берегів. Особливо відчутна вона для берегів Чорного моря в смт. Лазурне, смт. залізний Порт, Каховського водосховища, численних озер, в т.ч. штучних, в дельті Дніпра. В області не ведеться робота по її попередженню.

Відзначимо, що в Херсонській області недостатньо використовуються рекреаційні ресурси для розвитку різних видів туризму: маршрутно-пізнавального, оздоровчого, спортивного, спеціалізованого (сільського, мисливського, рибальського, кінного, велосипедного, вітрильного). Зокрема, мова йде про пріоритетне (за умови регламентованості) використання рекреаційних можливостей заповідних ділянок, з режимом часткового

використання: Асканії Нової, Чорноморського заповідника, островів Джарилгач та Бірючий острів.

Чи не найголовнішою проблемою залишається механізм залучення інвестицій з метою вдосконалення матеріально-технічної бази туристично-рекреаційних підприємств та відтворення природних рекреаційних ресурсів. Загалом він повинен спиратися на нові методи господарювання й економічну свободу виробників рекреаційних благ, проведення маркетингових досліджень та сертифікацію можливих туристичних послуг; податкову політику і систему місцевих зборів, ціноутворення на рекреаційні послуги. При цьому питання визначення і порядку стягнення місцевих курортних зборів доцільно розв'язувати з урахуванням конкретних регіональних особливостей.

Перспективним джерелом надходження коштів на розробку та реалізацію туристично-рекреаційних програм вважаємо впровадження платежів за використання природних рекреаційних ресурсів. Отримані кошти якраз і потрібно спрямовувати на реалізацію рекреаційних програм.

Прогнозування та досягнення підвищення якості туристично-рекреаційних послуг має винятково важливе значення для розвитку туристично-рекреаційної сфери, а також реклама та інформація про діяльність туристично-рекреаційних підприємств Херсонщини.

До основних організаційно-виробничих та соціально-економічних проблем туристично-рекреаційної сфери Херсонської області належать: недостатня якість туристично-рекреаційних послуг та комфортність відпочинку; недостатнє облаштування інфраструктурними об'єктами; безсистемна забудова курортних міст; незначний обсяг іноземного в'їзного туризму; скорочення обсягів дитячого відпочинку більш ніж у 2 рази; відсутність будь-яких закладів туристично-рекреаційної сфери.

Всебічно підтримуючи та обґрунтовуючи необхідність розвитку всіх видів туризму в регіоні необхідно забезпечувати загальну екологізацію та сталість розвитку туристично-рекреаційної галузі в цілому. Це передбачає реалізацію наступних завдань: розробка екологічно якісного туристично-рекреаційного продукту; екологізація традиційних видів відпочинку; впровадження в практику комбінованих турів з поєднанням комфортного відпочинку і пізнавального туризму; екологічна освіта організаторів туристичного бізнесу; впровадження розумних екологічних обмежень.

Модель сучасної туристично-рекреаційної діяльності ґрунтується на врахуванні чинників природно-географічного та культурно-історичного середовища. Вона враховує також дію таких закономірностей: перетворення попиту на турпродукти в постійний запит, а також зростання індивідуального туризму; збільшення впливу сегментації ринку на ефективність туристично-рекреаційної діяльності; зростання процесів координації діяльності та її монополізації; зростання ролі засобів масової інформації в просуванні турпродуктів; підвищення рівня кваліфікації кадрів; збільшення впливу приватного туристично-рекреаційного бізнесу та підприємництва.



## Література

1. Туристичний портал [Електронний ресурс]. Режим доступу: [www.rtst4u.com.ua](http://www.rtst4u.com.ua).
2. Бондаренко М.П. Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи [Текст] /М.П.Бондаренко //Економіка і прогнозування.- 2011.-№1.- 159 с.
3. Шантала О. Рекреація і туризм: взаємозв'язки, відносини і проблеми [Текст] // Вісник Української Академії державного управління при Президентові України.-2009.- №3.- С. 395-399.
4. Аналіз динаміки та головні тенденції розвитку туризму: [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Державної служби туризму і курортів України. – Режим доступу: [www.tourism.gov.ua](http://www.tourism.gov.ua) – Назва з екрана.

**СИДОРЕНКО ОЛЕКСАНДР**

здобувач кафедри міжнародного менеджменту

*Науковий керівник: д.е.н., професор Білошанка В.А.*

Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана  
м. Київ

## МОДИФІКАЦІЯ СТРАТЕГІЙ ГЛОБАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Жорсткість конкуренції на глобальному ринку вимагає від компаній постійного пошуку нових методів та інструментів підвищення конкурентоспроможності. Компанії повинні бути здатними модифікувати і адаптувати свої стратегії до нових умов глобального бізнес середовища [4], коли традиційні принципи ведення бізнесу (внутрішня компактність, мобільність і гнучкість) доповнюються розвитком за допомогою міжнародної експансії та зростання [7]. При цьому, важливим є досягнення оптимального балансу: по-перше, між стратегією компанії та середовищем у якому вона оперує [3], по-друге, між глобальною інтеграцією та необхідністю відповідати стандартам, які склалися на місцевому ринку [6].

У другій половині XX ст. *безпрецедентних масштабів набув процес активної транснаціоналізації, спочатку з боку американського, а потім європейського та азійського бізнесу.* І на сьогодні, все більше компаній спираються на стратегію асиміляції через механізм прямих іноземних інвестицій [5], що використовується переважно при виході на ринки країн, що розвиваються. Разом із тим, останніми роками глобальні потоки прямого інвестування детермінуються, насамперед, транскордонними злиттями і поглинаннями. Головним фактором відновлення високої динаміки прямих інвестицій у 2015 р. (на 30 % до 1,76 трлн. долл.) стало зростання таких угод до 721 млрд. долл. проти 432 млрд. долл. у 2014 [10]. Загалом, розробка глобальних стратегій з активним використанням ефекту синергії між різними регіонами стає потужним інструментом у досягненні глобального успіху і провідною тенденцією для міжнародних компаній [2].

У процесі міжнародної експансії компанії, одночасно з інвестиційними стратегіями, широко використовують стратегії співпраці, серед яких найбільш ефективними виявились альянси, як найбільш адаптована у корпоративному менеджменті форма стратегічного партнерства [9]. Теоретично і практично

доведено, що при експансії на нові ринки, пов'язані зі значними ризиками або закритістю ринків для іноземних інвесторів, компанії надають перевагу формуванню стратегічних альянсів з місцевою компанією, замість створення нового підприємства чи відкриття філії. В динамічній глобальній економіці стратегічні альянси дозволяють компаніям досягати конкурентних переваг за рахунок доступу до ресурсів та можливостей партнера - ринків, технологій, капіталів, людей. При цьому, збільшення частки ринку, розподіл витрат і ризиків між компаніями, отримання доступу до нових ринків, унікальних компетенцій і технологій партнера є одними із основних факторів, що розглядаються і оцінюються компаніями перед створенням альянсів на нових ринках [8]. Однією з важливих особливостей співробітництва компаній у формі стратегічного альянсу є збереження правової та операційної незалежності учасників альянсу, коли компанії, об'єднані метою досягнення спільних цілей, не втрачають свою автономію і як і раніше прихильні своїм стратегічним інтересам та корпоративним цінностям. В деяких випадках створення альянсу ніяк не декларується і не афішується компаніями.

Виходячи із сучасної практики, насамперед транснаціонального бізнесу, можна стверджувати, що стратегічні альянси і особливо глобальні мережі компаній, як правило, не зацікавлені у своїй зовнішній ідентифікації та можуть докладати значних зусиль для маскуванню свого співробітництва [1]. Під дією такого роду факторів формується новітня тенденція розмивання "громадянства" інвесторів, що, з одного боку, не дає змоги його чіткої ідентифікації, а з другого - дискредитує традиційні інструменти національного і міжнародного інвестиційного регулювання. Показово, що ця тенденція виокремлена у якості основної в звіті ЮНКТАД про світові інвестиції 2016 р. Зокрема, відзначається, що 100 найкрупніших багатонаціональних корпорацій мають в середньому більше 500 філій у більш, ніж 50 країнах, сім ієрархічних рівнів в структурі їхньої власності, біля 20 холдингових компаній, що володіють філіями в декількох юрисдикціях, майже 70 структур в оффшорних інвестиційних центрах [10].

Загалом, провідною тенденцією розвитку транснаціонального бізнесу є з одного боку - надконцентрація із становленням глобальних корпорацій, олігополій і монополій мережевого типу, а з другого - ускладнення систем корпоративного управління методами креативного менеджменту.

### Література

1. Котелкин А. И., Мусин М. М. Матрицы влияния: теория и практика экономического управления. – Изд-во Лето, 2003.
2. Ghemawat P. Regional strategies for global leadership //Harvard business review. – 2005. – Т. 83. – №. 12. – С. 98.
3. Ghemawat P. Reconceptualizing international strategy and organization //Strategic Organization. – 2008. – Т. 6. – №. 2. – С. 195-206.
4. Kardell S. Strategic cooperation: Creative business resource. – FAIR – PRESS, 2012. – С. 256.
5. Luffman G. et al. Business policy. – Oxford: Blackwell, 1991.
6. Doz Y. L., Prahalad C. K. The multinational mission //Balancing Local Demands and Global Vision, New York/London. – 1987.

7. Rugman A. M., Verbeke A. A regional solution to the strategy and structure of multinationals//European Management Journal. – 2008. – Т. 26 – №. 5. – С. 305-313.
8. Todeva E., Knoke D. Strategic alliances and models of collaboration //Management Decision. – 2005. – Т. 43. – №. 1. – С. 123-148.
9. Wallace R. Strategic partnerships: an entrepreneur's guide to joint ventures and alliances. – Dearborn Trade Publishing, 2004.
10. UNCTAD World Investment Report 2016 – Investor Nationality: Policy Challenges// Geneva. – 2016.

**СКИРДА МАРІЯ**

студентка V курсу фінансового факультету  
*Науковий керівник: старший викладач Ісхакова О.М.*  
Університет митної справи та фінансів  
м. Дніпро

## **УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

Управління оборотним капіталом, на сьогодні, є досить актуальною темою особливо для малих та середніх підприємств, які, на жаль, змушені виживати в сучасних умовах політичної, економічної нестабільності і високих темпах інфляції. Саме якісне, чітко сформоване управління оборотним капіталом допоможе налагодити ефективне функціонування підприємств, забезпечити стійкий фінансовий стан, кредитоспроможність, а також підвищити інвестиційну привабливість вітчизняних підприємств.

В економічній літературі існують різні підходи до визначення сутності оборотного капіталу. Окремі науковці спрощено трактують його як "предмети праці", "матеріальні активи", "гроші, що обертаються". Але найчастіше оборотний капітал ототожнюється з грошовими ресурсами, які вкладено в оборотні виробничі фонди і фонди обігу для забезпечення безперервного виробництва та реалізації виготовленої продукції. У зарубіжній літературі під оборотним капіталом розуміють категорію "працюючий капітал" [1, с. 211].

Таким чином, оборотний капітал підприємства – це ті матеріальні та грошові цінності або економічні ресурси підприємства, які знаходяться в безперебійному кругообігу, постійно змінюючи свою матеріальну форму протягом операційного циклу, переносять свою вартість в повному обсязі на реалізовані товари. Управління оборотним капіталом полягає у застосуванні різних способів впливу на формування, структуру та рух оборотних активів та джерел їх фінансування підприємства та має стратегічну і тактичні цілі.

Стратегічна мета для будь-якого комерційного підприємства є однаковою, яку можна сформулювати як максимізація прибутку, збільшення ринкової вартості підприємства, підвищення масштабів та обсягів виробництва. Не менш важливим є постановка і досягнення тактичної мети управління – забезпечення поточної ліквідності і платоспроможності. Стратегічна та тактична цілі управління оборотним капіталом реалізуються в процесі формування ефективної структури об'єктів управління – оборотних

активів та джерел їх фінансування.

Система управління оборотними активами підприємства розробляється за такими основними етапами:

- 1) аналіз оборотних активів підприємства в попередньому періоді;
- 2) визначення принципів підходів щодо формування оборотних активів підприємства;
- 3) оптимізація обсягу оборотних активів;
- 4) оптимізація співвідношення постійної та змінної частин оборотних активів;
- 5) забезпечення необхідної ліквідності оборотних активів;
- 6) забезпечення підвищення рентабельності оборотних активів;
- 7) забезпечення мінімізації втрат оборотних активів у процесі їх використання;
- 8) формування принципів, що визначають фінансування окремих видів оборотних активів;
- 9) оптимізація структури джерел фінансування оборотних активів [3, с. 144].

Отже, врахування особливостей управління оборотними коштами підприємства сприятиме підвищенню ефективності його функціонування, збільшенню рівня ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості. В результаті цього, підприємство зможе знизити витрати на фінансування поточних активів, примножити прибуток у декілька разів та втримати ліквідність на стабільному рівні, прискорити оборотність оборотних коштів (наслідок – вивільнення оборотних коштів, тобто непотреба в додатковому їх залученні), що говоритиме про ефективне їх використання і поліпшення фінансового стану та у цілому створити налагоджену, безупинну роботу підприємства.

### Література

1. Васильців Т.Г Теоретико-прикладні основи удосконалення управління оборотним капіталом торговельного підприємства / Т.Г. Вацильців // Науковий вісник НЛТУ. – 2012. – № 22.14 – С. 210-215.
2. Єрмак С.О. Концептуальні основи ефективного управління оборотним капіталом на підприємствах / С.О. Єрмак // Економіка та держава. – 2013. – № 8. – С. 76-83.
3. Філатова З.В. Напрямки формування системи управління оборотними активами підприємства / З.В. Філатова // Економіка розвитку. – 2014. – № 4. – С. 142-147.

**СОХА ВІКТОРІЯ**  
студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент Мельникова К.В.*  
Херсонський державний університет  
м. Херсон

## **АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ НА РЕАЛІЗОВАНУ ПРОДУКЦІЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Дослідження визначається важливістю аналізу виробничих та інших витрат з метою удосконалення організації виробничого процесу, з метою зниження собівартості продукції та підвищення обсягів реалізації продукції. Саме ефективна організація виробничого процесу та контролю за витратами повинна активно сприяти подальшій модернізації виробництва і, відповідно, попиту на продукцію.

Предметом розгляду статті є визначення роботи обґрунтування теоретичних, методологічних положень з аналізу витрат підприємства, а також розробка практичних рекомендацій по удосконаленню методики аналізу витрат.

На основі мети роботи ставилися наступні завдання:

- здійснити огляд літературних джерел з аналізу витрат підприємства;
- розглянути нормативно-правове регулювання аналізу витрат;
- надати організаційно-економічну характеристику підприємства;
- встановити економічну сутність та класифікація витрат підприємства;
- провести аналіз витрат виробництва продукції;
- здійснити аналіз прямих витрат;
- проаналізувати непрямі витрати підприємства.

Важливе значення відіграє науково-обґрунтований аналіз витрат підприємства, що формує інформацію про використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, собівартості виробництва і реалізації, а в кінцевому результаті показники ефективності роботи підприємства і об'єднань.

Питання вдосконалення аналізу господарської діяльності повинні розглядатися в тісному зв'язку з методами економічного аналізу, оскільки без цього неможливе прийняття обґрунтованих економічних рішень. Зміст і методика аналізу постійно оновлюється зі спрямуванням на потреби ринкової економіки й управлінські потреби підприємства. Дослідженню теми аналізу витрат підприємства присвячували свої праці вітчизняні та зарубіжні фахівці, однак і до цих пір існують окремі питання і проблеми, що залишаються відкритими.

Можна зробити висновок про те, що непрямі витрати у формуванні собівартості продукції займають провідне місце, а тому вимагають детальної класифікації та вивчення всіх можливих способів віднесення непрямих витрат на собівартість продукції.

До пропозицій, щодо зниження витрат підприємства можна віднести:

-зниження витрат сировини, матеріалів, палива і енергії на одиницю продукції;

-зменшення розміру амортизаційних відрахувань, що припадають на одиницю продукції;

-зниження витрат заробітної плати на одиницю продукції;

-скорочення адміністративних витрат та накладних витрат при експорті та імпорті товарів.

### Література

1. Азаренкова Г.М., Самородова Н.М. Бухгалтерський облік: Навч.-метод. Посіб. Для самостійного вивчення дисципліни.–К.: Знання, 2004. – 415 с.

2. Андрущенко Н.С. Формування інформації про адміністративні витрати в управлінському обліку // Баланс.– 2011. – №4.– С. 33-43.

3. Безверхий К.В. Особливості удосконалення фінансової звітності щодо відображення непрямих витрат у частині інших витрат операційної діяльності підприємства // Вісник ЖДТУ.– 2011.- №3.– С. 40-42.

4. Безверхий К.В. Класифікація непрямих витрат у системі управлінського обліку // Вісник КНТЕУ.– 2010.– №4. С. 106-116.

5. Білова Н. Подаємо звітність вчасно. // Податки та бухгалтерський облік. – №59.– 2010. – С. 9-28.

**СТАШЕНЮК ДАННА**

магістр

*Науковий керівник: д.е.н., професор Денисенко М.П.*

Науково-навчального інституту сучасних технологій навчання  
Київського національного університету технологій та дизайну  
м.Київ

## ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ

Найбільш ефективнішим шляхом вирішення питань зміцнення ринкових позицій підприємств є посилення інноваційних процесів.

Інноваційні процеси характеризуються як сукупність якісно нових, прогресивних з технічного погляду явищ, що безперервно виникають та забезпечують зміну поколінь техніки і технології, підвищують конкурентоспроможність суб'єктів господарювання. Інноваційні процеси впливають на розвиток економіки, а високий рівень розвинутої економіки сприяє швидкому й ефективному впровадженню у виробництво інноваційних процесів.

Інноваційний процес дослідники розглядають з різних позицій, а саме:

- як лінійне здійснення науково-дослідницької, науково-технічної, виробничої діяльності та маркетингу;

- як паралельно-послідовне здійснення НДДКР і комерціалізації новинок;

- як тимчасові етапи життєвого циклу інновації;

- як процес фінансування інновацій. [2].

Інноваційний процес - процес перетворення наукового знання в інновацію, яка задовольняє нові суспільні потреби; послідовний ланцюг дій, що На думку, відомого економіста Д.Брайта, це єдиний процес, який включає в себе саме управління, науку, підприємство, техніку, економіку .

На відміну від науково-технічного прогресу інноваційний процес не завершується тільки впровадженням новації (техніки, технології, продукту) у виробництво, а має неперервний характер, оскільки «з поширенням (дифузією) інновація вдосконалюється, стає ефективнішою, набуває нових споживчих якостей.

Основними етапами інноваційного процесу є: науковий, технічний, технологічний, експлуатаційний. Вони охоплюють такі види діяльності:

- фундаментальні дослідження;
- прикладні дослідження;
- дослідно-конструкторські розробки;
- дослідно-експериментальні розробки;
- дослідна база наук;
- в організаційно-економічна робота;
- промислове виробництво нових товарів, масове виробництво [1].

До форм інноваційних процесів підприємства відносять: прості внутрішні, прості міжорганізаційні та розширені міжорганізаційні.

Простий внутрішній процес передбачає створення та використання інновацій всередині одного і того ж підприємства. Інновація в цьому випадку не набуває безпосередньо товарної форми. При простому міжорганізаційному інноваційному процесі нововведення виступає як предмет купівлі-продажу. Тут відбувається розподіл функції виробництва та функції споживання нововведення.

Розширений міжорганізаційний інноваційний процес проявляється в порушенні монополії першого винахідника нововведення та в утворенні нових його виробництв, що сприяє конкуренції та вдосконаленню якості винайденого товару, технології чи послуги.

Простий інноваційний процес переходить в товарний через дві фази:

- перша - створення нововведення;
- друга - його розповсюдження.

Перша фаза - це послідовні етапи наукових досліджень, дослідно-конструкторських робіт, організації дослідного виробництва і збуту інноваційного продукту.

До першої фази відносять також розповсюдження інформації про новий продукт через інформаційно-комунікаційні канали.

На другому етапі проходить розповсюдження інновації в нових умовах та в нових місцях використання. В результаті другого етапу зростає кількість як виробників інноваційного продукту, так і його споживачів. Для швидкого розповсюдження інновації необхідна розвинена інфраструктура. Щодо структури інноваційного процесу, то вона є складною і залежить від специфіки кожного окремого підприємства; при цьому у машинобудівній сфері є свої особливості. Оскільки інноваційний процес є складовою інноваційної

діяльності підприємства загалом, то від його організації залежатиме здійснення всього комплексу інноваційних досліджень [3].

Ефективність інноваційного процесу визначається лише після впровадження інновації, коли з'ясується, у якій мірі вона задовольняє потреби ринку. Важливе значення при цьому має інструмент моделювання. Модель інноваційного процесу дає змогу виділити в інноваційній діяльності окремі складові, відкриваючи тим самим можливість наскрізного планування інновації за стадіями, з урахуванням кон'юнктурних змін.

#### **Література**

1. Захарченко В. І., Корсікова Н. М., Меркулов М. М. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 448 с.

2. Інноваційна діяльність: стимули та перешкоди: [монографія / за наук. ред. Петрової І.Л.]. – К.: Дорадо, 2010. – 320 с.

3. Керницька, М. І. Стратегічне планування інноваційної діяльності й оперативне управління нею як чинники забезпечення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств [Текст] / М. І. Керницька // Проблеми науки. – 2009. - № 3. – С.14-20.

**СТОЯНОВА І. Р.**

студентка факультету економіки і менеджменту  
*Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Фурдак М.М.*  
Херсонський державний університет  
м.Херсон

## **ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК СУБ'ЄКТ ГОСПОДАРЮВАННЯ - ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ**

Основою виробничо-господарською ланкою національної економіки є підприємництво. У практиці господарювання кожне підприємництво представляє собою складну економічну систему, що виконує багато видів діяльності.

Для того щоб ефективно здійснювати управління підприємством потрібно мати певний «теоретичний фундамент», тобто глибокі економічні знання. Тому що будучи економічно обізнаною, людина зможе правильно провести маркетингове дослідження і організувати виробництво конкурентоздатної продукції, яка би користувалась попитом. В наш час, в умовах жорсткої конкуренції потрібно синтезувати нові ідеї і впроваджувати науково-технічні розробки. Кожен засновник прагне організувати виробництво так, щоб отримати максимальний прибуток при мінімальних затратах, а зробити це можна маючи підприємницький хист, а також хороші знання з економіки підприємства.

Основним напрямком функціонування будь-якого підприємства є отримання економічної вигоди в процесі виробничої діяльності. Створюючи підприємство, засновник заздалегідь планує яку продукцію буде випускати



його підприємство, яка кількість робочої сили буде зайнята у виробництві і чи отримає він прибуток в результаті виробництва продукції.

Відповідно до ст.62 Господарського кодексу України, підприємство – це самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково – дослідної, торговельної та іншої господарської діяльності [3].

Підприємство як організаційно-технологічна одиниця пов'язане з виробничою функцією. Вона розкриває взаємовідносини між факторами виробництва, що використовуються у виробничій діяльності підприємства, з одного боку, та обсягом продукції, що виготовляється з їх використанням, з іншого. Виробнича функція показує, який максимально можливий обсяг продукції може отримати підприємство при кожному окремому співвідношенні факторів виробництва. Вперше ця функція була обґрунтована в США економістом П. Дугласом і математиком Ч. Коббом і відтоді іменується функцією Кобба-Дугласа. Її використання дає можливість підприємству вибрати найефективніший варіант здійснення виробництва. Сьогодні основним законодавчим актом, що визначає правовий статус підприємств, є Господарський кодекс України. В главі 7 цього документа закріплено поняття, види та організаційні форми підприємств, загальні положення щодо діяльності та управління підприємством, склад його майна та інші відомості.

Діяльність підприємства також регулюється його статутом та колективним договором. Статут підприємства – це зібрання обов'язкових правил, що регулюють його взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання, а також індивідуальну діяльність. Колективний договір – це угода між трудовим колективом в особі профспілки та адміністрацією або власником, яка щорічно переглядається і регулює їх виробничі, економічні і трудові відносини.

Підприємства мають такі ознаки: виробничо-технічна єдність; організаційно-соціальна єдність; фінансово-економічна самостійність.

Виробнича структура підприємства – це склад, кількісне співвідношення і розміри внутрішніх підрозділів (цехів, відділень, дільниць, бригад тощо), форми їх побудови та взаємозв'язку. Виробнича структура характеризує долю окремих підрозділів в чисельності працівників підприємства у випуску продукції, вартості основних фондів і т. д. Для підприємств є важливим встановлення оптимальної виробничої структури. На виробничу структуру підприємства впливають такі фактори, як масштаб виробництва, складність конструкції виробу, характер технологічного процесу тощо. Якщо головним виробничим підрозділом підприємства є цех (адміністративно відокремлена частина підприємства, в якій виконується комплекс робіт відповідно до внутрішньозаводської спеціалізації), то така виробнича структура називається цеховою.

Підприємства класифікуються за рядом ознак:

- 1) За метою і характером діяльності: комерційні, некомерційні

- 2) За формою власності: приватні, колективні, комунальні, державні.
  - 3) За правовим статусом і формою господарювання: одноосібні, кооперативні, орендні, господарські товариства
  - 4) За національною належністю капіталу: національні, іноземні, змішані.
  - 5) За галузево-функціональним видом діяльності: промислові, сільськогосподарські, будівельні, транспортні, торгівельні, лізингові, банківські.
  - 6) За розміром за чисельністю працівників: малі, середні, великі.
- Існують інші класифікаційні ознаки підприємств, але перелічені є найважливішими.

Економіка сучасних вітчизняних підприємств має ряд особливостей, які пов'язані з неузгодженістю рішень на державному рівні, нестабільністю законодавчої бази, високим рівнем податків, "втечею" кваліфікованих кадрів. Такі негативні моменти спричиняють низький рівень іноземного інвестування в економіку України, обертання значної маси грошових коштів поза банками, "перелив" капіталів зі сфери виробництва у сферу торгового бізнесу через відсутність стимулів і пільг для вітчизняних товаровиробників і т. д. Усунення таких негативних явищ дало б можливість покращити роботу вітчизняних підприємств, створити умови для стабілізації їх власного становища та наповнення бюджету держави.

#### **Література**

1. Економічна енциклопедія: у трьох томах / [редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін.]. - К.: Видавничий центр «Академія», 2001. -Т.2. - 848 с.
2. Предпринимательство: Учебник [(М.Г. Лапуста, А.Г. Поршнева, К. Старостин, Л.Г. Скамай)]; под ред. М.Г. Лапусты. - М.: ИНФРА - М, 2000. – 448 с.
3. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-Г\Г [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
4. Парсяк В.Н. Економіко-правові аспекти ідентифікації шдпр: тв » та середнього бізнесу / В.Н. Парсяк // Агроінком. – 2002-№1-3.-С. 24-28.

**ТАТАРІНОВА ГАННА**

студентка V курсу факультету економіки і менеджменту

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

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВНИЙ ПОКАЗНИК ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ**

Рентабельність виступає одним з найважливіших показників діяльності підприємства, який характеризує кінцевий результат роботи підприємства. Показники рентабельності більш повно, чим прибуток, відображають остаточні результати господарської діяльності підприємства. Вони характеризують ефективність роботи підприємства. У цілому, прибутковість

різних напрямів діяльності, окупність витрат і так далі. Величина показників рентабельності показує співвідношення ефекту з наявними або використаними ресурсами. Показники рентабельності зазвичай використовуються для оцінки діяльності підприємства та як інструмент в інвестиційній політиці та ціноутворенні.

Дослідженню рентабельності підприємства присвячені праці таких науковців, як: Баліцька В. В., Бердар М. М., Бець М. П., Гринчуцький В. І., Короткевич О. В., Приказюк О.В. та ін..

Метою даної статті є дослідження рентабельності підприємства як основного показника ефективності його діяльності.

Основною метою діяльності підприємств усіх форм власності незалежно від галузевої належності, виду діяльності та інших чинників є отримання доходів у розмірі, достатньому для покриття витрат і подальшого розвитку виробництва. В сучасних умовах зростає роль формування заходів щодо підвищення рентабельності підприємства. Приділення уваги до цієї проблеми дозволить вчасно виявляти перспективні шляхи розвитку підприємств.

При створенні підприємства, його власників хвилює перш за все його прибутковість, що означає покриття прибутком витрат організації. Чим більший прибуток, тим ефективніше відбувається розвиток і з'являються можливості для розширення виробничої діяльності підприємства. Рентабельність безпосередньо пов'язана з отриманням прибутку. Однак її не можна ототожнювати з абсолютною сумою отриманого прибутку, оскільки рентабельність - це відносний показник, тобто рівень прибутковості, що вимірюється в коефіцієнтах або відсотках. Показники рентабельності є відносними характеристиками фінансових результатів і ефективності діяльності підприємства. Показникам рентабельності, у порівнянні з абсолютними показниками прибутку, притаманні такі переваги, як більш широкі можливості порівняння (співвідношення абсолютних показників прибутку підприємств з різними обсягами діяльності, кількістю персоналу і т.д. не дає можливості проводити об'єктивну оцінку) та на показники рентабельності в меншій мірі впливають інфляційні процеси.

Рентабельність – це ступінь дохідності, вигідності, прибутковості бізнесу. Її вимірюють за допомогою цілої системи відносних показників, що характеризують ефективність роботи підприємства у цілому, прибутковість різних напрямків діяльності (виробничої, комерційної, інвестиційної тощо), вигідність виробництва продукції і послуг окремих видів [1].

Відомо що вчені, які досліджували рентабельність, трактували її як:

- один із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і ступінь використання капіталу у процесі виробництва [3];

- стан фірми, коли сума витрат від реалізації продукції покриває витрати на виробництво і реалізацію цієї продукції [2];

- прибутковість підприємства або підприємницької діяльності [4];

- відносний показник рівня підприємства, що характеризує ефективність роботи підприємства у цілому, дохідність різних напрямів діяльності [5].

У будь-якому визначенні рентабельність – це відносний показник, що означає відношення суми отриманого (очікуваного) фінансового результату до одного з показників (виручки, витрат, середньої вартості основних і обігових коштів, фонду заробітної плати тощо.).

Рентабельність виявляється у функціях:

- виступає оціночним показником ефективності використання ресурсів і надає узагальнену оцінку роботи підприємства в цілому;
- є показником, що відображає приріст вартості всього капіталу;
- стимулює працівників до ефективної праці;
- є важливим регулятором темпів розширеного відтворення основних засобів і т.д.

Рентабельність продукції можна розрахувати як за всією реалізованою продукцією, так і за окремими її видами.

Рентабельність реалізованої продукції розраховується у відсотках як відношення прибутку, отриманого від продажу всієї продукції, до її собівартості:

$$P = \frac{П}{С} * 100\%$$

де П - прибуток, отриманий від продажу всієї продукції, грн;

С- собівартість всієї проданої продукції, грн. [6].

За формулою можна розрахувати також рентабельність виробництва і продажу окремих видів продукції. З цією метою враховуються прибуток і собівартість за відповідним видом продукції. Показники рентабельності всієї проданої продукції та окремих її видів дають уявлення про окупність (прибутковість) витрат на виробництво і продаж відповідних видів або всієї продукції, тобто про те, який прибуток отримує підприємство на 1 грн витрат, вкладених для отримання прибутку.

Основні показники рентабельності можна об'єднати в такі групи:

- показники рентабельності продукції;
- показники рентабельності капіталу (активів);
- показники, розраховані на основі потоків наявних коштів.

Для розрахунку рівня рентабельності підприємства можуть використовувати: балансовий прибуток, прибуток від реалізації продукції, прибуток від інших видів діяльності.

Поточні витрати можуть прийматися у таких варіантах: собівартість продукції, собівартість продукції за винятково матеріальних витрат, вартість продукції в оптових цінах.

До авансових витрат можна віднести: весь капітал підприємства, власний капітал, оборотний капітал.

В умовах ринкової економіки підприємство в своїй господарській діяльності стикається з різноманітністю ринків товарів, ресурсів чи послуг, які характеризуються різним станом кон'юнктури і конкуренції, де значну роль відіграють цінові фактори. Тому під час аналізу господарської і фінансової діяльності доцільно врахувати інфляційну складову прибутку та рентабельності.

Для успішного розвитку будь-якого підприємства рентабельність є основною передумовою ефективності господарської діяльності. Для забезпечення зростання рентабельності необхідно раціоналізувати витрати на виробництво та реалізацію продукції, налагодити систему збуту, підвищити продуктивність праці, удосконалити управління якістю та конкурентоспроможністю продукції.

Показники рентабельності показують величину прибутку, отриманого підприємством на одиницю понесених витрат, вкладених ресурсів, капіталу. Аналіз рентабельності дає змогу:

- з'ясувати, наскільки ефективним є вкладення коштів у підприємство та чи раціонально їх використовують;
- здатність певного підприємства випускати продукцію високої рентабельності, яка буде популярною серед споживачів та задовольнятиме їх потреби;
- підвищити конкурентоспроможність підприємства в умовах ринкової економіки, тощо.

#### **Література**

1. Баліцька В.В. Доходи та рентабельність діяльності підприємств України: макроекономічна оцінка // Формування ринкових відносин в Україні : Збірник наукових праць / Науково-дослідний економічний інститут Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України. – Київ, 2007. – № 9 (76). – С. 59-64.
2. Бердар М.М. Фінанси підприємств: навч. посібн. / М.М. Бердар – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 352 с.
3. Бець М.П. Планування рентабельності виробництва / Бець М.П. // Економіка України. – 2007. – №2. – С. 40-45.
4. Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: навч. посібн./ В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б. В. Погрішук – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 304 с.
5. Короткевич О. В. Рентабельність господарської діяльності підприємств. //Економіка і прогнозування. – 2008. – №3. – С. 61-69.
6. Приказюк О.В. Методика оцінки рентабельності підприємства / О.В. Приказюк // Облік і фінанси АПК. – 2006. – № 5 – С. 100-105.

**УВАРОВА НАТАЛІЯ**  
аспірант кафедри економічної теорії  
Херсонський державний університет  
м. Херсон

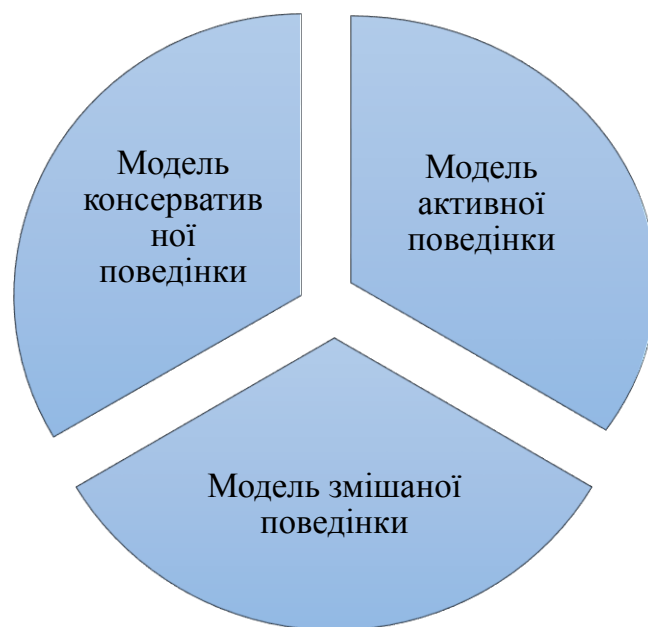
## **АДАПТИВНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

Харчова промисловість є однією з пріоритетних галузей національної економіки України. Адже, успішний її розвиток це передумова не лише для забезпечення продовольчої безпеки країни, а також для підвищення рівня та якості життя населення. Зниження основних соціально-економічних показників може призвести до негативних наслідків для працездатного населення країни, оскільки рівень продуктивності праці безпосередньо

залежить від повноцінного забезпечення населення якісними і доступними продуктами харчування. Мінливість зовнішнього середовища також негативним чином може впливати на ефективність стратегічного потенціалу підприємства. Отже, вище зазначені ситуації зумовлюють необхідність розгляду адаптивності стратегічного потенціалу підприємств харчової промисловості.

На думку Дж. Ван Гига [3] адаптивність це здатність змінювати свою поведінку таким чином, щоб залишатися в області стійкості навіть при наявності зовнішніх впливів. Дане визначення відображає цільову спрямованість феномена адаптації, однак, не дозволяє судити про внутрішню сутність, структуру і механізми реалізації відповідних процесів.

Розглядаючи адаптивність стратегічного потенціалу можна стверджувати, що даний процес є комплексним, адже він поєднує в собі два якісно різних елементи [4]: процеси актуалізації потенційної гнучкості підприємства; процеси актуалізації потенційного розвитку підприємства. Тобто, адаптивність стратегічного потенціалу харчового підприємства поєднує як адаптацію за рахунок реалізації гнучкості харчового підприємства, що дозволяє на базі комбінування вже наявних можливостей продукувати різні результати їх актуалізації, так і адаптацію за рахунок розвитку харчового підприємства, яка здійснюється на основі прогресивно-якісних змін базових елементів його стратегічного потенціалу. Погоджуємося з тим, що залежно від ролі і значення адаптаційних елементів, а також готовності до адаптивної реакції можна виокремити три моделі поведінки харчового підприємств, що представлені на рис.1.1.



**Рим. 1.1. Адаптивні моделі поведінки харчового підприємства**

*Розроблено автором за даними [6].*

Кожна з вище перелічених моделей визначає ступінь готовності до процесу адаптації. Так, активна модель є найбільш адаптованою до конкурентних ринкових впливів. Вона передбачає розробку різних моделей адаптивної реакції залежно від характеру прогнозних змін і ступеня їхньої

важливості для діяльності даного підприємства. У свою чергу, консервативна модель поведінки має локальний характер, тобто зміни в діяльності підприємства відбуваються лише тоді, коли воно, поставлене перед вибором: збитки аж до банкрутства, або перетворення, але лише за окремими аспектам діяльності, або в окремих підрозділах підприємства, що не робить істотного впливу на діяльність всього підприємства. У змішаній моделі поведінки харчового підприємства адаптація залежить від виду та ступеня інтенсивності впливу чинників зовнішнього середовища: при інтенсивному впливі загальні принципи адаптації певним чином реалізуються в діяльності підприємства, а при невисокій інтенсивності  $\square$  реалізація принципів адаптації має поверхневий і несистемний характер.

Крім того, адаптивність стратегічного потенціалу харчових підприємств як процес характеризується двома групами учасників. По-перше, група «активних» учасників яка включає: персонал, конкретні особистості, їх об'єднання на основі формальних і неформальних зв'язків, уподобань, інтересів, із яких формуються групи впливу на процес адаптації підприємства до змін конкурентного середовища [2]. По-друге, «пасивна» група учасників – це засоби виробництва, технологічні лінії, контрольні, вимірювальні та випробувальні комплекси і також сама продукція, параметри можливостей, які можуть змінюватись у межах, передбачених їх конструктивними особливостями, паспортними даними, діапазоном регулювання тощо.

Адаптивність стратегічного потенціалу харчового підприємства безпосередньо залежить від ефективного використання її внутрішнього потенціалу. Адже, реалізація пріоритетів довгострокового розвитку, які задають умови ринкової політики, неможлива без внутрішньої перебудови самого підприємства та появи нових функцій і видів діяльності, підвищення його комунікаційної активності, створення умов для управління інтегрованими процесами, комплексного використання маркетингового інструментарію.

### Література

1. Банева І.О. Адаптивне моделювання в системі стратегічного управління ресурсами аграрних підприємств :[електронний ресурс] / І.О. Банева. – режим доступу: [http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik\\_113/08.pdf](http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_113/08.pdf)
2. Білошкурська Н.В. Моделі адаптивної поведінки та їх роль у формуванні економічної безпеки підприємства / Н.В. Білошкурська // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 12 (114). – С. 101-104.
3. Гиг Ван. Дж. Прикладная общая теория систем: [пер. с англ.] / Джон ван Гиг – М.: Мир, 1981. – 733 с.
4. Карпенко Е.М. Адаптивность предприятия как фактор его устойчивого развития / Е.М. Карпенко, О.А. Нехрист // Известия Гомельского госуд. унив. им. Ф.Скорины. – 2006. – № 5(38). – С. 111-118.
5. Лепейко Т.І. Адаптаційний потенціал підприємства в конкурентному середовищі [Текст] / Т.І. Лепейко, К.В. Кривобок // Тернопільський національний економічний університет. – Тернопіль, 2015. – Том 20. – С. 245-250.
6. Срагович В.Г. Адаптивное управление: [учеб. пособие] / В.Г. Срагович. – М.: Наука, 2004. – 260 с.

## **ПРОБЛЕМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ АГРАРНОГО СЕКТОРУ**

Соціальна інфраструктура є невід'ємною складовою ефективного розвитку аграрного сектору, основною категорією її соціально-економічного відродження. В сучасних умовах ні про який інтенсивний розвиток країни не може йти мови без відтворення та подальшої розбудови соціальної сфери. Загальна економічна криза в державі створила негативні передумови для функціонування об'єктів соціальної інфраструктури. Остання безпосередньо впливає на рівень аграрного сектору, зростання її ефективності, але найголовніше – формує умови для подальшого розвитку соціально-економічного простору сільських територій. До соціальної інфраструктури останніх відносять житлове і комунальне господарство, службу побуту, палаци культури (клуби), транспорт з обслуговування населення, школи, дитячі дошкільні установи, лікарні, медпункти та ін. Через загальну економічну кризу в державі створилися, на жаль, негативні передумови для функціонування об'єктів соціальної інфраструктури.

Сьогодні сільське населення змушене отримувати основні соціальні послуги не безпосередньо за місцем проживання, а в райцентрах і містах. Раніше вся соціальна інфраструктура села утримувалася за рахунок колгоспів і радгоспів, які ліквідовані. Перехід до ринкових відносин пов'язаний з появою нових власників, нових господарів і підприємств нового типу. І саме створені внаслідок реформування структури різних організаційно-правових форм повинні взяти на себе основні витрати з відродження та подальшого розвитку соціальної інфраструктури сільських населених пунктів.

Соціальна інфраструктура повною мірою відображає всі перетворення у виробничих системах, тому внаслідок приватизації, реформування аграрного сектору вона зазнала різких змін. У зв'язку із загальною кризовою ситуацією в аграрній економіці переважна більшість об'єктів соціальної інфраструктури взагалі зруйнована або ж перебуває в жалюгідному стані.

Особливого значення набувають ці процеси при дослідженні життєвого потенціалу сільського населення, де внаслідок його депопуляції, інтенсивного старіння села (насамперед зайнятих в аграрній сфері), зростаючих темпів відпливу сільської молоді створився соціально небезпечний тип відтворення населення. Темпи наростання цих та інших негативних демографічних процесів давно перетнули гранично допустимі норми відтворення людності в сільській місцевості, через що руйнується поселенська мережа, де одна третина населених пунктів знаходиться за межею самовідтворення. З огляду на зазначене, сучасний тип відтворення сільського населення можна



кваліфікувати як такий, що призводить до фактичної ліквідації українського села [1, с. 59].

Зазначимо, що внаслідок розпаду великих сільськогосподарських підприємств та утворення на їх базі значної кількості малих приватних господарств у першу чергу постраждали об'єкти соціальної інфраструктури. Саме тому ми вважаємо, що основою подальшої трансформації аграрної сфери повинен стати системний підхід та соціальна орієнтованість процесів. Вітчизняні вчені [2, с. 22] виділяють два основних типи сільських поселень:

- багатofункціональні (агропромислового профілю), на території яких розташовані сільськогосподарські та промислові підприємства, комплекс об'єктів соціальної інфраструктури, що надають населенню послуги періодичного і повсякденного попиту;

- монофункціональні (аграрного та іншого профілю), серед яких виділяють: села аграрного типу, на території яких розташовані підприємства, об'єкти соціальної інфраструктури, що надають населенню послуги періодичного та повсякденного попиту; села виробничих підрозділів і центри невеликих спеціалізованих господарств, на території яких розташовані сільськогосподарські виробничі центри, об'єкти соціальної інфраструктури, та села несільськогосподарського профілю, на території яких розташовані окремі об'єкти соціальної інфраструктури, що надають населенню послуги первинного попиту.

Особливу увагу слід приділити підтриманню поселень монофункціонального типу, оскільки саме вони першими постраждали від наслідків затяжної фінансово-економічної кризи. Програми державного та регіонального розвитку теж доцільно диференціювати залежно від типу сільських поселень, розробляючи окремо заходи для багато- та монофункціональних поселень. В. В. Юрчишин [3, с. 62] вбачає, що розроблення державної аграрної політики неможливе без досягнення єдності у двох концептуальних питаннях – причини системного обвалу та обґрунтування загальної сутності подальшого розвитку сільського господарства.

Соціальна аграрна політика в сучасних умовах повинна спрямовуватись на системне вирішення комплексу взаємопов'язаних завдань, адже рівень розвитку об'єктів соціальної інфраструктури безпосередньо формує рівень продуктивності та ефективності аграрного виробництва.

Проблемами соціального розвитку сільських територій повинні перейматися на всіх гілках влади – і загальнодержавного, і місцевого рівнів. Особливу роль слід відводити – сільським громадам та органам місцевого самоврядування, які повинні стати рушійною силою в розбудові соціальної сфери сільських поселень. Лише на основі системного підходу до вирішення цих актуальних проблем можна створити цивілізовані умови праці та проживання людей у сільській місцевості.

## Література

1. Богиня Д. Українське село вмирає: національна небезпека / Д. Богиня, К. Якуба // Економіка України. – 2011. – № 4. – С. 56–66.
2. Соціальна інфраструктура села: навчальний посібник / [Амбросов В.Я., Булавка О.Г., Вакуленко В.М. та ін.]; за ред. П. Т. Саблука, М. К. Орлатого. – К.: Інститут аграрної економіки УААН, 2002. – 465 с.
3. Юрчишин В. В. До проблем майбутнього вітчизняного села і селянства / В. - В. Юрчишин // Вісник аграрної науки. – 2007. – № 3. – С. 61-64.

**ФЕДОТОВ ВЛАДИСЛАВ**

студент III курсу факультету економіки і менеджменту

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

Херсонський державний університет

м. Херсон

## НЕОБОРОТНІ АКТИВИ ПІДПРИЄМСТВА

Політика управління необоротними активами підприємства. Сформовані на початковому етапі діяльності підприємства необоротні активи вимагають постійного управління ними. Різноманітність видів та елементів необоротних активів підприємства визначає необхідність їх попередньої класифікації з метою забезпечення цілеспрямованого управління ними. З позицій фінансового менеджменту ця класифікація будується за такими ознаками:

За функціональними видами необоротні активи в сучасній практиці фінансового обліку та управління поділяються таким чином: основні засоби, нематеріальні активи, незавершені капітальні вкладення, обладнання, призначене для монтажу, довгострокові фінансові вкладення інші види необоротних активів.

За характером обслуговування окремих видів діяльності підприємства виділяють такі групи необоротних активів:

- необоротні активи, що обслуговують операційну діяльність: основні засоби, нематеріальні активи;
- необоротні активи, що обслуговують інвестиційну діяльність: незавершені капітальні вкладення, обладнання, призначене для монтажу, довгострокові фінансові вкладення;
- необоротні активи, що задовольняють соціальні потреби персоналу (невиробничі необоротні активи): спортивні споруди, оздоровчі комплекси, дошкільні дитячі установи.

За характером володіння необоротні активи підприємства поділяються на такі групи:

- власні необоротні активи – довгостроковий актив підприємства, що належать підприємству на правах власності і володіння, що відображаються в складі його балансу;
- орендовані необоротні активи – група активів, що використовуються підприємством на правах користування відповідно до договору оренди (лізингу), укладеним із власником.

За формами заставного забезпечення кредиту і особливостями страхування виділяють такі групи необоротних активів:

- рухомі необоротні активи – група довгострокових майнових цінностей підприємства, які в процесі застави можуть бути вилучені із його володіння з метою забезпечення кредиту (машини та обладнання, транспортні засоби, довгострокові фондові інструменти);

- нерухомі необоротні активи – група довгострокових майнових цінностей підприємства, які не можуть бути вилучені із його володіння в процесі застави, що забезпечує кредит (земельні ділянки, споруди, будівлі, передавальні пристрої і т.п.).

З урахуванням особливостей циклу вартісного кругообігу необоротних активів будується процес управління цими видами довгострокових активів підприємства. Основна мета управління необоротними активами полягає у забезпеченні їх своєчасного оновлення та ефективного використання. З урахуванням цієї мети формується політика управління необоротними активами підприємства.

Політика управління необоротними активами являє собою частину загальної фінансової стратегії підприємства, яка полягає у фінансовому забезпеченні своєчасного їх оновлення та високої ефективності використання.

Політика управління необоротними активами підприємства формується за такими етапами:

- аналіз операційних необоротних активів підприємства в минулому періоді;

- оптимізація загального обсягу і складу необоротних активів підприємства;

- забезпечення своєчасного оновлення операційних необоротних активів підприємства;

- забезпечення ефективного використання операційних необоротних активів підприємства;

- формування принципів та оптимізація структури джерел фінансування операційних необоротних активів.

В системі формування і реалізації політики управління необоротними активами підприємства однією з найбільш важливих функцій фінансового менеджменту є забезпечення своєчасного і ефективного їх оновлення. Послідовність прийняття управлінських рішень з питань оновлення необоротних активів така:

1. Формування необхідного рівня інтенсивності оновлення окремих груп необоротних активів підприємства. Інтенсивність оновлення необоротних активів визначається двома основними факторами – їх фізичним і моральним зносом, в процесі яких необоротні активи поступово втрачають свої початкові функціональні властивості і їх подальше використання в операційному процесі підприємства стає чи технічно неможливим, чи економічно недоцільним.

Швидкість втрати необоротними активами своїх початкових функціональних властивостей під впливом фізичного та морального зносу, а відповідно і рівень інтенсивності їх оновлення, в багатьох випадках визначається індивідуальними умовами їх використання. Відповідно до цих умов індивідуалізуються і норми амортизації різних видів необоротних

активів. Ця індивідуалізація норм амортизації, що визначає рівень інтенсивності оновлення необоротних активів, характеризує амортизаційну політику підприємства.

Амортизаційна політика підприємства - складова частина загальної політики управління необоротними активами, яка полягає в індивідуалізації рівня інтенсивності їх оновлення відповідно до специфіки їх експлуатації в процесі операційної діяльності.

### Література

1. Бухгалтерський облік та фінансова звітність в Україні: Навч. -практ. посібник / За ред. С. Ф. Голова. – Дн: Баланс-клуб, 2001.
2. Голова С. Ф., Костюченко В. М. Бухгалтерський облік та фінансова звітність за міжнародними стандартами: Практ. посібник. – К.: Лібра, 2004.
3. Пархоменко В. М., Баранцев П. П. Реформування бухгалтерського обліку в Україні. Ч. 4. – Луганськ, 2004.
4. Райс, Ентоні. Розкриття таємниці фінансової звітності / Пер. з англ. за ред. С. Ф. Голова. – Дн.: Баланс-клуб, 2001.
5. Сигел Дж., Шим Дж. Словарь бухгалтерских терминов / Пер. з англ. – М.: ИНФРА - М, 2001.
6. Энтони Р. Н. Основы бухгалтерского учета. – М., 2003.

**ФОМІЧОВА АЛІНА**

студентка VI курсу факультету економіки і менеджменту

*Науковий керівник: к.пед.н., доц. Байша К.М.*

Херсонський державний університет

м. Херсон

## ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ПІДПРИЄМСТВА

Аналіз фінансових результатів діяльності підприємств є важливою складовою частиною роботи управлінського персоналу щодо реалізації обраної стратегії бізнесу, забезпечення фінансової стійкості підприємства, а також займає вагомe місце в роботі зовнішніх для підприємства аналітиків щодо оцінки інвестиційної привабливості та платоспроможності контрагентів, а також оцінки ділових партнерів в умовах ризику та невизначеності. На підставі його результатів управлінський персонал приймає рішення про напрями фінансування підприємства за рахунок власних джерел, інвестори - щодо формування портфеля цінних паперів, а кредитори визначають пріоритети щодо позик, які видають.

Фінансовий результат – це економічний підсумок виробничої діяльності суб'єктів господарювання, який виражається у вартісній (грошовій) формі. Фінансовим результатом може бути прибуток або збиток.

Прибуток – економічна категорія є грошовим вираженням вартості реалізованого чистого доходу, основною формою грошових накопичень суб'єктів господарювання. Він характеризує дохідність підприємства, окупність вкладених витрат і використаного майна в результаті здійснення відповідних заходів.

Збитки – це перевищення витрат, понесених підприємством у процесі господарської діяльності над отриманими доходами, які відображаються в пасиві балансу підприємства і зменшують його власний капітал.

чотирьох видів прибутку підприємства. Зокрема це:

1. валовий прибуток (збиток);
2. операційний прибуток (збиток);
3. прибуток (збиток) від звичайної діяльності;
4. чистий прибуток (збиток).

Валовий прибуток – представляє собою позитивну різницю між чистим доходом від реалізації продукції та її собівартістю, а за від'ємного значення підприємство має валовий збиток.

Операційний прибуток, що розраховується як різниця між сумою валового прибутку і іншими операційними доходами та сумою операційних витрат.

Витрати підприємства, що формують виробничу собівартість:

I. Прямі матеріальні витрати:

- 1) сировина,
- 2) матеріали,
- 3) купівельні напівфабрикати,
- 4) допоміжні матеріали.

II. Прямі витрати на оплату праці:

- 1) заробітна плата та інші виплати робітникам

III. Інші прямі витрати:

- 1) відрахування на соціальні заходи,
- 2) оренда землі і майнових паїв,
- 3) амортизація,
- 4) витрати від браку та його виправлення.

IV. Загальновиробничі витрати:

- 1) витрати на управління виробництвом – заробітна плата та відрахування на соціальні заходи апарату;
- 2) управління цехами, дільницями – витрати на відрядження персоналу цехів витрати на утримання та експлуатацію необоротних активів;
- 3) загальновиробничого призначення;
- 4) витрати на вдосконалення технології і організації виробництва;
- 5) обслуговування виробничого процесу (заробітна плата відповідного, персоналу, контроль за технологією і якістю);
- 6) охорона праці і навколишнього середовища, техніка безпеки;

Основні завдання аналізу фінансових результатів є:

- оцінка дій персоналу управління про фінансовий стан підприємством завдяки аналізу фінансового стану;
- виявлення чинників, які призвели до фактичного положення;
- аналіз подальшої зміни фінансового стану.

Як основний узагальнюючий показник фінансових результатів діяльності підприємства прибуток. Отже, отримання прибутку - одна із стратегічних цілей управління та найважливіший об'єкт фінансового аналізу.

Прибуток є результатом різноспрямованого руху фінансових потоків, що характеризуються доходами і витратами підприємства. Доходи і витрати, як взаємопов'язані чинники утворення прибутку підприємства, мають досліджуватися на всіх етапах їх формування.

#### Література

1. Мочерний С.В. Політична економія: Навч. посіб. – К.: Знання Прес, 2002. – 687 с.
2. Порядок представлення фінансової звітності, затверджений постановою КМУ №419 від 28.02.2000р.
3. Азаренков Г.Ф. Економічний аналіз: Навч. посіб. - Ч.2. - Х.: Вид. ХНУ, 2004. - 232 с.
4. Білик М.Д. До питання формування прибутку підприємства та управління ним / М.Д. Білик // Формування ринкових відносин в Україні. - 2010. - №7-8. - С.150-154.
5. Богатко А.Н. Основи економічного аналізу. - М.: Фінанси і статистика, 2001. - 208 с.

**ФУРДАК МАРГАРИТА**

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

### **АСОЦІАЦІЯ ЯК ФОРМА ІНТЕГРАЦІЙНОГО ОБ'ЄДНАННЯ ВИНОГРАДАРСЬКО-ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Жорстке конкурентне середовище в сфері вирощування, переробки та реалізації сільськогосподарської продукції спонукає учасників агропромислового виробництва до пошуку нових форм взаємовигідного партнерства, забезпечення пропорційного розвитку галузей сільського господарства та переробної промисловості, розширення бази зберігання, напрямків реалізації, а також широкого впровадження у виробництво передових досягнень науки та практики. Тому сьогодні для укріплення конкурентоспроможних позицій виноградарським та виноробним підприємствам не обійтись без інтеграційних процесів, в тому чи іншому їх прояві. Виноградарські підприємства стають на шлях інтеграції з метою зменшення ризиків, пов'язаних з залежним від багатьох чинників сільськогосподарським виробництвом (сезонність, залежність від погоднокліматичних умов, стихійність кон'юнктури ринку), переробні підприємства – мають на меті забезпечити себе надійною сировинною базою, інші учасники агробізнесу – прагнуть мати гарантовані ринки збуту тощо. Тому питання сучасного розвитку інтеграційних явищ в виноградарсько-виноробному підкомплексі АПК України, а також визначення прогресивних інтеграційних організаційно-правових форм наразі є актуальним та першочерговим. Однією з таких форм, задекларованою Господарським кодексом України, є асоціація.

Згідно із статтею 120 ГК України, «асоціація – договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств,

що об'єдналися, шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників асоціації» [1].

На сьогодні в Україні в виноградарсько-виноробній галузі діють Асоціація «Виноградари та винороби України» та Асоціація «Українське бюро винограду і вина».

Асоціація «Виноградари та винороби України» була створена у 2004 році, як всеукраїнська недержавна, незалежна, добровільна, некомерційна організація з метою сприяння розвитку виноградарства та виноробства країни. Асоціація об'єднує переважну більшість виноградарських і виноробних підприємств України, які виробляють більше 70% всієї виноробної продукції в країні. Здійснюючи свою діяльність на всій території України, Всеукраїнська Асоціація «Виноградари та винороби України» представляє системні інтереси підприємств-виробників винограду та винопродукції у відносинах з Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, іншими державними та недержавними установами та організаціями.

Основними напрямками своєї діяльності Асоціація вважає: створення сприятливої нормативно-правової бази для розвитку виноградарства та виноробства; запровадження механізмів захисту внутрішнього ринку винограду та вин виноградних; забезпечення дієвих механізмів державної підтримки виноградарства в Україні; просування українських вин на ринки інших країн.

Асоціація «Українське бюро винограду і вина» (УБВВ) утворилась в листопада 2010 року, ставши правонаступником Міжнародного бюро вина і коньяку.

Це – галузеве національне об'єднання вітчизняних виробників винограду, вина, коньяку, бренді та інших продуктів виноробства України, а також підприємств суміжних галузей та об'єднань підприємств і організацій

Асоціація позиціонує мету своєї діяльності, як: формування в українських споживачів європейської культури споживання вина та насичення внутрішнього ринку високоякісними винами вітчизняного виробництва; досягнення українською виноробною галуззю лідируючих позицій у світовому виробництві вина; об'єднання провідних національних виробників, продукція яких відповідає світовим стандартам якості, в єдину організацію, здатну реформувати вітчизняну виноробну галузь до рівня розвинених виноробних країн світу; запровадження принципу самоорганізації та саморегулювання внутрішнього ринку виноробної продукції.

Сьогодні, після втрати в своєму складі підприємств кримського сегменту (а це такі відомі виробники, як Інкерманський ЗМВ, ЗАТ "КВКЗ "Бахчисарай" тощо), Асоціація «Українське бюро винограду і вина» вбачає свою місію в сприянні відродженню на півдні України, зокрема в Херсонській та Одеській областях історії, традицій, школи вітчизняного виноградарства та виноробства

з метою підвищення конкурентоспроможності галузі до європейського та світового рівня.

Отже, в сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки асоціація, як форма інтеграційного об'єднання підприємств виноградарсько - виноробної галузі за метою та напрямками своєї діяльності є однією з сучасних форм господарювання для забезпечення поступального розвитку галузі та виведення її на конкурентоспроможний рівень .

#### Література

1. Господарський кодекс України. Режим доступу – [Електронний ресурс] – <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
2. Асоціація «Виноградари та винороби України». Режим доступу – [Електронний ресурс] - <http://awwu.org.ua>.
3. Асоціація «Українське бюро винограду і вина». Режим доступу – [Електронний ресурс] - <http://www.winefest.kiev.ua/>

**ХАРЧЕНКО А. В.**

студент II курсу (магістр) економічного факультету  
*Науковий керівник: д.е.н. , професор Череп А.В.*  
Запорізький національний університет  
м. Запоріжжя

## АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ВІДЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

На сучасному етапі розвитку економіки за умов глобалізації, жорсткої конкуренції та насиченості ринків важливими є питання розробки і впровадження інновацій. Інновації дають поштовх для економічного, технологічного, політичного, екологічного та соціального розвитку суспільства. Розроблення нових методів та підходів до вивчення інноваційної діяльності, впровадження нових принципів інноваційного розвитку, а також визначення внутрішніх бар'єрів в діяльності підприємства, які стримують впровадження інновацій і є необхідними передумовами його розвитку та економіки держави в цілому. В таких умовах питання підвищення інноваційної активності підприємств є одним з найактуальніших для розвитку економіки України, оскільки інновації є підґрунтям для конкурентоспроможності країни та окремих суб'єктів господарювання. Крім того, суттєвими пріоритетами інноваційної активності підприємств стає інноваційна праця та інтелектуальний капітал, що визначається інноваційною активністю діяльності персоналу.

Серед науковців відсутній єдиний підхід до визначення категорії «інноваційна активність».

В загальному розумінні термін інноваційна активність визначається як управлінська діяльність, що враховує потреби ринкової економіки у неперервному оновленні товарів, послуг, технологій. Виявляється у прагненні перемагати в конкурентній боротьбі за рахунок новизни, досконалості і якості



продукції, підтримки творчих, ініціативних працівників; в готовності до організаційних змін, до зламу управлінських структур у відповідь на коливання ринку та ін. [1].

Під інноваційною активністю підприємства розуміють комплексну характеристику її інноваційної діяльності, що включає в себе сприйнятливність до новацій (властивість споживача інноваційного продукту), ступінь інтенсивності здійснюваних дій по трансформації новації і їх своєчасність (властивість постачальника інноваційного продукту), здатність мобілізувати потенціал необхідної кількості і якості, здатність забезпечити обґрунтованість застосовуваних методів, раціональність технології інноваційного процесу за складом і послідовності операцій [2].

Як показник інноваційної активності підприємств в Україні будемо використовувати частку підприємств, що займалися інноваціями (рис. 1). Аналіз здійснюємо за період з 2001 по 2014 роки [3]. Так, найбільший показник питомої ваги підприємств, що займалися інноваціями був зафіксований у 2002 році та становив 18%, а найменший - у 2006 році і склав 11,2%. Показники початку та кінця інтервалу майже однакові, різниця становить 0,3%.

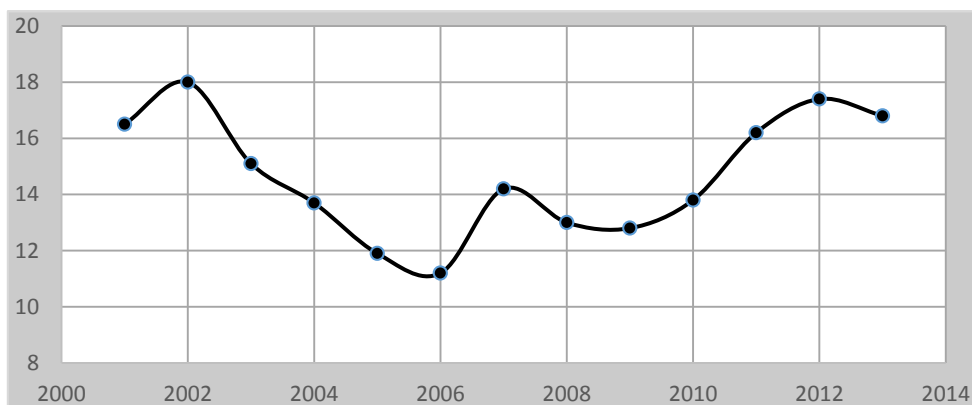


Рис. 1. Частка підприємств, що займалися інноваціями, у %

Побудуємо модель залежності частки підприємств, що займалися інвестиційною діяльністю від реального ВВП. Було обрано саме показник реального ВВП, бо він враховує зміни рівня цін та відображає, найбільш коректно, стан економіки в цілому, і підприємств зокрема. У даному випадку проводимо розрахунки ВВП відповідно до базового 2011 року.

Обрана трендова модель (1) має вигляд:

$$y = 2E-10x^2 - 0,0001x + 35,069 \quad (1)$$

де  $y$  – це частка підприємств, що займалися інвестиційною діяльністю;  
 $x$  – показник реального ВВП.

Проаналізувавши результати, можемо зробити висновок, що не дивлячись на значні коливання питомої ваги підприємств, що займалися інноваціями та показниками ВВП, існує тенденція збільшення інноваційної активності підприємств України, порівняно з 2003-2011 рр.

### Література

1. Зорин В. «Евразийская мудрость от А до Я», толковый словарь / В.Зорин. – [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://terme.ru/termin/innovacionnaja-aktivnost.html>.
2. Баранчєєв, В. П. Управление инновациями : учебник для бакалавров / В. П. Баранчєєв, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин.– 2-е изд., перераб. и доп.– М. : Издательство Юрайт ; ИД Юрайт, 2012.–711 с.
3. Державна служба статистики – [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Закон України «Про інноваційну діяльність» – [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>

**ШУЛЬГА МАРИНА**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу  
Херсонський національний технічний університет  
м. Херсон

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Управління потенціалом підприємств – це складний, багатоаспектний і динамічний процес, що містить у собі сукупність управлінських рішень і управлінські дії, метою яких є досягнення стійкого економічного зростання і динамічний розвиток підприємства. Воно передбачає створення єдиної раціональної системи, яка чітко і безперебійно функціонує, має певні цільові орієнтири та взаємозалежні елементи. Процесу управління потенційними можливостями підприємств властиві динамізм, необхідність застосування широкого спектра форм, методів і механізмів управління [1, с. 51].

У сучасній економічній літературі можна виділити наступні підходи до управління стратегічним потенціалом підприємства. На думку науковців С. Іщука, Є. Лапіної та Т. Кібук процес управління стратегічним потенціалом підприємства визначається, як активне здійснення управлінських рішень на керований об'єкт, а саме: визначення поточного рівня потенціалу підприємства; оцінювання основних складових потенціалу; прийняття рішення з управління потенціалом підприємства; контроль за використанням потенціалу підприємства, для забезпечення стійкого функціонування підприємства та його розвитку [2, с. 212]. Проте, в такому визначенні управління, акцентується увага на ефективному керівництві підприємством.

М. Савченко розглядає управління потенціалом підприємства, як якість показника ефективності функціонування всієї системи та раціонального споживання ресурсів [3, с. 146]. В даному твердженні управління визначається як вплив на об'єкт задля досягнення поставленої мети.

На нашу думку, управління конкурентоспроможним потенціалом підприємств харчової промисловості становить: виявлення рівня функціонального потенціалу підприємства, відповідність його обраній стратегії та прийняття ефективних управлінських рішень з використанням

технологій фінансового інжинірингу для забезпечення прибутковості, рентабельності та конкурентоспроможності підприємства. Метою управління потенціалом харчових підприємств є забезпечення умов ефективного функціонування підприємства в конкурентному середовищі за будь-яких економічних, соціальних та інших змін.

Вважаємо, що тільки при дотриманні основних принципів управління конкурентоспроможним потенціалом, підприємствам харчової промисловості можливо досягти стійкості та ефективної діяльності. До основних принципів управління можна віднести: цілеспрямованість, системність, безперервність, збалансованість, оптимальність, аналітичність, інноваційність, реактивність, результативність.

Перелічені принципи управління конкурентоспроможним потенціалом харчових підприємств допомагають враховувати особливості діяльності підприємства, його положення на ринку й стан зовнішнього середовища. Проте, для продуктивного використання конкурентоспроможного потенціалу підприємств харчової галузі, крім основних принципів управління, необхідно побудувати ефективну систему управління.

Першим етапом в структурі управління конкурентоспроможним потенціалом підприємств харчової промисловості є аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища, на основі якого формуються стратегічні цілі підприємства, а також визначаються конкурентні переваги. Наступним етапом управління є аналіз продукції підприємства. Далі необхідно виявити структуру конкурентоспроможного потенціалу харчового підприємства і провести його кількісну оцінку. Оцінивши структурні елементи конкурентоспроможного потенціалу, обчислюється його рівень та ефективність. В наступних етапах приймаються рішення щодо управління конкурентоспроможним потенціалом, а також постійний контроль за його використанням. Необхідність контролю зумовлена необхідністю знаходження деградації задіяного потенціалу і появи нового.

Таким чином, описана структура управління конкурентоспроможним потенціалом підприємств харчової промисловості, дозволить прийняти більш зважені стратегічні рішення, визначити шляхи щодо підвищення ефективності використання конкурентоспроможного потенціалу, адаптованості підприємства до змін у зовнішньому середовищі.

Вважаємо, що визначені принципи і система управління конкурентоспроможним потенціалом харчових підприємств дасть змогу сформуванню ефективний механізм управління потенціалом та сприяти перетворенню потенційних можливостей підприємств в їх потенційні переваги, раціональне використання ресурсів, а також забезпечення стійкого розвитку та конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості.

#### Література

1. Гудзинський О.Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект): монографія /О.Д. Гудзинський, С.М. Судомир, Т.О. Гуренко. – К.: ІПК ДСЗУ, 2010. – 212 с.

2. Ішук С.О. Теоретичні аспекти управління виробничим потенціалом підприємства як складною організованою системою /С.О. Ішук// Науковий вісник чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – 2002. Вип. III. – С. 211-216.

3. Савченко М.В. Управління економічним потенціалом промислових підприємств: дис. канд. екон. наук /М.В. Савченко. – Х., 2004, – 185 с.

**Юшко Ігорь**

соискатель кафедры международного менеджмента  
*Научный руководитель: д.э.н., профессор Лукьяненко Д.Г.*

ГВУЗ «Киевский национальный экономический  
университет имени Вадима Гетмана»

г. Киев

## **ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЙ ФОРМАТ ОРГАНИЗАЦИОННО- ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ЛАНДШАФТА БАНКА**

Организационно-функциональный компонент является важнейшим в корпоративных бизнес-моделях. Исходя из теории и современных практик организационно-функциональная модель, как правило, включает функциональный ландшафт и организационную структуру. Функциональный ландшафт представляет собой совокупность всех необходимых, логически сгруппированных верхнеуровневых функций, выполняемых банком для обеспечения комплексной и эффективной системы управления. Он обусловлен стратегическими целями и задачами, бизнес-моделью банка и основными направлениями деятельности, законодательными ограничениями, а также спецификой актуальных корпоративных задач в конкретный период развития.

Организационная структура корпорации как совокупность структурных подразделений банка и их функций, в рамках которых между подразделениями распределяются задачи, определяются ответственность и полномочия руководителей, как правило, включает в себя организационную структуру Центрального офиса, региональной сети, внутренний организационные структуры подразделений, а так же комитеты. Построение организационной структуры корпорации базируются на принципах функциональности, единоначалия и коллегиальности с обеспечением необходимых компетенций и предотвращением конфликтов интересов. Основными типами организационных структур банка являются: линейно-функциональная (специализация управления по функциональным направлениям деятельности, которая характеризуется наличием вертикальной иерархии, централизацией принятия решений и четким распределением ответственности между структурными подразделениями); дивизиональная (построение организации, при котором в рамках функциональных направлений создаются кластеры, включающие ряд функций смежных подразделений); смешанная (объединяет несколько типов организационных структур, создает возможность для быстрого и качественного выполнения

подразделениями банка их задач). В организационных стратегиях транснациональных банков важным является формирование и оптимизация его структурных подразделений, когда необходимы: группировка по основным функциональным направлениям – с целью исключения дублирования функций; компактность и эффективность – с целью исключения чрезмерной фрагментации и распределения ответственности; контроль и логика управления – с целью ограничения уровней иерархии; прозрачность и ясность взаимосвязей – с целью предотвращения функциональных конфликтов, обеспечения четкости и ясности взаимоотношений; соответствие требованиям действующего законодательства и уполномоченных регулирующих органов.

В реальном бизнесе постоянно происходят организационные изменения, условиями целесообразности которых, как правило, бывают изменения: функций, выполняемых структурным подразделением; бизнес-процессов, что приводит к изменению конфигурации функциональной нагрузки; компетенций в управляющих командах. В качестве примера организационно-функционального ландшафта корпоративного управления транснационального банка можно привести такую систему полномочий: совет (контроль за финансово-хозяйственной деятельностью банка; контроль за деятельностью Правления банка; принятие решений относительно создания, реорганизации и ликвидации дочерних и / или обособленных подразделений; утверждение условий труда и материального стимулирования членов Правления; принятие решений относительно покрытия убытков; назначение и освобождение Председателя Правления и членов Правления, руководителя службы внутреннего аудита); председатель правления (обеспечение эффективной работы Правления и банка, координация взаимодействия Правления с другими органами банка, вынесение предложения совету и Общему собранию акционеров по всем направлениям деятельности Банка; осуществление руководства текущей деятельностью банка в соответствии с требованиями законодательства); заместители председателя правления (координация работы отдельных направлений банка (подразделений); корпоративный бизнес / розничный бизнес, финансы и бухгалтерский учет, технологическая и операционная поддержка и развитие, безопасность; обеспечение деятельности координируемых подразделений и эффективности их работы в рамках возлагаемых направлений; согласование документов и вопросов, связанных с работой этих подразделений и возлагаемым им направлением; согласование кадровых, организационных, финансовых вопросов и прочих в части курируемых подразделений); центральный офис (планирование, управление и контроль; развитие и инновации; методология бизнеса; финансовый и налоговый учет; риски и кредитный мониторинг; поддержка и логистика; функции бизнеса; сопровождения операций и контроллинг; функции compliance и финансовый мониторинг; безопасность; управление персоналом); региональное управление (кустовая поддержка отделений; выполнение ряда функций Центрального офиса – управление и контроль, кредитная деятельность, поддержка и логистика; продажа сложных

корпоративных продуктов); отделение (функции бизнеса – продажа продуктов).

В целом, организационно-функциональная модель являясь подсистемой бизнес-модели наряду с технологической, процессно-ролевой, регламентной, сервисной и количественной моделями, имеет самостоятельную ценность и является динамичным инструментом оперативного корпоративного управления, поскольку она: определяет базовую структуру, функции и зоны ответственности подразделений банка, полномочия владельцев процессов; обеспечивает целостность функционального ландшафта и исключает фрагментарность при формировании/описании процессов; является источником получения как оперативной, так и аналитической информации об организации деятельности банка.

---

## СЕКЦІЯ 4

### ПРОДУКТИВНІ СИЛИ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

---

**ГОНЧАРЕНКО ІРИНА**

д.е.н., професор, професор кафедри публічного управління  
та адміністрування і міжнародної економіки  
Миколаївський національний аграрний університет  
м. Миколаїв

### **ВИКОРИСТАННЯ АУТСОРСИНГУ ПІДПРИЄМЦЯМИ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ**

Потреби у зниженні витрат, уникненні додаткових інвестицій, зниженні ризиків, є основними факторами, що спонукають підприємців до використання аутсорсингу. Найбільш визнаним є трактування аутсорсингу як бізнес-технології, що передбачає передачу стороннім спеціалізованим компаніям (аутсорсинговим компаніям) процесів і функцій усередині свого бізнесу разом з відповідальністю за результат виконання цих процесів [2].

Проведене нами дослідження в межах Єланецького району Миколаївської області, засвідчує, що для нього характерна типова для сільських територій України ситуація, досить обмеженого переліку наявних видів підприємницької діяльності. Серед них, роздрібна торгівля та ресторанне господарство, вирощування сільськогосподарських культур та послуги у галузі рослинництва, виробництво хліба та хлібобулочних виробів, побутові та ритуальні послуги, пасажирські і вантажні перевезення, технічне обслуговування та ремонт автомобілів, бухгалтерські та юридичні послуги.

В структурі малих і середніх підприємств за основними видами економічної діяльності переважають сільськогосподарські підприємства (90,3%). Результатати проведеного протягом квітня 2016 року, опитування, до якого було залучено 67 осіб, що займаються підприємницькою діяльністю на території Єланецького району, показали, що значна частина підприємців використовує послуги сторонніх спеціалістів, 24 з них, тобто 36 % передають на аутсорсинг частину бізнес-процесів, в том числі: ІТ-послуги – 40 %, логістику – 34 %, ресурсне забезпечення – 28 %, маркетингові бізнес-послуги – 21 %, бухгалтерський облік – 42 %. За думкою, 43 % підприємців, залучення аутсорсингових послуг привело до економії власних ресурсів, 37% покращили показники діяльності, 17 % відмітили, що отримали можливість використовувати послуги фахівців вищої кваліфікації.

Найбільшого поширення серед підприємців району, набула практика передачі функцій бухгалтерського обліку, складання та подання звітності до контролюючих органів. Переваги такої співпраці: комплексне обслуговування досвідченими професіоналами – складання бухгалтерських первинних документів, заяв, листів, консультування з питань податкового планування, підготовка і здача звітів; якість обліку відповідає рівню, який забезпечується штатним бухгалтером, але послуги оптимальніші за вартістю; клієнт не несе

витрат на створення робочого місця бухгалтера, передплату спеціалізованих бухгалтерських видань, придбання канцтоварів, семінари.

Звертають на себе увагу також активні спроби компаній, що просувають комплексні технології в аграрному виробництві, отримати клієнтів в районі, наприклад комерційна сільськогосподарська компанія Агро-новатор, компанія Тімак агро Україна, Ерідон. На сьогоднішній день такі угоди мають характер експерименту. Проте, враховуючи важливість спеціалізації в аграрному бізнесі, особливо в ключових моментах бізнес-процесу, таких як планування, бюджетування, відпрацювання технологічних карт, розробка структури посівів, системи захисту, системи мінерального живлення тощо, де не професійні рішення призводять до істотних втрат ресурсів, недоотримання врожаю, прибутку, можемо констатувати, що на ринку послуг і в аграрному секторі економіки назріли реальні передумови для розвитку аутсорсингу. Адже, освітньо – кваліфікаційний рівень працівників у сільському господарстві – найнижчий серед зайнятих в інших галузях економіки. Наприклад у Єланецькому районі приблизно кожен п'ятий зайнятий в аграрному секторі має середню спеціальну чи вищу освіту, це вдвічі менше середнього показника по всіх галузях економіки. Дуже важливо й те, що середній вік працюючих на селі різко зростає й уже досяг 58 років, а частка професійно підготовленої молоді віком до 30 років зменшилася до рівня 14%, що вкрай недостатньо для поновлення трудових ресурсів. Щодо професійної підготовки керівного складу на підприємствах галузі, то тут за останні 10 років кількість фахівців вищої кваліфікації скоротилася на третину. Тому для підприємців стає досить привабливою перспектива залучення послуг висококваліфікованих агрономів, що несуть повну відповідальність за надані рекомендації.

Проте, перехід підприємства на аутсорсинг може мати і негативні сторони. Одним із найбільш вагомих аргументів проти залучення аутсорсингової компанії є втрата контролю над власними ресурсами; є реальний ризик витоку інформації при передачі на аутсорсинг одразу декількох важливих функцій з одночасною появою нового конкурента, який використовує досвід і знання підприємства, що замовило аутсорсинг. Знизити цей ризик можна, замовивши аутсорсинг різних аспектів бізнесу декільком аутсорсерам, однак при цьому зростуть витрати.

Крім того, для нівелювання будь-яких ризиків слід залучати на аутсорсинг лише добросовісних партнерів, які добре зарекомендували себе на ринку. Нарешті, найважливішим завданням є розробка аутсорсингового договору з фіксацією всіх необхідних умов зниження фінансових, людських та інших ризиків, інтеграційною розробкою проектів і технічного завдання, чіткою розстановкою контрольних точок проекту і поетапною оплатою.

Отже, ринок аутсорсингових послуг розвивається. У підприємств з'являється все більше нових бізнес-завдань, вирішення яких вимагає залучення зовнішніх спеціалістів, що є однією з основних причин розвитку аутсорсингу на сільських територіях.



## Література

1. Білоус О.Г. Глобальний конкурентний аутсорсинг: монографія/ О .Г. Білоус, О.В. Гаврилук. – К. КНЕУ, 2010. – 349с.

2. Бравар Жан-Луї. Ефективний аутсорсинг: розуміння, планування та використання успішних аутсорсингових відносин: [пер. з англ.] / Бравар Жан Луї, Морган Роберт. – Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2007. – 288 с.

**КОЗЬЯКОВА СВІТЛАНА**

к.е.н., доцент кафедри туризму та готельного господарства  
Луганський національний університет імені Володимира Даля  
м. Луганськ

## ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ

В сучасних умовах ринкового господарювання в санаторно-курортній справі країни відбуваються структурні зміни, пов'язані, в першу чергу, з організаційно-управлінськими аспектами, а саме: зростає комерціалізація послуг даної сфери, збільшується кількість приватних (або колективної форми власності) закладів, збільшується кількість пропозицій санаторно-курортного відпочинку.

Для організації діяльності курортів слід використовувати спеціально визначені природні території, що мають природні оздоровчі та лікувальні ресурси. Згідно із Законом України «Про курорти», до природних лікувальних ресурсів належать: мінеральні води, лікувальні пологі та озокерит, ропа лиманів та озер, морська вода, природні об'єкти в комплексі зі сприятливими для лікування кліматичними умовами, придатні для використання з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань, кожен з яких є самостійним об'єктом геологічного середовища, потребує різнобічного підходу до вивчення, контролю етапу і використання.

Жорстка конкуренція та нестабільність сучасного ринку стосуються системи рекреації та відновлювального лікування в умовах курортів і потребують прийняття оперативних організаційних рішень, які дозволили б швидко адаптуватися до зростаючих запитів ринку. Для прийняття таких рішень необхідна максимально повна та оперативна інформація, що базується на сучасних інформаційних технологіях. Інформаційна мережа Інтернет повністю задовольняє таку вимогу, забезпечуючи найбільш ефективний обмін інформацією. Інформація, що подається в мережу, має виключно індивідуальний характер. Однак в ній має обов'язково міститися мінімальний обсяг необхідних даних, до яких належать такі загальні показники: коротка загальна кліматично-географічна характеристика зони курорту та приблизне розташування на території країни; статистичні дані функціонування курорту, коротка історія його створення; адміністративна сторінка; перелік природних лікувальних факторів курорту з лаконічним описом механізму їх лікувальної дії; короткі медичні показання відповідно до міжнародної класифікації захворювань; перелік послуг, які надаються на курорті, вартість одного дня перебування на курорті; точна адреса з вказівкою на транспортний доступ; E-mail, поштова адреса, телефон,

факс.

Важливою умовою ефективного функціонування санаторно-курортного комплексу є забезпечення його інфраструктурою, розвиток якої відбувається в процесі вирішення територіально-функціональних, соціально-економічних, екологічних проблем, що пов'язано з розподілом і визначенням пріоритетних напрямів використання територіальних ресурсів і пошуками шляхів збалансування міжгалузевих інтересів.

Відповідно до статистичних даних, розвиток виробництва на курортних територіях призвів до виникнення на них індустріальних зон. Надмірна концентрація у деяких місцевостях санаторно-курортних закладів, велика питома вага промислового та сільськогосподарського виробництва, інтенсивний рух автотранспорту на загальному фоні недосконалої інфраструктури (водо- та теплопостачання, енергозабезпечення, комунальне господарство, транспорт), що створює надмірне антропогенне навантаження, знижують престижність курортів та ставлять під загрозу існування сировинної бази найбільш популярних курортів.

Розвиток курортів багато в чому залежить від витрат на паливно-енергетичні ресурси, збереження яких є предметом державної політики. Залежно від умов розвитку більшість курортів не має традиційних джерел енергії. Тому, виникає необхідність ширшого впровадження на курортних територіях нетрадиційних видів енергетики.

Для споживачів санаторно-курортного продукту найбільш стримуючим фактором є завищені ціни. Можливо зростання вартості санаторно-курортних путівок є вимогами часу, однак мала б покращуватися і якість надання послуг в таких закладах. Поки що підвищення цін призводить до зменшення завантаженості санаторіїв (в середньому 18-20% на рік), але в більшості не впливає на покращення матеріально-технічної бази або удосконалення якості надання послуг.

Враховуючи ситуацію, що склалася, доцільно виділити проблеми, які стримують розвиток санаторно-курортної галузі усієї країни: відсутність розгорнутої системи інформаційно-рекламного забезпечення діяльності санаторно-курортної галузі; недосконале податкове законодавство, що перешкоджає вкладу інвестицій в рекреаційну інфраструктуру та санаторно-курортний комплекс [3]; різновідомча підпорядкованість рекреаційних та санаторно-курортних комплексів; недоліки в системі регіонального управління; проблеми тіньової економіки; необхідність передачі частки повноважень органам місцевого самоврядування [2]; застаріла матеріально-технічна база та інфраструктура; продаж або передача в оренду приватним фізичним або юридичним особам земель, на яких знаходяться об'єкти курортно-туристичного призначення; відсутність досконалого економічного механізму її діяльності; низький рівень менеджменту та якості обслуговування у санаторно-курортних закладах [1].

В подальшому можливе розширення діяльності таких закладів за рахунок формування державної стратегії розвитку курортно-рекреаційного господарства країни.

### Література

1. Розпорядження КМУ від 23.04.2003р. №231-р «Про схвалення Концепції розвитку санаторно-курортної галузі».
2. Направления усовершенствования налогообложения туристической рекреационной деятельности [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://vechervkarpatah.at.ua>.
3. Ринок туристичних послуг [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.tourlib.net](http://www.tourlib.net).

**РЕУС МАРІЯ**

здобувач кафедри економіки та підприємництва  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент Хвищун Н.В.*  
Луцький національний технічний університет  
м. Луцьк

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ**

Сучасний етап розвитку економіки спонукає регіони до конкурентної боротьби. Виникає необхідність у пошуку нових підходів до управління регіональним розвитком, які враховуватимуть особливості розвитку основних галузей економіки регіону, спроможні вплинути на активізацію виробничого процесу, підвищення інвестиційної привабливості регіону, його конкурентоспроможності в цілому. Сьогодні актуальним є використання інструментарію логістичного менеджменту розвитку регіону.

Дослідженню проблематики логістичного менеджменту присвячено праці таких науковців як Є. Крикавський, Д. Бауерокс, Д. Клосс, В. Сергеев, В. Українцев, Б.Анікін, А. Долгов та інші. Зокрема, вітчизняний науковець Є. Крикавський стверджує, що логістичний менеджмент “ґрунтується на інтеграції логістики та менеджменту у форму “логістико-менеджменту” як комплексної локалізованої системи управління матеріальними та інформаційними потоками” [1, с. 11]. На думку дослідників Д. Бауерокс та Д. Клосс сутність логістичного менеджменту полягає “у створенні й налагодженні таких систем управління потоками матеріальних ресурсів, незавершеного виробництва й запасів готової продукції, які були б опорою для вироблення оптимальної ділової стратегії господарської одиниці” [2, с. 44]. Науковці В. Сергеев та В. Українцев в основу поняття логістичний менеджмент вкладають синтез основних управлінських функцій, а саме планування, організації, контролю, регулювання потокових процесів для досягнення цілей з найменшими витратами [3; 4].

Отже, складовими поняття “логістичний менеджмент” є функції управління, логістичні потоки, на які спрямоване управління та досягнення цілей, як мети управління. Ціллю управління логістичними потоками є їх оптимізація, а результатом – зниження сукупних витрат усіх учасників потокових процесів.

Під логістичним менеджментом розумітимемо сукупність управлінських функцій спрямованих на оптимізацію логістичних потоків на основі оцінки та мінімізації загальних логістичних (інтегральних) витрат.

Ефективне використання інструментарію логістичного менеджменту розвитку регіону дозволить досягнути максимальної ефективності кожного елемента логістичної системи, забезпечити економічну безпеку у процесі функціонування, отримати конкурентні переваги та вигоди з мінімальними витратами.

#### **Література**

1. Крикавський Є.В. Логістика: компендіум і практикум: Навчальний посібник // Є.В. Крикавський, Н.І. Чухрай, Н.В. Чернописька. – К.: Кондор, 2009. – 338 с.
2. Бауэрсокс Д. Логистика: интегрированная цепь поставок / Д. Бауэрсокс, Д. Клосс.; пер. с англ. – 2-е изд. – М. : Олимп-Бизнес, 2005. – 640 с.
3. Украинцев В. Б. Конкуренция и логистика / Украинцев В. Б. – М.: Экспертное бюро, 1999. – 362 с.
4. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе. [Текст]: учеб. для экон. специальностей высш. и сред. спец. учеб. заведений / Виктор Иванович Сергеев – М. : ФИЛИНЪ, 2001. – 772с.

**ФЕДУРУСЬ ЛЮБОВ**

завідувач навчально-наукового відділу

**ВАЛЕЦЬКА ОЛЬГА**

провідний інженер навчально-наукового відділу

Луцький національний технічний університет

м. Луцьк

## **ОСНОВНІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ**

Сьогодні сільські території характеризуються слабким розвитком сфери послуг, недостатнім забезпеченням робочими місцями, низькими доходами, скороченням кількості населення і тому потребують реальних змін. Останнім часом спостерігається тенденція скорочення сільськогосподарської зайнятості сільського населення та збільшення несільськогосподарських видів зайнятості. Важливою складовою розвитку сільських територій є сільський туризм, який значно розширює сферу зайнятості сільського населення та впливає на покращення якості їх життя.

Питання розвитку сільського туризму на сільських територіях досліджували в своїх працях В.С. Кравців, М.І. Волошин, П.О. Масляк, І.В. Зорін, В.О. Квартальнов, Т.М. Булах та ін. Однак, необхідно приділити увагу основним факторам розвитку сільського туризму на сільських територіях, які врахують їх природний, матеріальний і культурний потенціал.

На думку Т.М. Булах сільський туризм – це вид туризму, що передбачає знайомство з місцевим побутом в агрооселях, вивчення традицій проведення народних свят, фольклорної творчості, організацію подорожі вихідного дня з полюванням, рибальством, турів “народна аптека” зі збиранням лікарських

трав, “пасіка” – з качанням меду, “сам собі господар” – з навчанням традиційним народним технологіям виробництва соків, вин, консервування овочів і фруктів, “дари лісів” – консервування ягід і грибів тощо [1].

Масляк П.О. зазначає, що розвиток сільського туризму дасть змогу вирішити багато соціально-економічних проблем українського села, сприятиме: - підвищенню рівня зайнятості населення; - зростанню доходів сільських жителів за рахунок надання послуг туристам і реалізації вироблених продуктів харчування за прийнятними цінами; - покращенню благоустрою сіл, місцевих доріг, інженерного облаштування окремих садиб; - відродженню місцевих народних звичаїв, промислів, кулінарних традицій; - збереженню і відновленню місцевої історико-архітектурної спадщини, українських садиб з клунями, стодолами, шопами, вітряками тощо [2].

Таким чином, розвиток сільського туризму спрямований в першу чергу на створення робочих місць та збільшення доходів сільського населення. Виділимо основні фактори, які забезпечують розвиток сільського туризму на сільських територіях:

- соціально-економічні – підвищення зайнятості та рівня доходів сільського населення, підвищення їх соціальної активності та розвиток інфраструктури сільських територій;

- природнокліматичні – раціональне використання природно-рекреаційних ресурсів;

- культурно-історичні – збереження та відродження традиційної української культури, історичних пам'яток;

- управлінсько-інформаційні – формування цільових місцевих і регіональних програм розвитку сільського туризму, інформаційне забезпечення розроблення нових і розвитку наявних конкурентоздатних туристичних продуктів (випуск друкованої продукції, участь у виставкових заходах, організація прес-турів тощо);

- матеріально-технічні – використання приватних житлових будинків для туристичної сфери, забезпечення сільськогосподарською продукцією, яка виробляється в особистих селянських господарствах, транспортне сполучення.

Отже, сільський туризм це форма відпочинку на сільській території в приватній садибі сільського господаря, де гості деякий час ведуть сільський стиль життя, знайомляться з місцевими звичаями та культурою. На нашу думку, визначені основні фактори розвитку сільського туризму забезпечать зменшення відтоку людських ресурсів з сільських територій, диверсифікацію місцевої економіки, розширення загального спектру туристичних послуг та збереження і відтворення історико-культурної спадщини.

### Література

1.Булах Т.М. Сільський туризм як перспективний напрям для соціально-економічного розвитку села /Т. М. Булах // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 11. – С. 144.

2. Масляк П.О. Рекреаційна географія. Електронний ресурс. Режим доступу: [http://libfree.com/159263080\\_turizmsilskiy\\_zeleniy\\_turizm.html](http://libfree.com/159263080_turizmsilskiy_zeleniy_turizm.html)

---

## СЕКЦІЯ 5

# ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

---

**ЄФІМОВА ЛЮБОВ**

студент II курсу Економічного відділення

*Науковий керівник: викладач Бичкова Л.О.*

Київський коледж будівництва, архітектури та дизайну  
м. Київ

## ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Людство живе в ХХІ столітті, яке змушує кожного замислюватися над ходом історії, надбаннями і втратами в розвитку суспільства, відносинами між людиною і природою. Природа – лоно, з якого вийшли і людська культура, і людська історія.

Відомо, що стан економіки безпосередньо впливає на всі сфери життєдіяльності держави і суспільства. Американський учений Г. Мауль визначає економічну безпеку як відсутність серйозної загрози можливостям суспільства дотримуватись руслу своїх основних цінностей. Безпека держави залежить від її економічної уразливості через переривання постачання необхідними ресурсами [1]. Щоб зменшити цю уразливість Г. Мауль пропонував створювати альтернативні джерела постачання, більш ощадливо використовувати наявні ресурси тощо. Різні аспекти економічної безпеки досить давно вивчаються західними вченими.

У вітчизняній науковій літературі проблеми економічної безпеки з початку 90-х років ХХ століття також здобувають особливу гостроту. Це пов'язано з посиленням ролі економічної компоненти в загальній системі безпеки України.

Економічна безпека має стати способом забезпечення стабільного економічного прогресу як суспільства в цілому, так і окремої особистості. Головними в структурі економічної безпеки є економічна система і національний інтерес. Як складна структура, економічна безпека включає в себе безпеку технічну, технологічну, сировинну, фінансову, енергетичну, організаційно-виробничу й інші. В основі економічної безпеки держави (а саме вона повинна, в першу чергу, виступати її гарантом) лежить її економічний потенціал, тобто можливість і здатність економічно задовольняти всі суспільні потреби. Складовими частинами економічного потенціалу країни є: виробничий і невиробничий потенціали, природні запаси і людські ресурси. Реальні і потенційні можливості економіки будь-якої країни залежать від її якісних і кількісних характеристик.

Якісна характеристика міститься в галузевій структурі, технічному рівні й ефективності економіки в цілому, у рівні задоволення суспільних потреб та

ін. Кількісна характеристика виражається через такі вартісні показники як рівень загального обсягу ВВП, кінцевий суспільний продукт, показник валового національного продукту (ВВП) на душу населення (тис. гр.) у порівнянні з іншими країнами, питома вага обсягів платних послуг у ВВП (відсотків) тощо.

В даний час Україна має в 2,6 рази меншу частку товарів високотехнологічних видів промислової діяльності в структурі промисловості, ніж усереднена відповідна частка різних регіонів світу, що дає підстави говорити про менш технологічно конкурентоспроможну структуру вітчизняної промисловості, ніж у цілому по світу. Загалом, технологічна структура експорту країни є неконкурентоспроможною – частка товарів промисловості з низьким рівнем технологічності та середньо технологічних становить 72,5 відсотка, тоді як частка високотехнологічних товарів складає лише 27,5 відсотків [2].

При оцінці стану економічної безпеки країни необхідно враховувати факт істотного впливу економіки на соціально-політичний стан суспільства, культурний рівень населення, організаційну структуру силових структур (армія, флот, служба безпеки, зовнішня розвідка, поліція тощо) та їхню забезпеченість сучасними технікою і озброєнням.

На економічну безпеку будь-якої країни впливає залежність її економіки від постачань деяких стратегічно важливих видів сировини й енергоносіїв. За оцінками західних експертів, залежність країни від постачання технічних видів стратегічної сировини більш ніж на 35 відсотків являє серйозну загрозу національній безпеці. Саме тому багато країн (США, Німеччина, Японія та інші) намагаються забезпечувати себе стратегічно важливою сировиною з 4–5 різних держав.

Вчені і політики усвідомлюють, що несприятливі екологічні явища розвиваються з більшою швидкістю, ніж це передбачалося ними раніше. Сучасна екологічна криза за масштабами поширення дедалі більше набуває транскордонного, загальнопланетарного характеру, і створюючи реальну загрозу виживанню людства, не може не змусити замислитися над нею та шляхами її подолання кожному розумну людину, для якої дорогі не тільки власне життя, але й доля власної держави, доля майбутніх поколінь.

Виснаження природних ресурсів впливає на економіку країн, послабляючи тим самим інші компоненти національної безпеки. Тому, в рамках концепції загальної безпеки, екологічна безпека поставлена поряд з найважливішими політичними, воєнними, економічними, науково-технічними, ідеологічними і ціннісними аспектами міждержавних відносин.

Екологічну безпеку за масштабами можна порівняти з людством як єдиним організмом, життєві умови для існування якого забезпечує біосфера Землі, вимагаючи ощадливого відношення до збереження і відтворення її ресурсів.

Людство зможе вийти з глобальної екологічної кризи лише кардинально реконструювавши світову економічну систему, перевівши її із стихійного в стан керованого програмного розвитку.

## Література

1. Горлинський В.В. Безпека суспільства: ціннісний дискурс / В.В. Горлинський // Стратегічна панорама. – 2005. – № 3. – С. 23-27.
2. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до документу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

**КОПТЯЄВА ВІКТОРІЯ**

студентка II курсу факультету економіки і менеджменту  
*Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Фурдак М. М.*  
Херсонський державний університет  
м. Херсон

## СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах господарювання ефективне використання ресурсного потенціалу є одним з найважливіших завдань суспільства. Виходячи з того, що земля, основні й оборотні матеріальні засоби, трудові, фінансові, інформаційні й нематеріальні ресурси, а також підприємство є основними чинниками у виробництві продукції та гарантуванні економічної безпеки країни, виникає необхідність вирішення проблеми підвищення ефективності їх використання та відтворення.

В умовах ринку, що характеризується нестабільністю макро- і мікро економічних факторів, одним з першочергових завдань стає формування та оцінка поточних перспективних можливостей підприємства, тобто його потенціалу; збалансування можливостей підприємства з потенціалом зовнішнього середовища для досягнення запланованих задач та з метою виживання в умовах конкуренції сьогодні та в перспективі.

Отже ресурсний потенціал підприємства – це сукупність матеріальних, нематеріальних, трудових та фінансових ресурсів, включаючи здібність працівників підприємства ефективно використовувати названі ресурси для виконання та досягнення поточної та стратегічної мети підприємства.

Ресурсний потенціал підприємства можна охарактеризувати такими основними категоріями:

- реальними можливостями підприємства в тій чи іншій сфері діяльності (включаючи і нереалізовані можливості);
- обсягом ресурсів, як залучених, так і тільки що підготовлених до використання на виробництві;
- здібністю кадрів (менеджерів) використовувати ресурси, вмінням розпоряджатися ресурсами підприємства;
- формою підприємства та відповідною організаційною структурою.

Елементами ресурсного потенціалу підприємства є такі види ресурсів:

- трудові (сукупність фізичних осіб, які перебувають з підприємством як з юридичною особою у відносинах, що регулюються актами законодавства про трудову діяльність, і утворюють трудовий колектив працівників з визначеною



структурою відповідно до структури виробництва, форми власності її організаційного устрою конкретного підприємства);

- фінансові (кошти, які формуються в разі утворення підприємства і поповнюються в результаті господарської діяльності за рахунок продажу продукції, виконання робіт і надання послуг, а також шляхом залучення зовнішніх джерел фінансування);

- матеріальні, що складаються з основних фондів (засобів) і оборотних активів (основні фонди і оборотні активи підприємства);

- нематеріальні (частина потенціалу підприємства, яка дає економічну вигоду протягом тривалого періоду та має нематеріальну основу отримання доходів, до яких належать об'єкти промислової та інтелектуальної власності, а також інші ресурси нематеріального походження);

- інформаційні (важливе значення має характерна інформація, доступ до неї, можливість розширення інформації й підвищення її ймовірності).

Крім того, якщо розглядати поняття “ресурсний потенціал” в контексті сучасних трансформацій вітчизняної економіки та світових тенденцій, доцільно виокремити і таку складову, як підприємство.

Існують різноманітні методичні підходи до характеристики ресурсів підприємства. Так у складі факторів виробництва прийнято виділяти елементарні ресурси (земля, капітал, праця, нематеріальні активи) та диспозиційні ресурси – здатність людини комбінувати елементарні фактори для досягнення цілей підприємства та здійснювати функцію управління. Ресурси виробництва також прийнято підрозділяти на : постійні та змінні. Обсяг випуску продукції залежить не тільки від кількості факторів виробництва, але й від їх комбінування. Здатність ресурсів до комбінування, визначає їх взаємозамінність та взаємодоповнюваність.

Отже, раціональне формування ресурсного потенціалу підприємства є фактором побудови ефективної стратегії конкурентоспроможності, що в сучасних умовах господарювання є надзвичайно важливим.

### Література

1. Довгаль Н.С. Методичні основи оцінки ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства / Н.С. Довгаль // Науково-технічна інформація. – 2008 – № 4. – С. 55-57.

2. Ульянченко О.В. Раціональне використання та відтворення ресурсного потенціалу в аграрній сфері. / О.В. Ульянченко, В.Є. Тітова, О.В. Бухало // «Вісник ХНАУ». Серія “Економіка АПК і природокористування”. – 2008. – №9. – С. 3-11.

3. Довгаль Н.С. Ресурсний потенціал підприємства: теоретичні основи / Н.С. Довгаль // Науково-технічна інформація. – 2009. – № 1. – С. 42-45.

4. Качуровський В.Є. Ресурсний потенціал підприємства: структура та ефективність використання / В.Є. Качуровський, В.П. Чайковська // Регіональна бізнес-економіка та управління. – 2007. – № 4. – С. 123-129.

**МАТУШКІНА АНАСТАСІЯ**  
студентка 2 курсу факультету економіки і менеджменту  
*Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Фурдак М.М.*  
Херсонський державний університет  
м. Херсон

## **ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ – ПОНЯТТЯ ТА ОСНОВНІ СКЛАДОВІ**

Економічний механізм природокористування – це сукупність економічних структур, інститутів, форм і методів господарювання, за допомогою яких реалізуються чинні в конкретних умовах економічні закони та здійснюється погодження і коригування суспільних, групових і приватних інтересів.

Головні компоненти економічного механізму включають:

- правові засади економічної діяльності;
- систему відносин власності на засоби виробництва;
- організаційну структуру економіки;
- систему суспільних інститутів;
- економічні інструменти.

Згідно із Законом України "Про охорону навколишнього природного середовища" формування економічного механізму охорони навколишнього природного середовища передбачає:

- взаємозв'язок усієї управлінської, науково-технічної та господарської діяльності підприємств, установ та організацій з раціональним використанням природних ресурсів та ефективністю заходів щодо охорони навколишнього природного середовища на основі економічних важелів;

- визначення джерел фінансування заходів з охорони навколишнього природного середовища;

- встановлення лімітів використання природних ресурсів, скидів забруднюючих речовин у навколишнє природне середовище та на утворення і розміщення відходів;

- встановлення нормативів збору і розмірів зборів за використання природних ресурсів, викиди і скиди забруднюючих речовин у навколишнє природне середовище, на утворення і розміщення відходів та інші види шкідливого впливу;

- надання підприємствам, установам і організаціям, а також громадянам податкових, кредитних та інших пільг при впровадженні ними маловідхідних, енерго- і ресурсозберігаючих технологій та нетрадиційних видів енергії, здійсненні інших ефективних заходів щодо охорони навколишнього природного середовища;

- відшкодування в установленому порядку збитків, завданих порушенням законодавства про охорону навколишнього природного середовища.

Економічний механізм екологічного регулювання в Україні ґрунтується на концепції платності природокористування. Він охоплює систему економічних інструментів, які спрямовані на акумулювання матеріальних ресурсів для реалізації природоохоронних програм та на мотивацію товаровиробників до підвищення екологічності застосовуваних технологій і власної продукції.

Відповідно складовими економічного механізму нині мають бути:

- економічне оцінювання природних ресурсів;
- плата за спеціальне використання природних ресурсів;
- плата за забруднення навколишнього середовища та інші шкідливі впливи на довкілля;
- система фінансування і кредитування природоохоронних заходів;
- екологізація податкової і цінової систем;
- підтримка становлення і розвитку екологічної індустрії.

Економічний механізм природокористування покликаний на практиці розв'язати завдання ефективного використання природних ресурсів з метою задоволення виробничих потреб суспільства, формування екологічно безпечного середовища, забезпечення стабільного і достатнього фінансування природоохоронних програм.

Базою ефективного функціонування економічного механізму природокористування є чинна система економічних інструментів екологічного регулювання.

Під правовою охороною навколишнього середовища в Україні розуміють сукупність встановлених державою правових норм, спрямованих на виконання заходів з охорони навколишнього природного середовища й оптимізації його якісного складу, раціонального використання природних ресурсів та збереження заповідних територій і об'єктів.

Основу екологічного законодавства України становлять такі нормативні акти:

- норми Конституції України щодо питань охорони довкілля (1996 р.);
- Постанова Верховної Ради України "Про основні напрями державної політики України у галузі охорони довкілля, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки" (1998 р.);
- Земельний кодекс України (2001 р.);
- Водний кодекс України (1995 р.);
- Лісовий кодекс України (1994 р.);
- Кодекс України про надра (1994 р.);
- Закон України "Про охорону природного навколишнього середовища" (1991 р.);
- Закон України "Про природно-заповідний фонд" (1992 р.);
- Закон України "Про охорону атмосферного повітря" (2001 р.).

#### Література

1. Лишиленко В.І. Регіональна економіка Навчальний посібник: // За наук. ред. Л.Г. Чернюк. К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 728 с.

---

## СЕКЦІЯ 6

### ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА

---

АТАЄВА ОЛЕНА

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств та менеджменту  
Навчально-наукового професійно-педагогічного інституту  
Української інженерно-педагогічної академії  
м. Бахмут

### ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ КРИЗИ В ОПЛАТІ ПРАЦІ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

Як відомо, заробітна плата є головною складовою частиною соціальної політики будь-якої держави. Та в сучасних умовах української дійсності склалося таке становище, коли її середній рівень для більшості працюючих не задовольняє навіть мінімальних потреб, не відповідає вартості робочої сили та відтворювальному її рівню.

Зокрема, в Україні її частка в сукупному валовому продукті не перевищує 18 % на фоні значної інфляції, коли у розвинутих країн ця частка становить 50-70 % в умовах стабільної економіки. Тому наведені факти відображають соціально-економічну кризу, подолання якої вимагає, перш за все, визначитись з напрямками її вирішення в науковому плані. Але в економічній літературі відомі пропозиції різного напрямку. Наприклад, М. Білопольський радить підвищити середню зарплату в 3-4 рази [1], не розглядаючи питання наявності в державі на це економічних можливостей. Е. Лібанова пропонує для вирішення проблеми оплати праці цілу низку пропозицій з подолання бідності, головними з них є створення фондів соціальної допомоги збіднілому населенню [2]. Але такий підхід заважає вирішенню проблеми оплати навіть для частки збіднілого населення, не вирішуючи її взагалі як соціальну настанову.

Тому, пропозиції економічної науки треба спрямувати на пошук наукових методів визначення рівня оплати праці, виходячи з самої сутності цієї категорії з урахуванням таких настанов:

встановлення мінімальної зарплати за її відтворювальною функцією на рівні вартості робочої сили;

структуризація фонду оплати праці та виділення мінімальної зарплати як самостійного елементу у складі основної зарплати;

розробка методів визначення рівня заробітної плати з урахуванням інфляції і економічних можливостей підвищувати зарплату.

Отже, в цьому напрямі загальний рівень заробітної плати працівника ( $Z_{зр}$ ) може бути визначений за такою пропонованою нами принципованою формулою:

$$Z_{зр} = Z_{\min} \times K_{уп} \times K_{гп} \times K_{н}, \quad (1)$$

де  $Z_{\min}$  – мінімальна, науково обгрунтована зарплата, грн/міс;

$K_{уп}$  – коефіцієнт успішності самої праці (кількості, якості, умов);

$K_{гп}$  – коефіцієнт гарантованого підвищення заробітної плати за рахунок використання наявних резервів;

$K_{н}$  – коефіцієнт накопичення засобів споживання на перспективу.

Кожен з елементів формули 1 має свої методологічні особливості визначення. Зокрема, відтворювальний рівень мінімальної зарплати в соціальній державі, а саме до такої держави виявляє прихильність більшість українського суспільства [3], повинен ґрунтуватись на рівні, еквівалентному вартості робочої сили, яка визначається витратами на людські потреби. Тому рівень мінімальної зарплати розглядається як базовий, на основі якого встановлюється середня зарплата ( $Z_c$ ) за такою пропонованою нами формулою:

$$Z_c = B_{рс} + D_n + Z_v + K_v, \quad (2)$$

де  $B_{рс}$  – вартість робочої сили або відтворювальний рівень мінімальної зарплати, грн;

$D_n$  – диференційовані надбавки до мінімальної тарифної ставки за відхилення від стандартів за показники: якість, напруженість, умови праці, грн;

$Z_v$  – заохочувальні виплати за успішність і якість праці, виконуваної на 100 % відповідно до норми, грн;

$K_v$  – компенсаційні виплати за успішність і якість праці, грн.

Отже, виходячи з наведених вище методів формування рівня заробітної плати стає можливим стверджувати, що основна зарплата, яка створюється за встановленою нормативною базою, є підґрунтям для формування рівня заохочувальних виплат і їх фонду за понаднормову працю, структура яких не потребує нормування.

В системі методологічних підходів до визначення рівня заробітної плати особливе місце займають методи визначення резервів можливого підвищення рівня середньої заробітної плати, який би відповідав не тільки інтересам найманих працівників з приводу задоволення їхніх потреб, а і враховував наявність економічних можливостей бізнесу підвищувати оплату праці персоналу. Але економічна наука більш схильна до методів допомоги збіднілому населенню шляхом вторинного перерозподілу доходів, ніж забезпечення йому достатнього рівня зарплати для безбідного існування. Тому за ідеєю проф. В. Ковальова і за нашою участю розроблено методологічні підходи, за якими спочатку визначається еталонний рівень співвідношення темпів зростання заробітної плати на один відсоток зростання продуктивності праці. Відношення фактичного співвідношення до його еталонного рівня і визначає резерви можливого підвищення рівня зарплати ( $R_{пз}$ ).

$$R_{пз} = \Phi_{сзп} / I_{сзп} \times 100 - 100, \quad (3)$$

де  $\Phi_{сзп}$  – фактичний рівень співвідношення темпів зростання заробітної плати на один відсоток зростання продуктивності праці, %;

$I_{сзп}$  – еталонний рівень співвідношення темпів зростання заробітної плати на один відсоток зростання продуктивності праці, %.

Таким чином, за наявності економічних можливостей підвищувати рівень заробітної плати за критерієм співвідношення темпів зростання продуктивності праці і заробітної плати стає можливим визначати її новий, підвищений рівень ( $Z_{п.н.}$ ) за такою розробленою нами формулою:

$$Z_{п.н.} = [Z_{п.е.ф.} + (Z_{п.с.ф.} \times R_{пз} / 100)], \quad (4)$$

де  $Z_{п.с.ф.}$  – середня місячна фактична заробітна плата одного працівника, грн.

Отже, розглянутий методологічний підхід дає можливість не тільки кількісно визначати рівень оплати праці, еквівалентний вартості робочої сили, але і застосовувати наукові підходи до формування її системи, розвивати напрями, які відповідають соціальним інтересам суспільства.

### Література

1. Белопольский Н.Г. Управление машиностроительным предприятием на основе совершенствования механизма корпоративного контроля и внутреннего аудита: Монография / Н.Г. Белопольский. – Донецк: Восточный издательский дом. – 2010. – 184 с.
2. Либанова Э.М. Неравенство в украинском обществе: истоки и современность / Э. М. Либанова // Экономика Украины. – 2014. – № 3 (620). – С. 4-19.
3. Геец В.М. Какое будущее у социального государства? / В. М. Геец // Экономика Украины : научный журнал. – № 7 (612), 2013. – С. 4-20.

**ГУБА АНАСТАСІЯ**

**КАЧАН АННА**

студентки IV курсу фінансового факультету

*Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Гессен А.Є.*

Університет митної справи та фінансів

м. Дніпро

## СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

Безробіття та зайнятість населення є одними із найважливіших соціально-економічних проблем світу та зокрема України. Досягнення високого рівня зайнятості – одна з передових цілей державної політики. Експерти Міжнародної організації праці вважають, що найближчими роками в середньому у світі рівень безробіття досягне 10 % і повністю ліквідувати його не зможе жодна країна [2].

Безробіття – це соціально-економічне явище, для якого характерно незайнятість частини робочої сили (економічно активного населення) у сфері економіки. Тобто у реальному житті безробіття виступає як перевищення пропозиції робочої сили над попитом на неї [1].

Статистика свідчить, станом на 1 березня 2016 року кількість зареєстрованих безробітних становила 508,2 тис. осіб. За останніми оприлюдненими даними Державної служби статистики України рівень безробіття, за методологією МОП, становив 9,0%, а серед осіб працездатного

віку – 9,4% економічно активного населення. Серед молоді у віці до 25 років рівень безробіття залишається більш як удвічі вищим, ніж в середньому по країні – 21,8% економічно активного населення [4]. Кожному з них необхідно виплачувати допомогу по безробіттю, на що витрачаються кошти, які могли б бути використаними для інших цілей (на освіту, охорону здоров'я), і яких так не вистачає у державному бюджеті. Значним залишається дисбаланс між попитом та пропозицією на ринку праці: станом на 1 липня 2016 року на 1 вільне робоче місце претендувало 10 безробітних.

Нині найвищий рівень зареєстрованого безробіття характерний для західних областей республіки – Волинської, Житомирської, Закарпатської, Івано-Франківської, Львівської та Тернопільської. Найнижчі показники рівня безробіття склалися в Одеській області, м. Києві та Севастополі [4].

За оцінками науковців, існування даного економічного явища пояснюється такими причинами [3]:

- пошуки першого робочого місця, невідповідність рівня та якості отриманої освіти професійним обов'язкам, відсутність досвіду роботи, невідповідність запитів молоді та пропозицій роботодавців посилюють напруження на ринку праці;

- структурні зрушення в економіці, що виражаються у впровадженні нових технологій, згортанні виробництва в традиційних галузях;

- проблеми безробіття серед людей старшого віку;

- скорочення сукупного попиту на робочу силу;

- недосконалість у системі оплати праці;

- скорочення купівельної спроможності населення;

- бюджет втрачає платників податків;

- сезонні зміни у рівні виробництва в окремих галузях;

- зміни в демографічній структурі населення тощо.

Повністю ліквідувати безробіття неможливо, тому що існує категорія громадян, які просто не хочуть працювати. Ця категорія громадян відноситься до категорії працездатного населення. Проблему зменшення безробіття треба вирішувати таким чином, щоб це було вигідно і робітникам, і роботодавцеві, і державі.

На сьогоднішній день в Україні діє «Державна програма зайнятості населення». З метою вирішення проблеми безробіття створені центри зайнятості, розроблені державні програми щодо зменшення безробіття. Вирішення проблем безробіття на ринку праці України по регулюванню незайнятості населення мають включати заходи, що систематизовані за 7 основними напрямками, зокрема [2]:

- 1) Формування нормативно-правової бази в сфері зайнятості населення.
- 2) Професійно-освітня підготовка кадрів, підвищення якості робочої сили.
- 3) Збереження і створення робочих місць, сприяння розвитку підприємництва та самостійної зайнятості населення.
- 4) Розв'язання проблем зайнятості населення у сільській місцевості.
- 5) Сприяння зайнятості громадян, які потребують соціального захисту і не здатні на рівних конкурувати на ринку

праці. 6) Регулювання соціально-трудова відносин. 7) Надання соціальних послуг зареєстрованим безробітним.

Вирішенням проблем молодих спеціалістів повинні разом займатися ВНЗ і держава: надавати певні пільги підприємствам, де працюють ці спеціалісти, кожен ВНЗ повинен рекламувати своїх випускників. Для підвищення конкурентоспроможності майбутніх спеціалістів на економічних, фінансових та лінгвістичних спеціальностях як обов'язкову дисципліну необхідно запровадити оволодіння навичками керування легковим автомобілем.

Запропоновані заходи сприятимуть переходу робітників із тіньового сектора економіки в реальний. Це сприятиме також певному зниженню рівня безробіття, який розраховується за методологією МОП [1]. Необхідно також сприяти самозайнятості населення, залучати населення до підприємницької діяльності, видавати патенти, які б давали право громадянам надавати різні послуги. Найголовнішою рушійною силою у здійсненні запропонованих заходів буде проведення пенсійної реформи.

Отже, безробіття є однією з найбільших соціально-економічних проблем, адже її високий показник призводить до морального занепаду суспільства і, як наслідок, до підвищення рівня злочинності.

#### **Література**

1. Баник О.Б. Проблема безробіття в Україні та шляхи її вирішення / О.Б Баник // Вісник національного університету "Львівська політехніка". – 2010. – № 691. – С. 293-298.
2. Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття: Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
3. Проблема безробіття [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.refine.org.ua>.
4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>

**МИХАЙЛЕНКО ОКСАНА**

к.е.н., старший науковий співробітник ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»  
м. Київ

## **ПРІОРИТЕТНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЗАЙНЯТОСТІ СІЛЬСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ**

Розвиток процесів глобалізації і формування в Україні соціально-орієнтованої економіки вимагає вирішення стратегічного завдання – створення потужного аграрного сектору, адаптованого до ринкових умов, та комплексний розвиток сільських територій, що ґрунтується на гармонійній єдності економічних, екологічних та соціальних чинників з метою повноцінного використання відповідного виробничо-ресурсного потенціалу. Це передбачає формування та ефективне використання однієї з



найважливіших складових сукупного економічного потенціалу села – трудових ресурсів [1].

В той же час проведений нами аналіз даних вибіркового обстеження населення свідчить, що кількість економічно активних селян віком 15-70 років зменшилась протягом 2010-2015 рр. на 1,3 млн. осіб і становила торік 5,7 млн. осіб, у тому числі 5,4 млн. осіб – у працездатному віці. Із загальної кількості економічно активних громадян 5,1 млн. чол., або 89,5%, були зайняті економічною діяльністю, решта – 0,6 млн. чол. – відповідно до методології Міжнародної організації праці (МОП) класифікувалися як безробітні [2].

Тенденційного характеру набули негативні зміни у динаміці рівня зайнятості сільського населення: за 2010 – 2015 рр. цей показник знизився від 62,7% до 55,1%, або на 7,6 в.п., натомість у міських поселеннях він збільшився від 56,8% до 57,4%, або на 0,6 в.п. Основним місцем прикладання праці в сільській місцевості залишається сільське, лісове та рибне господарство. За статусом зайнятості тут переважають самозайняті та безкоштовно працюючі члени сім'ї, що є наслідком переливу трудового потенціалу у неформальний сектор економіки через дефіцит місць прикладання праці у формальному секторі та незадовільний рівень оплати праці.

Поряд з цим протягом досліджуваного періоду на 2,3 в.п. збільшився рівень безробіття сільського населення і досяг позначки у 9,4%, в той час як в міських поселеннях мало місце незначне збільшення показника від 8,6% до 9,0%, або на 0,4 в.п. Найвищий рівень безробіття серед селян характерний для молоді віком 15-24 (20,7%) та 25-29 років (12,0%). Основними причинами безробіття наразі залишаються непрацевлаштованість після закінчення загальноосвітніх та вищих навчальних закладів (21,1%), звільнення за власним бажанням (20,1%), сезонний характер роботи (20,1%) та вивільнення з економічних причин (18,8%).

Очевидно, що довготривале безробіття здійснює негативний вплив на розвиток трудового потенціалу, зумовлюючи появу депресії, зміну певної системи цінностей, втрату соціальних зв'язків, зниження рівня кваліфікації, розвиток інфантильності, малоконтактності та безініціативності. Нині залишається високою частка селян, схильних до перекладення частини відповідальності за свій добробут на державу (62,1%), переважно на державу (20,1%), або виключно на державу (10,6%), що свідчить про низький рівень мотивації та соціальної активності сільського населення [3].

Створення ефективного, збалансованого ринку праці в сільській місцевості передбачає опрацювання низки заходів, спрямованих на забезпечення соціально-економічних умов його функціонування, зокрема, на зростання ефективності діяльності аграрних підприємств, розширення місць прикладання праці та підвищення рівня її оплати; розвиток соціальної сфери села, як передумови збереження та накопичення людського капіталу; диверсифікацію сільської економіки та поступову її деаграризацію на основі розвитку підприємництва та локальних ініціатив; сприяння розвитку особистих селянських господарств шляхом надання державної підтримки, налагодження інтеграційних зв'язків між ними, забезпечення засобами малої

механізації тощо; ресоціалізацію, надання психологічної, інформаційної та юридичної підтримки безробітному населенню, сприяння працевлаштуванню соціально- вразливих верств громадян шляхом дотування їх роботодавців, забезпечення підвищення кваліфікації селян, або загальної їх перекваліфікації.

В цьому контексті особливу увагу слід приділити діяльності Державних центрів зайнятості в частині реалізації таких програм, як-от: профорієнтація та підвищення кваліфікації незайнятого населення (лише цього року профорієнтаційними послугами було охоплено 815,4 тис. осіб, які мали статус безробітного, зокрема 333,9 тис. осіб (40,9%) – з числа сільських мешканців); підтримка започаткування власної справи (протягом першого півріччя 2016 р. власну справу за рахунок виплати допомоги по безробіттю започаткували 3,3 тис. осіб, з них 0,8 тис. осіб (24,2%) – мешканці сільської місцевості); організація оплачуваних громадських робіт (у громадських та інших роботах тимчасового характеру взяли участь 132,2 тис. безробітних, з них 74,7 тис. осіб (56,5%) – мешканці сільської місцевості) тощо.

#### **Література**

1. Соколова А.О. Сучасний стан, проблеми і перспективи зайнятості сільського населення Волинської області: [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://eforum-lntu.com/assets/files/articles/2012/1/67.pdf> (дата звернення: 30.10.16).
2. Економічна активність населення України, 2015 рік: стат. збірник / Державний комітет статистики України; [І.В. Сенік (відп. за вип.)] – Київ: [б.в.], 2016. – 201 с.
3. Самооцінка домогосподарствами України своїх доходів у 2015 році / Доповідь / Державний комітет статистики України: [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 30.10.16).

**ПАВЛЕНКО ЛЮБОВ  
ПРОХОРЕЦЬ ТЕТЯНА  
СТОРОЖЕНКО ІННА**

магістри фінансового факультету  
*Науковий керівник: професор кафедри фінансів Міщенко Д.А.*  
Університет митної справи та фінансів  
м.Дніпро

### **ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ ЯК НАПРЯМ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ**

Економічна і політична кризи, які охопили країну в даний момент часу, засвідчили серйозні прорахунки у виборі методів, форм, інструментарію реалізації соціально- економічної політики розвитку країни. Суспільство надто негативно оцінює реформаторські дії законодавчої і виконавчої влади. Підтримка найбільш уразливих верств населення країни шляхом надання соціальних допомог є важливою складовою політики соціального захисту [1].

Більшість населення в сучасних умовах на фоні низького рівня доходів, високих темпів інфляції, різкого підвищення цін на товари та тарифи на

житлово-комунальні послуги не може реалізувати свої соціально-економічні інтереси, зберегти чи підвищити соціальний статус, отримати кваліфіковану медичну допомогу та якісну освіту. Усе це блокує широку соціальну мобільність, звужує перспективи економічного зростання та стійкого соціального розвитку суспільства [2].

Банк Швейцарії «Credit Suisse» провів дослідження рівня добробуту населення країн Європи. Для цього порівняли достаток середньостатистичного дорослого мешканця кожної європейської країни, враховуючи реальні індивідуальні показники його доходів. На кінець 2015 р. Україна займала останнє місце серед європейських країн з показником добробуту населення 1437 доларів на одну особу. Для порівняння, лідером в рейтингу є Швейцарія, де середнє багатство оцінюється у 576 тисяч доларів на людину, а більшість розвинутих країн мають показник, в середньому 300 тисяч доларів на особу [3].

За 11 місяців 2015 року індекс реальної заробітної плати в порівнянні з відповідним періодом 2014 року становив 78,9%. При цьому на 01.01.2016 р. заборгованість по заробітній платі в Україні склала 2092.5 млн грн. Ще більш складна ситуація серед найбільш уразливих верств населення. Мінімальна пенсія, яку отримують декілька мільйонів осіб, складає приблизно 43 дол. В Україні зберігається тенденція високої бідності серед сімей з дітьми (32,7%), багатодітних родин (61,7%), домогосподарств без дітей, в яких є безробітні (36,9%), населення сільської місцевості (34,8%) [1].

Варто зауважити, що, враховуючи зміни в глобальній економіці, Світовий банк підняв межу бідності з 1,25 дол. до 1,9 дол. на день. Тобто для українців ця межа буде становити 50 грн на день, або 1500 грн на місяць. Отже, усі громадяни України, які отримують мінімальні зарплати та пенсії, перебувають далеко за межею бідності. Через це в Україні поки що не створено умови для формування середнього класу. Його частка в українському суспільстві оцінюється, за різними даними, від 10% до 15% [2].

У загальній системі соціального забезпечення соціальні допомоги є одним із самостійних видів матеріального забезпечення непрацездатних громадян, малозабезпечених сімей, сімей з дітьми та інших осіб. У 2016 році на соціальні потреби передбачено 365 млрд грн [1].

Незадовільний стан у сфері надання державної соціальної допомоги зумовив необхідність розроблення Основних напрямів удосконалення системи соціальних виплат населенню, спрямованих на забезпечення реалізації конституційного права громадян на соціальний захист. Основною метою є вдосконалення системи соціальних виплат, спрямованих на посилення соціального захисту соціально вразливих верств населення, спрощення процедур надання державної соціальної допомоги. Реалізація основних напрямів сприятиме зменшенню масштабів бідності, посиленню адресності та збільшенню розмірів державної соціальної допомоги, забезпеченню широкого доступу громадян до інформації з питань соціального захисту населення [1].

Для покращення ситуації щодо рівня доходів населення можна запропонувати наступні заходи: підвищити прожитковий мінімум принаймні

до його фактичного розміру; при оподаткуванні доходів громадян враховувати розмір сім'ї, як це практикується у країнах Європейського Союзу, – чим більша кількість утриманців – тим менша ставка оподаткування доходів фізичних осіб; провести повну індексацію доходів громадян; знизити податок на додану вартість для окремих категорій товарів (медикаменти, продукти харчування вітчизняного виробництва, комунальні послуги тощо)[3] .

Для покращення ситуації, що склалася необхідно: розробити соціально-економічну програму змін, спрямовану на: забезпечення гідних умов для формування трудового потенціалу країни і його якнайповнішої реалізації; здійснення соціально-економічного захисту населення через справедливий розподіл та перерозподіл ВВП; встановлення соціально-економічних стандартів, які відповідають рівню життя європейської спільноти [4].

### **Література**

1. Статівка Н.В. Причини та наслідки зниження рівня життя населення в Україні / Н.В. Статівка, А.О. Надточій. // Соціальна і гуманітарна політика. – 2016. – №1(49). – С. 203-210.
2. Коваленко Л.О. Організація надання соціальної допомоги населенню в Україні / Л.О. Коваленко, О.В. Товстиженко // Наука й економіка. – 2016. – №1(41). – С. 86-91.
3. Пікулик О.І. Проблеми соціального захисту громадян України / О.І. Пікулик // Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. – 2016. – №10. – С. 220-222.
4. Чабан В. В. Рівень життя населення в Україні / В. В. Чабан. // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – №10. – С. 156-160.

---

## СЕКЦІЯ 7

# ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ. СТАТИСТИКА

---

**АЛЛУЙКО МИКОЛА**  
студент VI курсу факультету економіки та управління  
*Науковий керівник - к.е.н., доцент Ткаченко Ю.В.*  
Черкаський державний технологічний університет  
м. Черкаси

## АДАПТАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ДО МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ

Європейська інтеграція України є складним і тривалим процесом, але національні підприємства вже зараз працюють за правилами, що диктує європейський економічний простір. Міжнародні стандарти не тільки узагальнюють накопичений досвід різних країн, але й активно впливають на розвиток національних систем бухгалтерського обліку й звітності. Ці причини вплинули на вибір міжнародних стандартів бухгалтерського обліку як орієнтира для реформування системи бухгалтерського обліку й звітності України.

Кроком, що суттєво наблизив Україну до МСФЗ став Наказ Міністерства фінансів від 07.02.2013р. №73, яким було затверджено Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності».

Це положення, як і попереднє П(С)БО, містить: загальні положення, у яких передбачено сферу його застосування; терміни складання і подання звітності; мету і порядок подання звітності; склад та елементи звітності; якісні характеристики та принципи підготовки звітної інформації; порядок розкриття інформації у фінансовій звітності; у додатках до НП(С)БО наведено форми фінансової звітності та консолідованої фінансової звітності, а також перелік додаткових статей фінансової звітності. Суттєвим наближенням до МСФЗ стала відсутність жорсткої уніфікації структури звітності. Так, пунктом 4 Положення «Склад та елементи фінансової звітності» передбачено, що підприємства можуть не наводити статті, за якими відсутня інформація до розкриття (крім випадків, якщо така інформація була в попередньому звітному періоді), а також додавати статті із збереженням їх назви і коду рядка з переліку додаткових статей фінансової звітності, наведених у додатку 3 до Національного положення (стандарту), у разі якщо стаття відповідає таким критеріям: інформація є суттєвою, оцінка статті може бути достовірно визначена [1].

Незважаючи на те, що Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку України значною мірою ґрунтуються на міжнародних стандартах бухгалтерського обліку, вони мають певні відмінності. Так, згідно

з НП(С)БО фінансова звітність – бухгалтерська звітність, що містить інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за звітний період. Метою складання фінансової звітності є надання користувачам для прийняття рішень повної, достовірної та неупередженої інформації про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства. За аналогією з міжнародними стандартами фінансова звітність складається з балансу (звіту про фінансовий стан), звіту про фінансові результати (звіту про сукупний дохід), звіту про рух грошових коштів, звіту про власний капітал і приміток до фінансової звітності.

Відповідно до МСБО фінансова звітність загального призначення – це фінансова звітність, призначена для тих користувачів, які не мають можливості вимагати звітність, яка відповідає їх конкретним інформаційним потребам. Метою звітності є надання достовірної фінансової інформації, корисної для широкого кола користувачів під час прийняття економічних рішень щодо фінансового стану, результатів діяльності, грошових потоків. Повний комплект фінансової звітності включає: Звіт про фінансовий стан, Звіт про прибуток та збиток і інший сукупний дохід, Звіт про зміни у власному капіталі, Звіт про рух грошових коштів, Облікову політику та примітки.

При порівнянні нормативних вимог до фінансової звітності НП(С)БО та МСБО можна зробити висновок, що визначення мають несуттєві відмінності, проте мета фінансової звітності збігається.

Необхідність переходу України на міжнародні стандарти фінансової звітності є вимогою часу. Переваги складання фінансової звітності за міжнародними стандартами є беззаперечними для більшості користувачів фінансової звітності. МСФЗ можна розцінювати як інструмент глобалізації економіки та світових господарських зв'язків. Для власників перехід на міжнародні стандарти підвищить конкурентоспроможність українських підприємств у боротьбі за джерела фінансування на міжнародних ринках капіталу. Принципи, закладені в порядок формування звітності згідно з МСФЗ, дозволяють інвестору отримати повну та об'єктивну інформацію про фінансовий стан підприємства та забезпечують порівнянність показників звітності з іншими суб'єктами господарювання незалежно від того, резидентом якої країни вони є і на якій території здійснюють господарську діяльність. У зв'язку з цим цінність МСФЗ важлива не лише для іноземних, але й для національних інвесторів, що ще раз підтверджує необхідність і корисність процесу впровадження міжнародних стандартів фінансової звітності для всіх секторів економіки України.

#### Література

1. Наказ МФУ від 07.02.2013 №73 Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>
2. Т. Каменська - Нова фінзвітність vs МСФЗ: точки дотику та відмінності. [Електронний ресурс] / Т. Каменська. – Режим доступу: <http://www.interbuh.com.ua/ua/view/newspaper/2286/5455>

**АТАМАСЬ ОКСАНА**  
студентка IV курсу факультету економіки та права  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент Шинкаренко О.М.*  
Черкаський навчально-науковий інститут ДВНЗ  
"Університет банківської справи"  
м. Черкаси

## **ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ КОНСТРУКТИВНО СКЛАДНИХ ОБ'ЄКТІВ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ**

Протягом останніх років в Україні відбувається реформування національної системи обліку через зближення з Міжнародними стандартами фінансової звітності. Цей процес вимагає узгодження й доповнення чинних вітчизняних стандартів бухгалтерського обліку, фінансової звітності та податкового законодавства.

Облік конструктивно складних об'єктів основних засобів розглядався у працях багатьох науковців серед яких: О.С. Яцунська, С. Балика [1] та інші. Проте залишаються невирішеними ціла низка питань щодо обліку конструктивно складних основних засобів. Порядок їх обліку визначений МСБО 16 «Основні засоби» та П(С)БО 7 «Основні засоби».

Згідно з П(С)БО 7 «Основні засоби» при визначенні об'єкту основних засобів суб'єктам господарювання надається можливість поділити конструктивно складні об'єкти на декілька частин, за умови, що частини об'єкту мають різний термін корисного використання [2]. Такий підхід до визначення об'єкта обліку не є обов'язковим, але зручний при обліку основних засобів, що складаються з компонентів із різним строком використання.

З цього приводу МСБО 16 «Основні засоби» дає простір для професійного судження при використанні критеріїв оцінки для визнання частин з чого складається об'єкт основних засобів.

Прикладами окремих об'єктів можуть бути двигуни в складі великих транспортних засобів, окремі агрегати в складі виробничих комплексів та інше.

При первісному визнанні в обліку окремих компонентів складних основних засобів перш за все слід перевірити, чи відповідають такі компоненти критеріям визнання об'єктів основних засобів.

У бухгалтерському обліку надходження об'єктів основних засобів відображається за первісною вартістю. Для визначення початкової вартості окремих компонентів об'єкта підприємства можуть використовувати первинні документи. Крім того, інформація, яка необхідна для визначення первісної вартості, може міститися у відповідних договорах на придбання або виготовлення основних засобів. Але у випадку, якщо така інформація про вартість окремої частини об'єкта відсутня, то можна скористатися п. 9 П(С)БО 7, що передбачає порядок визначення початкової вартості об'єктів основних засобів, зобов'язання за якими обчислюються загальною сумою. У такому випадку передбачається розподіл суми зобов'язання пропорційно до

справедливої вартості окремого об'єкта основних засобів. Але якщо справедливу вартість кожного компонента складного об'єкта визначити важко, то підприємство має право визнати в якості початкової вартості справедливу вартість тільки такого компонента, виділивши її із загальної суми, яку сплачено постачальнику [2].

Зарахування складних основних засобів на баланс оформляється в загальному порядку – на підставі акту приймання-передачі (введення в експлуатацію). Проте можливий ще один варіант: для складного об'єкта складається акт типової форми № ОЗ-1, а у відповідному наказі крім строків корисного використання, первісною та ліквідаційною вартістю компонентів такого об'єкта вказується також його склад [1].

Згідно з нормами МСБО 16 «Основні засоби» дозволяється нараховувати амортизацію на складний об'єкт наступним чином: розділити суму первісної вартості об'єкта на істотні частини і кожену з них амортизувати окремо без формування самостійних об'єктів [3]. При цьому термін використання та метод амортизації таких виділених істотних частин об'єкта основних засобів можуть бути різними. Подібних норм в національному П (С) БО 7 немає, але вони є в Методрекомедаціях № 561 (п. 23, 24) [4]. Однак такий спосіб призведе до виникнення різниць між сумами бухгалтерської та податкової амортизації складного об'єкта, адже податковим законодавством для одного об'єкта основних засобів встановлений тільки один термін корисного використання і один метод амортизації.

Операції з вибуття (ліквідація, продаж) окремого компонента складного об'єкта основних засобів відображаються в загальному порядку. Якщо підприємство не обліковує складні об'єкти по частинах, то у випадку заміни окремих компонентів виникають деякі труднощі. Так, згідно з п. 35 П (С) БО 7 при частковій ліквідації об'єкта основних засобів його первісна (переоцінена) вартість та знос зменшуються відповідно на суму первісної (переоціненої) вартості та зносу ліквідованої частини об'єкта [2].

Отже, необхідно уточнити П(С)БО відповідно до вимог М(С)БО 16, залишивши право визнання складових частин основного засобу як окремих об'єктів за кожним підприємством самостійно, виходячи із мети використання активу, що дозволить уникнути зазначених недоліків та дасть можливість достовірного відображення об'єктів основних засобів в фінансовій звітності.

### Література

1. Балька С. Особенности учета многокомпонентных основных средств/ С. Балька // Баланс. – 2013. – №3. – С. 15-19.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби" від 27.04.2000 р. № 92 // Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби». – Режим доступу: [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929\\_014](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_014)
4. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів №561. – Режим доступу: [http://minfin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable\\_article?art\\_id=293623](http://minfin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=293623)



**БИТКІВСЬКА АННА**  
аспірант кафедри аудиту  
*Науковий керівник: д.е.н., професор Петрик О.А.*  
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана  
м. Київ

## **КОРИСТУВАЧІ ОБЛІКОВО-ЗВІТНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ПРОЦЕДУРАХ ВІДНОВЛЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ТА БАНКРУТСТВА**

Надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансове становище, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства є метою ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності [1], яка залишається незмінною й в умовах застосування до неплатоспроможного суб'єкта господарювання процедур відновлення платоспроможності та банкрутства.

Користувачів обліково-звітної інформації (надалі – ОЗІ) можна поділити на дві основні групи: внутрішні та зовнішні. У звичайних умовах господарювання групу внутрішніх користувачів складають такі категорії як власники, управлінський персонал та працівники підприємства, групу зовнішніх – контрагенти, органи держаного регулювання і контролю та ін. користувачі. В свою чергу контрагенти включають в себе інвесторів, банківські та ін. кредитні установи, постачальників та ін. кредиторів, клієнтів; органи держаного регулювання і контролю – державні податкові інспекції, органи Державної служби статистики та Фонду державного майна та ін. державні органи; ін. користувачі – профспілки, аудиторів, господарський суд, аналітиків, експертів, науковців, конкурентів, широку громадськість, мас медіа тощо.

У зв'язку з застосуванням до фінансово неспроможного підприємства процедур відновлення платоспроможності та банкрутства, які у вітчизняному законодавстві про банкрутство [2] представлені судовими процедурами – розпорядження майном, санація, ліквідація та мирова угода, та досудовою процедурою – санація, змінюються інформаційні потреби користувачів ОЗІ та розширюється їх склад за рахунок появи нових специфічних категорій.

Невід'ємним учасником, а, отже, і новим користувачем ОЗІ, в кожній судовій процедурі, а також в процедурі досудової санації у разі, якщо його призначення передбачене планом санації, є арбітражний керуючий, який є суб'єктом незалежної професійної діяльності, однак, з моменту винесення ухвали (постанови) про його призначення та до моменту припинення здійснення ним повноважень, прирівнюється до службової особи боржника (банкрута). Крім того, в процедурах санації та ліквідації керівник боржника звільняється, а управління підприємством переходить до керуючого санацією чи ліквідатора. У процедурі розпорядження за існуванням певних обставин повноваження керівника та виконавчих органів управління боржника також можуть припинятися, тому до призначення нового керівника та виконавчих

органів управління їх повноваження покладаються на розпорядника майна. Отже, арбітражного керуючого в процедурах відновлення платоспроможності та банкрутства доречно віднести саме до групи внутрішніх користувачів ОЗІ.

Обов'язком арбітражного керуючого є проведення аналізу діяльності боржника, його становища на ринках, оформлення та подання результатів такого аналізу господарському суду разом з підтверджуючими документами. Виконання такого завдання та ін. законодавчо встановлених обов'язків арбітражним керуючим можливе лише з використанням ОЗІ підприємства.

Ще одним учасником справи про банкрутство є державний орган з питань банкрутства, яким в Україні є Міністерство юстиції. Серед законодавчо визначених повноважень зазначеного органу має місце підготовка на запити суду, прокуратури або ін. уповноважених органів висновків про наявність ознак фіктивного банкрутства, доведення до банкрутства, приховування стійкої фінансової неспроможності, незаконних дій у разі банкрутства, що обумовлює необхідність використання ОЗІ боржника (банкрута). Тому державний орган з питань банкрутства також може виступати зовнішнім користувачем ОЗІ в судових процедурах відновлення платоспроможності та банкрутства.

Як нового користувача ОЗІ доцільно виділити й комітет кредиторів, який утворюється на час дії судових процедур відновлення платоспроможності та банкрутства. Комітет кредиторів бере участь у справі про банкрутство, виконує контрольну функцію та приймає важливі рішення від імені кредиторів. Тому й мета отримання ОЗІ боржника (банкрута) даним користувачем є не що інше як здійснення представлення інтересів всіх кредиторів у відповідних процедурах.

Отже, до складу користувачів ОЗІ з моменту введення відповідних процедур до боржника (банкрута) додаються такі категорії як арбітражний керуючий, державний орган з питань банкрутства та комітет кредиторів.

Стосовно ж процедури ліквідації слід зауважити, що склад користувачів ОЗІ в період її застосування до боржника не лише доповнюється за рахунок появи нових категорій користувачів, але й звужується у зв'язку з втратою необхідності задоволення інформаційних потреб деяких категорій користувачів. Такими користувачами є управлінський персонал та працівники, які звільняються, а також клієнти підприємства (замовники, покупці), оскільки господарська діяльність підприємства повністю припиняється.

Підсумовуючи вище наведене, варто зазначити, що бухгалтерський облік та звітність є інформаційним джерелом для прийняття рішень досить широким колом користувачів не лише у звичайних умовах господарювання, але й в період фінансової неспроможності та банкрутства, коли специфіка застосовуваних процедур призводить до появи нових категорій користувачів з особливими інформаційними потребами, які здатна задовольнити саме ОЗІ.

## Література

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. №996-XIV URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 01.11.2016).
2. Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом: Закон України від 14.05.1992 р. №2343-XII URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2343-12> (дата звернення: 01.11.2016).

**Будько Оксана**

к.е.н., доцент, професор кафедри фінансів та обліку  
Дніпродзержинський державний технічний університет  
м. Дніпродзержинськ

## ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОБЛІКУ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Перехід до моделі сталого економічного розвитку неможливий без впровадження та реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу, яка є одним із найбільш ефективних інструментів забезпечення конкурентоспроможності підприємства та його динамічного соціально-економічного прогресу. Для визначення рівня соціальної відповідальності необхідна інформація про всі аспекти діяльності підприємства, формування якої відбувається в системі бухгалтерського обліку. Це потребує розробки такої системи бухгалтерського обліку, яка б висвітлювала результати економічної, екологічної і соціальної діяльності та сприяла реалізації заходів управлінського характеру задля досягнення довготривалого сталого розвитку підприємства.

Дослідженням проблем формування обліково-аналітичного забезпечення системи управління підприємства, побудови соціально орієнтованого обліку присвятили свої праці такі вчені, як М.І. Бондар, Д.О. Грицишен, І.В. Жиглей, І.В. Замула, В.С. Карагод, Л.М. Кіндрацька, С.Я. Король, Н.М. Малюга, О.А. Лаговська, С.О. Левицька, О.М. Харитонова. В той же час питання, пов'язані з обліком соціально відповідальної діяльності, як основи сталого розвитку, потребують подальшого дослідження, що забезпечить формування інформаційної бази для управлінських рішень щодо внутрішньої та зовнішньої діяльності підприємства.

Концепція соціально відповідального бізнесу реалізується через ведення соціально відповідальної діяльності. Відповідно до норм Глобального договору рівень соціально відповідальної діяльності оцінюється за показниками: економічної результативності, екологічної результативності, результативності організації праці, результативності у сфері прав людини, результативності взаємодії із суспільством, результативності у сфері відповідальності за продукцію [1]. Саме ці показники формують інформаційну основу управління сталим розвитком.

За цих умов необхідна інформаційна система, яка з одного боку, буде надавати інформацію про можливості здійснення тих чи інших витрат,

пов'язаних з реалізацією завдань соціально відповідального бізнесу, а з іншого боку, буде відображати результати таких ініціатив. Основу такої інформаційної системи складає система бухгалтерського обліку соціально відповідальної діяльності. Для побудови системи обліку соціально відповідальної діяльності слід визначитися з її поняттям. Соціально відповідальна діяльність – це діяльність суб'єкта господарювання, спрямована на задоволення інтересів всіх груп зацікавлених осіб з метою досягнення максимально позитивних економічних, екологічних і соціальних результатів.

Облік соціально відповідальної діяльності – це процес формування систематизованих, корисних даних з метою складання звітності, яка характеризує діяльність суб'єкта господарювання, спрямована на вирішення соціальних і екологічних завдань. Побудова системи обліку соціально відповідальної діяльності передбачає визначення мети, завдань, принципів, суб'єктів, предмету та об'єктів.

Метою обліку соціально відповідальної діяльності є збереження цінностей, визначення результатів соціально відповідальної діяльності та задоволення інформаційних запитів всіх зацікавлених сторін.

Завдання бухгалтерського обліку соціально відповідальної діяльності визначаються виходячи з мети та на підставі загальних завдань. До них слід віднести:

1) здійснення безперервного суцільного, взаємопов'язаного та документального спостереження за економічними, екологічними та соціальними процесами та явищами на підприємстві;

2) забезпечення достовірною та своєчасною інформацією внутрішніх і зовнішніх користувачів про господарські процеси та явища, що здійснювалися та відбувалися на підприємстві, про наявність і стан господарських засобів та їх джерел;

3) формування інформаційної бази для планування, стимулювання, організації, регулювання, аналізу і контролю соціально відповідальної діяльності підприємства.

До суб'єктів обліку соціально відповідальної діяльності слід віднести господарюючих суб'єктів, що забезпечують соціально відповідальну діяльність.

Предметом обліку соціально відповідальної діяльності є факти господарської діяльності, які характеризують стан та використання ресурсів підприємства, процесів, їх результатів, формування інформації фінансового характеру для внутрішніх та зовнішніх користувачів. Предмет обліку охоплює всю господарську діяльність, яка визнається соціально відповідальною.

Об'єкти бухгалтерського обліку соціально відповідальної діяльності слід поділити на 2 групи: об'єкти, які забезпечують господарську діяльність (господарські засоби та їх джерела) та об'єкти, які складають господарську діяльність (господарські процеси та їх результати).

Важливим об'єктом бухгалтерського у розрізі соціальних ініціатив є витрати, які виникають в ході виконання завдань соціально відповідальної діяльності. Суму витрат на здійснення соціальних ініціатив, а також їх

результативність можна отримати лише на підставі ґрунтовної інформації. Тому система бухгалтерського обліку має формувати інформацію про вартісну оцінку витрачених ресурсів підприємства на соціальні ініціативи та отримані доходи від них. Значення такої інформації посилюється також і необхідністю складання соціальної звітності.

Таким чином, для отримання даних про економічні, екологічні та соціальні наслідки діяльності підприємства необхідна єдина інформаційна база, основою якої є облік соціально відповідальної діяльності.

#### Література

1. Globalcompact [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unglobalcompact.org>

**ГОЛИК МАРІЯ**

к.е.н., старший викладач кафедри фінансів  
Чернівецький торговельно-економічний інститут Київського національного  
торговельно-економічного університету (ЧТЕІ КНТЕУ)  
м. Чернівці

## **РОЛЬ МІСЦЕВИХ ПОЗИК У ПОСИЛЕННІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ**

На сучасному етапі досягнення гармонійного розвитку України, що прямує до побудови конкурентоспроможної економіки, неможливе без стабільного розвитку її регіонів. На шляху регіональної економічної інтеграції пошук ефективних джерел фінансового забезпечення регіонів є першочерговим завданням як для органів місцевого самоврядування, так і для держави в цілому. Обмеженість та недостатність фінансових ресурсів для перспективного розвитку регіонів (тобто на реалізацію трудомістких проектів, які вимагають значного обсягу інвестицій та часу) актуалізує проблему їх залучення з альтернативних джерел. З огляду на це, такі проекти більш вигідно фінансувати за рахунок отримання місцевих позик або здійснення запозичень [1, с. 118].

Нині в умовах посилення регіональної економічної інтеграції України місцеві позики відіграють важливу роль у процесі оздоровлення економіки регіонів, оскільки за рахунок акумульованих вільних фінансових ресурсів внаслідок випуску та продажу місцевих цінних паперів, забезпечують виконання завдань соціально-інвестиційного характеру органами місцевого самоврядування. Також місцеві позики забезпечують фінансування соціально-економічних потреб короткострокового та довгострокового характеру регіону.

За сучасних умов правові основи вітчизняної системи місцевих позик як інструменту фінансування перспективного розвитку регіонів в Україні закріплені у таких нормативно-правових документах як: Бюджетний кодекс України [2]; Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» [3]; Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження порядку

здійснення місцевих запозичень» [4]; Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Порядку ведення Реєстру місцевих запозичень та місцевих гарантій» [5]; Рішення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку «Про затвердження Положення про порядок здійснення емісії облігацій внутрішніх місцевих позик та їх обігу» [6]. У даних законодавчих актах закріплено сутність поняття позик місцевим бюджетам та місцевих запозичень, порядок та форми здійснення місцевих запозичень, визначено суб'єктів процесу здійснення місцевих запозичень тощо.

До того ж, роль місцевих запозичень певною мірою залежить й від форми їх здійснення, оскільки кожна з таких форм має певну сферу застосування. З огляду на це, до місцевих запозичень відносять: кредити, залучені від банків та інших фінансово-кредитних установ та організацій; облігаційні позики; вексельні позики; казначейські позики [7, с. 20].

На практиці органи місцевого самоврядування частіше за все звертаються до банківського кредитування. Проте, досить часто відмова у отриманні кредиту місцевими органами влади є наслідком оцінки показників їх кредитоспроможності з боку кредитора, які відображають нездатність обслуговувати майбутні борги.

Вексельна позика виникає внаслідок випуску казначейських векселів або казначейських зобов'язань з терміном обігу менше одного року [8, с. 262]. З огляду на короткостроковість обігу даних фінансових інструментів, у рамках регіональної економічної інтеграції їх спрямування на інвестиційні цілі є досить сумнівним. Аналогічною є ситуація з використанням казначейських позик, які залучаються власне для покриття короткострокових касових розривів за рахунок тимчасово вільних грошових коштів державного або місцевого бюджету, а не для перспективного розвитку регіонів [8, с. 20].

Найбільш вагому роль у системі місцевих запозичень у рамках посилення регіональної економічної інтеграції України відіграють саме облігаційні позики з терміном обігу більше 1 року. Залучені, внаслідок емісії облігацій місцевої позики, кошти спрявляються на інвестиційні цілі, які хоч і є високо затратними, проте ключовими у перерозподілу фінансових ресурсів на регіональному рівні. Крім того, фінансові ресурси, одержані від випуску та продажу облігаційних позик, сприяють як покращенню інвестиційного клімату регіонів для інвесторів, так і зміцненню регіональної економічної інтеграції на основі максимально ефективного їх використання.

Таким чином, в умовах посилення регіональної економічної інтеграції України місцеві позики є ефективним інструментом фінансування перспективного розвитку регіонів, оскільки їх застосування забезпечує досягнення гармонійного та рівномірного розвитку територій з метою концентрації фінансових ресурсів на реалізацію соціально-інвестиційних проектів.

#### Література

1. Ніколаєва О.М. Місцеві фінанси [Текст]: навч. посіб. / О.М. Ніколаєва, А.С. Маглаперідзе. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 354 с.

2. Бюджетний кодекс України: Кодекс від 08 лип. 2010 р. № 2456-VI [Електронний ресурс] / Верховна рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/page8>

3. Про місцеве самоврядування в Україні: закон від 21 трав. 1997 р. № 280/97-ВР [Електронний ресурс] / Верховна рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/280/97-вр>.

4. Про затвердження порядку здійснення місцевих запозичень: постанова від 16 лют. 2011 р. № 110 [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/110-2011-п>.

5. Про затвердження Порядку ведення Реєстру місцевих запозичень та місцевих гарантій: наказ від 25 лип. 2012 р. № 866 [Електронний ресурс] / Міністерства фінансів України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1375-12>.

6. Про затвердження Положення про порядок здійснення емісії облігацій внутрішніх місцевих позик та їх обігу: рішення від 29 квіт. 2014 р. № 578 [Електронний ресурс] / Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0570-14>.

7. Ковбасюк В.Ю. Місцеве самоврядування в Україні: сучасний стан та основні напрями модернізації [Текст]: наук. доп. / Ю.В. Ковбасюк, К.О. Ващенко, В.В. Толкованов. – К.: НАДУ, 2014. – 128 с.

8. Гитман Л.Дж. Основы инвестирования [Текст]: Пер. с англ. / Л. Дж. Гитман, Дж.Д. Майкл. – М.: Дело. – 1997. – 991 с.

**Дяченко Юлія**

магістр навчально-наукового інституту фінансів, банківської справи

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Бриштина В.В.*

Університет державної фіскальної служби України

м. Ірпінь

## **ПРОБЛЕМИ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ**

Сучасний розвиток аграрних підприємств передбачає високий рівень кредитомісткості. Тим часом банківське кредитування забезпечує лише 25-27% загальної потреби у фінансуванні. Тому в характерних для України умовах наявного зростаючого бюджетного дефіциту та державного боргу, а також відсутності системи контролю цільового використання державних коштів, сільське господарство є, по-суті, позбавленим засобів для ефективного функціонування. Зазначимо, що наразі сільське господарство потребує розробки та запровадження інвестиційних механізмів розвитку, які б максимально задовольняли потреби аграріїв у фінансових ресурсах, враховували та страхували ризики, залучали інноваційні продукти та в результаті мали якісну й конкурентоспроможну продукцію і прибуток.

Банківське кредитування все же не відіграє належної ролі у фінансуванні аграрного виробництва, тому актуальним залишаються дослідження проблем його розвитку та розробка науково обґрунтованих пропозицій щодо поліпшення забезпечення виробників сільськогосподарської продукції кредитами банківських установ.

Вже довгий час проблемі банківського кредитування аграрного сектору приділяють такі вчені, як: М.Я. Дем'яненко, Б.А. Дадашев, В.М. Гомза, І.Г. Кириленко, М.І. Ковальчук, П.А. Лайко, І.І. Лукінов, П.Т. Каблук, Т.Т. Савлук, С.Г. Черемісіна, Є.А. Фірсов та інші. Саме їх вклад в дослідження даної проблеми надав поштовх для виявлення ролі банківського кредитування у фінансуванні сільськогосподарських товаровиробників, визначення проблем та шляхів їх вирішення.

Аграрні підприємства для оновлення техніки, будівництва об'єктів, впровадження інноваційних технологій все більше потребують залучення довгострокових фінансових ресурсів. Через високу ризикованість цього бізнесу, низьку кредитоспроможність, якість і ліквідність застави підприємств, відсутність механізмів іпотечного кредитування, а також через недосконалість законодавства, отримати ці кредити буває досить проблематично [1, с. 138]. Однак робота в ринкових умовах без залучення коштів для покриття сезонної потреби у фінансових ресурсах неможлива і неефективна.

Банки, які надають кредити аграрному сектору, несуть значні інвестиційні та кредитні ризики. Дані ризики, насамперед, пов'язані з ризиком застави, виробничим ризиком. Заставою в аграрному секторі може виступати майбутній урожай або матеріально-технічна база. Ризик даної застави пов'язаний з ризиком зниження ліквідності. Специфіку аграрного виробництва визначає його залежність від сезонного характеру виробництва, природно-кліматичних умов, тривалий інвестиційний період та пов'язаний з цим ризик недоотримання прибутку на вкладений капітал. Реалізація майбутнього врожаю може не забезпечити необхідну суму для повернення позики, що може бути пов'язано з низькою закупівельною ціною продукції аграрного сектора [3].

В Україні до цього додається ще нерозвиненість ринкових відносин в аграрній сфері, що знаходить свій прояв у відсутності сучасної біржової торгівлі сільськогосподарською традицією, дієвих технологій хеджування аграрних ризиків, виваженої стратегії участі держави у підтримці сільськогосподарських виробників. Крім того, на успішність аграрного бізнесу в нашій країні свій негативний вплив справляє недосконалість існуючого законодавства та нестабільність нормативно-правової бази підприємницької діяльності.

Сільськогосподарські виробники перебувають в категорії найбільш регульованих позичальників з огляду на високі ризики їх виробництва та відсутність ліквідної застави. Грошові потоки аграрних підприємств показують щорічні циклічні коливання, і розуміння цих коливань є основним підґрунтям кредитування таких підприємств.

Практика кредитування підприємств аграрної сфери свідчить, що банки досить часто стикаються з проблемою правильного визначення розміру кредиту для позичальника. Недостатня сума кредиту підвищує кредитний ризик, оскільки у позичальника може виникнути дефіцит обігового капіталу для повного здійснення виробничого процесу, що поставить банк перед



вибором: дати додатковий кредит або втратити раніше наданий. Надання занадто великої суми кредиту підвищує витрати позичальника на сплату процентів, що теж може погіршити його фінансовий стан [2, с. 147].

Отже, для подолання даних проблем потрібно розробити нові програми кредитування підприємств, які максимально врахують особливості комплексу та забезпечать сталий й дієвий механізм пільгового кредитування АПК через механізм компенсації відсоткової ставки.

### Література

1. Гомза В.М. Сучасний стан кредитування аграрних підприємств: проблеми та шляхи їх вирішення / В.М. Гомза // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – № 6. – Ч.2. – С.137-141.

2. Дадашев Б.А. Кредитування агроформувань: проблеми та напрями стабілізації / Б.А.Дадашев, С.Г. Черемісіна // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2012. – № 2. – С.142-149.

3. Сучасний стан та пріоритетні напрями розвитку інвестиційної діяльності у сільському господарстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/13\\_NPN\\_2010/Economics/64023.doc.htm](http://www.rusnauka.com/13_NPN_2010/Economics/64023.doc.htm)

**ДУБІНЕЦЬКА АНАСТАСІЯ**

студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту

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

Херсонський державний університет

м. Херсон

## ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КРЕДИТУ

В історії економічних вчень всі теорії кредиту поділяються на два напрями: натуралістична і капіталотворча.

Основоположниками натуралістичної теорії кредиту були класики політичної економії А. Сміт, Д. Рікардо, А. Тюрго, Дж. Міль, сутність кредиту трактували виходячи з властивостей процесу виробництва. Об'єктом кредитування, виступали засоби виробництва. Гроші, які позичалися, були лише засобом перенесення капіталу від одного суб'єкта до іншого [4].

Основними постулатами дослідників щодо натуралістичної теорії були такі:

- об'єктом кредиту є натуральні, тобто негрошові речовинні блага;
- кредит – рух натуральних благ, а тому він є лише способом перерозподілу наявних у суспільстві матеріальних цінностей;
- позичковий капітал тотожний дійсному, отже, нагромадження позичкового капіталу є виявом нагромадження дійсного капіталу, а рух першого повністю збігається з рухом продуктивного капіталу;
- оскільки кредит відіграє пасивну роль, то комерційні банки є посередниками [2].

Основоположниками капіталотворчої теорії стверджували, що кредит – це процвітання економіки [3].

Основними положеннями капіталотворчої теорії є:

– кредит не залежить від процесу відтворення і відіграє вирішальну роль у розвитку економіки;

– є капіталом і приносить дохід, а відтак, є продуктивним капіталом;

– головними базовими операціями банків є активні операції

Капіталоутворюючу теорію замінила теорія монетаризму, прихильниками якої були М. Фрідмен, Ж. Рюефф і О. Файт, які стверджували, що зміна грошової маси і відсоткових ставок є одними з головних інструментів регулювання економіки. Враховуючи усі позитивні і негативні аспекти натуралістичної і капіталотворчої теорій, жодною з них не було доведено остаточної переваги. Хоча напрацювання прихильників цих теорій є першоосновою в розвитку сучасної теорії кредиту.

Нині відсутній єдиний підхід до трактування змісту кредиту:

- особлива форма руху грошей, трактуючи кредитні відносини як систему всіх грошових взаємин;

- сутність грошових відносин з нетривалим перерозподілом тимчасово вільних коштів;

- форму позичкового капіталу, що має грошовий або товарний вид та надається на умовах повернення, зумовлюючи виникнення кредитних відносин між кредитором і кредитодержувачем;

- взаємини між суб'єктами господарської діяльності та державою щодо перерозподілу вартості на умовах платності та повернення;

- довіру, виявлену кредитором до боржника [1, с. 30].

Найбільш правильною є характеристика кредиту, як відносин, пов'язаних з наданням ресурсів у тимчасове користування на умовах повернення із погашенням зобов'язань, які при цьому виникають.

### Література

1. Барабаш Л.В. Концептуальні та методологічні основи банківського кредиту та кредитних відносин / Л.В. Барабаш, Н.В. Бондаренко, П.М. Боровик // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. – Київ: ПВНЗ "Київський інститут бізнесу та технологій", 2014. – № 1 (23). – С. 28-34.

2. Гроші і кредит [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/17190512/finansii/kredit\\_rinkoviy\\_ekonomitsi](http://pidruchniki.com/17190512/finansii/kredit_rinkoviy_ekonomitsi).

3. Кредитна система України і банківські технології: у 3 кн. [В.С. Стельмах, А.В. Шаповалов, В.Л. Кротюк та ін.]; за ред. І.В. Сала. – Львів, 2002. – Кн.1. – 580 с.

4. Чайковський Я.І. Сучасний стан та перспективи розвитку банківського кредитування / Я.І. Чайковський // Банківська справа. – 2005. - №2 – С. 36-47.

## ДОВІРА СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Важливим аспектом стабільності та розвитку фінансового ринку є довіра споживачів фінансових послуг до фінансових установ. Разом з тим, останні соціологічні опитування продемонстрували, що, незважаючи на деяке відновлення економічного зростання після кризи, ставлення українців до фінансових інститутів та системи державного регулювання фінансових ринків характеризується недовірою та песимізмом [1]. Така ситуація негативно впливає на розвиток ринку фінансових послуг та вимагає формування системи довіри та захисту прав споживачів фінансових послуг. Довіра споживачів на ринку фінансових послуг є об'єктом активних наукових досліджень таких учених, як Н.М. Внукова, Т.Е. Беялов, Д.В. Кондратенко, А.І. Сирота та ін.

В сучасних умовах формування та зміцнення довіри споживачів до фінансових установ є необхідною умовою для активізації інвестиційної діяльності в Україні, адже особливістю цього виду фінансових послуг є мобілізація тимчасово вільних грошових коштів населення та трансформація заощаджень в інвестиції. Разом з тим, низький рівень фінансової грамотності та неповне розуміння призначення фінансових установ, інститутів, їх відповідальності призводить до того, що в українців дуже низький рівень використання фінансових послуг. Зокрема, такими фінансовими інструментами, як акції, облігації або інвестування в недержавні пенсійні чи інвестиційні фонди населення України практично не використовує, а 27 % громадян взагалі не роблять заощаджень [2].

Крім того, інтернаціоналізація і глобалізація фінансових ринків, розвиток інформаційних технологій, створення та застосування на фінансових ринках складних фінансових інструментів призвели до появи різноманітних складних і важких для розуміння споживачів фінансових продуктів. Зростаюча складність продуктів фінансового ринку перекладає додаткові фінансові ризики на плечі фізичних осіб, яким важко зрозуміти умови своїх фінансових операцій. При цьому грамотність та обізнаність клієнтів фінансових установ значно відстають від темпів розвитку фінансових послуг [3, с. 4].

З огляду на вищезазначене в Україні необхідною є розробка державної програми в сфері фінансової грамотності та включення предмету «фінансова освіта» до загальнообов'язкових навчальних освітніх програм в учбових закладах різного рівня, створення сприятливих умов для розвитку та розповсюдження в країні ініціатив з фінансової просвіти громадян; налагодження інформаційної роботи з підвищення рівня фінансової та правової обізнаності громадян із роз'ясненням через ЗМІ, інтернет та соціальні мережі норм і положень законодавства, які стосуються найбільш гострих та

актуальних проблем взаємовідносин між споживачами фінансових послуг та їх надавачами.

Слід сказати, що сьогодні частково освітні реформи для підвищення рівня фінансової грамотності населення реалізуються через Національний банк України, який запропонував План заходів з підвищення рівня фінансової грамотності населення України, створений як складова частина Стратегії реформування системи захисту прав споживачів на ринках фінансових послуг на 2012-2017 рр. [4].

Ми погоджуємося з тим, що формування довіри можливе лише за наявності захисту прав споживачів. Як свідчать результати опитування, кожен четвертий український споживач мав негативний досвід користування фінансовими послугами. При цьому, тільки 16% респондентів вважає, що у випадку виникнення непорозуміння між споживачем та фінансовою установою, конфліктна ситуація буде вирішена на користь першого [5].

Механізмом забезпечення захисту прав споживачів, який вже давно довів свою ефективність у розвинених країнах, є створення інституту фінансового омбудсмена – незалежної особи, яка в позасудовому порядку вирішує суперечки між фінансовими установами та їх клієнтами. Створення служби фінансового омбудсмена в Україні слід забезпечити законодавчо шляхом розробки і прийняття Закону «Про фінансового омбудсмена», в якому будуть встановлені правові, фінансові та організаційні засади системи врегулювання скарг споживачів фінансових послуг на постачальників фінансових послуг, порядок утворення і правовий статус служби фінансового омбудсмена. У законі також потрібно передбачити спрощений порядок подачі скарги фінансовому омбудсмену, встановити максимальні строки розгляду справ з можливістю їх продовження тільки через їх складність, забезпечити надання послуг фінансового омбудсмена споживачам фінансових послуг на безоплатній основі тощо.

Отже, підвищення фінансової грамотності населення та впровадження інституту фінансового омбудсмена в Україні як елементу системи захисту прав споживачів є необхідним і важливим кроком для підвищення довіри споживачів до суб'єктів фінансового ринку, що сприятиме забезпеченню більш ефективного розвитку фінансового ринку в Україні.

### Література

1. Пояснювальна записка до проекту Постанови Верховної Ради України про проведення парламентських слухань на тему: "Захист прав споживачів фінансових послуг" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc34?id...43295...](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc34?id...43295...)
2. Оцініть фінансову грамотність українців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vseprogroshi.com.ua/ocinit-finansovu-gramotnist-ukrayinciv.html>
3. Бонд Р. Фінансова грамотність та обізнаність в Україні: Факти та висновки / Бонд Р., Куценко О., Лозицька Н. – Київ, 2010. – 40 с.
4. Стратегія реформування системи захисту прав споживачів на ринках фінансових послуг на 2012-2017 рр. // Розпорядження Кабінету Міністрів України від 31.10.2012 р. № 867-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon3.rada.gov.ua/go/867-2012-p>.
5. Климчук А. Фінансова грамотність населення України залишає бажати

кращого [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.business-territory.com/articles/f%D1%96nansova-gramotn%D1%96st-naselennya-ukra%D1%97ni-zalisha%D1%94-bazhati-krashchogo>

**ЗИМОВЕЦЬ В.**

д.е.н., завідувач відділу фінансів реального сектору

**КЕРІМОВ П.**

аспірант відділу фінансів реального сектору

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

м. Київ

## **ПЕРСПЕКТИВИ МОДЕРНІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА РАХУНОК РИНКОВИХ МЕХАНІЗМІВ ФІНАНСУВАННЯ**

Українське машинобудування працює на застарілих потужностях: станом на початок 2015 р. рівень зносу основних засобів підприємств машинобудування становив 65,22%. Це значно обмежує конкурентоздатність вітчизняної машинобудівної продукції на внутрішньому і зовнішніх ринках, і ставить питання про необхідність модернізації виробництва. Для проведення такої модернізації необхідним є значний обсяг фінансових ресурсів, із залученням яких є проблеми у більшості машинобудівних підприємств України. Таким чином, об'єктом даного дослідження є машинобудівна галузь України, а предметом – фінансові механізми її модернізації.

Прибутковість підприємств машинобудування на даний момент є досить низькою. Відповідно до розрахунків, проведених за даними статистичного збірника «Діяльність суб'єктів господарювання», протягом 2010-2013 рр. середня прибутковість власного капіталу у машинобудуванні становила 12,68% на рік, а в 2014 р. вона мала від'ємне значення (-53,25%). Подібна тенденція характерна також і для інших показників прибутковості – маржі прибутку (-15,88% у 2014) та операційної маржі (-11,62% у 2014). Таким чином, середнє підприємство машинобудування станом на початок 2015 р. було збитковим [1].

Збитковість підприємств робить їх некредитоспроможними. Розрахунки по репрезентативній вибірці, що включає 20 підприємств, на які у 2010-2015 рр. припадало близько 30% активів та 30% виручки галузі, дозволяють зробити висновок про спад кредитоспроможності серед підприємств машинобудування: впродовж 2010-2015 рр. стабільно зростала кількість підприємств із класом боржника більше 6, тобто «незадовільним» [2]. Для визначення класу боржника використовувалась статистика із відкритих джерел та методика із «Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями» [3]. Кількість підприємств із «добрим» фінансовим станом в даний період залишилась майже незмінною.

Можливості фінансування через фондовий ринок для більшості українських машинобудівних підприємств не існує. Стандартними у даному випадку є аргументи щодо низької активності на українському фондовому ринку, його невисоких місткості і ліквідності, відсутності дрібного інвестора тощо. Для машинобудівних підприємств (як, вірогідно, і для підприємств промисловості в цілому) України, важливим фактором також є сама якість їх цінних паперів. Наприклад, динаміка дохідності по акціям найбільш успішних підприємств вибірки дозволяє зробити висновок, що вони є спекулятивними: в період з 2010 по 2015 рік акції більшості розглянутих підприємств втратили значну частку своєї вартості. Особливо слід відмітити зменшення вартості акцій НВО ім. Фрунзе з 53 гривень у 2010 до 4 гривень у 2015 році. Єдиним підприємством, чиї акції зросли в ціні за період з 2010 по 2015 роки було ПАТ Мотор Січ, хоча їх вартість все ще не досягнула максимуму 2011 року [4]. Крім того, по акціям машинобудівних підприємств в Україні здебільшого не сплачуються дивіденди, що призводить до ще більшого спаду їх вартості. Таким чином, небажання внутрішніх і зовнішніх інвесторів вкладати кошти в українських машинобудівних підприємств є цілковито обґрунтованим показниками діяльності означених підприємств.

Таким чином, більшість підприємств машинобудування на сьогодні не можуть розраховувати на ринкові механізми фінансування. Основним фактором, який обмежує можливість модернізації є їх низька прибутковість. Збитковість підприємств призводить до значних складнощів у залученні фінансування, адже окрім очевидного скорочення доступних власних ресурсів, збитковість робить їх інвестиційно непривабливими та некредитоспроможними. Навіть ті підприємства машинобудування, які здатні приносити дохід власникам своїх акцій, не здатні забезпечити дохідність вищу, ніж альтернативні напрямки вкладення капіталу, включаючи банківські депозити.

### Література

1. Діяльність суб'єктів господарювання. Статистичний збірник / Державна служба статистики. [Електронний ресурс] – Доступний з: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publ9\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ9_u.htm)
2. Сайт Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://smida.gov.ua/>
3. Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями [Електронний ресурс]. – Доступний з: [www.bank.gov.ua/document/download?docId=33378802](http://www.bank.gov.ua/document/download?docId=33378802)
4. Котирування акцій / Інформаційний портал Investfunds.ua [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://investfunds.ua>

## **«ЗНИЖКИ –СКОНТО» В ПРОЦЕСІ КОРИГУВАННЯ ЗАБОРГОВАНOSTІ ДЕБІТОРІВ**

З метою стимулювання попиту підприємства часто приймають рішення про застосування знижок. Знижки є своєрідним інструментом залучення нових покупців, збільшення обсягів продажу, заохочення постійних клієнтів. Ним користуються практично всі суб'єкти господарювання, зацікавлені в ефективному збуті своєї продукції (товарів, робіт, послуг).

Дослідженням проблематики здійснення операцій з наданням знижок займалися такі вчені-науковці, як Бутинець Ф.Ф., Сопко В.В., Грабова Н.М., Білова Н., Прохорова О.С. та інші.

Метою дослідження виступило дослідження теоретико-методологічних і практичних питань обліку «знижки-сконто» при розрахунках з дебіторами.

Використання цінових знижок при придбанні і продажу продукції є важливим як у роздрібній торгівлі, так і у оптовій. Великі супермаркети й інші магазини роздрібної торгівлі зі значним вибором товарів усе частіше звертаються до такого методу залучення покупців, як надання всіляких знижок. В оптовій торгівлі надання знижки одержувачу товарів є своєрідною мірою заохочення на швидкий розрахунок за придбані товари. І це вигідно, адже швидкий розрахунок споживача за отримання товару дає йому можливість використовувати одержані кошти на оплату різних витрат без залучення власних джерел фінансування.

Знижки, які надаються покупцям, мають бути документально обґрунтованими, що забезпечить підприємство від спорів із фіскальними органами. Так, надання знижок покупцям на товари (роботи, послуги) має здійснюватися на підставі відповідного розпорядчого документа. Підприємство самостійно розробляє Положення про маркетингову політику підприємства та Положення про знижки. Саме у цих документах повинні обґрунтуватися розмір цін та знижок, які застосовуються підприємством (з урахуванням розміру партії реалізованого товару, строків поставки, умов оплати та інших чинників), а також економічна значущість та ефективність маркетингових і рекламних заходів та акцій, що проводяться.

Для привертання уваги покупців до свого товару та стимулювання постійних клієнтів продавці використовують такі варіанти:

– надання знижок у момент продажу товару. При такому варіанті покупець отримує знижку відразу, наприклад, за дисконтною пластиковою карткою, за флаєром або в результаті моментального розіграшу розміру знижки за допомогою лототрона;

– надання знижок після дати реалізації товару. Типовим прикладом таких знижок є знижки-сконто тобто знижки за оплату раніше встановленого

строку. Ці знижки характерні для оптових продавців, але в окремих випадках їх застосовують і в роздрібній торгівлі, наприклад, при продажі товару з відстроченням платежу. Знижка діє для клієнтів, що оплачують куплений товар швидше і готівкою. Найбільш вживана умова знижки «2/10, нетто 30», тобто платіж повинен бути здійснений протягом 30 днів, покупець може вирахувати із суми 2% якщо розрахується протягом 10 днів. Підприємство-продавець завдяки цьому підвищує свою ліквідність, вчасно оплачує рахунки [1].

Продавець іноді вказує кілька строків оплати товарів, а розмір встановлює в залежності від дати оплати [2]. У цьому випадку, чим раніше здійснюється платіж, тим більша може бути знижка. Величина знижки зазвичай визначається за двома факторами: рівнем таких ставок, які традиційно склалися на цьому ринку, і рівнем банківських відсоткових ставок за кредити під поповнення оборотних засобів. У підприємства-продавця при поверненні товару його вартість відображається за дебетом субрахунка 704 і методом «сторно» зменшуються витрати на суму собівартості поверненого товару на суму транспортно-заготівельних витрат у складі цієї собівартості.

Зв'язок знижки за прискорення оплати та ціною кредитних ресурсів досить таки логічний. Якщо виробник не може прискорити погашення дебіторської заборгованості, то він змушений поповнювати свої оборотні активи переважно за рахунок кредиту. Прискорення оплати відвантажених товарів зменшує потребу в залученні коштів і забезпечує економію за рахунок зменшення суми відсоткових платежів. Таке перевищення рівня знижки над ціною кредитів пояснюється великим позитивним ефектом: прискорюється надходження грошових коштів на рахунок продавця і завдяки цьому покращується структура його балансу, зменшуються кредитні ризики дебіторської заборгованості та підвищується надійність фінансового планування, скорочуються витрати фірми на організацію збору дебіторської заборгованості [3].

Таким чином, знижки є особливим способом залучення нових покупців, збільшення обсягів продажу, заохочення постійних клієнтів. За домовленістю сторін постачальники можуть надавати торговим підприємствам знижки з відпускнуої ціни товарів. Від точності обчислення собівартості реалізованих торговельних знижок залежить реальність виявленого фінансового результату: завищення реалізованих торговельних знижок (націнок) призводить до необґрунтованого збільшення прибутку, а зниження — до його зменшення.

### Література

1. Хмелевський І. Ще раз про знижки / І. Хмелевський // Податки та бухгалтерський облік. – 2011. – № 55. – С. 28-44.
2. Прохорова О.С. Торговельні знижки та особливості відображення їх в обліку / О.С. Прохорова // Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2011. – № 4 (16). – С. 187-191.
3. Попов І. Реалізація товарів зі знижкою / І. Попов // Платник податків. – 2012. – №12. – С.23-29.



## **ЗАСТОСУВАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ**

Аграрний сектор займає важливе місце в економіці України. Від його розвитку залежить ефективне функціонування в цілому всієї національної економіки. Для забезпечення ефективного розвитку сільського господарства вирішальну роль відіграє державна підтримка сільськогосподарських товаровиробників. Формування системи державної підтримки та підтримки органів державної й регіональної влади, сільських громад має враховувати особливості соціального механізму розвитку економіки, оскільки він тим чи іншим чином впливає на механізм підтримки.

Державна підтримка сільського господарства – це сукупність державних стратегічних заходів фінансового, управлінського, економічного, організаційного, правового характеру, спрямованих на вирішення пріоритетних завдань розвитку аграрного сектору економіки, а саме, покращення фінансового стану сільськогосподарських товаровиробників, забезпечення їх прибутковості, зменшення рівня безробітності на селі, розвиток сільських територій тощо.

Визначаючи розвиток аграрного сектору та зміцнення присутності України на світовому ринку аграрної продукції як одну з підойм забезпечення стійкості та динамічності економічного розвитку країни, слід враховувати особливості конкурентної ситуації на цьому ринку. Зокрема, вона характеризується наявністю активної державної підтримки сільськогосподарського виробництва провідними країнами світу.

Порівнюючи обсяг державної підтримки в Україні з іншими країнами, можна стверджувати про високий показник надання державної підтримки (субсидій) сільському господарству у європейських країнах, що відповідно і формує вищий рівень конкурентоспроможності європейської аграрної продукції, порівняно з вітчизняною.

У Європейському Союзі державна підтримка сільськогосподарського виробництва здійснюється у межах Спільної аграрної політики (САП (CAP – Common Agricultural Policy)), яка спрямовується насамперед на розвиток села

В країнах ЄС діє єдина сільськогосподарська політика, загальний обсяг підтримки аграрного сектора в країнах Європейського Союзу в 2013-2014 роках склав майже 60 млрд євро щорічно, а це близько 525 євро/га або 20% від валової продукції сільського господарства. Залежно від країни державна підтримка галузі коливається, зокрема, у Нідерландах та Бельгії – близько 500 євро/га, Польщі - 345 євро/га, в той час як в Україні даний показник балансує в межах 10-20 євро/га (з урахуванням коштів, що залишались в рамках дії спеціального режиму з ПДВ) [1].

Так, у США відповідно до Закону «Щодо продовольства, охорони природних ресурсів та енергетики» від 18.06.2008 р. державна підтримка спрямовується на розвиток товарного виробництва та підвищення рівня доходів фермерів і включає прямі виплати і цільові ціни. Передбачено субсидії при виробництві пшениці, кукурудзи, ячменю, вівсу, рису, бавовни, горошку, чечевиці, нуту [2].

До основних заходів державної підтримки сільського господарства Японії належать встановлення гарантованих закупівельних цін і державних закупівель сільськогосподарської продукції, підтримка сільськогосподарської науки та сільськогосподарського машинобудування [3].

Сільськогосподарське виробництво Канади отримує державну підтримку шляхом фінансування окремих галузей сільського господарства і фермерських господарств через: надбавки до ринкових цін для забезпечення дохідності виробленої продукції; надбавки до обсягів виробничих витрат у формі кредитної підтримки; виплати відсотків за кредитами; гарантії за кредитами; податкові пільги щодо підтримки дохідності сільськогосподарського виробництва[4].

В Україні слід скористатися позитивним досвідом країн світу щодо здійснення державної підтримки сільськогосподарського виробництва і вжити заходів, які б сприяли забезпеченню населення країни якісними і доступними продуктами харчування, створенню нових робочих місць на селі, збільшенню надходжень від експорту продукції, забезпеченню сільськогосподарського виробництва висококваліфікованими працівниками.

#### **Література**

1. Регламент Ради (ЄС) від 20 вересня 2005 р. №1698/2005 щодо підтримки розвитку села з боку Європейського фонду розвитку села (ЄСФРС). Міністерство юстиції України. / Пер. офіційний. – С. 15.

2. Public Law 110 – 234 – Food, Conservation, and Energy Act of 2008 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/PLAW-110publ234/content-detail.html>

3. Бадуев Б.В. Продовольственная безопасность Японии. – М., 2007, // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ifes-ras.ru/attaches/baduev-avtoreferat.pdf>

4. Басюркіна Н.Й. Аналіз моделей продовольчої безпеки країни /Н.Й.Басюркіна//Інноваційна економіка. – 2012. – № 2 (28). – с. 281-284.

## **МОЗКОВИЙ ШТУРМ ЯК МЕТОД ПРОГНОЗУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

У процесі своєї діяльності будь-яке підприємство незалежно від форм власності зіштовхується з проблемою його подальшого розвитку. Враховуючи незадовільний стан більшості українських підприємств та тенденції розвитку світової економіки, подальший ефективний розвиток підприємства має містити в собі інноваційну складову. Прогнозування напрямків розвитку підприємства дозволяє завчасно оцінити кілька альтернативних шляхів розвитку й обрати найбільш перспективний з них. Для створення різноманітних ідей, прийняття управлінських рішень та прогнозування інноваційного розвитку підприємства на ранніх стадіях вибору шляху застосовують евристичні методи аналізу. Одним з таких методів є так званий «мозковий штурм». Мозковий штурм – це популярний метод висування творчих ідей у процесі розв'язування наукової чи технічної проблеми, сеанси якого стимулюють творче мислення.

Цей метод був розроблений в 1939–1941 роках А. Осборном, а в 1953 основні правила і процедури методу були остаточно визначені та викладені в його книзі «Прикладна уява» [4]. Вивченням і шляхами вдосконалення даного методу займалися такі вітчизняні дослідники, як І.М. Гусь, С.Л. Марков, А.Б. Соколов та авторитетні зарубіжні дослідники, такі як Т. Бушар, Т. Рікард, Д. Фрідман, Е. Льюїс, Т. Садоскі і Т. Кораоллі. Відтак створення нових різновидів мозкового штурму продовжується і в наш час.

Можливість застосування мозкового штурму для прогнозування напрямків інноваційного розвитку зумовлено тим, що:

- інноваційна діяльність є творчим процесом, тому її результати часто є непередбачуваними;
- інноваційний процес орієнтується на пошуки нових форм задоволення потреб існуючих, тому виникає в умовах невизначеності;
- в умовах постійного прискорення науково-технічного прогресу дані попередніх періодів не завжди дозволяють використовувати екстраполяцію для прогнозування;
- неможливість кількісної оцінки ряду чинників.

Мозковий штурм ґрунтується на двох основоположних принципах («кількість породжує якість» і «відстрочена оцінка ідей») та регулюється чотирма основними правилами:

1. Забороняється будь-яка критика.
2. Вітаються найбільш незвичайні та фантастичні ідеї.

3. Кількість ідей важливіша за якість.

4. Ідеї комбінуються й поліпшуються.

Можна виділити такі основні функції мозкового штурму:

1. Мозковий штурм є потужним інструментом творчого розв'язання проблем. Цей метод допомагає породжувати нові продуктивні ідеї та створювати ефективні управлінські рішення.

2. Мозковий штурм мотивує і розвиває командну взаємодію, активізує колективну роботу і дискусії. У свою чергу, групова взаємодія створює широкий спектр альтернатив і різноманітність точок зору [3, с. 24].

Сила цього методу полягає у створенні синергетичного ефекту, в породженні творчої та дивергентної енергії, в конструюванні нового творчого простору, в якому кожен посилює і стимулює іншого, а нові ідеї виростають з інших ідей. Сутністю методу мозкового штурму є дивергентне мислення, а саме: породження великої кількості різних ідей та генерація різноманітності. Крім того, велика кількість ідей слугує родючим ґрунтом, на якому виростають ефективні практичні розв'язки проблем. Більш того, саме генерація незвичайних, диких і безглузвих ідей часто приводить до найбільш корисних і ефективних рішень.

Сутнішим критерієм ефективності мозкового штурму є кількість генерованих групою ідей. Ось чому основною метою цього методу є подолання внутрішніх і соціальних бар'єрів, руйнування когнітивних шаблонів, звичок, стереотипів та інерції мислення. Водночас найважливішим завданням лідера є створення творчої, дружньої атмосфери комфорту і довіри, особливого творчого простору, в якому учасники вільно, спонтанно і з задоволенням висувують нові ідеї.

Мозковий штурм ефективний для вирішення ряду винахідницьких задач, прогнозування дій конкурентів, прогнозування тенденцій ринку [1, с. 132]. Для оптимальної організації мозкового штурму слід вже на початковому етапі окреслити цілі і результати, які він повинен принести. Група може бути сформована без обмежень, оптимальна кількість — 8 чоловік. Бажано збалансовано включати фахівців і нових працівників, жінок і чоловіків, активних і менш активних членів колективу. Ефективність методу «мозкового штурму» зменшується, якщо в групі є сильна особа, що домінує над іншими, якщо недостатня кваліфікація учасників або якщо їх дуже багато.

Приміщення, де проводиться мозковий штурм, має бути невеликим, комфортним, ізольованим від зовнішнього шуму. У приміщенні повинна бути дошка, бажано наявність круглого столу для спрощення процесу спілкування. Мозковий штурм займає близько години, тому гумор в дискусії не буде зайвим, учасника повинні відчувати себе комфортно для збереження ефективності протягом усього часу. Всі учасники приходять на збори вже зі заздалегідь підготовленими ідеями.

Роль керівника у мозковому штурмі велика, йому слід дотримуватися ряду правил. По-перше, керівник контролює дискусію, щоб вона завжди стосувалася потрібної теми. Учасники активно пропонують ідеї зазвичай перші 20% часу, інший час може витратитись на «виживання» ідей, щоб цього

не трапилось керівник має сам виступати активним учасником формулювання ідей, він повинен уникати критики, прислухатися до всіх ідей, враховуючи їх плюси і мінуси, слідкувати, щоб учасники не втомлювались і не утримувались від коментарів. Часто сеанс мозкового штурму проводиться повторно для закріплення результатів. Після цього керівник оцінює ідеї згідно їх новизни, перспективності, можливості реалізації. Одним зі шляхів удосконалення та підвищення ефективності мозкового штурму є поєднання брейнстормінгу з іншими методами стимуляції творчого мислення. Лідер повинен знати і вільно володіти всіма різновидами мозкового штурму і, залежно від якісної характеристики проблеми, особливостей і актуального стану групи, топологічних, часових і матеріальних ресурсів, вибрати найбільш ефективні методи і вільно й гнучко застосовувати їх у кожній унікальній ситуації, з метою знаходження оптимального шляху розв'язання проблеми.

Перевагами методу мозкового штурму є можливість роботи в умовах невизначеності та недостатнього фактичного матеріалу, можливість озвучення та прийняття нестандартних варіантів, отримання прогнозу в короткі терміни. В той же час недоліком є суб'єктивність думок експертів, результати прогнозу важко виразити в кількісних показниках [2, с. 85].

Отже, мозковий штурм є ефективним методом заохочення творчої активності для швидкого генерування великої кількості ідей. Це найпопулярніший з усіх евристичних методів, він використовується багатьма підприємствами для визначення подальших напрямків розвитку, пошуку шляхів виходу з кризи, прогнозування реакцій конкурентів на дії підприємства, прогнозування реакції ринку на введення нового продукту та низки інших завдань.

#### Література

1. Басовський Л.Е. Прогнозування й планування в умовах ринку / Л.Е. Басовський – М.: Інфра-М, 2002. – 259 с.
2. Грабовецький Б.Є. Економічне прогнозування і планування / Б.Є. Грабовський – К.: Центра навчальної літератури, 2003. – 187 с.
3. Панфилова А.П. Мозговые штурмы в коллективном принятии решений / А.П. Панфилова. – М.: Флинта: МПСИ, 2007. – 320 с.
4. Osborn A.F. Applied imagination / A.F. Osborn. – New-York, Scibner's Sons, 1953. – 187 с.

**МИХАЙЛОВСЬКА КАТЕРИНА**  
студентка V курсу обліково-фінансового факультету  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент Бурковська А.В.*  
Миколаївський національний аграрний університет  
м. Миколаїв

## **АНАЛІЗ ЗДІЙСНЕННЯ ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ НАЦІОНАЛЬНИМ БАНКОМ УКРАЇНИ**

Грошово-кредитна політика НБУ в різні періоди економічного розвитку України здійснювалась адекватно до тих процесів, які відбувалися в сфері макроекономіки, фіскальної і структурної політики. Вона сприяла економічному зростанню, зупиненню галопуючої інфляції, а також спрямовувалася на забезпечення стабільності національної валюти.

У 2014 році в Україні основним чинником формування кон'юнктури грошового ринку стала девальвація національної валюти. Відмова від фіксації валютного курсу не була доповнена системними діями НБУ щодо валютної політики. Це порушило монетарне підґрунтя для забезпечення стабільності валютного курсу і безпечних темпів інфляції. Непослідовні дії НБУ в сфері валютної політики підірвали довіру до нього. Крім того, знизилась довіра і до банківської системи в цілому.

Обмінний курс гривні до долара США на міжбанківському ринку знизився на 93,5% – до 15,77 грн./дол. США [2]. Обсяг міжнародних резервів скоротився з 20,4 до 7,5 млрд. дол. або на 63,1% [2]. Рівень споживчої інфляції склав 24,9% [2], суттєво перевищивши орієнтир, передбачений Основними засадами грошово-кредитної політики (19%) [2]. Темпи базової інфляції протягом року прискорились з 0,1% до 22,8%, ціни виробників зросли на 31,8%, що у сукупності відображує вплив девальвації національної валюти [2]. Таким чином, економіка у 2014 році увійшла у фазу стагфляції, коли скорочення виробництва та зайнятості відбувається в умовах зростання цін.

Значно скоротився обсяг депозитів. Вкладення у національній валюті скоротились на 56,5 млрд. грн. (на 13,4%), в іноземній – на 11,4 млрд. дол. США (на 36,9%) [2].

На початку 2015 року дія більшості кризових тенденцій продовжилась:

1) скорочення виробництва (у січні-березні індекс виробництва промислової продукції порівняно з відповідним періодом минулого року зменшився на 21,4% [3]).

2) обмінний курс гривні наприкінці лютого сягнув рівня 30,01 грн./дол. США [3];

3) великі обсяги рефінансування за від'ємними реальними процентними ставками (обороті за січень-березень склали 57,5 млрд. грн., в т.ч. овернайт – 37,9 млрд. грн.);

4) незначна пропозиція валюти на офіційному валютному ринку.

Припинилися проведення щоденних валютних аукціонів та використання індикативного курсу офіційний обмінний курс наблизився до курсу, при цьому тіншового ринку.

Під впливом девальвації річні темпи інфляції у березні прискорились до 45,8%, базова інфляція – до 44,6% [3].

Депозити у національній валюті за січень-березень скоротились на 20,7 млрд. грн. (на 5,7%), в іноземній – на 2,8 млрд. дол. (на 14,4%) [3]. Реагуючи на прискорення інфляційної та девальваційної динаміки Національний банк двічі підвищував облікову ставку: з 6 лютого – до 19,5%, а з 4 березня – до 30,0% [3].

Одночасно підвищувались ставки за активними операціями Національного банку. У березні суттєво скоротилися обсяги надання кредитів овернайт. Завдяки цьому, а також внаслідок низки адміністративних заходів щодо обмеження доступу імпортерів до валютного ринку офіційний обмінний курс гривні вдалося дещо зміцнити. З початку 2015 року активність мобілізаційних операцій продовжувала зростати. Максимальний обсяг депозитних сертифікатів, по які банк може звертатися до Національного банку було збільшено з 70% до 100% від визначеного згідно з установленими нормативами розміру обов'язкових резервів за попередній період утримання. Зростання зацікавленості банків у розміщенні коштів на депозитах в Національному банку було спровоковане різким підвищенням ставок за такими операціями.

Таким чином, зазначене свідчить, що поряд з несприятливими макроекономічними факторами мають місце суттєві недоліки грошово-кредитної політики, які перешкоджають відновленню цінової стабільності і потребують першочергового вирішення.

Вважаємо що, сучасний стан грошово-кредитної політики НБУ несе за собою ризики, які негативно відбиваються на розвитку економічної та соціальної сфери країни. Для усунення даних ризиків необхідно змінити напрями та методи проведення монетарної політики НБУ, а також визначити стратегію поетапного відновлення стабільного стану економіки країни, подолання інфляції та забезпечення високого рівня життя населення.

### Література

1. Про Національний банк України [Текст]: [закон України: офіц. текст: за станом на від 01.04.2015р. № 679-XIV / Верховна Рада України ; Закон від 20.05.1999 № 679-XIV // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1999. – № 29. – С. 238. – Відомості доступні також з мережі Інтернет : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/679-14>
2. Консультації щодо зміцнення ролі НБУ у забезпеченні цінової стабільності [Електронний ресурс] / Національний банк України. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=120113>
3. Основні засади грошово-кредитної політики на 2015 рік [Електронний ресурс] / Рада національного банку України. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=10465306>
4. Матеріали офіційного сайту Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/control/uk/index>

**МОСТОВА ЮЛІЯ**  
**КРАЙНИК ВЛАДИСЛАВ**  
студенти IV курсу фінансового факультету  
*Науковий керівник: ст. викладач Фоміних В.І.*  
Університет митної справи та фінансів  
м. Дніпро

## **ШЛЯХИ ПОЛПШЕННЯ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ**

На сучасному етапі розвитку ринкових умов основною ланкою економіки є підприємства – головні суб'єкти господарювання, неодмінною умовою існування яких є орієнтація на отримання прибутку.

Згідно з НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» прибуток визначається як сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати. Тобто, прибуток – це сукупність доходів підприємства, які перевищують сукупність його витрат [2].

У Господарському кодексі України вказується, що прибуток є основним узагальнюючим показником фінансових результатів господарської діяльності підприємства [4]. Отже, прибуток виступає найважливішою фінансовою категорією, яка відображає фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і свідчить про обсяг виробленої продукції, стан продуктивності праці та рівень собівартості.

Сьогодні важливою проблемою української економіки є подолання спаду виробництва, відновлення нормального відтворювального процесу в усіх його ланках, через підвищення прибутковості підприємства.

На сьогоднішній день, українська економіка перебуває в стані глибокої економічної кризи та військово-політичної нестабільності. Через події кінця 2013 року, які призвели до військових дій на території держави, значно зменшилась кількість прибуткових підприємств, а отже зросла кількість збиткових підприємств.

Офіційні дані Державної служби статистики України свідчать про значні проблеми у діяльності майже половини вітчизняних підприємств (рис. 1).

Отже, за даними діаграми можемо сказати, що ситуація на українських підприємствах протягом аналізованого періоду дещо покращилася, адже обсяг збитків по всій території України скоротився на 4,6%. Так, якщо за січень – вересень 2014 року всі області були збитковими, то в аналогічному періоді 2015 року з'являються прибутки. Але, не дивлячись на позитивні зміни, чисельність збиткових підприємств залишається значною, так збиток за 2015 р. становить 341292,7 млн. грн.

Як бачимо, майже половина підприємств України не має змоги долати наслідки економічної кризи, що є негативною тенденцією, тому постає проблема подолання негативних тенденцій щодо підвищення рівня прибутковості підприємства.



За даними Державного комітету статистику України у 2015 р. найбільша частка чистого прибутку припадає на підприємства промислової сфери, а саме 33732,4 млн. грн. [3].

Найбільш збитковими є галузь торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку; будівництво та надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту [5].



Рис. 1. Співвідношення підприємств, що отримали збиток та прибуток за січень – вересень 2014 та 2015 рр. [3]

За думкою багатьох науковців для підвищення показника прибутковості необхідно виконати комплекс завдань щодо забезпечення зростання діяльності, ефективного управління витратами, підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази, оптимізації складу та структури обігових коштів, підвищення продуктивності праці та системи управління підприємства [1].

Таким чином, на основі теперішньої ситуації в економіці України, було визначено найважливіші шляхи удосконалення формування прибутку підприємств. Для максимізації прибутку, необхідно:

- побудувати механізм фінансового забезпечення, який передбачає прогнозування прибутку з урахуванням змін ринкового середовища;
- ефективно управляти витратами, а саме скоротити витрати на виробництво та реалізацію продукції;
- забезпечити динамічний розвиток виробництва, за рахунок підвищення конкурентоспроможності власної продукції;
- раціоналізувати методи обчислення прибутку як фінансового результату у податковому та бухгалтерському обліку.

Саме такі заходи сприятимуть підвищенню продуктивності праці, зростанню прибутку та рентабельності підприємств.

## Література

1. Гаватюк Л.С. Прибутковість українських підприємств: реалії сьогодення [Електронний ресурс] / Л.С. Гаватюк, Н.В. Дармограй, Г.М. Хімійчук // Молодий вчений. – 2016. – № 1(1). – С. 40-43. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2016\\_1\(1\)\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_1(1)_11)
2. Господарський кодекс України: за станом на 24 лютого 2010 р. [Електронний ресурс] // Верховна Рада України – Режим доступу: [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua).
3. Державний комітет статистики України: [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13/print1445341158086425>.
5. Паутова Т.О. Теоретичні аспекти формування прибутку підприємств в Україні [Електронний ресурс] / Т.О. Паутова, А.І. Неділько // Економіка. Управління. Інновації. – 2013. – № 1. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2013\\_1\\_47](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_1_47)

**НЕЗДОЙМИНОГА ОЛЕНА**

к.е.н., доцент кафедри організації обліку та аудиту  
Полтавська державна аграрна академія  
м. Полтава

## ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛІЗИНГУ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

Необхідною умовою сталого економічного розвитку в сучасних умовах глобалізаційних процесів, що відбуваються у сфері господарських зв'язків нашої держави, є підвищення конкурентоспроможності банківської системи, зокрема банківського сектора. Зважаючи на те, що нестача обігових коштів у реальному секторі економіки істотно гальмує розвиток господарських взаємовідносин, фінансове ресурсозабезпечення економічного розвитку неможливе без використання сучасних нетрадиційних банківських операцій, зокрема – лізингу.

Сьогодні з усіх нетрадиційних видів банківських послуг саме лізинг є найбільш актуальним. Економічний зміст цієї операції викладено у Законі України «Про банки та банківську діяльність» [1], господарському кодексі [2], де в статті 292 вказується, що лізинг – це господарська діяльність, спрямована на інвестування власних чи залучених фінансових коштів, яка полягає в наданні за договором лізингу однією стороною (лізингодавцем) у виключне користування другій стороні (лізинодержувачу) на визначений строк майна, що належить лізингодавцю або набувається ним у власність (господарське відання) за дорученням чи погодженням лізинодержувача у відповідного постачальника (продавця) майна, за умови сплати лізинодержувачем періодичних лізингових платежів.

Лізинг є найбільш ефективним механізмом залучення капіталу і може розглядатися як альтернатива довгостроковому кредиту. І при цьому немає потреби оформляти заставу, як це робиться під час отримання кредиту в банку.

Під час здійснення лізингових операцій банківські установи отримують переваги і недоліки, зазначені в таблиці 1 [3].

Таблиця 1

### Переваги та недоліки лізингу

Переваги	Недоліки
Розширення кола банківських операцій, ріст числа клієнтів і, відповідно, збільшення одержуваних доходів.	Складна організація лізингової угоди через значну кількість учасників.
Зниження ризику втрат від неплатоспроможності клієнтів. Під час здійснення лізингових операцій банк залишається власником майна, переданого в оренду, отже, під час порушення умов договору він може зажадати повернення переданого в оренду майна. Дана обставина забезпечує можливість проведення лізингових операцій із клієнтами, чиє фінансове положення викликає сумнів, наприклад із кооперативами, малими підприємствами.	Можуть бути вищі адміністративні витрати, тому вважають, що ціна лізингу може бути нижчою або дорівнювати ціні позики тільки за наявності певних податкових пільг.
Лізингодавець (банк чи лізингова компанія) має право нараховувати на майно, передане йому в оренду, амортизаційні відрахування, що не обкладаються податком, і можуть служити джерелом коштів для закупівлі нового майна.	Науково-технічний прогрес робить об'єкт лізингу застарілим, під час фінансового лізингу орендні платежі не припиняють до завершення угоди.
Величина орендної плати за надання майна в рамках лізингу може бути вищою, ніж процентна ставка по довгостроковим кредитам, виданих на той же термін. Дане положення оправдовує надання клієнту крім позички реального її наповнення у вигляді машин і устаткування, а також іншого майна, що є особливо необхідним в умовах існуючого в Україні дефіциту практично на всі види промислового устаткування.	Вартість лізингу є вищою, ніж позики, оскільки ризики зносу устаткування лягають на лізингодавця.
Під час здійснення лізингових операцій банк зараховує на свій рахунок орендну плату на визначену дату, що набагато спрощує нарахування й облік відсотків за кредитами у процесі довгострокового кредитування.	-

Водночас розвиток банківської лізингової діяльності в Україні гальмується низкою причин, серед яких вагоме місце займає недостатність ресурсного потенціалу банків. З одного боку, банківський сектор України демонструє відповідні темпи зростання і є найбільш розвиненим порівняно з іншими секторами. З другого – обсяги та структура власного капіталу, зобов'язань та активів банків свідчать, що вони є замалими порівняно з потребами економіки країни і, у тому числі ринку лізингу. До інших причин слід віднести відсутність сформованого вторинного ринку обладнання, державної програми розвитку лізингу, недосконалість механізмів страхування лізингових операцій і захисту лізингодавців тощо.

Для того, щоб стимулювати участь банків у процесі організації фінансового лізингу, слід надавати податкові пільги (за сплатою податку на прибуток) банківським установам при здійсненні ними довгострокових лізингових операцій для таких пріоритетних і перспективних для лізингового бізнесу сфер економіки як сільське господарство, транспорт, авіабудівельна промисловість, нафтогазовий комплекс, харчова промисловість.

Особливо гостро на сьогодні постає питання створення державної програми підтримки лізингу, яка б передбачала серед інших необхідних умов й залучення банківського сектору до розвитку лізингових послуг. На нашу думку, основне завдання такої підтримки повинне бути у забезпеченні необхідних умов для підвищення якісних характеристик лізингового потенціалу банків до рівня розвинутих зарубіжних країн, активному використанню у практичній діяльності банків різноманітних лізингових схем та широкого кола банківських операцій та послуг при здійсненні фінансового лізингу.

#### **Література**

1. Закон України «Про банки і банківську діяльність» № 2121-Ш від 07.12.2000 р. зі змінами та доповненнями. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/>
2. Господарський Кодекс України № 436-IV від 16.01.2003 р. зі змінами і доповненнями. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/>
3. Джулій Л.В. Особливості лізингових операцій у банківській системі та процедури їх обліку / Л.В. Джулій, Ю.А. Демчик // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2016. Випуск 18. Частина 1. – С. 157-160.

**САКУН АЛІНА**

к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування  
Херсонський державний аграрний університет  
м. Херсон

## **НЕОБХІДНІСТЬ СКЛАДАННЯ КОНСОЛІДОВАНОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ**

Економічними передумовами складання консолідованої фінансової звітності є інтеграційні процеси в економіці України. Даний вид фінансової звітності є самостійним та відмінним від зведеної фінансової звітності, адже має свою мету, користувачів, процедури складання, суб'єктний склад, історію виникнення, існують різні концептуальні підходи та методи складання консолідованої фінансової звітності.

Проблеми організації бухгалтерського обліку в об'єднаннях підприємств і методіку складання консолідованої фінансової звітності в Україні вивчали такі науковці, як: Р.Є. Грачова, О.М. Гурська, Є.В. Калюга, В.М. Костюченко, Р.С. Коршикова, Н.М. Малюга, Г.В. Уманцев та інші.

Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) сприяють високому рівню ведення бухгалтерського обліку, складання та зіставлення фінансової звітності суб'єктів господарювання в усьому світі.

Складання консолідованої фінансової звітності за міжнародними стандартами регламентується: МСБО 1 “Подання фінансової звітності”, МСФЗ 10 “Консолідована фінансова звітність”. Особливості складання консолідованої фінансової звітності за національними стандартами регламентуються: НП(С)БО 1 “Загальні вимоги до фінансової звітності”, НП(С)БО 2 “Консолідована фінансова звітність”.

Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» (ст. 12) [1] встановлено суб’єкти господарювання, які повинні складати і подавати консолідовану та зведену фінансову звітність.

Необхідність складання консолідованої фінансової звітності перш за все визначається потребами її користувачів. Склад користувачів інформації консолідованої фінансової звітності зображений на рис. 1

<b>СКЛАД КОРИСТУВАЧІВ ІНФОРМАЦІЇ КОНСОЛІДОВАНОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ</b>
акціонерів материнського підприємства і дочірніх підприємств зовнішніх інвесторів кредиторів управлінський персонал групи керівництво і спостережну раду материнського підприємства державні органи управління покупців постачальників аналітиків і консультантів громадськість

Рис. 1. Склад користувачів інформації консолідованої фінансової звітності [4].

Між об’єднаними підприємствами формується система преференційних відносин, наприклад, встановлення трансфертних цін, що відрізняються від ринкових, взаємне субсидування, кредитування на умовах, що є більш вигідними у порівнянні з загальними. У такому разі первинна фінансова звітність відображає результати господарських операцій не тільки між зовнішніми по відношенню до групи підприємствами, але й містить результати внутрішньогрупових операцій. Як наслідок, дані про активи, капітал, зобов’язання та фінансові результати у звітності окремих підприємств не дозволяють користувачу, який не має інформації про взаємовідносини пов’язаних підприємств, об’єктивно оцінити фінансове становище, результати діяльності та рух грошових коштів. Таким чином, первинна звітність окремого підприємства не забезпечує користувачів усією інформацією, що необхідна для прийняття управлінських рішень. Тому постає потреба у консолідованій фінансовій звітності як системи показників, що дозволяє оцінити загальне фінансове становище та фінансовий результат групи, отримати загальну інформацію про доходність та рух грошових коштів групи.

Економічною основою консолідованої фінансової звітності є концепція збереження фінансового капіталу власника, виходячи з чого перед нею

постають такі завдання: відобразити структуру власності на капітал та чисті активи, що дозволяє визначити належну власникам частку у фінансових результатах і вартість чистих активів підприємств, а також оцінити приріст їх капіталу; відобразити фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів групи пов'язаних підприємств без результатів внутрішньо групових операцій, що забезпечує відображення такої групи як єдиної умовної економічної одиниці. В західній практиці існують два підходи до складання консолідованої фінансової звітності – підхід з точки зору материнського підприємства (теорія інтересів) та підхід з точки зору єдиної економічної одиниці (теорія єдності). На сьогодні в МСФЗ домінує останній підхід, в той час, як у вітчизняних П(С)БО переважає підхід з точки зору материнського підприємства.

### Література

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV зі змінами та доповненнями. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 07.02.13 р. № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 07.02.13 р. № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1223-13>.
4. Сахно О.О. Методичні аспекти складання консолідованої фінансової звітності / О.О. Сахно, Н.А. Букало // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – № 1. – С. 24-27.

**СІВАКОВА ВІКТОРІЯ**

студентка VI курсу факультету економіки та права  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент Лютова Г.М.*  
ДВНЗ «Університет банківської справи», ЧННІ  
м. Черкаси

## ОЦІНКА ЯКОСТІ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ДОХОДИ КРЕДИТНИХ СПІЛОК

В умовах розвитку національної економіки та її взаємодії з економіками інших країн облік доходів набуває стратегічного значення для суб'єктів господарювання. На сьогодні метою діяльності кожного суб'єкта господарювання є отримання прибутку. Достовірно оцінити результат діяльності підприємства можливо лише за даними бухгалтерського обліку. Саме від повноти та достовірності отриманої керівництвом інформації залежить адекватність прийнятих ними в тій чи іншій ситуації рішень. Тому керівництво підприємства висуває жорсткі вимоги щодо оцінки якості організації та ведення обліку доходів.

Якість – це комплексне поняття, що характеризує ефективність фінансово-господарської діяльності суб'єктів суспільного виробництва. Категорія якості виражає певну ступінь пізнання людиною об'єктивної реальності. На початковому етапі пізнання об'єкт дослідження виступає перед

суб'єктом насамперед якою-небудь окремою властивістю або сукупністю властивостей. У безпосередньому чуттєвому сприйнятті якість виступає як деяка множина властивостей [1]. Особливо важливо вказати на те, що бухгалтерський облік є не що інше, як частина загальної інформативної системи, яка перетворює первинні дані, зафіксовані в документах, у продукт управління. Таким продуктом є опрацьована інформація, яка має всі властивості товару. З цього погляду бухгалтерський облік є засобом виробництва товару особливого роду – інформації, яка має вартість, собівартість, ціну та інші категорії товарного виробництва, у тому числі і якість.

Вперше про якісні характеристики бухгалтерської інформації економісти провідних економічних країн стали говорити в рамках створення Міжнародних стандартів фінансової звітності. Оскільки гостро постала проблема реформування фінансової звітності відповідно до міжнародних стандартів фінансової звітності [1].

Що ж стосується оцінки якості інформації про доходи кредитних спілок, то вона є не винятком. Якість інформації повинна піддаватися оцінці на всіх етапах її формування та відображенні, а саме: при нарахуванні та отриманні відсотків по наданих кредитах, формуванні первинних документів, відображенні операцій з формування доходів, заповненні журналів-ордерів, відомостей, книг, фінансової та спеціальної звітності. Серед найважливіших питань, врегульованих Законом України «Про бухгалтерський та фінансову звітність в Україні», є остаточне встановлення основних принципів ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності (рис 1.). Основним принципом для оцінки доходів у кредитних спілках є принцип нарахування та відповідності доходів і витрат. Цей принцип є основоположною передумовою складання фінансової звітності, оскільки забезпечує визначення фінансового результату звітного періоду шляхом порівняння доходів звітного періоду з витратами, що були здійснені для отримання цих доходів. При цьому всі доходи і витрати повинні оцінюватися та показуватися в обліку в період здійснення відповідних господарських операцій, незалежно від дати надходження і сплати грошових коштів [2].

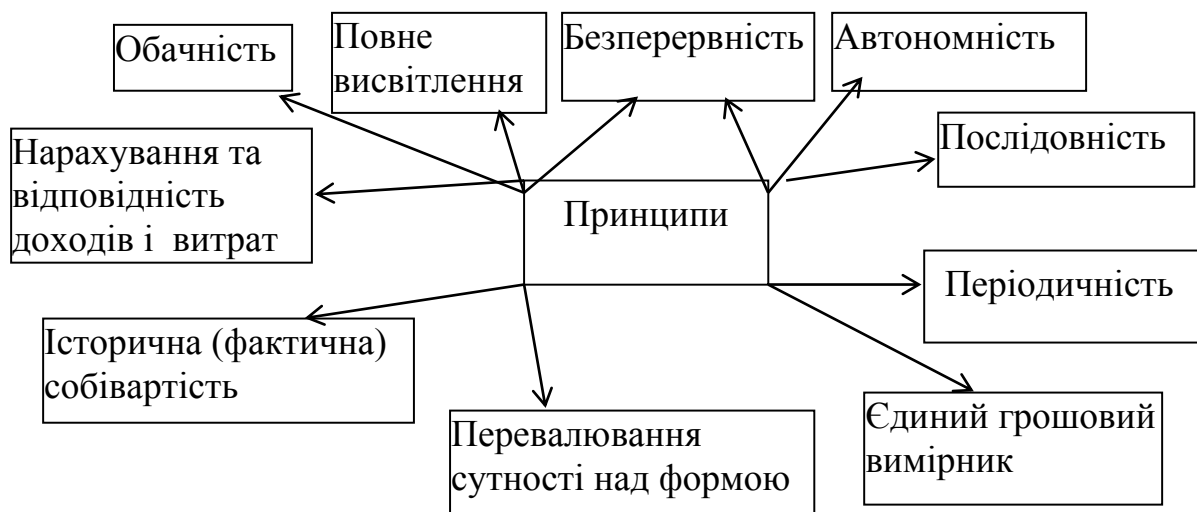


Рис. 1. Принципи ведення бухгалтерського обліку та фінансової звітності

За цим принципом доходи відображаються в обліку у момент їх

отримання, а витрати на основі відповідності цим доходам. Якщо визначити відповідність витрат конкретним доходам неможливо, то їх відображають в тому звітному періоді коли вони виникли, що на практиці найчастіше і відбувається. Важливо визначити момент часу з якого визначати витрати здійсненими, а доходи отриманими, оскільки завдяки цьому фінансові результати діяльності будуть максимально достовірними.

Момент виникнення доходу чи витрат визначається на основі документа, що засвідчує господарську операцію. Принцип нарахування дозволяє щодо доходів відображати неотриманні доходи в активі балансу та визнавати їх у звіті про фінансові результати як дохід, а щодо витрат – нараховані витрати відображати в пасиві балансу та одночасно відображати у звіті про фінансові результати витратами.

В цьому аспекті цікавою є думка проф. П.Я. Хомин, який вважає принципом лише принцип відповідності доходів і витрат, а нарахування при відображенні доходів вважає методом, а проф. Я.В. Соколов, погоджуючись з цією думкою, окрім того метод нарахувань розглядає як причину одного із бухгалтерських парадоксів: підприємство може мати великий прибуток і при цьому бути банкрутом внаслідок неплатоспроможності [3].

Отже, якість фінансової інформації має вагомое значення для різних груп користувачів, особливо для учасників бізнес-процесу, оскільки саме якість інформації визначає життєздатність майбутніх стратегічних рішень. У зв'язку з інтенсивним розвитком системного підходу до вивчення та розв'язання проблеми оцінки якості фінансової звітності і широкого застосування систем управління якістю все більшу вагу і практичну значимість набувають показники, критерії та параметри якості фінансової інформації.

Зростає роль менеджменту при підготовці якісної звітності. Тому для забезпечення контролю якості звітності багато компаній змушені створювати нові департаменти (наприклад, відділ внутрішнього контролю) та переглядати структуру і функціонал наявних підрозділів.

### Література

1. Гончаренко О.О. Оцінка якості фінансової звітності / О.О. Гончаренко, О.В. Лук'янець // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. Збірник наукових праць. – 2013. – № 3 (18). – С. 266-271.
2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 № 996-XIV [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
3. Принцип формування облікової політики [Електронний ресурс] / Режим доступу: [file:///C:/Users/Vika/Downloads/ecnof\\_2013\\_10\(2\)\\_5.pdf](file:///C:/Users/Vika/Downloads/ecnof_2013_10(2)_5.pdf).



**СІДЕЛЬНИКОВА ЛАРИСА**  
д.е.н., доцент, завідувач кафедри податкової та бюджетної політики  
Херсонський національний технічний університет  
м. Херсон

## **СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ФІСКАЛЬНОЇ КОНСОЛІДАЦІЇ В УКРАЇНІ**

Розуміючи фіскальну консолідацію згідно з офіційним трактуванням, поданим Організацією з економічного співробітництва та розвитку, як «політику, спрямовану на зниження дефіцитів уряду та акумульованого державного боргу» [1], зазначимо, що її важливою функціональною домінантою є зменшення обсягів нагромаджених боргових зобов'язань держави до певного оптимального рівня. При цьому не можна не погодитися з В. Козюком та Л. Тарангул, які акцентують увагу на твердженні, що досягнення певного рівня державного боргу, тягар якого не породжував додаткові негативні зовнішні ефекти у сфері цінової стабільності, алокаційної ефективності та міжгенераційної корисності, є більш адекватним орієнтиром фіскальної консолідації, ніж механічне зменшення боргів держави [2, с. 15].

Ключовими чинниками стрімкого зростання державного боргу України у 2014-2016 рр. є несприятлива кон'юнктура зовнішніх ринків, продовження військового конфлікту на Сході країни, значна девальвація національної валюти, збільшення прихованого дефіциту сектора загального державного управління. При законодавчо встановленій граничній межі державного боргу у 60% ВВП (ст. 18 Бюджетного кодексу України) боргові зобов'язання держави станом на 01.01.2015 р. становили 70,2% ВВП, станом на 01.01.2016 р. – 79,4%. За прогнозами експертів Світового банку, державний борг України у 2016 р. зросте до 90,2% ВВП. Підкреслимо, що рівень боргової експансії, який перевищує або наближається до 100% ВВП дедалі більше вказує на загрози виникнення перманентної рецесії та макроекономічної нестабільності.

Слід враховувати, що у зарубіжних країнах державний борг охоплює ширше коло зобов'язань, ніж у вітчизняній статистиці, а саме: боргові зобов'язання центрального уряду, місцевих органів влади, пенсійного та інших соціальних фондів, центрального банку, фонду гарантування вкладів. Критерії для віднесення установи до сектору державного управління наступні: вона має бути інституційною установою, фінансуватися за рахунок податків і виробляти неринковий продукт. Гарантований державою борг включається до державного в тій мірі, в якій платіжні зобов'язання за ним перекладаються на державний бюджет та в частині створених резервів бюджету для виконання державою гарантованих нею зобов'язань.

На відміну від міжнародних стандартів, у вітчизняній методології статистичного оцінювання державної заборгованості у складі державного боргу не враховуються зобов'язання НБУ, органів місцевого самоврядування, державних соціальних фондів та державних підприємств, що значно зменшує його офіційно задекларований розмір. Натомість, зростання боргового тиску в Україні відбувається і через необхідність фінансування за рахунок облігацій

внутрішньої державної позики Пенсійного фонду України, НАК «Нафтогаз України», банківської системи, Фонду гарантування вкладів фізичних осіб, адже гарантом їхньої платоспроможності виступає державний бюджет.

Однак повернення на законодавчо встановлений рівень хоча б такої компоненти боргової експансії, як прямий та гарантований державний борг, є непростим завданням та потребує додаткових економічних і фінансових аргументів у суспільній дискусії, насамперед, щодо популістських спекуляцій довкола соціальних втрат внаслідок скорочення обсягів боргових ресурсів бюджету. До того ж, в Україні відсутні як чіткі цільові орієнтири фіскальної консолідації, так і конкретні плани щодо їх досягнення.

На наше переконання, досягнення компромісу між процесами фіскальної консолідації та підтримки економічного розвитку України потребує ефективних інституціональних та структурних реформ, які б забезпечили переорієнтацію вітчизняної фіскальної політики на зниження боргової експансії держави. Так, на інституціональному рівні доцільним є обґрунтування бюджетних обмежень та законодавче затвердження фіскальних правил, адаптованих до вітчизняних реалій, модернізація функціональної моделі фіскальної політики у напрямі унеможливлення маніпулювання бюджетним процесом. Системних реформ потребує, насамперед, сфера видатків бюджету, адже домінантним базисом програм фіскальної консолідації є зменшення обсягів бюджетного фінансування суспільних потреб. Інший ключовий фактор – податкова політика. Прикро констатувати, але заявлені урядом структурні зміни у галузі оподаткування, так і не набули чинності у поточному бюджетному році.

Виходячи з того, що жодна програма фіскальної консолідації не була успішною без створення стимулів для економічного зростання [2, с. 324], вважаємо, що інституціональні та структурні трансформації повинні стосуватися не лише сфери державних фінансів, а всіх складових суспільного сектору національної економіки з урахуванням інтеграційних процесів.

За умови виконання бюджетних обмежень, передбачених фіскальними правилами, що діють в країні, зведення бюджету з дефіцитом, яке передбачає акумуляцію бюджетних ресурсів кредитним методом, не є свідченням його незбалансованості. Сучасна модифікація визначення збалансованості бюджету надає борговим джерелам формування бюджетних ресурсів держави значення альтернативних податковим надходженням кредитних форм і механізмів забезпечення суспільних потреб, які, разом з тим, при економічно необґрунтованому використанні, замість позитивного впливу на відтворювальні процеси, здатні поставити під загрозу функціонування всієї бюджетної системи.

#### Література

1. OECD Statistics Yearbook 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oecd.org>.
2. Фіскальна консолідація: макроекономічні проблеми та інституціональні засади: монографія [за заг. редакцією Л. Тарангул] / НДІ фінансового права. – К.: Алерта, 2013. – 496 с.

**СКОРОХОД ІННА**  
студентка VI курсу факультету економіки та права  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент Рогова Н.В.*  
ДВНЗ «Університет банківської справи»  
Черкаський навчально-науковий інститут  
м. Черкаси

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ**

Серед небанківських фінансових установ важливе місце посідають страхові компанії, які займаються захистом майнових інтересів як громадян, так і суб'єктів господарювання у разі настання страхових випадків, визначених договором страхування, за рахунок сформованих грошових фондів, шляхом сплати страхувальниками страхових платежів та доходів від розміщення цих активів.

Діяльність страховиків має двоїстий характер, що проявляється в здійсненні страхової діяльності та розміщенні накопичених грошових коштів у страхових резервах. При цьому постає питання розмежування видів доходів.

Як і інші суб'єкти господарювання, страхові компанії можуть мати доходи від інвестиційної та іншої діяльності, проте основним видом надходження є доходи від страхування та перестрахування. В їх основі лежать страхові платежі (премії).

Якщо розглядати надходження страхових платежів за видами страхування, то за I півріччя 2015 р. найбільше чистих платежів було від діяльності з видів добровільного страхування, іншого ніж страхування життя 7 542 204,3 грн. (69,63 %), серед яких найпопулярніше страхування наземного транспорту (21,87%), страхування майна (15,13%), страхування фінансових ризиків (12,93%) та медичне страхування (12,76%). Надходження з обов'язкових видів страхування становлять 21,69 %, а зі страхування життя – 8,68 % в загальній сумі чистих страхових платежів [1].

Світовий досвід свідчить, що у країнах з розвиненим фінансовим ринком більш поширене страхування життя, а в країнах, що ще формуються і розвиваються – інші види страхування. Так, в країнах ЄС надходження від страхування життя становлять 61,08% [2]. В Україні цей показник в 10 раз менший і становить лише 6,52% [1].

У процесі здійснення страхової діяльності також відбуваються операції з перестрахування. Комісійні винагороди за здійснені операції з передачі ризиків також належать до доходів страховика.

Серед інших доходів від страхової діяльності також виділяють:

- частки від страхових сум та відшкодувань, сплачених перестраховиками. Такий вид доходу виникає в тому разі, коли, в разі настання страхового випадку, сума страхового відшкодування, виплачена цедентом більша за відповідальність на ньому, після операцій перестрахування, а цесіонарій здійснює компенсацію своєї частки в повному обсязі.

- повернуті суми з централізованих страхових резервних фондів, при виході страховика з такого об'єднання;

- повернуті суми з технічних резервів, інших ніж резерв незароблених премій. Законом України «Про страхування» [3] передбачено два види технічних резервів : резерв незароблених премій та резерв збитків. Таким чином суми будуть повертатися з резерву збитків. Це можливо в тому разі, коли сума страхової виплати менша за суму спрямовану до такого резерву.

Доходи від страхової діяльності є основою для функціонування страхової компанії та джерелом генерування нею доходів для інвестиційної діяльності, через наявний розрив у часі між надходженням страхових платежів та здійсненням виплат. Для здійснення інвестиційної діяльності страховики можуть використовувати і власні кошти, проте їхня частка порівняно не значна.

Законом України «Про страхування» [3] визначено, що кошти страхових резервів повинні розміщуватися з урахуванням безпечності, прибутковості, ліквідності, диверсифікованості та встановлено групи активів в які можна інвестувати.

Окрім того, окремо передбачені групи для страхування життя [4] та інших видів, ніж страхування життя [5].

В розвинених країнах страхові компанії є одними з найбільших інвесторів. Так, в ЄС у 2014 році страховиками було інвестовано 9 900 млрд. євро в економіку, що становить 63 % ВВП ЄС [2]. В Україні ці показники значно нижчі, через недовіру до довгострокового інвестування та нестійку політичну ситуацію в країні.

Наступним видом доходів є інші доходи, проте вони не мають жодних особливостей, пов'язаних із здійсненням страхової діяльності. Зокрема до них можуть належати: доходи від реалізації фінансових інвестицій, відновлення корисності активів, не операційної курсової різниці, безоплатно одержаних активів.

Таким чином, формування доходів страхових компаній має певну специфіку, пов'язану із особливостями страхової діяльності. Зокрема це пов'язано з тим, що страховики спершу акумулюють фінансові надходження, а лише потім здійснюють страхові виплати. Це, в свою чергу, дає можливість тимчасово вільні кошти інвестувати в групи активів визначених чинним законодавством.

#### Література

1. Огляд страхового ринку [Електронний ресурс] /Режим доступу: <http://nfp.gov.ua/content/konsolidovani-zvitni-dani.html>

2. European Insurance – Key Facts [Електронний ресурс] / Режим доступу:<http://www.insuranceeurope.eu/sites/default/files/attachments/European%20Insurance%20-%20Key%20Facts%20-%20August%202015.pdf>

3. Закон України «Про страхування» N 86/96-ВР від 07.03.96 [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80>

4. Правила формування, обліку та розміщення страхових резервів за видами страхування, іншими, ніж страхування життя № 3104 від 17.12.2004 [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0019-05>

**СОЛОВЙОВ АНДРІЙ**  
к.е.н., доцент, декан факультету економіки і менеджменту  
**ГОНЧАРЕНКО СЕРГІЙ**  
студент IV курсу факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет

## АНАЛІЗ СТАНУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ В УКРАЇНІ

Питання створення сприятливих умов розвитку інвестиційного клімату в Україні залишається одним з найактуальніших. Поняття "інвестиції" досить багатогранне. У цілому, під інвестиціями в економічній літературі розуміється будь-яка поточна діяльність, яка збільшує майбутню здатність економіки виробляти продукцію. Відповідно, вкладення грошових коштів та інших капіталів у реалізацію різних економічних проектів з метою подальшого їх збільшення називається інвестуванням [1].

Обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку України (акціонерний капітал нерезидентів) на 1 липня 2016 року склав 44,791 мільярда доларів, що на 2,282 мільярда доларів, або на 5,4%, більше за показник на початок року на рівні 42,509 мільярда доларів [3]. Структура прямих іноземних інвестицій з країн світу в економіку України протягом останніх років подано на рис. 1.

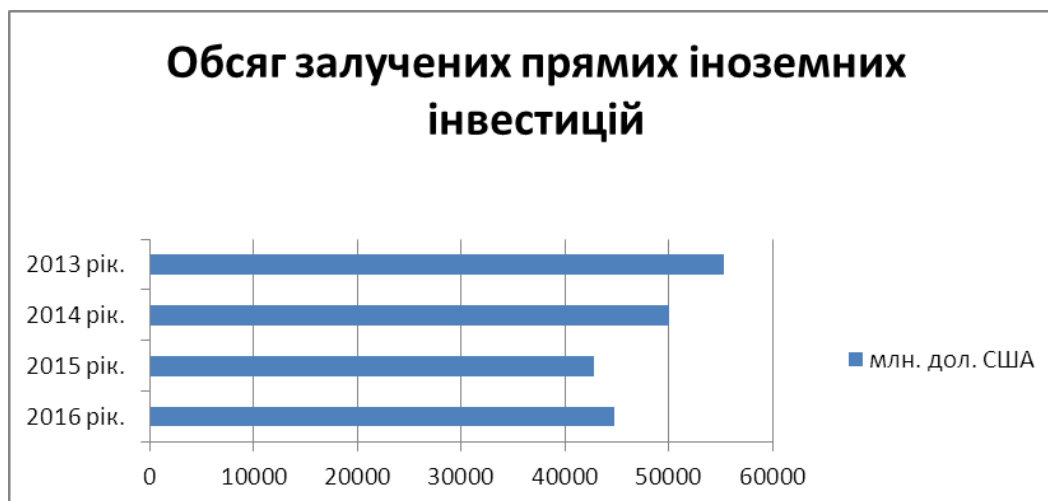


Рис. 1. Обсяг залучених прямих іноземних інвестицій в економіку України протягом 2013-2016 рр.

За даними Державної служби статистики України, у січні-червні 2016 р. в акціонерний капітал нерезидентів надійшло 2,859 мільярда доларів нових інвестицій, при цьому відтік за період склав 330,1 мільйонів доларів, а також негативний вплив мала негативна переоцінка інвестицій на 247,5 мільйона доларів, у тому числі – негативна курсова різниця на 218,5 мільйона доларів.

Необхідно відмітити, що інвестиції в першому півріччі надходили з 125 країн світу. Основними інвесторами України, на яких припадає 83,5% загального обсягу інвестицій, залишалися Кіпр, Нідерланди, Німеччина, Австрія, Великобританія, Британські Віргінські Острови, Франція, Швейцарія та Італія.

Найбільша частка інвестицій обсягом 13,241 мільярда доларів, або 29,6% їх загального обсягу, припадає на українську промисловість. Ще 13,150 мільярда доларів, або 29,4% загального обсягу інвестицій припадає на фінансову та страхову діяльність. Заборгованість українських підприємств за кредитами та позиками перед прямими інвесторами склала 7,875 мільярда доларів, загальний обсяг прямих інвестицій, включно з акціонерним капіталом та борговими інструментами склала 52,666 мільярда доларів [3].

Протягом 2014-2016 рр. Урядом України вжито комплекс заходів зі створення якісно нових умов ведення бізнесу, що мають забезпечити відбудову економіки України та її стабільний розвиток [3]. Завдяки цьому, у рейтингу Світового банку «Doing Business 2015» Україна за показником легкості ведення бізнесу займає 96 місце серед 189 країн світу (наприклад, у 2014 р. – 112 місце) [3].

На сьогоднішній день в Україні створене правове поле для інвестування та розвитку державно-приватного партнерства. Законодавство України визначає гарантії діяльності для інвесторів, економічні та організаційні засади реалізації державно-приватного партнерства в Україні. На території України до іноземних інвесторів застосовується національний режим інвестиційної діяльності, тобто надано рівні умови діяльності з вітчизняними інвесторами. Іноземні інвестиції в Україні не підлягають націоналізації.

У випадку припинення інвестиційної діяльності іноземному інвестору гарантується повернення його інвестиції в натуральній формі або у валюті інвестування без сплати мита, а також доходів від інвестицій у грошовій або товарній формі. Держава також гарантує безперешкодний і негайний переказ за кордон прибутків і інших коштів в іноземній валюті, одержаних на законних підставах унаслідок здійснення іноземних інвестицій.

З метою активізації роботи щодо розвитку та реалізації інвестиційного потенціалу України, збільшення обсягу іноземних інвестицій, підтримки пріоритетних інвестиційних проєктів, поліпшення інвестиційного клімату в державі, забезпечення захисту прав інвесторів, сприяння ефективній взаємодії інвесторів з державними органами у грудні 2014 року Указом Президента України утворено Національну інвестиційну раду.

З метою пошуку дієвих механізмів залучення іноземних інвестицій в Україну Урядом держави на регулярній основі проводяться бізнес-форуми за участю потенційних іноземних інвесторів. На нашу думку, зазначені заходи покликані сприяти покращенню інвестиційного іміджу України та збільшенню обсягів залучення іноземних інвестицій та капітальних інвестицій в економіку держави.

## Література

1. Бланк І.О. Інвестиційний менеджмент: Підручник / І.О. Бланк, Н.М. Гуляєва – К.: КНТЕУ, 2003. – 398 с.
2. Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Офіційний сайт Міністерства закордонних справ України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mfa.gov.ua/ua>

**ТЕРЬОШИНА Ю.**

**ТРЕТЯК А.**

студенти V курсу фінансового факультету  
*Науковий керівник: д.е.н., професор Власюк В. Є.*  
Університет митної справи та фінансів  
м. Дніпро

## **ПІДХОДИ ДО ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Ефективність діяльності підприємства залежать від того, наскільки раціонально використовується капітал. У зв'язку з цим зростає роль аналізу структури капіталу, основною метою якого є забезпечення фінансової стабільності і фінансової безпеки підприємства. Дотримуючись певних пропорцій власного і позикового капіталу, можна забезпечити необхідний рівень фінансової незалежності, рентабельності, а також максимізувати ринкову вартість підприємства. Тому формування оптимальної структури капіталу підприємства є однією з найактуальніших проблем підвищення ефективності діяльності підприємства.

Метою дослідження є визначення сутності поняття «оптимізація структури капіталу» та підходів до вирішення завдання оптимізації структури капіталу підприємства.

Одним з важливих завдань фінансового менеджменту підприємства є оптимізація структури його капіталу. В наукових колах сформувалися різні бачення щодо поняття «оптимізація структури капіталу». Деякі автори під оптимальною структурою капіталу розуміють певне співвідношення власного та позикового капіталу, що призводить до максимізації вартості акцій підприємства. У даному визначенні виражена мета пошуку оптимальної структури капіталу підприємства, проте даний підхід складно застосовувати на підприємствах, які не є публічними акціонерними товариствами [1; 2].

Іншої точки зору дотримуються такі автори, як І. О. Бланк, Т. В. Головка, Н. І. Лахметкіна [3; 4; 5]. Вчені вважають, що оптимальна структура капіталу являє собою таке співвідношення використання власних і позикових ресурсів, при якому забезпечується найбільш ефективна пропорція між коефіцієнтом рентабельності власного капіталу та коефіцієнтом фінансової стійкості, тобто максимізується ринкова вартість підприємства. Таким чином, поняття «оптимізація структури капіталу» можна трактувати як процес пошуку найкращого варіанта співвідношення між власним і позиковим капіталом для

досягнення максимальної вартості підприємства на фінансовому ринку за мінімальної ціни капіталу. Серед існуючого різноманіття методів більшість авторів виділяють три методи оптимізації структури капіталу: 1. Оптимізація структури капіталу згідно з критерієм його вартості, коли для зниження вартості капіталу необхідно збільшувати ефективність та прибутковість активів, зменшуючи до того ж вартість залученого ззовні капіталу або підтримуючи його на мінімальному рівні. Проте даний підхід має певні недоліки, оскільки не враховує зниження рівня фінансової стійкості підприємства внаслідок зростання частки боргів у структурі його капіталу [6]. 2. Оптимізація структури капіталу згідно з принципом фінансового важеля, під яким розуміють ефект впливу використання позикових коштів на зміну прибутковості власних засобів. Зростання частки позикових коштів у структурі капіталу підприємства призводить до збільшення значення показника рентабельності власного капіталу. Але ефект фінансового важеля буде мати позитивне значення лише тоді, коли рівень фінансових витрат фірми не перевищує рівня його економічної рентабельності. 3. Оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації рівня фінансових ризиків, яка пов'язана із процесом диференційованого вибору джерел фінансування різних складових частин активів підприємства.

У кожному конкретному випадку можна використовувати той або інший підхід оптимізації структури капіталу. Серед науковців існують різні погляди на вирішення цієї проблеми. Деякі з них вважають за необхідне максимізацію рівня фінансової рентабельності поряд з рівнем фінансової стійкості, проте даного положення важко досягти на практиці. Інша група економістів пропонує послідовне використання усіх трьох методів і формування показника структури капіталу з урахуванням їх граничних значень, що також є трудомістким процесом і не дає однозначної відповіді. На практиці менеджери вважають за краще користуватися не теоріями, а простими підходами, під якими розуміють алгоритми розв'язання задачі, що не має строгого обґрунтування, але дає прийнятне рішення в більшості практично значимих випадків.

Визначення оптимальної структури капіталу дає змогу оцінити фінансовий ризик, на який наражається підприємство у процесі діяльності, і створити необхідний рівень фінансової безпеки в майбутньому. Оптимальне співвідношення між власним і позиковим капіталом визначається для кожного підприємства індивідуально в залежності від його особливостей. У сучасній фінансовій практиці при визначенні оптимальної структури капіталу фінансовим менеджерам підприємства доцільно застосовувати комбінацію декількох підходів.

### Література

1. Басовский Л.Е. Финансовый менеджмент: учебник / Л.Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 240 с.
2. Маховикова Г.А. Инвестиционный процесс на предприятии: учеб. пособ. / Г.А. Маховикова, В.Е. Кантор. – СПб.: Питер, 2001. – 176 с.



3. Бланк И.А. Управление формированием капитала / И.А. Бланк– К.: Ника-Центр, Эльга, 2002. – 512 с.
4. Головки Т.В. Стратегічний аналіз: [навч.-метод. посіб.] / Т.В. Головки, С.В. Сагова. – К.: КНЕУ, 2002. – 198 с.
5. Лахметкина Н.И. Инвестиционная стратегия предприятия: учеб. пособ. / Н.И. Лахметкина. – М.: КНОРУС, 2007. – 184 с.
6. Машлій Г.Б. Методи оптимізації структури капіталу підприємства в системі фінансового менеджменту / Г.Б. Машлій // Матеріали ХІХ наукової конференції ТНТУ ім. І. Пулюя. – 2016. – С. 291.

**ТУБОЛЕЦЬ ІРИНА**

к.е.н., доцент, кафедри фінансів суб'єктів господарювання та страхування

**СТУПАК АННА**

студентка VI курсу фінансового факультету

Університет митної справи та фінансів

М. Дніпро

## **УПРАВЛІННЯ СТРУКТУРОЮ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Ефективне управління капіталом здатне забезпечити одержання і закріплення позитивних результатів господарської діяльності вітчизняних підприємств.

Зростання потреби підприємств в капіталі, розгортання конкурентної боротьби за обмежені ресурси фінансового ринку, необхідність їх здешевлення для підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання, зниження рівня ризиків актуалізували розширення сфер застосування аналітичного обґрунтування рішень в управлінні капіталом підприємства.

Управління структурою капіталу займає важливе місце на підприємстві – по-перше, структура капіталу впливає на його рентабельність, на ефективність його використання; по-друге, відбивається на фінансовій стійкості; по-третє, впливає на ліквідність і платоспроможність підприємства в цілому. Від того, яким чином подано співвідношення усіх форм власного та позикового капіталу, що використовується підприємством у процесі своєї господарської діяльності, залежить ефективність його функціонування в умовах конкурентного ринку [3, с. 104].

Знання й розуміння фінансових механізмів управління капіталом визначає значний обсяг методичного інструментарію оптимізації його структури на кожному підприємстві, що становить значний інтерес та практичну корисність для підприємців усіх рівнів.

Розглядаючи підходи науковців до сутності капіталу, слід обрати визначення сутності капіталу, що запропоноване І.О. Бланком як найбільш узагальнююче. Воно сформульоване наступним чином: « Капітал являє собою накопичений шляхом заощаджень запас економічних благ у формі грошових коштів та реальних капітальних товарів, що залучаються його власниками в економічний процес як інвестиційний ресурс та фактор виробництва з метою

отримання доходу, функціонування яких в економічній системі базується на ринкових принципах і пов'язано з факторами часу, ризику та ліквідності» [4, с. 98].

В економічній літературі до основних ознак класифікації капіталу віднесені такі ознаки: за змістом та формою (активи та пасиви); за складовими (власний капітал; забезпечення наступних витрат та платежів; довгострокові зобов'язання; поточні зобов'язання); за джерелами формування (сукупний власний капітал та запозичений капітал); за тривалістю використання капіталу (довгостроковий – перманентний капітал та короткостроковий – змінний капітал); за формами формування (капітал у грошовій, матеріальній та нематеріальній формах); за напрямками використання щодо видів оборотів підприємства (капітал внутрішнього та зовнішнього обороту підприємства); за напрямками формування необоротних та оборотних активів (основний та оборотний капітал); за напрямками розміщення джерел фінансування в активах підприємства (грошової та негрошової форм); за стадіями кругообігу промислового капіталу (грошовий, виробничий та товарний); за напрямками розподілу приросту капіталу (виплачений або споживаний капітал; реінвестований або накопичений капітал) [2, с. 41].

Основні наукові підходи до структуризації капіталу підприємства розрізняються за його змістом, тобто за джерелами фінансування активів. Так, в найбільш узагальненому вигляді фінансова структура капіталу розглядається усіма її дослідниками як співвідношення власного та запозиченого капіталу підприємства. Зокрема, І.О. Бланк дає таке визначення структури капіталу: «Структура капіталу представляє собою співвідношення усіх форм власних та запозичених фінансових ресурсів, що використовуються підприємством у процесі своєї господарської діяльності для фінансування активів» [1, с. 134].

Таке визначення структури капіталу було первісно використано у різних концепціях теорії структури капіталу: традиціоналістська концепція; концепція індиферентності структури капіталу (модель ММ); компромісна концепція (теорія статистичного компромісу); теорія протиріччя інтересів формування структури капіталу (теорія асиметричної інформації; сигнальна теорія; теорія моніторингових витрат).

При розробці управлінських заходів щодо оптимізації структури капіталу необхідно використовувати так звану цільову структуру капіталу, тобто таке співвідношення її елементів, яке дозволяє повністю забезпечити досягнення вибраного критерію її оптимізації. Доцільним є використання при формуванні оптимальної цільової структури капіталу підприємства не одного, а одночасно двох критеріїв – рівня рентабельності власного капіталу та рівня фінансової стійкості.

#### Література

1. Бланк И.А. Управление формированием капитала [Текст]: монография / И.А. Бланк. – Київ: Ника-Центр, Эльга, 2002. – 512 с.
2. Корнеев В.В. Структура капіталу підприємства та шляхи її оптимізації [Текст] / В.В. Корнеев, О.Ю. Лезнюк // Наука та економіка. – 2013. – № 2 (30). – С.40-43.

3. Слободян Н.Г. Аналіз капіталу підприємства у системі оптимізації його структури [Текст] / Н.Г. Слободян, Т.М. Пержан // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2014. – Вип. 8. – Ч. 3. – С.103-107.

4. Фінансове забезпечення розвитку підприємств [Текст]: монографія / І.О. Бланк та ін.; за ред. д-ра екон. наук, проф. І. О. Бланка; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К.: КНТЕУ, 2011. – 343 с.

**УШКАРЕНКО ЮЛІЯ**  
д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії  
**КАРПЕНКО ГАЛИНА**  
студентка V курсу факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет  
м. Херсон

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ**

В умовах трансформації національної економіки, серед проблем, пов'язаних з виходом України з кризового стану, важливе місце посідає завдання формування ефективної банківської системи. Американські аналітики вважають, що в Україні проблеми грошово-фінансової системи викликані тим, що, по-перше, заощадження населення не трансформуються в інвестиції та, по-друге, банківська система не кредитує власне виробництво. Вона, за законами ринкової економіки, є антикризовою, руйнує головну ланку ринкової системи, знищує вітчизняне виробництво через штучно створену кризу платежів, реалізує політику “твердокамінного” монетаризму, здійснює опосередковане кредитування проблемних фірм через спекулятивні операції, сприяє відтоку капіталу за кордон [2].

Оцінку українській банківській системі дали аналітики агентства Moody's (компанія, яка оцінює кредитний рейтинг позичальників за стандартизованою шкалою, а також здійснює дослідження і аналіз комерційних та державних організацій), назвавши українські банки слабкими й недостатньо ліквідними, аби самостійно витримати зовнішні шоки. Українські банки швидко розвиваються, проте їм бракує внутрішньої стійкості, тому будь-які кризові явища в економіці можуть призвести до нестабільності в банківській системі [3].

Зокрема, Міжнародне рейтингове агентство Standard & Poor's віднесло банківський сектор України до групи 10 (найслабша група) за рівнем галузевих і країнових ризиків (Banking Industry Country Risk Assessment – BICRA). За оцінками Standard & Poor's, частка проблемних кредитів у вітчизняній банківській системі може скласти близько 40% всіх позик. На думку аналітиків Standard & Poor's, такий стан банківської системи України здійснює негативний вплив на гнучкість грошово-кредитної політики в цілому [4].

Варто зазначити, що банківська система України є однією із найрозвиненіших елементів господарського механізму, оскільки її

реформування було розпочато раніше, ніж інших секторів економіки України. Проте залишається низка невирішених проблем, а саме:

1. Низький рівень капіталізації комерційних банків. За цим показником вітчизняні банки суттєво відстають від іноземних. Причиною цього є те, що значна кількість новоутворених кредитних інститутів була створена для розв'язання проблем фінансово-промислових груп. Метою інших банків є обслуговування торгівельно-посередницьких та валютнообмінних операцій із швидким обігом коштів.

2. Брак довіри населення до банків зменшує мобілізацію ресурсів банками порівняно з потенційними можливостями.

3. Висока концентрація капіталу у групі найбільших банків.

4. Проблема територіальної нерівності банківської системи, що характеризується високою концентрацією банків та їх активів у межах певного регіону.

5. Розвиток процесу денаціоналізації вітчизняної банківської системи, а саме стрімке збільшення присутності іноземного капіталу у банківській системі країни.

6. Низька якість банківських активів і пов'язана з цим проблема значних кредитних ризиків, характерних для головного виду банківської діяльності – позичкових операцій.

7. Кадрова проблема – недостатній рівень кваліфікації менеджерів і спеціалістів та брак досвіду кадрового персоналу. Низька заробітна плата не сприяє залученню молодих фахівців у банківську сферу.

Виходячи з вищезазначеного, можна зробити висновок, що планомірне і послідовне впровадження у масштабах країни комплексу запропонованих заходів може прискорити розвиток банківської системи, створивши реальні передумови для виникнення на фінансових ринках повноцінного конкурентного середовища та формування конкурентоздатного банківського сектора світового рівня.

### Література

1. Деревська О.Б. Тенденції та перспективи розвитку банківської системи України / О.Б. Деревська // Вісник університету банківської справи Національного банку України. – 2010. – №6. – С. 160-168.

2. Кириченко О. Банківська система України: виміри системної кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://soskin.info/ea/2009/9-10/20093.html>

3. Moody's присвоїв банківській системі України негативний рейтинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/>

4. Украинские банки ожидает жесткий отбор на выживание [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua-ekonomist.com>

**ФАДЕЄВА КРИСТИНА**  
студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту  
*Науковий керівник: к.п.н., доцент Байша К.М.*  
Херсонський державний університет  
м. Херсон

## **ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ**

Питання інвестицій тією чи іншою мірою досліджувалось практично в усіх класичних і неокласичних теоріях. В рамках цих теорій існують різноманітні підходи до вивчення інвестицій, на основі чого побудовані сучасні трактування поняття “інвестиційний процес”.

Оцінювання ефективності інвестицій посідає центральне місце в процесі обґрунтування та вибору можливих варіантів вкладення коштів у інвестиційні проекти, а отже, є запорукою успішного здійснення інвестиційної діяльності. На сьогодні існують різні методи оцінювання ефективності інвестицій, які дають різні результати та мають свої переваги і недоліки.

У світовій практиці існує безліч методик фінансово економічної оцінки інвестицій. У більшості з них використовуються однотипні, з економічної точки зору, показники ефективності, пов'язані з обчисленням реальних потоків грошових коштів та дисконтуванням. Розрізняють прості (статистичні) і ускладнені методи оцінки, засновані на теорії часової вартості грошей (динамічні) [1].

Проблема оцінки привабливості інвестиційного проекту зводиться до визначення його доходності. При оцінці доходності інвестиційного проекту використовуються різні методи, які можливо об'єднати в два підходи: статистичні та прості; методи дисконтування.

Статистичний метод є найпростішим методом оцінки економічної ефективності. Статистична система оцінки містить набір середньорічних показників, але вона знижує термін повернення інвестицій, тому що в ній не враховується фактор часу.

До простих методів відносяться розрахунки:

- термін окупності – це очікуваний період відшкодування початкових вкладень із чистих надходжень. Тобто визначається час за який надходження від операційної діяльності підприємства покривають витрати на інвестиції;

- проста норма прибутку показує, яка частина інвестиційних витрат відшкодовується у вигляді прибутку протягом одного інтервалу планування.

Основними принципом оцінювання ефективності, за методами дисконтування, є порівняння обсягів доходів та витрат, що їх забезпечили. Обґрунтовуючи економічну ефективність інвестиційних проектів, застосовують комплекс показників, що відображають різні аспекти зазначеного принципу і дають змогу оцінити доцільність інвестицій більш якісно.

До них відносять [2, с. 374-378]:

- чиста приведена вартість проекту, розраховується як сума щорічних

обсягів доходів без витрат, приведених до умов поточного року;

- термін окупності проекту визначає кількість років, за які загальний приведений прибуток дорівнюватиме обсягу інвестицій;

- коефіцієнт співвідношення доходів та витрат розраховується як співвідношення приведених вартостей доходів від інвестицій за всі роки до суми приведених витрат;

- коефіцієнт прибутковості проекту розраховується як співвідношення чистої приведеної вартості доходів за період життя проекту та обсягу капіталовкладень;

- внутрішня норма прибутковості проекту визначається як рівень ставки дисконтування, при якому чиста приведена вартість проекту (за період його життя) дорівнює нулю;

- фондвіддача проекту розраховується як відношення середньорічного прибутку за весь період життя проекту до середньорічної залишкової вартості інвестицій за той самий період з урахуванням їх щорічного зношення. Цей показник визначає рівень середньої віддачі від кожної грошової одиниці використаних інвестицій.

На практиці виділяють статистичні та динамічні методи оцінювання ефективності інвестиційних проектів, які дозволяють обрати найбільш вигідний з економічної точки зору проект або розрахувати доцільність вкладення коштів у інвестиційний проект. Статистичні методи дозволяють досить швидко і на підставі простих розрахунків зробити оцінку економічної ефективності, проте, вони не враховують той факт, що вартість грошей у часі змінюється і не можна ототожнювати теперішню вартість грошей з її вартістю отриманою через рік.

Незважаючи на те, що динамічні методи враховують вартість грошей у часі, вони мають свої особливості застосування, переваги та недоліки, які необхідно ретельно аналізувати та враховувати при розрахунку ефективності інвестиційних проектів.

#### **Література**

1. Кангро М.В. Методы оценки инвестиционных проектов: учебное пособие / М.В. Кангро. – Ульяновск: УлГТУ, 2011. – 131 с.

2. Федоренко В.Г. Инвестознaвство: [Підручник] / В.Г Федоренко, А.Ф. Гойко. – К.:МАУП, 2000. – 408 с.

**ФУРСОВА ВІКТОРІЯ**  
 к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів та аудиту  
**ВЕПРЕНЦОВА КСЕНІЯ**  
 студентка III курсу факультету економіки та менеджменту  
 Харківський національний університет ім. Н.С.Жуковського  
 «Харківський авіаційний інститут»  
 м. Харків

## ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПРИСУТНОСТІ ІНОЗЕМНОГО КАПІТАЛУ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ

Особливості функціонування банків з іноземним капіталом в банківській системі України неодноразово були предметом дослідження вітчизняних науковців, що обумовлено інтеграційними процесами та процесами фінансової глобалізації, лібералізацією ринку фінансових послуг.

За даними НБУ на 01.09.16 в Україні працює 39 банків з іноземним капіталом. Кількість банків з іноземним капіталом у 2016 порівняно з 2015 скоротилася на десять одиниць, але у статутному капіталі банківської системи їхня частка збільшилася до 43,3% у порівнянні з 32,5%, що було обумовлено більш швидким скороченням загальної кількості банків. Зовнішній борг банківських установ за 2015 рік скоротився на 32% до 12823 млн. долл. станом на 01.01.2016 р. [3].

Серед фахівців немає спільної позиції стосовно безпеки та користі від активної присутності іноземного капіталу в банківській системі. З одного боку іноземні інвестиції є потенційним джерелом надходження додаткових ресурсів у реальну економіку, сприяють пожвавленню конкуренції, поліпшенню якості банківських послуг [1]. Але з іншого боку збільшення кількості іноземних банків може становитиме загрозу національної безпеки країні. У табл. 1 наведені узагальнені результати досліджень щодо наслідків присутності іноземного капіталу для банківській системі та загалом для держави.

*Таблиця 1*

### Переваги та недоліки присутності іноземного капіталу в банківській системі (складено авторами на основі [1,2, 4-6])

Наслідки присутності іноземного капіталу	Переваги	Недоліки
Для банківської системи	<ul style="list-style-type: none"> <li>- впровадження сучасних методів банківської діяльності;</li> <li>- диверсифікація банківських послуг;</li> <li>- зростання обсягу кредитних ресурсів та посилення стабільності їх</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- посилення нестабільності, несподіваних коливань ліквідності банків;</li> <li>- збільшення витрат у вітчизняних банків на розробку нових конкурентоспроможних банківських</li> </ul>

	джерел, підвищення якості кредитного портфелю; - зменшення залежності ліквідності банківської системи від економічних та політичних ризиків; - збільшення ефективності використання власного капіталу та активів; - підвищення якості управління ризиками; - сприяння здійсненню швидкого та якісного валютного обслуговування.	продуктів з метою залучення нових та утримання наявних клієнтів; - збільшення вразливості банківської системи до зовнішніх шоків; - зменшення доходів національних банків у зв'язку з тим, що банки з іноземним капіталом мають доступ к більш дешевим ресурсам та можуть надавати більш дешеві послуги.
Для держави	- динамічне зростання економіки; - розвиток вітчизняної фінансової системи, розвиток ресурсної бази; - приплив іноземних інвестицій; - розвиток експортного потенціалу держави; - розвиток сфери споживчого кредитування	- неконтрольований вплив капіталу та фінансових ресурсів за межі вітчизняної економіки; - можлива втрата суверенітету у сфері грошово-кредитної політики; - монетарне забезпечення економічного зростання перестає залежати лише від внутрішньої емісії коштів; - зменшення податкових надходжень, оскільки філії будуть направляти прибуток за кордон; - зростання залежності економіки (ринку праці, бюджету), від ефективності роботи інвесторів

Таким чином, з метою нівелювання негативних наслідків як на банківську систему, так і на державу в цілому, на нашу думку, держава через правові та економічні інструменти повинна регулювати долю іноземного капіталу в банківській системі. Окрім цього, раціонально контролювати не тільки іноземний капітал, а також діяльність національних банків шляхом підвищення їх капіталізації.

#### Література

1. Гладких Д. Проблеми і перспективи діяльності дочірних установ російських державних банків в Україні [Текст] / Д. Гладких // Вісник Національного банку України. – 2015. – 6 (232). – С. 15-48.
2. Гусєв Я.О. Особливості функціонування іноземного капіталу на банківському ринку України [Текст] / Я.О. Гусєв // Механізм регулювання економіки. – 2011. - №4. – С. 247-256.
3. Основні показники діяльності банків. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=34661442&cat\\_id=34798593](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442&cat_id=34798593)
4. Дзюблюк О. Іноземний капітал у банківській системі України: вплив на розвиток валютного ринку та діяльність банків [Текст] / О. Дзюблюк // Вісник Національного банку України. – 2014. – 5 (219). – С. 26-33.
5. Дзюблюк О. Розвиток банківської системи в умовах інтеграції економіки України у світове господарство і лібералізації міжнародного руху капіталу [Текст] / О. Дзюблюк, Л. Прийдун // Світ фінансів. – 2008. – 2 (15). – С. 8-19.



6. Коваленко В.В. Іноземний капітал і фінансова безпека банківської системи України [Текст] / В. В. Коваленко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць / Державний вищий навчальний заклад "Українська академія банківської справи Національного банку України". – Суми, 2006. – Т. 16. – С. 43-52.

**ХРОМУШИНА ЛЮДМИЛА**

к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів  
Сумський національний аграрний університет  
м. Суми

## **ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ ВАЛЮТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ**

У 1992 р. Україна, як незалежна держава, приєдналася до Міжнародного валютного фонду (МВФ), що зумовило взяття Україною зобов'язань щодо формування власної валютної системи. Визначальним результатом грошової реформи 1996 р. стало введення в обіг національної грошової одиниці – гривні, яка була визнана конвертованою валютою за поточними операціями у результаті підписання зобов'язань згідно ст. VIII Статуту МВФ [1, с. 190].

На сьогодні єдиного нормативно-правового акту, який би регламентував валютні відносини та порядок здійснення валютних операцій в Україні немає, тому такі відносини регламентуються низкою нормативно-правових документів.

В ієрархії чинних нормативно-правових актів у сфері валютних відносин та валютного регулювання перший рівень посідає Конституція України, де у п. 1 ч. 2 ст. 92 зазначено, що засади створення і функціонування грошового ринку в Україні, а також статус національної та іноземних валют, що перебувають в обігу на території України встановлюються виключно законами України [2]. Також ст. 99 визначено, що грошовою одиницею України є гривня, а забезпечення стабільності грошової одиниці є основною функцією Національного банку України (НБУ).

Чинним та більш практично спрямованим нормативно-правовим актом у сфері валютного регулювання є Декрет Кабінету Міністрів України (КМУ) «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» (від 19.02.1993 р.), у якому визначено права і обов'язки учасників валютних відносин, основні поняття, принципи стосовно валютного регулювання, контролю та відповідальності у разі порушення валютного законодавства.

Відповідно до п. 5 ст. 4 даного Декрету НБУ зобов'язаний проводити політику, спрямовану на підтримання валюти України, і з цією метою може виступати суб'єктом міжбанківського валютного ринку України [3]. Крім того Декретом передбачено, що курси іноземних валют, виражених в національній валюті, встановлюються НБУ за погодженням з КМУ. Водночас НБУ має право встановлювати граничні розміри маржі за валютними операціями на міжбанківському ринку. Отже, НБУ, як центральному банку, надано виняткове право в адміністративному порядку впливати на перебіг торгів на

міжбанківському валютному ринку, і у такий спосіб впливати на динаміку валютних курсів. Крім того, Декретом встановлено повноваження, функції НБУ та КМУ у сфері валютного регулювання та валютних відносин. Декретом також визначено повноваження інших учасників валютних відносин, тобто уповноважених банків та інших фінансових установ, центральних органів виконавчої влади у сфері формування та реалізації державної податкової та митної політики, а також у сфері надання послуг поштового зв'язку.

Також даний Декрет визначає, що золотовалютні резерви нашої держави формуються, зберігаються та використовуються НБУ виключно задля забезпечення стабільності валютного курсу національної грошової одиниці.

Разом з цим Декретом не визначаються функції Верховної Ради України (ВРУ) у сфері регулювання валютних відносин, хоча парламент відіграє важливу роль у державній валютній політиці, а саме: ВРУ приймає, скасовує закони щодо валютного регулювання; затверджує ліміт зовнішнього державного боргу за поданням КМУ, визначає статус національної та іноземних валют, які знаходяться в обігу на території нашої країни.

Законом України «Про Національний банк України» (ст. 44) регламентується порядок здійснення операцій з валютними цінностями. Відповідно до свої повноважень НБУ визначає структуру валютного ринку України, організовує торгівлю валютними цінностями, проводить дисконтну та девізну валютну політику, застосовує валютні обмеження при необхідності. Також НБУ здійснює дисконтну валютну політику, змінюючи облікову ставку для регулювання руху капіталу та балансування платіжних зобов'язань, а також коригування курсу гривні до іноземних валют. НБУ здійснює девізну валютну політику на підставі регулювання курсу грошової одиниці України до іноземних валют шляхом купівлі та продажу іноземної валюти на фінансових ринках [4].

Сфера валютних відносин в Україні також регламентується відповідними нормами Закону України «Про порядок здійснення розрахунків у іноземній валюті».

Правова регламентація валютного регулювання в Україні здійснюється ще цілою низкою підзаконних нормативно-правових актів, затверджених постановами НБУ.

Таким чином, процес валютного регулювання в Україні здійснюється на основі відповідного нормативно-правового забезпечення. Водночас не втрачає актуальності питання удосконалення регламенту валютних відносин задля забезпечення стабільності та міцності національної грошової одиниці – гривні.

#### Література

1. Бідник Н. Б. Валютне регулювання та валютний контроль/ Н.Б. Бідник // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. Політехніка». – 2012. – № 739. – С. 189-194.
2. Конституція України від 28 червня 1996 року №254к/96-ВР/ Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>.

3. Декрет Кабінету міністрів України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» (від 19.02.1993 р. №15-93) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/15-93>.

4. Закон України «Про Національний банк України» (від 20.05.1999 № 679-XIV) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/679-14>.

**Цупко НАТАЛІЯ**

студентка V курсу факультету економіки та менеджменту

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Хромушина Л.А.*

Сумський національний аграрний університет

м. Суми

## **ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АКТИВНИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ**

За останнє десятиліття банківська система змінюється, вдосконалюється і не стоїть на місці. В усьому світі банківський бізнес постійно розвивається, це обумовлюється більшістю факторами – лібералізацією фінансових ринків, глобалізацією, змінами у регулюванні банківської діяльності, а також, безумовно, потребами клієнтів, що постійно трансформуються та урізноманітнюються, зростаючим попитом споживачів фінансових послуг на високоякісний банківський сервіс. Інноваційний розвиток активних операцій банківської системи є потрібним, оскільки банки є провідними чинниками, які спрямовують свою діяльність на покращення стану економіки нашої країни.

Ефективність роботи банку і його конкурентоспроможність на ринку значною мірою залежать від запровадження нових банківських продуктів та технологій. У банківській сфері до інновацій відносять ті нові процеси і моделі, за допомогою яких кредитно - фінансові інститути мають намір вийти на відносно новий рівень функціонування, а також покращити свої позиції на ринку банківських послуг шляхом збільшення частки ринку або нарощення клієнтської бази, а також підвищення рівня довіри та лояльності клієнтів, підвищення якості кредитних операцій і т.д [1].

Враховуючи масштабність та різноманітність інноваційних змін, суттєвий вплив міри успішності їх здійснення на фінансові результати, конкурентну позицію, репутацію розвитку активних операцій банків, об'єктивно необхідним стає стратегічне управління цими процесами, яке дозволяє використовувати інновації як інструмент адаптації фінансово-кредитних інститутів до умов зовнішнього середовища, що непередбачувано змінюється.

Ресурси банку мають ефективне та раціональне значення, що несуть за собою отримання прибутку, як плату за надані ними кошти. Для галузей економіки широкомасштабне інвестування та кредитування дасть змогу банківським установам здійснювати необхідне формулювання капіталу банку. Водночас на якість та розмір кредитного портфелю банку впливає ефективна підтримка таких показників як : стабільність, ліквідність та прибутковість.

Необхідно зазначити, що на зміни за обсягами резервів та активними операціями банку можуть як позитивно так і негативно впливати на фінансові результати за певний період на економіку країни.

Нині банки, намагаються максимізувати прибутковість діяльності, шляхом зосередження своєї уваги на високодохідному роздрібному кредитуванні (що в певній мірі сприяє вирішенню проблем у соціальній сфері), залишаються осторонь від процесів розв'язання пріоритетних проблем в економіці та, зокрема, в її реальному секторі (кредитування програм оновлення застарілої виробничої бази, енергозбереження, відновлення оборотних коштів).

На сьогодні відбувається тенденція зменшення сум відрахованих резервів на тлі зростання обсягів кредитного портфеля банків. В Україні кожен банк має на своїх балансах в середньому 8-10% проблемних кредитів у власних кредитних портфелях водночас із високим показником сформованих резервів за активними операціями на рівні 17-19%. Така ситуація свідчить про те, що банківські установи не знайшли ефективного способу управління проблемною заборгованістю клієнтів [2].

Наявність великої частки проблемних кредитів на балансах банківських установ призводить до:

- погіршення якості активів банку. Характеристика якості активів визначається ступенем ризику активу та показником ліквідності.
- збільшення навантаження на капітал. Адже величина активів прямо пропорційна величині капіталу, за умови стабільності обсягів зобов'язань банку.
- зростання рівня ризику девальвації.

Виходячи з вищезазначеного, банківський менеджмент змушений удосконалювати власну систему управління проблемними кредитами клієнтів.

Отож, робота з проблемними кредитами потребує від банків України використання нових напрямів та забезпечення високої кваліфікації і спеціальної підготовки працівників, які відповідають за формування політики управління проблемною заборгованістю, аналіз та оцінку ризиків позичальників, моніторинг та роботу з проблемними кредитами, оцінку фінансового стану позичальників, аналіз та супровід інвестиційних проектів для реалізації яких надавали кредити.

Таким чином, активні операції займають важливе місце у діяльності банківських установ і забезпечують його існування, що потребують з кожним днем інноваційного розвитку. Розвиток процесів саморегулювання діяльності банківських установ дає змогу удосконалювати та розробляти ефективні методи регулювання якістю банківських операцій, як на державному так і на міжнародному рівні.

#### Література

1. Сирота В.С. Реструктуризація позик як ефективний інструмент управління проблемними активами / В.С. Сирота // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – № 3 (12). – С. 207-210.

2. Кузнєцова Л.В. Проблеми кредитування банками інноваційної діяльності підприємств / Л.В. Кузнєцова // Економіка і регіон: зб. наук. праць / Полтавський НТУ імені Ю. Кондратюка. – Полтава, 2007. – Вип. 2 (13). – С. 73-80.

**ЧУГРІЙ НАТАЛІЯ**

м.н.с. лабораторії інноваційного провайдингу та інтелектуальної власності  
Донецька державна с/г дослідна станція НААН України  
м. Покровськ

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА КОНТРОЛЮ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Процес розвитку бухгалтерського обліку визначається вимогами користувачів бухгалтерської інформації. Нове ставлення до облікових даних висувають ряд самостійних проблем, пов'язаних із формуванням достовірної та об'єктивної інформації про стан та використання нематеріальних активів. Щоб своєчасно володіти такою інформацією, виникає необхідність у розгляді питань спостереження і перевірки процесу функціонування певного об'єкту нематеріальних активів, отже, необхідний контроль. Організована система контролю виявлення фактичного стану нематеріальних активів є запорукою повноцінного управління даними активами.

Метою контролю нематеріальних активів є формування об'єктивної інформації про їх фактичну наявність, оцінку, повноту і своєчасність відображення первинних та облікових даних у зведеній документації та звітності. Ефективно організована система внутрішньогосподарського контролю на підприємстві дає змогу своєчасно виявити та усунути негативні тенденції та відхилення від заданих параметрів і нормативів, що є важливим фактором в умовах конкурентного середовища ринкової економіки [1, с.124].

В результаті дослідження виявлені основні проблеми контролю за об'єктами нематеріальних активів, до яких відносяться:

- ✓ організація контролю за наявністю і рухом нематеріальних активів шляхом виконання контрольних процедур щодо об'єктів нематеріальних активів;
- ✓ методика проведення інвентаризації нематеріальних активів, пов'язаних з визначенням послідовності виконання інвентаризаційних процедур;
- ✓ організація аналітичного обліку нематеріальних активів, зважаючи на їх особливість як економічного ресурсу та вимоги законодавства України. [2, с.5].

Етапами проведення контролю нематеріальних активів є: перевірка облікової політики підприємства стосовно нематеріальних активів, висновків попередніх контрольних процедур; перевірка наявності нематеріальних активів; перевірка на відповідність обліку нематеріальних активів відповідно до даних фінансової звітності; перевірка надходження та визнання

нематеріальних активів, їх оцінки; перевірка амортизації нематеріальних активів; перевірка операцій оформлення та вибуття нематеріальних активів.

Як зазначає Старко І.Є. у своїй роботі, методика проведення контролю нематеріальних активів передбачає застосування прийомів документального та

фактичного контролю. Прийомами документального контролю нематеріальних активів є:

- ✓ техніко-економічні розрахунки;
- ✓ документальна перевірка правильності оформлення первинних облікових

і юридичних документів надходження і використання нематеріальних активів;

- ✓ зустрічна перевірка.

Фактичний контроль об'єктів інтелектуальної власності може здійснюватися за допомогою таких прийомів:

- ✓ інвентаризація;
- ✓ експертна оцінка [3, с. 7].

Внутрішньогосподарський економічний контроль передбачає контрольні функції, які здійснюються власниками підприємства, з метою недопущення помилок в обліковому відображенні та оформленні документації щодо нематеріальних активів. В результаті дослідження доведено, що ефективна методика внутрішньогосподарського контролю нематеріальних активів забезпечить підприємству законність використання та повноту відображення в обліку цих специфічних об'єктів [2, с. 8].

В умовах ринкових відносин змістом економічного контролю є система конкретних заходів, спрямованих на раціональне та ефективне господарювання підприємств усіх форм власності. Щоб успішно виконувати свою роль у системі господарського управління, контроль повинен бути безперервним, об'єктивним, економічним, дієвим та науковим. Чітка організація внутрішньогосподарського контролю забезпечить оперативне виконання поставлених завдань, а саме: формування та надання керівнику інформації про ринок об'єктів інтелектуальної власності; прийняття своєчасних та ефективних управлінських рішень; формування інформації для достовірної оцінки наявних нематеріальних активів; визначення можливості отримання у майбутньому економічних вигод від використання нематеріальних активів. Саме тому система проведення контролю наявності, оцінки та використання окремих об'єктів інтелектуальної власності потребує подальшого дослідження і удосконалення.

### Література

1. Контроль і ревізія: навчальний посібник / Л.В. Дікань – [2-ге вид., перероб. і доп.] – К. : Знання, 2007. – 327 с.

2. Білозір Л.В. Об'єктний контроль за нематеріальними активами в бухгалтерському обліку / Л.В. Білозір // Бухгалтерський облік, аналіз та аудит: проблеми теорії, методології, організації: Збірник наукових праць. – 2010. – №2. – С. 5-12.

3. Старко І.Є. Моделювання у системі контролю нематеріальних активів / І.Є. Старко // Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки: електрон. наук. фах. вид. – 2013. – № 2 (10). – С. 5-15.

4. Пантелеєв В.П. Внутрішньогосподарський контроль: методологія та організація: [моногр.] / В.П. Пантелеєв; Державна академія статистики, обліку та аудиту. – К.: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2008. – 491 с.

**ШАЛИГІНА ІРИНА**

к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів  
Сумський національний аграрний університет  
м.Суми

## **МОНІТОРИНГ ДОХОДНОЇ ЧАСТИНИ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Доходи місцевих бюджетів є окремою економічною категорією, яка виражає певну сферу економічних відносин суспільства. Вона пов'язана із формуванням, розподілом та використанням фінансових ресурсів місцевого та регіонального рівня і витрачаються місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування. Все це відбувається для забезпечення поточних і перспективних завдань розвитку даних адміністративно-територіальних одиниць.

Тому значну роль у становленні системи самостійних місцевих бюджетів мають їхні доходи та способи, на підставі яких вони формуються. Принцип самостійності бюджетів усіх рівнів, включаючи і державний бюджет України, забезпечують власні доходи. Реформування чинної моделі фінансового забезпечення місцевих бюджетів та міжбюджетних відносин в Україні реалізується згідно прийнятих змін до бюджетного законодавства та основних засад «Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» за такими пріоритетними напрямками бюджетної децентралізації з:

- забезпечення бюджетної автономії та фінансової самостійності місцевих бюджетів;
- стимулювання громад до об'єднання та формування спроможних територіальних громад;
- закріплення за місцевими бюджетами стабільних джерел доходів та розширення наявної дохідної бази місцевих бюджетів;
- децентралізація видаткових повноважень та чіткий розподіл компетенцій, сформований за принципом субсидіарності;
- надання нових видів трансфертів та посилення відповідальності профільних міністерств за реалізацію державної політики у відповідних галузях;
- визначення нового механізму бюджетного регулювання та вирівнювання [1].

Основною метою діяльності Сумської обласної та міської влади у сфері бюджетної політики є забезпечення всіма учасниками бюджетного процесу виконання запланованих показників надходжень доходів до місцевих бюджетів та підвищення ефективності використання бюджетних коштів.



Рис. 1 Структура надходжень по бюджетам Сумської області, 2015 рік

З діаграми 1 видно, що найбільшу питому вагу в структурі надходжень до бюджетів Сумської області займають надходження до бюджетів міст – 49,7%, далі йдуть надходження до бюджетів районів – 34,2% та найменша питома вага належить обласному бюджету – 16,0%.

В 2015 році відносно 2013 року відбулося позитивне зростання на 289778,1 тис.грн разом доходів по районах Сумської області, тобто на 56,3%. Так, найбільше зростання у вартісному виміру відбулося по Сумському району на 32342,8 тис.грн (63,8%), Білопільському району на 25983,3 тис.грн (55,6%) та Роменському району на 23625,2 тис.грн (48,4%). Найменше зростання відбулося по С.-Будському району – 4523,6 тис.грн (32,5%).

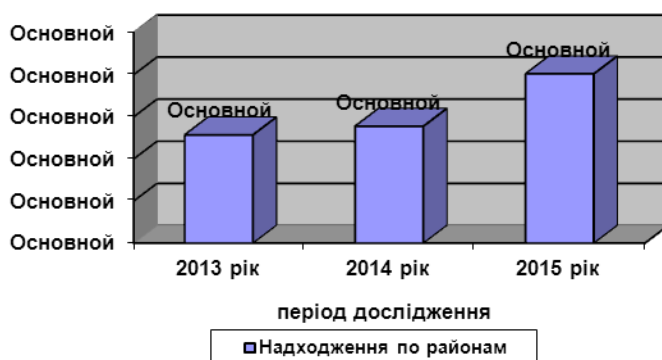


Рис. 2 Динаміка надходжень до районних бюджетів Сумської області

Протягом всього періоду дослідження негативним є лише зменшення обласного бюджету на 4950,4 тис.грн, тобто на 1,3%. Хоча це не мало негативного впливу на збільшення бюджету по всім бюджетам області на 556483,4 тис.грн (31,0%). Тому що це було викликано зростанням доходів до бюджету районів на 289778,1 тис.грн (56,3%) та доходів по містам на 271655,7 тис.грн (30,3%).

Основними платниками обов'язкових платежів до бюджету м.Суми є підприємства промисловості (машинобудування, хімічна промисловість,



підприємства постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря), вищі навчальні заклади, установи державного управління. Найбільші обсяги платежів до бюджету міста забезпечують ПАТ «СМНВО», ПАТ «Сумський завод насосного та енергетичного машинобудування «Насосенергомаш», ПАТ «Сумхімпром».

В 2014 році до бюджету м. Суми вперше надійшли суми дотації вирівнювання і субвенції, до цього із бюджету здійснювалися лише вилучення коштів до бюджету країни. Бюджет м. Суми був виконаний на 97%, а саме на суму 1 млрд. 156 млн. грн. (це є на 16% більше, ніж у 2013 році). Офіційні трансферти до загального фонду міського бюджету склали 334 млн. грн., а до спеціального фонду – 136,5 млн. грн. У структурі доходів міста основним джерелом його надходжень є ПДФО – 442,6 млн. грн. та податок на землю – 91,3 млн. грн.

За 2015 рік міський бюджет міста Суми виконано в сумі 1 млрд. 689 млн. 595,7 тис. грн., що становить 106,6 % до затвердженого плану на рік та на 58,2 % більше надходжень 2014 року. Протягом 2015 року власних доходів надійшло більше 717 млн. грн., що становить 119,8 % затвердженого річного плану та на 181,6 млн. грн. (або на 33,9 %) більше надходжень 2014 року. Загальна сума перевиконання до плану на рік складає 118,6 млн. грн. (або 19,8 %), в т. ч. по: податку на доходи фізичних осіб – 69,4 млн. грн., єдиному податку – 20,4 млн. грн., акцизному податку – 16,8 млн. грн., земельному податку та орендній платі – 4,3 млн. грн., платі за оренду комунального майна – 2,9 млн. грн., платі за надання інших адміністративних послуг – 2 млн. грн. та інших. Доходи спеціального фонду міського бюджету (без трансфертів) виконано в сумі 67,9 млн. грн., що становить 152,8 % затвердженого річного плану [2].

Тому на сучасному етапі впровадження ефективної системи бюджетної децентралізації в Україні вже досягнуті певні позитивні зрушення, але здобутки реформи місцевого самоврядування прямо залежать від скорішого проведення бюджетно-фіскальної реформи, реформ у сферах освіти, охорони здоров'я, соціального забезпечення, реалізації політики фінансової децентралізації, вдосконалення міжбюджетних відносин щодо фінансового наповнення місцевих бюджетів для надання населенню якісних адміністративних і громадських послуг тощо.

#### Література

1. «Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://search.ligazakon.ua>
2. Муніципальний інформаційний портал м. Суми [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://meria.sumy.ua>

**ШУМСЬКА ЯНА**  
студентка VI курсу факультету економіки та управління  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент. Пріхно І.М.*  
Черкаський державний технологічний університет  
м. Черкаси

## **ПРОБЛЕМИ ПОЛІПШЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ**

Сучасний розвиток нашої економіки можна охарактеризувати як період потрясінь. Світовий досвід вчить нас тому, що дійсне просування на шляху реформ залежить від змін у виробничій сфері та знаходженні ефективних форм господарювання. Важливу роль в цьому процесі в Україні відіграє об'єктивний аналіз фінансового стану підприємств. Тому основним завданням повинна стати розробка нових механізмів управління фінансовим станом підприємства. Ефективна діяльність підприємства залежить від багатьох чинників, проте одним з найважливіших є фінансовий стан. Але нині немає чіткого визначення сутності поняття «фінансовий стан підприємства», а також загальноприйнятої точки зору щодо його трактування. Увагу зосереджено на його окремих елементах.

Дослідженням питань фінансового стану підприємств та банкрутства в Україні займалися багато відомих вчених, серед яких: Р. Слав'юк, Г. Лазаренкова, О. Філімоненков, Л. Кириченко, Т. Обущак, А. Череп, Д. Городинська та інші. Проте залишаються ще не достатньо опрацьованими питання стосовно фінансового стану неплатоспроможних підприємств.

У ринковій економіці незалежні самостійні виробники товарів і послуг не зможуть успішно діяти на ринку, не забезпечивши економічну стійкість своїх підприємств. Протягом останнього п'ятиріччя на більшості підприємств України не відбувалися позитивні кількісні зміни. Сучасний ринок постійно змінюється. Швидкість змін така велика, що саме пристосування до них стає істотною перевагою підприємств у конкурентній боротьбі. У цих умовах підприємства, які прагнуть зміцнити свої конкурентні позиції, повинні орієнтуватися на нові підходи, принципи і методи організації і ведення бізнес процесів, заснованих на удосконаленні саме внутрішнього механізму управління сталим функціонуванням підприємств. Саме тому першочерговою проблемою на сьогоднішньому етапі розвитку всіх українських підприємств, що виробляють товари чи надають послуги, є пошук альтернативних шляхів покращання їх фінансового стану.

В умовах високого динамізму зовнішнього середовища вітчизняні підприємства стикаються з істотними проблемами, зумовленими об'єктивними і суб'єктивними причинами. Однією з найважливіших можна вважати орієнтацію державної політики в попередні роки на «експортоорієнтовану модель економічного зростання з переважанням низькотехнологічного експорту» [3].

Негативний вплив зовнішніх чинників супроводжувався зниженням внутрішнього попиту на промислову продукцію, падінням платоспроможності підприємств, зростанням їх витрат. Найбільшого удару від кризи зазнала українська промисловість, обсяги виробництва якої, за даними Державної служби статистики України, в 2013 р. скоротилися порівняно з 2012 р. на 3,3 % (в 2012 р. приріст становив 4,8 %), в т.ч. в машинобудування – 1,7 %, нафтопереробної промисловості – 0,9 %, що зумовлено насамперед зниженням попиту на світових ринках [2].

Не менш значного удару зазнали і сільськогосподарські підприємства. Рентабельність виробництва у 2013 р. порівняно з 2014 р. знизилася на 6,4 %, в 2015 р. ситуація значно погіршилася і рентабельність знизилася ще на 9,5 %.

Тобто протягом останніх трьох років у галузях, які посідають перші позиції у формуванні ВВП України, відбувався спад. Не значно краща ситуація і в інших галузях.

Всі перелічені обставини свідчать про те, що підприємства потребують відповідних методик та інструментів об'єктивної оцінки свого фінансового стану та ухвалення відповідних рішень щодо виходу з економічної кризи.

Саме за рахунок стійкої фінансової складової підприємство спроможне вкладати кошти у розробку нових товарів (послуг), освоювати нові ринки збуту шляхом демпінгу, забезпечувати або сприяти забезпеченню маркетингової стійкості підприємства, розвивати нові напрями діяльності, підтримувати інвестиційну стійкість, і, маючи висококваліфікований персонал, забезпечувати кадрову стійкість підприємства, ефективний процес управління. Отже, фінансова складова вважається провідною та вирішальною, оскільки в ринкових умовах господарювання фінанси є рушійною силою будь-якої економічної системи. На нашу думку, запропоновані заходи посприяють виходу підприємств з кризового стану.

### Література

1. Ареф'єва О.В. Економічна стійкість підприємства: сутність, складові та заходи з її забезпечення / О.В. Ареф'єва, Д.М. Городинська // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 8 (86.) – С. 83-90.
2. Мараховська Т.М. Фінансовий стан підприємств України в умовах кризи / Т.М. Мараховська, Д.В. Станівчук. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу // [http://www.rusnauka.com/10\\_NPE\\_2010/Economics/61970.doc.htm](http://www.rusnauka.com/10_NPE_2010/Economics/61970.doc.htm)
3. Рудницька О.М. Шляхи покращення фінансового стану українських підприємств / О.М. Рудницька, Я.Р. Біленська. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу // <http://vlp.com.ua/files/special/19.pdf>
4. Колодізев О. Теоретичні аспекти управління економічною стійкістю підприємства / О. Колодізев, К. Нужний // Галицький економічний вісник. – 2010. – № 1(16). – С. 53-59.

---

## СЕКЦІЯ 8

### МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

---

**БОНДАРЕНКО ТЕТЯНА**

к.е.н., науковий співробітник відділу промислової політики  
ДУ Інституту економіки та прогнозування НАН України  
м. Київ

#### **РЕКОМЕНДАЦІЇ З НАДАННЯ АНАЛІТИЧНОГО ЗВІТУ ЗА РОЗРАХУНКАМИ РОЗРОБОК НОБЕЛІВСЬКИХ ЛАУРЕАТІВ З ЕКОНОМІКИ**

Як відомо, останнім часом, 2013-2015 рр. і також минулими роками у світі було відзначено нобелівськими преміями розробки вчених закордонних країн. Наприклад, праця англійського економіста Ангуста Дітона «Аналіз споживання, бідності і добробуту». У праці вчений досліджує асиметрію у тенденції зміни доходів та споживання, і ставить під сумнів Гіпотезу передбачення постійного доходу. Французький економіст Жан Тіроль у праці з аналізу ринкової влади та її регулювання доводить, що у виборі ринку також має місце теорія ігор, і це позначається на економічних рішеннях [1, 2].

Їх праці та інших нобелівських лауреатів з економічних питань були визнанні суттєвим вкладом в економіку і тому ми вважаємо, що досить важливо за розробками нобелівських лауреатів з економічних питань щорічно робити розрахунок за статистичними даними України та інших країн для порівняльного аналізу, за результатами розрахунків щорічно готувати аналітичний звіт.

Таку роботу радимо проводити за наступними етапами.

1. Є сенс проводити таку роботу у співробітництві наукових установ України з іншими науковими установами розвинених країн. Це дасть можливість підвищити точність розрахунків, науковий рівень українських фахівців та стимулювати їх до праці із проблемними питаннями світової економіки, які актуальні у будь-якій країні у будь-якій період часу.

2. У сумісній вищезазначеній роботі для розрахунку підготувати статистичну базу по Україні та іншим країнам. Зазначимо, що для розрахунку можливо знадобляться данні лише для державного користування, відповідно така інформація не може бути оприлюднена.

3. Підготувати щорічний аналітичний звіт на зразок Глобального звіту конкурентоздатності [3] за результатами розрахунків. Щорічно відслідковувати за новими відкриттями нобелівських лауреатів, доповнювати розрахунки та звіт.

Проведена робота надасть наступні результати.

1. Наведені розрахунки виявлять наскільки суттєвими є виявлені парадокси вченими нобелівських лауреатів для України.

2. Буде можливість проаналізувати наскільки суттєвими є виявлені парадокси вченими нобелівських лауреатів для України у порівнянні з іншими країнами для подальших наукових досліджень. Якщо це є негативним фактором, тоді у порівнянні з іншими країнами проаналізувати, як можна зменшити його вплив.

3. Наведені розрахунки можуть надати можливість виявити інші, недосліджені раніше суттєві невиявлені фактори, або переоцінити вплив вже виявлених факторів, взаємодію між факторами на результативні параметри економічної системи.

4. Така аналітична робота надасть можливість виявити можливі недоліки у статистичній базі України.

Зокрема, визначення асиметрії у доходах населення та споживання може бути досить важливим показником, адже це фактор надійності економічної системи. Можливо в розвинених країнах вже є такий підрахунок по країнам, і вчені вже виявили фактори впливу на зазначену асиметрію. Цей показник може залежати і від психології, інтелекту віку людини. Відповідно, якщо країни мають таку інформацію про інші країни, то і надалі від цього буде залежати співробітництво з такими країнами.

Розробники Глобального звіту конкурентоздатності мають потужні статистичні бази і можливо, як зазначено вище, розрахунки вже зроблені або будуть зроблені за короткий час.

Вчені, економісти повинні бути освідченими в усіх позитивних та негативних тенденціях, особливостях економічної системи і тому необхідно відслідковувати нові розробки у розрахунках параметрів характеристик економічної системи, особливо, якщо це належить до первинних задач. Якщо вчені та економісти країни припускаються думки, що їм це не потрібно і вони ітак достатньо освідчені, то вони відповідно не порадять вжити певних заходів для усунення негативних проявів економічної системи. З іншого боку, розвинені країни, маючи жорстку статистику та зібравши експертні оцінки, будуть знати більше про країну, ніж її економісти та вчені, які зосередилися припустимо лише на основах економічного аналізу.

### Література

1. Angus Deaton. Consumption, great and small. The prize in economic sciences 2015, доступний з [https://www.nobelprize.org/nobel\\_prizes/economic-sciences/laureates/2015/popular-economicsciences2015.pdf](https://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/2015/popular-economicsciences2015.pdf)
2. Jean Tirole Market power and regulation. The prize in economic sciences 2014, доступний з [https://www.nobelprize.org/nobel\\_prizes/economicsciences/laureates/2014/popular-economicsciences2014.pdf](https://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economicsciences/laureates/2014/popular-economicsciences2014.pdf)
3. The Global Competitiveness Report 2015-2016, доступний з [http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global\\_Competitiveness\\_Report\\_2015-2016.pdf](http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf)

**КРУЛІКОВСЬКА НАТАЛЯ**  
студентка II курсу магістратури економічного факультету  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент Макаренко О.І*  
Запорізький національний університет,  
м. Запоріжжя

## **АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ВИМІРЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ**

Зв'язки між економічними агентами, якість соціальних відносин, ділова репутація, рівень довіри все частіше відмічаються науковцями як фактори, що впливають на економічне зростання країни, розвиток підприємництва. Означені фактори є складовими соціального капіталу (СК) суспільства. В даному дослідженні будемо використовувати визначення СК, яке запропоновано Т. Шаповаловою. Тобто «соціальний капітал – це система соціальних зв'язків, контактів, взаємовідносин між економічними агентами, індивідуумами, яка базується на нормах неофіційних або соціальних (довіра, партнерство, визнані моральні цінності) та офіційних або правових (законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти, контракти тощо), які використовуються ними для отримання конкурентних переваг (доступ до ресурсів, зменшення трансакційних витрат, обмін інформацією тощо)» [1].

Однією з актуальних проблем дослідження СК є проблема його кількісного вимірювання, оскільки без кількісної оцінки неможливо адекватно описати вплив СК на функціонування соціально-економічних систем. Питанню оцінювання СК присвячено праці: М. Горожанкіної, Л. Сергеевої, І. Терона, Л. Янковської та інших. У роботі Л. Сергеевої запропоновано систему непрямих факторів оцінки СК територіальної громади. Так, кожному фактору відповідає шкала балів, за допомогою якої розраховано рейтинг досліджуваного об'єкту. На основі цих даних побудовано гістограму функції розподілу ймовірностей рейтингів та визначено рівень СК територіальної громади [2].

Не можна не погодитися з науковою позицією науковця І. Терона, який пропонує для оцінки СК використовувати систему показників, що представлені даними офіційної статистики. Так, він вважає, що для оцінки СК на мікрорівні доцільно використовувати такі показники: кількість домогосподарств з однієї особи, %, кількість зареєстрованих шлюбів, тис. на 1000 осіб та ін.; на мезорівні – коефіцієнти плинності, обороту робочої сили по прийому (звільненню), середній стаж роботи у фірмі та ін.; на макрорівні – частку зайнятих в неформальному секторі економіки, частку зайнятих в тішовій економіці, частку зайнятих у малому бізнесі тощо [3].

Експертами Світового банку для вимірювання СК при дослідженні цінностей суспільств країн світу у 2001 р. було запропоновано індивідуальні індикатори СК, які визначаються на основі опитування населення країни. Тобто за означеними факторами визначається інтегральна оцінка СК. Таким чином, аналіз наукової літератури дозволив умовно виділити такі підходи до

вимірювання соціального капіталу: статистичний, рейтинговий та інтегральний. Перспективою подальших досліджень є розробка єдиної методології вимірювання СК.

#### Література

1. Шаповалова Т.В. Вплив соціального капіталу на економічне зростання [Текст] / Т.В. Шаповалова // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: С. І. Шкарабан та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2013. – Том 14. – №1. С. 167-175.
2. Сергеева Л.Н. Кількісне вимірювання соціального капіталу територіальної громади / Л.Н. Сергеева, Ю.О. Шульга // Вісник Запорізького національного університету: Економічні науки. – 2009.– №1 (4). – С. 88-92.
3. Терон І.В. Соціальний капітал в Україні: досвід емпіричного дослідження [Електронний ресурс] / І.В. Терон // Економічний часопис –XXI. –2003. – № 5. – Режим доступу: <http://soskin.info/ea/2003/5/20030517.html>.

**НЕВДАХ СЕРГЕЙ**

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита

**ТОЛМАЧЕВЕЦ ЮРИЙ**

**БОРИСОВ ВЛАДИМИР**

студенты 4-го курса Полесский государственный университет

г. Пинск, Беларусь

## МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ КАК МЕТОД ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Под экономическим анализом понимают прикладную научную дисциплину, представляющую собой систему специальных знаний, позволяющих оценить эффективность деятельности того или иного субъекта рыночной экономики. Теория экономического анализа позволяет рационально обосновать, спрогнозировать на ближайшую перспективу развитие объекта управления и оценить целесообразность принятия управленческого решения. Важное место в экономическом анализе занимают математическое моделирование.

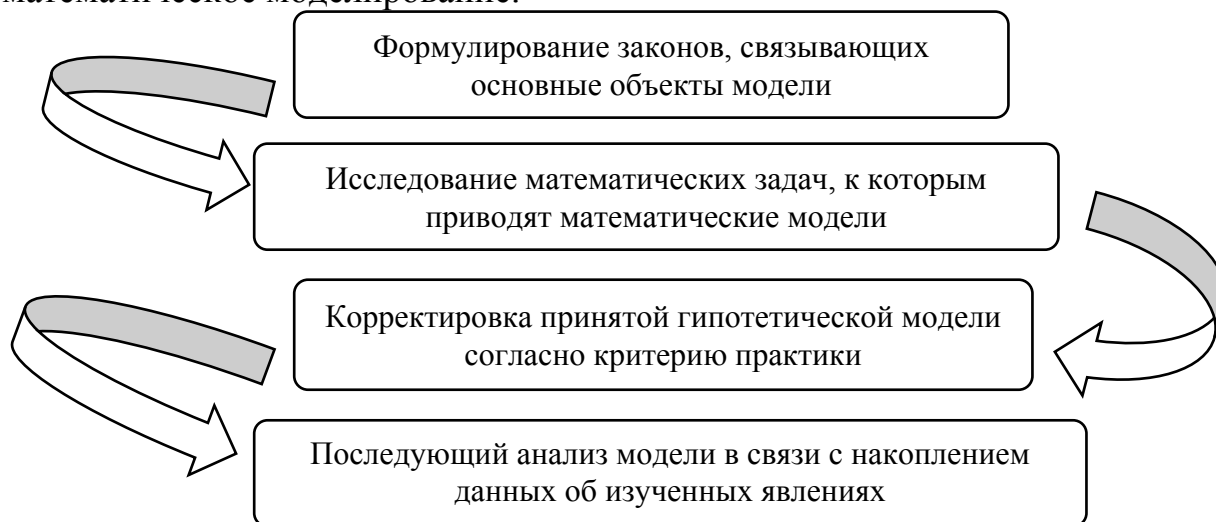


Рис. 1 Процесс математического моделирования

Источник: собственная разработка

Процесс математического моделирования можно подразделить на четыре основных этапа (рисунок 1):

Различают два метода моделирования: аналитическое и имитационное. Их сравнительная характеристика приведена в таблице 1.

Таблица 1

### Аналитический и имитационный тип моделирования

Параметры для сравнения	Тип моделирования	
	аналитическое	имитационное
Сущность	Модель системы – вид функциональных зависимостей между входными и выходными данными.	Модель системы – процесс функционирования исследуемого объекта воспроизводится на ЭВМ в отсутствие аналитических зависимостей между входными и выходными данными.
Характерные особенности	Элементы системы записываются в виде функциональных соотношений (алгебраических, интегрально - дифференциальных).	Процесс функционирования системы воспроизводится по времени, причем имитируются элементарные явления с сохранением их логической структуры и временной последовательности.
Преимущества	Дает хорошие результаты в случае достаточно простых систем.	Позволяет учитывать такие факторы, как наличие дискретных и непрерывных элементов, нелинейные характеристики системы, многочисленные случайные воздействия.
Недостатки	В случае сложных систем требуется существенное упрощение первоначальной модели.	При моделировании случайных величин и функций для нахождения характеристик процесса требуется его многократное воспроизведение.

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [1]

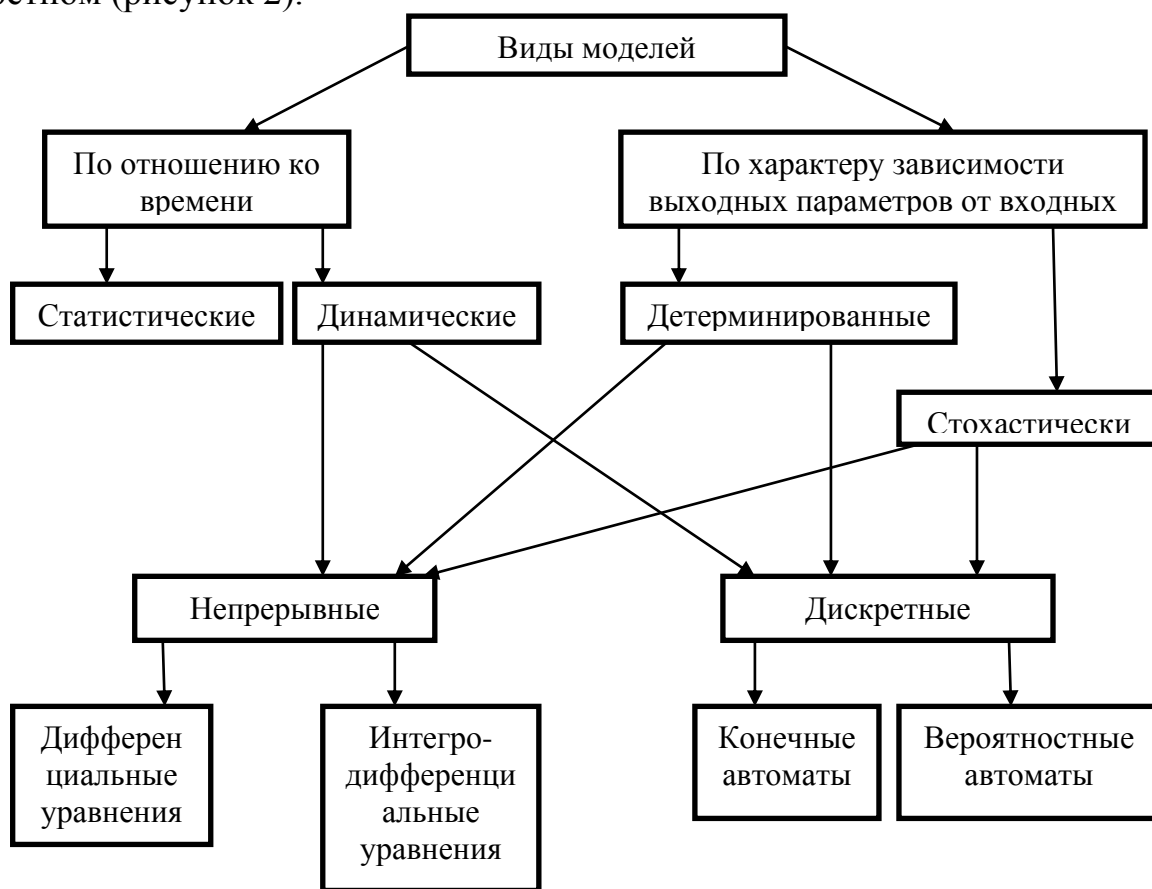
Центральным этапом математического моделирования является построение соответствующей модели. Их можно классифицировать по следующим признакам:

По отношению ко времени различают статические и динамические модели. Первые инвариантны ко времени, а вторые являются функцией времени.

По характеру зависимости выходных параметров от входных модели делятся на детерминированные и стохастические. Если существуют функциональные зависимости выходных параметров от входных, то модели являются детерминированными, если эти зависимости неизвестны - модели называются стохастическими.



*По характеру времени* динамические модели делятся на непрерывные и дискретные. Первые функционируют в непрерывном времени, а вторые - в дискретном (рисунок 2).



**Рисунок 2 - Основные виды математических моделей**

Примечание – Источник [2]

Методы математического моделирования позволяют оценивать напряженность плановых заданий, дефицитность результатов. Также эти методы ускоряют проведение экономического анализа, способствуют более полному учету влияния факторов на результаты деятельности, повышению точности вычислений.

### Литература

1. Монахов А.В. Математические методы анализа экономики / А.В. Монахов - СПб.: Питер, 2002. - 176 с.
2. Блинов Ю.Ф. Методы математического моделирования / Ю.Ф. Блинов, В.В. Иванцов, П.В. Серба – Ч.1. Электронное уч. пос. Таганрог, ТТИ ЮФУ, 2012. – 42 с.

Сисоєнко Ірина  
к.е.н, доцент кафедри податкової та бюджетної політики  
КАРЛЮКА ДМИТРО  
к.е.н, доцент кафедри економіки і підприємництва  
Херсонський національний технічний університет  
м. Херсон

## ПРОГНОЗУВАННЯ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ ЗА МЕТОДОМ АВТОРЕГРЕСІЇ

Зпрогнозуємо надходження податків на споживання методом лінійної регресії. Методом найменших квадратів (в основі застосування методу найменших квадратів покладено умову мінімізації суми квадратів відхилень вибіркового даних від тих, що визначаються оцінкою) визначаємо рівняння регресії за даними таблиці 1[1].

*Таблиця 1*

### Вихідні дані для розрахунку рівняння лінійної регресії за 2009-2015 рр.

Y (ПДВ, млрд. грн.)	X ( ВВП, млрд. грн.)	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	XY
84,60	913,35	834208,22	7157,16	77269,41
86,32	1082,57	1171957,80	7451,14	93447,44
130,09	1316,60	1733435,56	16923,41	171276,49
138,83	1408,89	1984971,03	19273,77	195596,20
128,27	1454,93	2116821,30	16453,19	186623,87
139,02	1566,73	2454642,89	19326,56	217806,80
178,45	1979,46	3918261,89	31844,40	353234,64

Визначаємо рівняння тренда:

$$y = 0,09x - 1,06$$

Перейдемо до статистичного аналізу отриманого рівняння регресії [2]. Для визначення якості рівняння тренду виконаємо наступні розрахунки, використовуючи данні таблиці 1:

Абсолютна помилка апроксимації:

$$\bar{A} = \frac{0,39}{7} 100\% = 5,55\%$$

Помилка апроксимації на рівні 5-7% означає те, що рівняння можна використовувати для розрахунків коефіцієнта еластичності та визначення залежності між ПДВ та ВВП [2]. Розрахуємо незміщену оцінку дисперсії (незміщена оцінка в математичній статистиці – це точкова оцінка, математичне сподівання якої рівне параметру, що оцінюється) та оцінку

середньоквадратичного відхилення (показник розкиду значень випадкової величини навколо значення її математичного сподівання):

$$D(t) = \frac{\sum x_i^2}{n} - \bar{x}^2 = \frac{14214298,71}{7} - 1388,93^2 = 101479,62$$

$$D(y) = \frac{\sum y_i^2}{n} - \bar{y}^2 = \frac{118429,64}{7} - 126,51^2 = 913,38$$

$$\sigma(x) = \sqrt{D(x)} = \sqrt{101479,62} = 318,56$$

$$\sigma(y) = \sqrt{D(y)} = \sqrt{913,38} = 30,22$$

На основі вище зазначеного проведемо розрахунки еластичності [3]. Коефіцієнт еластичності показує ступінь кількісного зміни одного чинника (наприклад, обсягу попиту чи пропозиції) при зміні іншого (ціни, доходів чи витрат) на 1%:

$$E = b \frac{\bar{x}}{y} = 0,0918 \frac{1388,93}{126,51} = 1,01$$

Оскільки еластичність більша за 1, значить фактор X (валовий внутрішній продукт) сильно впливає на значення параметру Y (надходження ПДВ).

За допомогою таблиці 1 визначимо лінійне рівняння тренду (загальна тенденція при різнонаправленому русі, визначена загальною спрямованістю змін показників часового ряду) для прогнозування майбутніх надходжень податку на додану вартість. Знаходимо параметри рівняння методом найменших квадратів:

Система рівнянь методом найменших квадратів:

$$a_0 n + a_1 \sum t = \sum y$$

$$a_0 \sum t + a_1 \sum t^2 = \sum y \cdot t$$

Для наших даних (табл. 3.3) система рівнянь 3.9 має наступний вигляд:

$$7a_0 + 28a_1 = 885,58$$

$$28a_0 + 140a_1 = 3927,45$$

$$a_0 = 71,49; a_1 = 13,76$$

Рівняння тренда:

$$y = 13,76t + 71,49$$

За допомогою рівняння тренду ми можемо побудувати прогноз, щодо надходжень ПДВ у 2016-2018 рр. Для цього зробимо відповідні розрахунки:

$$y_{2016} = 13,76 \times 8 + 71,49 = 181,57$$

$$y_{2017} = 13,76 \times 9 + 71,49 = 195,33$$

$$y_{2018} = 13,76 \times 10 + 71,49 = 209,09$$

Отже, можна зробити висновок, що надходження від ПДВ на 95% залежать від рівня ВВП, оскільки валовий продукт тісно пов'язаний з формуванням доданої вартості, яка є основою для визначення податкової бази.

Використовуючи метод лінійної регресії ми розрахували, що у 2016-2018 рр. надходження від ПДВ будуть зростати на 13,76 млрд. грн. кожного року.

#### Література

1. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України [Електронний ресурс] / – Режим доступу: <http://treasury.gov.ua/main/uk/index>.
2. Присенко Г.В. Прогнозування соціально-економічних процесів: навч. посіб. / Г.В. Присенко, Є.І. Равікович. – К.: КНЕУ, 2005. – 378 с.
3. Падалка В.М. Економетричне прогнозування бюджетних надходжень / В.М. Падалка, Н.І. Красноступ, В.І. Крапивка // Фінанси України. – 2002. – №10. – С. 89-98.

**БІДЮК ПЕТРО ІВАНОВИЧ**

д-р. техн. н., професор Інституту прикладного та системного аналізу

**ТРУХАН СВІТЛАНА ВІТАЛІЇВНА**

аспірантка кафедри математичних методів системного аналізу ННК «ІІСА»

Національний технічний університет України «КПІ» ім. І. Сікорського  
м. Київ

### **СИСТЕМНИЙ ПІДХІД У ЗАДАЧАХ ОЦІНЮВАННЯ АКТУАРНИХ РИЗИКІВ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ МЕРЕЖ БАЙЄСА**

Головною умовою ефективного функціонування страхового ринку є надійність його учасників – страховиків. Підтримка здібності кожного страховика, діючого на ринку, своєчасно та у повному обсязі виконувати взяті на себе обов'язки, тобто його фінансової стійкості, є особливою стартовою точкою для фактичного прояву та реалізації функції страхування. Але сучасний стан фінансів страхових компаній (СК) потребує пошуку нових форм та методів підвищення їх конкурентоспроможності й фінансової стабільності. Тому, стає очевидною необхідність створення інформаційно-аналітичних систем більш точної оцінки фінансового стану СК, підвищення рівня їх фінансової стабільності із залученням сучасних методів та методологій математичного моделювання та прогнозування.

В основі страхової діяльності (СД) лежить *страховий ризик* (СР) – прогнозний збиток об'єкту страхування в результаті настання страхової події [1]. Застрахованим може бути лише той, стосовно якого можна оцінити ймовірність настання страхового випадку, визначити розмір можливого збитку та нарахувати еквівалентну страхову премію. Саме тому, метою даного дослідження є аналіз та застосування ймовірнісних методів для розв'язання задачі оцінювання ризику банкрутства і ймовірності виплати грошової премії СК у разі виникнення страхового випадку.

Задача оцінювання СР є одним з найважливіших етапів фінансового аналізу діяльності СК і полягає у знаходженні залежності між визначеними розмірами втрат та ймовірністю їх виникнення. Ця залежність відображається у кривій ймовірностей виникнення визначеного рівня втрат. Тому, під оцінкою

СР розуміють систематичний процес виявлення чинників, видів прогнозних втрат, їх кількісну оцінку.

Для оцінювання ризику в страховій практиці використовують різноманітні методи, які постійно розвиваються та вдосконалюються. Наприклад, моделі, які дають змогу отримати у явному вигляді функцію розподілу втрат використовують для оцінювання середніх втрат СК і максимальних втрат із заданим рівнем значимості. Поширеним є застосування IRB-підходу (IRB – internal rated based approach) – оцінки втрат внаслідок дефолтів у рамках підходу на основі внутрішніх рейтингів СК. Даний підхід дає змогу розробити гнучкі математичні механізми вимірювання як очікуваних, так і неочікуваних втрат і оцінювати операційні ризики. Основними показниками, що характеризують обсяг потенційних втрат за IRB-підходом є: ймовірність дефолту СК; сума заборгованості СК перед клієнтом; коефіцієнт покриття заборгованості. Найбільш цікавим показником є ймовірність дефолту. Переважно всі дослідження щодо оцінки ризику банкрутства ведуться саме в напрямку розробки механізму розрахунку ймовірності дефолту. Для розв'язання даної задачі існує два підходи: 1) скорингового підходу (побудова математичної моделі на основі статистики дефолтів за попередні періоди); 2) експертний метод. Звичайно більш ефективним є перший підхід, але до нього висувуються високі вимоги щодо статистики дефолтів, наприклад: вибірка має бути одноманітною (позичальники повинні бути досить схожими); вибірка для побудови моделі має накопичуватися за досить обмежений час та ін. На противагу даному підходу широкого застосування набуває байєсівський підхід.

Один із сучасних методів моделювання і оцінювання можливих втрат представляють мережі Байєса (МБ) довіри [2]. Для побудови моделі МБ використано змінні: статистичний рік, кількість страхових договорів, кількість страхових випадків, страхові платежі і виплати. Функціонування МБ апробовано на прикладах з використанням фактичних статистичних даних СК України у період 2003-2014 рр. Для оцінювання параметрів отриманої структури МБ обчислюється величина операційного ризику СК при 33,9% або 44,2% виплаті страхової премії у разі настання (або відсутності) страхових випадків за договорами за якими поступали або не поступали регулярні платежі. У результаті отримано, що ризик банкрутства СК у випадку 25% ймовірності настання страхового випадку та 100% виплати страхової премії складає 87% при тому, що 78,2% страхувальників вчасно здійснюють платежі за договорами про страхування.

Значна величина ризику банкрутства СК свідчить про відсутність ефективного механізму управління коштами, як власного капіталу, так і отриманих від страхових договорів. Отже, МБ – це потужний інструмент дослідження процесів у СК, який доречно застосовувати для задач прогнозування та оцінювання ризиків. Удосконалення структури та розробка механізму обґрунтування висновків у МБ з урахуванням особливостей управління операційними ризиками є задачею майбутнього дослідження.

### Література

1. Внукова Н. М. Страхування: теорія і практика [Текст] / Н.М. Внукова. – Х.: Бурун книга, 2004. – 376 с.
2. Бидюк П.И. Построение и методы обучения Байесовских сетей [Текст] / П.И. Бидюк, А.Н. Терентьев, А.С. Гасанов. – Кибернетика и системный анализ. – 2005. – №4. – С. 133-147.

**YULIYA CHUMACHENKO**

4<sup>th</sup>-year student of the Faculty of Economics and Business

*Language and scientific supervisor: I.I.Borolis*

Kyiv National University of Technologies and Design

Kyiv

## **THE ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN TODAY'S ECONOMY**

Economic development helps a country advance its technology. So technology and economic development are both interdependent.

Information Communication Technologies (ICTs) represent a way for the developing world nations to foster economic development, improve levels of education and training, as well as address gender issues within society.

It is a well-known fact that without the use of information technologies it is impossible to improve efficiency and competitiveness of individual enterprises and the national economy as a whole. First of all, this is due to the fact that in today's information technologies, including the Internet technology is the key to sustainable economic development. Scientific and technological progress contributes to the emergence of new economic laws and modifies the effect of the old ones. In the modern economy, there are the terms "e-commerce", "Internet sector" companies, "online retailers", "Internet economy", where the main role allocated to information about technology. The Internet economy is an important phenomenon of the modern world system, one of the most influential forces that determine the further development of civilization. In the economy it affects important areas of public life: politics, social services, culture, environment, security and others. Rich experience of foreign companies indicates that it is necessary to pay detailed attention to the latest developments in the field of information and, above all, the Internet technologies and their implementation in enterprises, expand and deepen research in this area.

The role of IT is constantly evolving and has changed significantly from the days when the IT organization was often referred to as "data processing." Today, in many industries, IT enables some businesses to differentiate themselves from their competitors. Those companies that leverage IT for competitive advantage often differ from their competitors in two ways with respect to their IT organizations: they view IT as a strategic business enabler instead of as a cost center, and they work to maximize the efficiency of their IT operations so that they can focus their resources

on providing value to the business and respond to today's environment of rapidly changing business conditions.

So what does this mean to an IT organization in today's economy? With budgets getting cut and organizations being asked to do more with less, the first step is to take a look at how to improve your efficiency. After all, if you can free up time by improving or automating processes, for example, that time can be spent on activities that provide strategic business value. The reduction in workload management costs were in the thousands of dollars per server for high-value workloads (e.g. email, collaboration) for mature organizations versus basic organizations. Even lower value workloads (e.g. print sharing) showed reductions in cost in the hundreds of dollars when well managed. The study showed that many organizations stand to achieve significant savings by optimizing its infrastructure. The Spotlight on Cost whitepaper will help you get started by pointing you at the best practices that you should evaluate for adoption within your organization. The key thing to note is that these practices often require no new investment in hardware or software, but only require improving systems management processes and leveraging the investments in tools that you already own.

Information and communication technology (ICT) is increasingly being recognized as a powerful enabler for economic and social development. ICT can advance economic growth, enhance social inclusion, increase health and education services and improve governance at all levels.

The development and wide use of information and communication technologies enhances the effectiveness of management at all levels, on governmental and non-governmental sectors of economy, promotes cooperation between the state and its citizens through free and rapid access to information.

### **Literature**

1. Nicholls, Alex (2008). *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. Oxford University Press.
2. Burne James, Sam Burne James (13 April 2015). "Labour pledges to develop the social economy and the charitable delivery of children's services". [Electronic resource] *Third Sector Magazine*. Retrieved 20 April 2015.
3. *For All The People: Uncovering the Hidden History of Cooperation, Cooperative Movements, and Communalism in America*, PM Press, by John Curl, 2009, ISBN 978-1-60486-072-6, 340 p.

---

## СЕКЦІЯ 9

# ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

---

**ГОРДІЄНКО ТАРАС**  
студент II курсу економічного факультету, кафедра УФЕБіП  
*Науковий керівник: к.е.н., асистент Северина С.В.*  
Запорізький Національний університет  
м. Запоріжжя

## ПРОБЛЕМАТИКА ЗАПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В умовах сучасного розвитку економічної науки та мінливого економічного середовища, промислові підприємства повинні використовувати свої конкурентні переваги якомога ефективніше задля досягнення поставлених цілей, а також мінімізації ризиків. Крім того, підприємствам необхідно нівелювати ймовірність прояву своїх слабких сторін. Маркетингова стратегія покликана задати підприємству чіткий вектор розвитку з орієнтацією на споживчий ринок, а також сприяти стабільному економічному зростанню кожного окремого промислового підприємства і, як наслідок, галузі в цілому. Інтеграція України у міжнародний економічний простір вимагає від вітчизняних промисловців дотримання певних формальних і неформальних стандартів та вимог, яких дотримуються у розвинених країнах, щодо діяльності господарчих суб'єктів. Розробка та реалізація якісної маркетингової стратегії є одним із ключових елементів підприємства, готового до глобалізаційних процесів. Враховуючи все вищезазначене, дану тему слід вважати актуальною.

Маркетингова стратегія – програма маркетингової діяльності фірми на цільових ринках, яка визначає принципові рішення для досягнення маркетингових цілей [1].

По суті маркетингова стратегія є планом досягнення маркетингових цілей і передбачає:

- сегментування ринку – виділення окремих груп споживачів;
- вибір цільових ринків – визначення цільових сегментів, на які фірма орієнтуватиме свою діяльність;
- позиціонування товару на ринку – визначення місця товару серед товарів конкурентів;
- визначення конкурентів-мішеней,
- визначення конкурентних переваг[2].

Маркетингові витрати українських промислових виробників у абсолютному значенні за 2015-й рік склали 20,584 млрд. грн. Проте, якщо враховувати співвідношення вартості реалізованої продукції до витрат на



маркетингову діяльність, то в середньому рентабельність складе близько 14%, в той час, як на підприємствах промислового сектору Європейського Союзу – не менше ніж 53%[3].

В першу чергу, це пов'язано із застарілими концепціями маркетингової діяльності, які притаманні не лише для українських підприємств, але й для усього пострадянського простору.

Сучасні світові економічні реалії змушують пристосовуватися під ринок споживача. В Україні на протязі довгих років працювала система обов'язкових державних замовлень, які гарантували збут продукції для крупних містоутворюючих господарчих суб'єктів.

Для створення і реалізації успішної маркетингової стратегії вітчизняному підприємству необхідно здійснити:

- дослідження стану ринку;
- оцінка поточного стану;
- аналіз конкурентів і оцінка конкурентоспроможності компанії;
- постановка цілей маркетингової стратегії
- сегментація ринку і вибір цільових сегментів (дослідження споживачів);
- аналіз стратегічних альтернатив та вибір маркетингової стратегії;
- розробка позиціонування;
- попередня економічна оцінка стратегії та інструменти контролю.

В українській практиці існує ряд негативних дій, які роблять переважно українські підприємці: хаотичне використання окремих елементів маркетингу, асоціювання маркетингу лише з рекламою, необґрунтоване застосування західних методик, нетворчий підхід до маркетингової діяльності, орієнтація на короткострокову перспективу, відсутність програм лояльності клієнтів, низький сервіс, відсутність гнучкості та незнання власних споживачів. У цілому спектр цих помилок створює враження про таку діяльність підприємств, яка спрямована лише на отримання якнайбільш високого прибутку не залежно від рівня задоволення та подальшої зацікавленості в їх товарах всього населення. Тому усі сили повинні йти на ліквідацію цих помилок, наприклад, шляхом застосування або впровадження методик ведення маркетингової політики підприємств зарубіжних розвинутих країн, приєднання нових молодих спеціалістів у цій сфері з творчим потенціалом та свіжими ідеями, глибокого вивчення потреб населення, сприяння розширенню дослідницьких робіт, посилення контролю за всією діяльністю і взагалі, як говорять, йти “в ногу з часом”.

### Література

1. Лук'янець ТА. Економічний механізм маркетингу: Навч. посіб./ Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана. – К.: КНЕУ, 2006. – 464 с.
2. Береза В.К. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку. – 2-ге вид., випр. і доп.[текст] / В.К. Береза – К.: ІВЦ “Видавництво “Політехніка”, 2013. – 384 с.
3. Основні показники роботи підприємств за окремими галузями та формами власності. Статистичний збірник. – К.: Держкомстат України (щоквартально і щорічно).

**Дьяченко Ксенія**  
магістрант економічного факультету  
*Науковий керівник: к.т.н., доцент Іващенко О.В.*  
Запорізький національний університет  
м. Запоріжжя

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ЯК ОСНОВА ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКУ**

Діяльність банківських установ завжди пов'язана з ризиком, наявністю внутрішніх і зовнішніх загроз, що можуть негативно відбитися на фінансовій безпеці банку.

Фінансову безпеку банку розглядають як [1, с. 12-13]:

- сукупність умов, при яких потенційно небезпечні для фінансового стану банківської установи дії або обставини ліквідовані або зведені до такого рівня, при якому вони не можуть завдати збитку встановленому порядку функціонування банку, збереженню і відтворенню його майна, інфраструктури, а також перешкоджати досягненню банком статутних цілей;
- стан захищеності фінансових інтересів комерційного банку, його фінансової стійкості, а також середовища, в якому він функціонує.

Деякі науковці пов'язують фінансову безпеку з фінансовою стійкістю і стабільністю; інші – зі ступенем ефективності фінансово-економічної діяльності; рівнем достатності власного капіталу; ступенем захищеності інтересів громадян, господарюючих суб'єктів, суспільства та держави; рівнем стійкості до зовнішніх і внутрішніх ризиків [2, с. 202].

Таким чином, фінансову безпеку банку можна охарактеризувати як такий стан банківської установи, який характеризується збалансованістю та стійкістю до впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, здатністю ефективно генерувати фінансові ресурси для забезпечення розвитку та досягнення поставлених цілей.

Для забезпечення фінансової безпеки банку необхідно вирішувати такі завдання [5, с. 123]:

- забезпечення достатньої фінансової стійкості й незалежності комерційного банку;
- підтримка технологічної незалежності та конкурентоспроможності, формування високого технічного та технологічного потенціалу;
- оптимізація організаційної структури, постійне удосконалення виконання функцій менеджменту;
- правовий захист всіх видів діяльності банку;
- створення захисту інформаційного середовища банку, його комерційної таємниці;
- формування умов для безпечної роботи співробітників банку;
- збереження й ефективне використання фінансових, матеріальних

та інформаційних ресурсів банку.

Тобто у забезпеченні фінансової безпеки банку провідну роль відіграє його фінансова стійкість, що є головною умовою існування й активної діяльності банку. Фінансова стійкість є одним з найважливіших індикаторів фінансової безпеки банку та відображає проблеми та тенденції банківської установи, оскільки саме фінансова стійкість є результатом її розвитку. Проблема забезпечення та зміцнення фінансової стійкості кредитно-фінансової установи породжена необхідністю працювати в умовах невизначеності, підвищеного ризику, дії внутрішніх і зовнішніх загроз. Тому забезпечення власної фінансової стійкості має бути стратегічним завданням кожного комерційного банку задля підвищення фінансової безпеки.

Ознаками фінансової стійкості банку є [4, с. 40-42]:

– категорія «фінансова стійкість» являється суспільною категорією, що виявляється в зацікавленості суспільства і його членів в стійкому розвитку банківського сектору;

– категорія «фінансова стійкість» являє собою залежність фінансової стійкості від обсягів і якості ресурсного потенціалу банківської установи;

– категорія «фінансова стійкість» є динамічною та являє собою властивість комерційного банку повертатися в стан фінансової рівноваги після виходу з нього в результаті непередбачуваного впливу.

Тому поняття «фінансова стійкість» комерційного банку визначають як якісну характеристику його фінансового стану, котрий відзначається достатністю, збалансованістю та оптимальним співвідношенням фінансових ресурсів і активів за умов підтримання на достатньому рівні ліквідності й платоспроможності, зростання прибутку та мінімізації ризиків, і котрий здатний витримати непередбачені втрати і зберегти стан ефективного функціонування. Стійкий фінансовий стан забезпечує спроможність комерційного банку ефективно працювати, досягати окреслених цілей, протидіючи різноманітним ризикам у процесі діяльності на ринку фінансових послуг, а також зберігати та поновлювати життєздатність в разі раптового її порушення [3, с. 37].

Таким чином, основою та головною умовою існування, розвитку та забезпечення фінансової безпеки банку є його фінансова стійкість.

#### Література

1. Барановський О.І. Банківська безпека: проблема виміру / О.І. Барановський // Економічне прогнозування. – 2006. – № 1. – С. 7-32.
2. Вовк В.Я. Теоретичні засади забезпечення фінансової безпеки банку / В.Я. Вовк // Проблеми економіки. – 2012. – № 4. – С. 200-204.
3. Дзюблюк О.В. Фінансова стійкість банків як основа ефективного функціонування кредитної системи: монографія / О.В. Дзюблюк, Р.В. Михайлюк. – Тернопіль, 2009. – 316 с.
4. Тарханова Е.А. Устойчивость коммерческих банков: монография / Е.А. Тарханова. – Тюмень: Издательство «Вектор Бук», 2003. – 186 с.

**СНІГАЧ ДМИТРО**  
студент II курсу економічного факультету, кафедра УФЕБіП  
*Науковий керівник: к.е.н., асистент Северина С.В.*  
Запорізький Національний університет  
м. Запоріжжя

## **ПРОБЛЕМАТИКА ВПРОВАДЖЕННЯ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ**

В умовах поступової інтеграції України в європейський і світовий економічний простір дедалі більше постає питання про відповідність рівня економічного управління та безпеки на вітчизняних підприємствах. В першу чергу, це стосується якісного та ефективного управління з позиції ризик-менеджменту на будь-якому підприємстві. Ризик або загроза, які були задалегідь прогнозовані, не являють собою проблему за умови ефективного управління щодо їх локалізації або профілактиці. Однак, прогнози вітчизняних експертів щодо тих чи інших подій не завжди є точними, що й викликає необхідність модернізації управлінських рішень. Актуальність даного питання обумовлена затяжними та непередбачуваними кризовими процесами та явищами, що мають своє місце на сучасному етапі розвитку економічної системи нашої держави.

Сучасний бізнес тісно пов'язаний з ризиками. І це не дивно, оскільки підприємництво, – основа бізнесу, по своїй природі дуже ризикована справа. Про це переконливо свідчить статистика банкрутств у будь-якій країні з ринковою економікою.

В першу чергу це стосується банківського сектору. Значна кількість українських банків «провалила» іспит з ризик-менеджменту, про що, перш за все, свідчить те, що вперше з кризи 2009 року в 1-му кварталі 2015 року банківська система отримала збитки, які склали 17,02 млрд. грн., що пов'язано насамперед із значними обсягами відрахувань (79,3 млрд. грн.) в резерви під активні операції банків [1]. При чому збитковими виявилися 10 з 18 найкрупніших банків.

Українські підприємства до кінця не усвідомлюють необхідність запровадження комплексної системи ризик-менеджменту та створення відповідного відділу в структурі фірми. Так, від 41 до 49 % всіх малих та середніх підприємств України (без АР Крим та інших тимчасово окупованих територій) в 2014 р. зовсім не управляли своїми стратегічними ризиками, від 40 до 50 % – виробничими, від 54 до 61 % – маркетинговими [2].

Управління ризиками спрямоване на те, щоб навіть під час кризи можливо було задіяти такі управлінські та фінансові механізми, які б дали змогу подолати наявні труднощі з найменшими для підприємства втратами.

Як система управління, ризик-менеджмент включає в себе процес вироблення мети ризику і ризикових вкладень капіталу, визначення імовірності настання події, виявлення ступеня і величини ризику, аналіз навколишнього оточення, вибір стратегії управління ризиком, вибір необхідних для даної стратегії прийомів управління ризиком і способів його зниження (тобто прийомів ризику-менеджменту), здійснення цілеспрямованого впливу на ризик.

Для зниження ступеня ризику застосовуються різні прийоми. Найбільш поширеними є: диверсифікація; придбання додаткової інформації про вибір і результати; лімітування; самострахування; страхування [3].

Таким чином, можна зробити висновок, що розвиток ризик-менеджменту в Україні не є можливим без участі державної підтримки, виробничого, банківського та інших секторів економічної системи. Слід зауважити, що головною проблемою залишається необізнаність та економічна неінформованість підприємств щодо можливих загроз, які можливо передбачити за умов якісної системи управління ризиками та загрозами.

Крім того, варто зазначити, що задля прогресивного руху економічних суб'єктів України у сфері ризик-менеджменту, необхідно досліджувати досвід зарубіжних систем.

#### Література

1. Доходи та витрати банків України за I квартал 2015 року . Прес-реліз Національного Банку України. 28 квітня 2015 р.
2. Каменюка Л.Я. Управління економічними ризиками: теорія та практика / Л. Каменюка // Проблематика комплексного підходу в економіці. – 2015. – №2. – С. 23-26.
3. Багряна А.Ф. Ризик-менеджмент. Навчальний посібник / А.Ф. Багряна, О.Р. Глуговський. – Київ, 2015. – 421 с.

---

**СЕКЦІЯ 10**  
**ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ. СУБ'ЄКТИ І**  
**МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ**

---

ГУБА АНАСТАСІЯ

ЦІВАНЬ ІГОР

студенти IV курсу фінансового факультету

*Науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри фінансів Роменська К.М.*

Університет митної справи та фінансів

м. Дніпро

**УДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВИХ**  
**НАДХОДЖЕНЬ БЮДЖЕТУ В КОНТЕКСТІ РЕФОРМУВАННЯ**  
**ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ**

Доходи бюджету забезпечують соціально-економічний розвиток країни як на загальнодержавному, так і регіональному рівнях, а також надає фінансову підтримку населенню. Згідно Бюджетного Кодексу України, доходи бюджету - це податкові, неподаткові та інші надходження на безповоротній основі, справляння яких передбачено законодавством України (включаючи трансферти, плату за адміністративні послуги, власні надходження бюджетних установ). Доходи державного бюджету можуть утворюватися за рахунок податкових і неподаткових надходжень, доходів від операцій з капіталом, офіційних трансфертів від урядів зарубіжних країн та міжнародних організацій, доходів цільових фондів [2].

Помісячним розписом плановий обсяг доходів зведеного бюджету загального фонду на січень-серпень 2016 року встановлено в сумі 684 341,2 млн. грн. Фактично протягом звітного періоду до загального фонду надійшло 429 887,7 млн. грн., або на 254 453, 5 млн. грн. менше, що складає 37,2 % від доведеного планового показника за січень-серпень 2016 року [3].

Значну частину надходжень до Зведеного державного бюджету складають податкові надходження, а саме більше 75 %, їх частка з кожним роком має тенденцію до зростання. До 2011 року відмічалось щорічне відносно невелике зростання податкових надходжень. Прийняття Податкового кодексу зумовило настання змін у бюджетній класифікації доходів, внаслідок яких окремі групи неподаткових надходжень були перенесені у податкові (рентна плата, збори на паливно-енергетичні ресурси тощо, що водночас, спричинило навантаження на підприємців. Щорічне зростання податкових надходжень може бути результатом неспроможності держави до наповнення бюджету за рахунок неподаткових та інших джерел, що в цілому призводить до зменшення доходної бази державного бюджету [1]. Виникає необхідність дослідити, які ж податки мають найбільше значення у структурі доходів зведеного бюджету України. В табл. 1 представлено показники Зведеного бюджету України за окремими групами надходжень.

Невиконання планового обсягу показників зумовлене насамперед недонадходженням за рахунок наступних показників (табл.1):

- ПДВ з вироблених в Україні товарів (робіт, послуг) – невиконання складає 24 111,3 млн. грн. або 39,2%;
- ПДВ з ввезених на митну територію України товарів (імпорт товарів) – невиконання складає 59 122,8 млн. грн. або 34,5%;
- ПДФО – невиконання складає 35 635,3 млн. грн. або 29,2%.

*Таблиця 1*

**Основні показники виконання Зведеного бюджету України за доходами\***

Показники	План на 2016 рік з урахуванням внесених змін, млн. грн.	Виконано за січень-серпень, млн.грн.
Податкові надходження	615 376, 74	408 240,20
Неподаткові надходження	65 153, 15	20 969,10
Доходи від операцій з капіталом	3 811,29	678,4
Усього доходів (без урахування міжбюджетних трансфертів)	684 341,18	429 887,70

\*Джерело: складено за даними Державної казначейської служби України [3]

Отже, до негативних характерних рис податкової системи України, які не сприяють збільшенню податкових надходжень до державного бюджету можна віднести: існування двох підсистем оподаткування, що порушує цілісність податкової системи; значну нерівномірність розподілу податкового тягара внаслідок масштабного ухиляння від сплати податків та наявності податкових пільг; високий рівень податкової заборгованості; неповну відповідність податкової системи України основним принципам оподаткування.

Саме тому назріла необхідність удосконалення податкових надходжень до державного бюджету України в контексті реформування податкової системи. Серед основних заходів слід віднести наступні: основним податковим платежам необхідно надати більшої еластичності в плані диференціації ставок податків, скорочення пільгового оподаткування, гармонізації податків на споживання з податками на особисті доходи і прибутки підприємств; податок на прибуток підприємств недостатньою мірою виконує регулятивні функції, для їх підвищення необхідно диференціювати ставки залежно від розміру отриманого підприємством прибутку, маючи на увазі, що ступінь диференціації не повинен бути надто великим; огляду на світовий досвід потребує вдосконалення амортизаційна політика в Україні: передбачене законодавством оподаткування капітального доходу від індексації вартості основних фондів, спроби узаконити перерахування до бюджету частини амортизації [4].

**Література**

1. Бачо Р.Й., Иллар Е.Й., Бачо Є.Й. Стан формування доходної частини бюджету України в сучасних кризових умовах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [file:///C:/Users/nasty/a/Downloads/Nvuuec\\_2014\\_1\\_28.pdf](file:///C:/Users/nasty/a/Downloads/Nvuuec_2014_1_28.pdf)

2. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>

3. Державна казначейська служба України / Виконання Державного бюджету 2016 / Місячний звіт про виконання Державного бюджету за січень-серпень 2016 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/doccatalog/list?currDir=334177>

4. Руденко В.В., Лукашук Д.М. Проблеми формування податкових доходів державного бюджету України та шляхи їх вирішення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/rudenko-vv-lukashuk-dm-problemi-formuvannya-podatkovih-dohodiv-derzhavnogo-byudzhetu-ukrayini-ta-shlyahi-yih-virishennya/>

**КОРОЛЬОВА ІРИНА**

к.п.н., доцент, завідувач кафедри педагогіки  
психології й освітнього менеджменту  
Херсонський державний університет  
м. Херсон

## **ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ В ОСВІТНІЙ ГАЛУЗІ**

За умов євроінтеграційних процесів державна політика у сфері освіти в Україні спрямована на її реформування з урахуванням світових інноваційних освітніх тенденцій та економічних можливостей держави. Держава через державне управління покликана забезпечувати збереження, функціонування та розвиток суспільства у цілому та освіти, зокрема. Провідної ролі у реалізації державної політики у сфері освіти надають механізмам державного управління, які визначають, як сукупність засобів організації управлінських процесів та способів впливу на розвиток керованих об'єктів, що базуються на принципах наукової обґрунтованості, об'єктивності, цілісності, узгодженості з використанням відповідних методів управління, спрямованих на реалізацію цілей державного управління [5, с. 108].

Система управління є найбільш значущим чинником, що впливає на результат діяльності будь-якої соціальної системи, в тому числі й системи освіти. Ураховуючи таке розуміння сутності системи управління, науковці дають визначення державного управління. Г. Атаманчук трактує державне управління як практичний, організуючий та регулюючий вплив держави на суспільну життєдіяльність людей з метою її упорядкування, збереження або перетворення, що спирається на її силу влади [1, с. 56-57]. Водночас, управління передбачає здійснення суб'єктом управління ряду послідовних операцій: підготовку та прийняття рішень (директив, планів, законів, правил і т.д.), організацію виконання рішень та контроль за їх виконанням, підведення результатів.

Отже, державне управління можна розглядати як діяльність органів та установ усіх гілок державної влади (законодавчої, виконавчої, судової) з вироблення й здійснення регулюючих, організуючих і координуючих впливів на всі сфери суспільства з метою задоволення його потреб, що змінюються.



Важливе значення у здійсненні державного управління в освітній галузі відіграють механізми регулювання бюджетного фінансування. Адже надання освітніх послуг інтегрує у собі низку суттєвих проблем організації фінансування освітніх закладів, від раціонального вирішення яких залежить ефективність всієї системи освіти й можливість її неперервного розвитку [2, с. 143].

Аналіз сучасного економіко-фінансового стану освітньої галузі науковцями, дослідниками свідчить про складності у фінансуванні. За переконанням М. Дудки, у перехідний період у більшості пострадянських країн скорочення фінансування освіти відбувається у 3-4 рази швидше, ніж спад ВВП, вищі навчальні заклади втрачають свій статус суспільного блага [3, с. 79].

З огляду на зазначене набуває доцільності стратегічне управління, яке полягає у визначенні стратегічних цілей, шляхів та організації щодо їхнього досягнення. Т. Іванова вважає, що стратегія управління передбачає відповіді на три основні питання:

1. Чого ми хочемо домогтися? (Цілі, моделі діяльності, результати).
2. Якою є наша організація на цей момент? (Результати, тенденції, ресурси, резерви).
3. Як перейти від реального стану до майбутнього, очікуваного, бажаного? (Програми, концепції, плани) [4, с. 79].

Таким чином, державне управління освітою – це система державного управлінської діяльності, складовими якої є стратегічне управління, державне регулювання і адміністративне управління.

#### Література

1. Атаманчук Г.В. Теория государственного управления: Курс лекций / Г.В. Атаманчук. – Изд. 2-е, доп. – М.: Омега-Л, 2004. – 584 с.
2. Балыхин Г.А. Управление развитием образования: организационно-экономический аспект / Г.А. Балыхин. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2003. – 428 с.
3. Дудка М. І. Вища школа України: стратегія управління й проблеми реформування: монографія / М.І. Дудка – Х.: Основа, 2002. – 272 с.
4. Іванова Т.В. Культура педагогічного менеджменту викладача ВНЗ непедагогічного профілю: посібник / Т.В. Іванова – К.: Педагогічна думка, 2012. – 127 с.
5. Малиновський В.Я. Словник термінів і понять з державного управління / В.Я. Малиновський. – К.: Атіка, 2005. – 240 с.

**РУСІНА ОЛЕКСАНДРА**

студентка V курсу фінансового факультету

*Науковий керівник: д.н. держ. упр., професор Міщенко Д.А.*

Університет митної справи та фінансів

м. Дніпро

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ДЕРЖАВНОЇ АУДИТОРСЬКОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ**

В державному фінансовому секторі завжди поставало питання стосовно раціонального та цільового використання фінансових ресурсів, оскільки це є

запорукою виконання всіх покладених на державу функцій та забезпечення необхідних темпів економічного зростання. Але складна економічна ситуація в Україні та негативні тенденції її розвитку зумовили необхідність у реорганізації системи фінансового контролю. Постановою Кабінету Міністрів України від 28 жовтня 2015 р. № 868 "Про утворення Державної аудиторської служби України" Держфінінспекцію реорганізовано шляхом перетворення у Держаудитслужбу [3].

Основними завданнями Держаудитслужби є: узагальнення практики застосування законодавства з питань, що належать до її компетенції, розроблення пропозиції щодо вдосконалення законодавчих актів; здійснення контролю у міністерствах, інших органах виконавчої влади, державних фондах, фондах загальнообов'язкового державного соціального страхування, бюджетних установах, суб'єктах господарювання державного сектору економіки, а також на підприємствах, в установах та організаціях, які отримують (отримували у періоді, який перевіряється) кошти з бюджетів усіх рівнів; реалізація державного фінансового контролю через здійснення: державного фінансового аудиту; перевірки державних закупівель; інспектування (ревізії); моніторингу закупівель; контролю за станом внутрішнього аудиту та здійснення інших завдань покладених на неї.

Державний фінансовий контроль є органічною підсистемою державного управління. За сучасними уявленнями державний фінансовий контроль – заснована на сукупності знань система спостережень, досліджень і перевірок (моніторинг) контролюючими органами успішного функціонування, розвитку та використання державної власності, зокрема – бюджетних і позабюджетних фінансових ресурсів, раціональності прийнятих у цій сфері управлінських рішень, своєчасності виявлення необґрунтованих відхилень від встановлених вимог та їх необхідного врахування відповідно до положень чинного законодавства. Велика увага приділяється саме фінансовому аудиту [2]. Існує дві форми державного фінансового аудиту, а саме: зовнішній державний фінансовий аудит і внутрішній державний фінансовий аудит. Внутрішній та зовнішній державний фінансовий аудит відрізняються один від одного, але виконують взаємодоповнюючі ролі. Зовнішній контроль та аудит фінансової та господарської діяльності бюджетних установ здійснюються Рахунковою палатою – в частині контролю за використанням коштів Державного бюджету України. Внутрішній аудит є частиною внутрішнього контролю, метою якого є забезпечення достатньої впевненості щодо досягнення наступних базових цілей: достовірність та правдивість інформації; виконання правил, планів, процедур, законів, положень та контрактів; економне та ефективне використання ресурсів; досягнення поставлених цілей діяльності та окремих програм [1].

Так, впродовж січня-липня 2016 року проведено контрольні заходи на майже 1,5 тис. підприємств, в установах та організаціях. При цьому виконано 914 доручень Адміністрації Президента України, Верховної Ради України (в тому числі депутатські запити), Кабінету Міністрів України та Міністерства фінансів України. За результатами проведених контрольних заходів на понад 1,2 тис. підприємствах, в установах і організаціях всіх форм власності

виявлено фінансових порушень, що призвели до втрат фінансових та матеріальних ресурсів, на загальну суму понад 1,7 млрд гривень (рис. 1).



Згідно «Звіту про результати діяльності Держфінінспекції та її територіальних органів» за січень - серпень 2016 року, було виявлено фінансових порушень, що призвели до втрат фінансових і матеріальних ресурсів на суму 1502603,80 тис. грн. стосовно загальнодержавних ресурсів, у т. ч. кошти державного бюджету - 462732,53 тис. грн. А усунуто фінансових порушень, що

призвели до втрат фінансових і матеріальних ресурсів на суму 204345,13 тис. грн., у т. ч. кошти державного бюджету – 140409,87 тис. грн., що говорить про не досить ефективну діяльність Держаудитслужби [4]. Тому були оприлюднені такі пропозиції на рівні Держаудитслужби: продовжувати здійснювати методологічне забезпечення діяльності із внутрішнього аудиту, консультативну та роз'яснювальну роботу у сфері фінансового контролю в Україні, а також координацію та контроль за діяльністю підрозділів внутрішнього аудиту в органах державної влади; продовжувати систематизацію навчального процесу та його проведення з метою забезпечення потреб органів державної влади у кваліфікованих кадрах; продовжувати здійснювати співпрацю з міжнародними інституціями; висвітлювати проведені заходи у ЗМІ.

#### Література

1. Гринцевич В.О. Внутрішній аудит як самостійний вид контролю в органах державного сектору України / В. О. Гринцевич // Вісник ЖДТУ. – 2010. – № 3. – С. 67-69.
2. Лисяк Л.В. Розвиток державного фінансового контролю в Україні / Л.В. Лисяк // Економічний вісник ЖДТУ. Фінанси, грошовий обіг, кредит. – 2015. – № 26. – С. 200-206.
3. Процун К.С. Державний фінансовий аудит в Україні: елементи класифікації / К.С. Процун // Вісник ЖДТУ. – 2012. – № 1. – С. 280-282.
4. Звіт Державної аудиторської служби України про стан розвитку державного внутрішнього фінансового контролю в Україні за 1 півріччя 2016 року.

---

## СЕКЦІЯ 11 МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ ТА ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ

---

**БАВИКО ОЛЕКСАНДР**

д.е.н., доцент, завідувач кафедри підприємництва і торгівлі  
Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського  
м. Кривий Ріг

### **ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ – ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ**

Забезпечення якості споживчих товарів за умов постійного посилення рівня конкуренції на внутрішніх та зовнішніх ринках є необхідною запорукою сильної конкурентної позиції підприємств у боротьбі за збереження та розширення власної частки товарного впливу. На макроекономічному рівні якість товарів необхідно розглядати як один з найважливіших чинників підвищення рівня життя населення країни її економічної, соціальної та екологічної безпеки.

Трикотажна промисловість є однією з основних підгалузей текстильної промисловості. В Україні трикотажні підприємства виробляють трикотажне полотно, трикотажний одяг та білизну, панчішно-шкарпеткові вироби, рукавички, головні убори, шарфи, а також вироби промислового і медичного призначення.

Дослідження розвитку внутрішнього українського ринку трикотажних виробів надало змогу встановити негативну тенденцію до зменшення частки вітчизняної трикотажної продукції. За її загального обсягу у 2015 р. у товарних групах «Трикотаж верхній» та «Трикотаж білизняний» у розмірі 4,1%, скорочення за 2 роки склало 0,9%. Частка вітчизняної продукції по товарній групі «Вироби панчішно-шкарпеткові» складала у 2015 р. 40,1%, що дорівнює показникові дворічної давнини, тобто за динамікою цього показника зберігається паритет між вітчизняними та закордонними виробниками [1].

Відемна динаміка показників частки товарів вітчизняного виробництва на внутрішньому ринкові трикотажу свідчить про неспроможність вітчизняних працівників забезпечити конкурентні переваги в межах системи показників ціна-якість.

Офіційне визначення поняття «якість» міститься у ДСТУ ISO 9000:2007: «ступінь до якого сукупність власних характеристик задовольняє вимоги». У свою чергу вимоги визначаються як: «Сформульовані потреби чи очікування, загальнозрозумілі чи обов'язкові». Крім того, у стандарті зазначається, що термін «якість» може застосовуватися з прикметниками «низька», «добра» або «відмінна» [2].

Загального вживання у сучасній практиці комерційної діяльності набув перелік вимог до споживчих товарів, що складається з наступних позицій: соціальні, функціональні, антропометричні, гігієнічні та фізико-гігієнічні, експлуатаційні.

До числа основних нормативних документів, що визначають номенклатуру показників якості трикотажних виробів, за відсутності гармонізованих з міжнародними стандартами, відноється ДСТУ 3045-95. «Полотна та вироби трикотажні. Хутро штучне трикотажне. Класифікація та номенклатура показників якості» [3].

Виходячи зі змісту в нормованих визначень понять «якість» та «вимоги», а також встановлених у стандартах індикаторів у дослідженні сформовано систему показників якості для товарних груп «Трикотаж верхній» та «Трикотаж білизняний», що відповідає сучасній номенклатурі споживчих вимог (табл. 1).

Таблиця 1

### Номенклатура показників якості трикотажних виробів

Споживні вимоги	Показники якості
Соціальні – здатність задовольнити попит	Відповідність виробу фізичним та культурним потребам
Функціональні – виконання функцій у відповідності з призначенням	Відповідність виробу основному функціональному призначенню
Антропометричні – зручність і комфорт при використанні	Відповідність розмірній групі
Гігієнічні та фізико-гігієнічні – безпека та комфорт при використанні	Гігроскопічність; Вологовбиральність; Коефіцієнт повітряпроникливості; Вологовіддача (час висихання); Питомий електричний опір; Вміст вільного формальдегіду
Експлуатаційні – надійність, зносостійкість та формостійкість	Розривне зусилля (міцність); Коефіцієнт міцності шва; Число циклів стирання, прання та прасування; Ступінь тривкості пофарбування; Необоротна залишкова деформація; Розтяжність та пружність; Коефіцієнт формостійкості

Соціальні та функціональні споживні вимоги відносяться до розряду суб'єктивних. Відповідність виробів відповідним вимогам може бути встановленою, перш за все соціологічним методом. За інформацією фахівців асоціації «Укрлегпром» – 31% покупців вважають, що трикотажні вироби українських виробників на відповідають сучасним тенденціям моди, а 45% респондентів вказали на невідповідність критерію відповідності ціни та якості продукції.

За результати експертизи якості зразків трикотажних виробів вітчизняних виробників було встановлено, що рівень відповідності

встановленим значенням фізико-гігієнічних показників становить – 78%, експлуатаційних показників – 84%. Невідповідність встановленим значенням найчастіше спостерігається за показниками: вміст вільного формальдегіду, необоротна залишкова деформація, розтяжність.

### Література

1. Частка продажу споживчих товарів, які вироблені на території України, через торгову мережу підприємств // Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. ДСТУ ISO 9000:2007 Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів. – К.: Держспоживстандарт України, 2008. – 35 с.
3. ДСТУ 4239-2003 Матеріали та вироби текстильні і шкіряні побутового призначення. Основні гігієнічні вимоги. – К.: Держстандарт України, 2003. – 28 с.

**БІГУН МАРІАННА**

студент III курсу обліково-фінансового факультету

*Науковий керівник: доц. Махначова Н.М.*

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

м. Вінниця

## УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В сучасному менеджменті дедалі важливішого значення набуває питання управління персоналом. Людську працю в організації необхідно використовувати так, щоб забезпечувалось оптимальне використання людських ресурсів та потенціалу організаційної поведінки працівників. В Україні увагу до управління персоналом приділяють лише одинадцять відсотків усіх підприємств. Наслідком є висока плінність кадрів, необґрунтовані економічні витрати, зниження рентабельності та ефективності виробництва. Саме тому потрібно шукати нові ефективні способи активізації людського фактора.

Вагомий внесок у вивчення та вдосконалення шляхів управління персоналом зробили такі вчені, як А.А. Бовтрук, О. К. Гончарова, О.А. Даниленко, А.М. Колот, О. В. Крушельницька, Л.І. Михайлова, Г. В. Назарова, І. Л. Петрова, В.О. Храмов, С.О. Цимбалюк та інші. Проте незважаючи на широкий спектр проведених досліджень та значні практичні напрацювання, на сьогодні лишається низка питань, які потребують подальших обговорень.

Уся діяльність людини обумовлена реально існуючими потребами. Люди прагнуть або чогось досягти, або чогось уникнути. Розібратися, які потреби працівника незадоволені і що йому потрібно дати для того, щоб він працював з найбільшою ефективністю є завданням HR-менеджера – спеціаліста в обов'язки якого входить підбір, інтеграція, навчання, та оцінка персоналу [4, с. 61].

Комплексний зовнішній вплив на працівників, з метою формування в них стійкої мотивації до праці, можна визначити як процес мотивування [1, с. 41]. Для мотивації в організації існує система стимулів, яка передбачає грошові заохочення, здійснення надійної соціальної політики та відповідне обладнання робочих місць [5, с. 41]. Якщо людина зацікавлена у праці та її результатах, вона найкращим чином використовує свої знання, кваліфікацію, досвід, робочий час, ощадливо використовує матеріальні ресурси, проявляє творчу ініціативу.

Для досягнення ефективності управління використовують різні методи менеджменту:

- визначення цілей;
- визначення виняткових ситуацій;
- делегування;
- мотивація.

В основі управління лежить система цілей, їх структура та дія. Керівництво організації та керівники нижчих рівнів управління разом розробляють чітку й завершену концепцію цілей, яка не повинна містити несумісних суцільей, аж до найнижчих інстанцій. Проміжні цілі мають бути так взаємопов'язані, щоб кожний співробітник, виконуючи завдання, водночас брав участь у досягненні головної мети організації. Свобода дії, яка існує за такого методу, підвищує мотивацію співробітників і розвиває їхню ініціативу.

Важливим є визначити виняткові ситуації, за яких кожний відділ або підрозділ отримує певний комплекс завдань і самостійно виконує їх. Тільки у виняткових випадках, коли виявляються відхилення в досягненні поставленої мети, передбачається втручання вищої інстанції у процес прийняття рішення або перебіг подій. Таким чином керівництво організації звільняється від рутинної роботи [5, с. 45].

Делегування передбачає розвиток почуття відповідальності і максимальної реалізації їх здібностей, шляхом передачі повноважень і відповідальності за виконану роботу на нижчий рівень. Проте делегувати можна тільки відповідальність за певні дії, а відповідальність за управління і надалі лежить на керівникові, у зв'язку з чим він завжди може втручатись у сферу повноважень підлеглих і скеровувати їх дії.

Концепція мотивації ґрунтується на тому, що мотивовані співробітники, які мають можливість самореалізуватися в межах своєї організації, ідентифікують себе з нею і прагнуть досягти її цілей [3, с. 286].

Оскільки мотивація визначає ставлення людини до її праці, її трудову поведінку, а від цього залежать результати праці, то посилення мотивів до праці є одним із найважливіших і тривалих завдань праці. Після виявлення мотиваційних факторів, які є найбільш значущими для працівника, можна братися до програми стимуляції.

Для того, щоб працівник міг виконати поставлені завдання, він має бути забезпечений усіма необхідними матеріальними, людськими, організаційними та іншими ресурсами. Звертаємо увагу, що в разі неповного забезпечення

ресурсами працівник отримує виправдання можливого невиконання цілі і, як засвідчує практика, багатьох це розслабляє.

Для контролю ходу виконання робіт та підтримання високого морального духу працівника в процесі виконання завдань керівництву необхідно регулярно здійснювати комунікацію з підлеглим. Якщо комунікація відбувається в конструктивному руслі, без стягнень або необґрунтованих виявів авторитарного стилю управління, і спрямована на вирішення поставлених завдань, то вона дає працівникові розуміння важливості його роботи та демонструє увагу з боку керівництва до його проблем.

Ефективними методами стимулювання для творчих працівників можуть бути гнучкі режими праці, творчі відпустки, закордонні відрядження та стажування, участь у нарадах, семінарах, конференціях для задоволення потреб у спілкуванні та обміну досвідом [2, с. 294].

Завершальний етап визначає, наскільки якісно виконані завдання й чи досягнуті цілі, поставлені на першому етапі. Виплата обумовленої винагороди або стягнення за невиконання планів продемонструють працівнику ставлення керівництва до його діяльності. Цей етап багато хто вважає ключовим, тому що справедливість заохочень та стягнень у кінцевому підсумку безпосередньо впливатиме на якість подальшої роботи працівника.

Необхідно також розглянути таке поняття, як самомотивація. Самомотивація полягає у виокремленні працівником внутрішніх, значущих для нього спонукальних причин виконання конкретних видів робіт, з метою задоволення певних потреб. Такими спонукальними причинами можуть бути інтерес до роботи, задоволення від творчого характеру праці, прагнення самореалізуватися, визнання своєї діяльності потрібною для суспільства, бажання допомогти колегам чи клієнтам розв'язати проблему тощо [2, с. 23].

Таким чином, проаналізовані методи взаємопов'язані і самі по собі ще не утворюють єдиної управлінської концепції. Наприклад, ефективне делегування повноважень можливе тільки за чіткої постановки завдань. Менеджмент визначення виняткових ситуацій можливий тільки тоді, коли делеговано певні повноваження. Тому тільки правильне використання кожної з концепцій як сукупності цілого та їх оптимальна комбінація дозволить менеджеру ефективно здійснювати управління персоналом. А ефективне поєднання різних форм мотиваційного стимулювання призведе до задоволення потреб працівників, формування у них активної трудової поведінки та досягнення підприємством основної мети – максимізації прибутку.

### Література

1. Данюк В. М. Мотивування як чинник активізації трудової поведінки / В. Данюк, О. Чернушкіна // Україна: аспекти праці – 2008. – № 4. – С. 34.
2. Колот, А. М. Мотивація персоналу: підручник / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. – К.: КНЕУ, 2011. – 397 с.
3. Крушельницька О.В. Управління персоналом: навч. посіб. / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук. – К., «Кондор». – 2003. – 296 с.



4. Михайлова Л. І. Управління персоналом: навч. посіб. / С. М. Козьменко, Н. Д. Лук'янченко, М. О. Соколов. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 248 с.
5. Храмов В.О. Основи управління персоналом: навч.-метод. посіб. / В.О. Храмов, А.П. Бовтрук. – К.: МАУП, 2001. – 112 с.

**БРИЧ ВАСИЛЬ**

д.е.н., професор міжнародного бізнесу і туризму,  
академік Академії економічних наук

**ЛІШТАБА ЛЮДМИЛА**

асистент кафедри соціальної медицини, організації  
та економіки охорони здоров'я з медичною статистикою,  
ДВНЗ “Тернопільський державний медичний університет імені  
І.Я.Горбачевського МОЗ України”

## **НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОГРАМ НАВЧАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ МЕНЕДЖЕРІВ В СИСТЕМІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**

Вітчизняну реформу охорони здоров'я на сьогоднішній день не можна назвати високоефективною. Фінансові вкладення в будівництво нових лікарень і поліклінік, ремонт існуючих, закупівля певного медичного обладнання не дають очікуваного ефекту. Можливо, тому все частіше говорять про «людський фактор»: про необхідність поліпшення професійної підготовки працівників для сфери охорони здоров'я. Однак при цьому мова йде в основному саме про кваліфікований медичний персонал: лікарів, медсестер.

Слово «менеджер» (або «менеджмент») в коридорах і кабінетах лікарень, часто має виражений негативний відтінок, не в останню чергу через низку управлінських прорахунків працівників адміністративного апарату галузі. Вважається, що керувати лікарнею, відділенням або поліклінікою повинен перш за все досвідчений медичний працівник, а управлінські навички до нього додасться самі собою. Тим часом це не так. Сучасна охорона здоров'я – це дуже складна галузь, система, що складається з багатьох взаємопов'язаних організацій і інститутів, і вміння керувати окремим елементом цієї системи вимагає великих управлінських знань і компетенцій.

Розуміння важливості формування у керівних працівників організацій охорони здоров'я управлінських компетенцій нехай і повільно, але прогресує. Кращим доказом цього є зростаючий попит на освітні програми з менеджменту в охороні здоров'я. Однак слід зазначити, що вітчизняні навчальні заклади поки що набувають досвіду щодо того, як правильно організувати програми з менеджменту в охороні здоров'я, кого і як на них навчати.

Не останню роль в здатності освітнього закладу ефективно проводити подібні програми віграють такі фактори, як наявність потужної ресурсної бази, якісного викладацького складу, міжнародних зв'язків.

На сьогоднішній день в рамках реформ, що проводяться в секторі охорони здоров'я актуальним питанням є навчання менеджменту в системі охорони здоров'я і впровадження інституту професійних менеджерів, які стануть основою національної системи підготовки управлінських кадрів для системи охорони здоров'я, яка відповідає міжнародним стандартам. Саме тому світовий досвід організації та проведення програм з менеджменту в охороні здоров'я є актуальним в даний час.

Підводячи підсумки і узагальнюючи досвід провідних університетів і бізнес-шкіл по організації і проведенню програм з менеджменту в охороні здоров'я, можна відзначити такі особливості сучасного стану та тенденції розвитку цього блоку освітніх програм.

По-перше, галузь охорони здоров'я розуміється в широкому сенсі, з включенням в неї не тільки медичних установ і державних і громадських структур, а й фармацевтичних компаній, фірм, що займаються науковими розробками і клінічними випробуваннями, корпорацій, які виробляють медичне обладнання, консультантів, інтернет-компаній та ін.

Наслідками такого підходу є диверсифікований склад слухачів програм, затребуваність спеціальних програм і курсів по фармацевтиці та біотехнологій, перенесення акцентів у викладанні з функціональних менеджерських дисциплін на курси, що відображають галузеву специфіку (економіка охорони здоров'я, інформаційні технології в охороні здоров'я).

По-друге, має місце комплексний підхід до менеджменту в галузі охорони здоров'я, що вимагає як знання галузевої специфіки, так і сучасних методів і технологій управління і виражається у формуванні альянсів бізнес-шкіл і медичних шкіл університетів, програмах подвійних дипломів, які надають одночасно ступеня магістрів ділового адміністрування (МВА) і магістрів громадської охорони здоров'я (МРН).

В області короткострокових і корпоративних програм комплексний підхід проявляється як в створенні курсів і програм, які є продуктом розробки представників різних шкіл, так і у використанні нетрадиційних методів і форм навчання. Відмінними рисами викладацького складу таких програм є наявність декількох ступенів і дипломів в області як медицини і охорони здоров'я, так і менеджменту, подвійна приналежність професорського складу до різних шкіл всередині університету (*double appointment*) [1], а також широке залучення практиків.

По-третє, орієнтація галузі охорони здоров'я в цілому і, як наслідок, програм з менеджменту в охороні здоров'я на технологічні і організаційні інновації, а також інформаційні технології вимагає привнесення в програми передових наукових досліджень. Звідси впливає той факт, що найбільш успішно такі програми розвиваються в бізнес-школах і університетах, здатних генерувати нові знання в результаті проведених міжфункціональних наукових досліджень в галузі, що ставить під сумнів ефективність традиційної організації наукових і викладацьких центрів бізнес-шкіл за функціональною ознакою.

**БУРА ВІКТОРІЯ**

студентка IV курсу фінансово-економічного факультету

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Осадчий Є.С.*

Київський Національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

м. Київ

## **БЕНЧМАРКІНГ, ЯК МЕТОД ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКІВ**

Сучасна ситуація, що склалася в Україні, є несприятливою для розвитку банківського ринку, і більше того, виникла загроза банкрутства банків шаленими темпами, що призвело до економічної кризи в країні. Підтвердженням цього є інформація на офіційному сайті ФГВФО щодо кількості банків, які перебувають у стадії ліквідації станом на 01.01.2016 року – 61 банк, а в 4-х введена тимчасова адміністрація. Отже, на ринку виникають нові умови до яких банки повинні пристосовуватися і намагатися втриматися «на плаву». Одним із маркетингових інструментів, що може забезпечити конкурентні переваги українських банків на ринку є бенчмаркетинг.

Поняття бенчмаркінг зявилося у 1972 році в США, хоча його принципи були запропоновані у 50-х роках японськими менеджерами, адже саме в цей період пропозиція стала переважати над попитом, тому виникла потреба в пошуку нових інструментів підвищення конкурентоспроможності на ринку [1, с. 814]. Трактують поняття «бенчмаркінг» є безліч, так наприклад Г. Кіндрацька, розглядає бенчмаркінг, як спосіб постійної оцінки стратегій і цілей діяльності організації з метою реалізації принципу «від кращого краще» [2, с. 35].

У зв'язку з процесами глобалізації та інтеграції, на ринку банківських послуг з'явилося багато банків та інших фін установ з іноземним капіталом, що посилюють конкуренцію на ринку. Впровадження Бенчмаркінгу в українських банках, забезпечить поживлення їх діяльності на ринку в умовах кризи. Проведення даної процедури включає такі підходи: 1) вибір об'єкту(бізнес-процеси, філія банку, структурний підрозділ, інформаційна система тощо.); 2) формування команди (внутрішні та зовнішні спеціалісти); 3) Визначення переліку показників для оцінки та порівняння (фінансові показники, показники задоволеності клієнтів та інші); 4) вибір еталону (банк, що займає близькі до оцінюваного банку позиції); 5) Збір інформації; 6) Визначення напрямів покращання та формування списку дій; 7) Впровадження нового плану дій [1, с. 815-816].

Бенчмаркетинг, як інструмент забезпечення фінансової безпеки, дає можливість банку визначити найбільш стійкі банки для прикладу на основі розрахунку комплексної оцінки. Даний процес включає такі етапи: 1)

визначення фінансових показників (ліквідності, кредитоспроможності, ділової активності та інші); 2) Вибір банків (I група за розміром активів); 3) Обчислення показників ефективності вибраних банків; 4) Групування банків за інтегральними показниками, що були раніше розраховані, на кластери; 5) Банки, що знаходяться в одному кластері мають однакові інтегральні показники і можуть впливати та взаємодіяти один з одним. Кожному банку необхідно проводити моніторинг своєї позиції в конкурентному банківському середовищі для перевірки досягнення стратегічних та проміжних цілей, дотримання планів. Запропонована комплексна технологія бенчмаркінгу є також важливим інструментом пруденційного нагляду за банківською системою з боку НБУ [3, с. 436-437].

Також, найуспішніші банківські установи України та світу, враховуючи потенційні вигоди і загрози, все таки надають перевагу активному інноваційному розвитку, як засобу для досягнення конкурентної переваги. Більшість інновацій спрямовані на наближення банківських послуг до клієнтів та скорочення часу відвідування банків, а також підвищення безпеки транзакцій, як для банків так і для споживачів. На українському банківському ринку впровадження інноваційних технологій не достатньо розвинене, лише невелика частина банків застосовує новітні технології у своїй діяльності. Проте, банки розвинених країн намагаються бути якомога «ближче до клієнта». Так, наприклад польський банк Alior Bank може надавати кредит в Інтернет-магазині за 90 секунд, при цьому оцінити кредитоспроможність конкурента. В Іспанії CaixaBank впровадив мобільний додаток, що допомагає вирішувати питання страхових продуктів та надає допомогу в екстрених випадках [4, с. 132].

Серед українських банків лідером з використання новітніх технологій є Приватбанк, який за рахунок бенчмаркетингу зумів використати розробки інших лідируючих банків і став лідером з обслуговування клієнтів на українському банківському ринку. Проте, інші банки теж можуть провести дослідження банків з найбільш новими технологіями та за допомогою бенчмаркетингу включити у свою діяльність, що забезпечить міцнішу позицію на ринку.

Отже, бенчмаркетинг це один з інструментів маркетингу при якому відбуваються дослідження іншого банківського чи небанківського посередника, який є еталоном, і намагаються дізнатися, що нового чи актуального вони застосовують у своїй діяльності, для того щоб бути конкурентним на ринку. Бенчмаркінг є мистецтвом виявлення найкращих методів роботи та застосування їх у власній компанії.

### Література

1. Харченко Т.Б. Підвищення конкурентоспроможності банківського сектору України на основі впровадження бенчмаркінгу / Т.Б. Харченко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – №11. – С. 813-816.
2. Гамкало А.Б. Організація бенчмаркінгу іпотечних операцій в банку / А.Б. Гамкало. – 2015. – С. 34-41.

3. Тисячна Ю.С. Комплексна технологія бенчмаркінгу як інструмент забезпечення фінансової безпеки банку / Ю.С. Тисячна, К.М. Азізова, О.М. Рац // Гроші, фінанси і креди. – 2015. – С. 427-437.
4. Юхименко Т.В. Сучасні вектори розвитку банківського сектору в Україні та світі / Т.В. Юхименко // Економіка та держава. – 2015. – №10. – С. 130-133.

**ВОЛОВИК ВАЛЕНТИНА**

студентка III курсу кафедра економіки підприємства  
*Науковий керівник: асистент кафедри маркетингу  
та менеджменту Водяник М.О.*

Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського  
м. Кривий Ріг

## **СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ ОРІЄНТОВАНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

В сучасних ринкових умовах під час введення та планування підприємницької роздрібною діяльності торгівлі, велика увага приділяється питанням етичної поведінки на ринку.

Проблему «захисту» суспільства і споживачів від нав'язливого маркетингу й недобросовісних виробників, підприємців учені-маркетологи порушували ще в другій половині минулого сторіччя.

Концепцію етичного маркетингу досліджували як закордонні, так і вітчизняні вчені, такі як Захарова С., Ебель С., Акімов Д.І. Войчак А.В., Котлер Ф., Діхтль Е., Голубков Е.П., Гордін В.Є. та ін.

В сучасній підприємницькій діяльності постає гостра необхідність застосування концепції соціальної відповідальності та етики маркетингу в сучасних умовах господарювання. Враховуючи маркетингову діяльність як невід'ємну складову бізнесу в ринкових умовах, треба з'ясувати значення соціально-етичного маркетингу і соціальної відповідальності в бізнесі.

Соціально-етичний маркетинг – це концепція маркетингу, за допомогою якої підприємства задовольняють потреби цільового ринку, при цьому піклуючись про забезпечення благополуччя потенційних споживачів та суспільства в цілому.

Соціально-відповідальний маркетинг – це діяльність підприємства, спрямована на здійснення соціальних програм, допомогу соціально-незахищеним верствам населення, підтримку різних соціально-орієнтованих рухів тощо [1].

Щоб легше було зрозуміти основи концепції, відразу можна привести приклад. Яскравим прикладом можна назвати історію «Кока-Коли». Багато громадських організацій свого часу взялися доводити різні факти, з метою впливу на процес виготовлення «Кока-Коли». Так було доведено, що найулюбленіший лимонад кольору житнього хліба має низьку поживну калорійність, інгредієнти «Кока-Коли» руйнують зубну емаль, а кофеїн, що

міститься в напої, викликає безсоння. Більш того, в склад «коки» входили деякі компоненти, які були заборонені американським законодавством. У відповідь на висунуті звинувачення американської компанії нічого не залишалася, як вжити потрібні заходи. Так довелося змінити рецептуру напою, і шкідливі речовини були максимально усунені зі складу. Це і є соціально-етичний маркетинг, коли компанія змушена іти на якісь глобальні заходи заради того, щоб не втратити масового споживача.

У маркетинговій діяльності підприємство повинне керуватися принципами захисту інтересів споживачів ООН, які були схвалені Генеральною Асамблеєю у 1985 році [3]. Ці принципи враховують законні потреби споживачів, а саме:

- в безпеці (право мати доступ до безпечних продуктів і захист від процесів виробництва, продуктів і послуг, які шкодять здоров'ю або життю);

- в отриманні інформації (доступ до інформації, яка б дозволяла ухвалювати рішення і захищала від реклами і маркування товарів, які вводять в оману);

- в можливості зробити вибір (надання можливості вибрати з асортименту продуктів і послуг за конкурентною ціною з гарантією отримання якісного товару);

- в потребі бути почутим (можливість формувати спілки споживачів та інших організацій і висловлювати свою думку з гострих для суспільства питань);

- в відшкодуванні збитків (включаючи компенсацію за невірну інформацію, неякісний продукт чи послугу);

- в сприятливому навколишньому середовищі (такому, що не є загрозою для нинішніх і майбутніх поколінь);

- в освіті (освіта та роз'яснювальна робота серед споживачів відносно їхніх прав і обов'язків, інформування щодо складу продуктів, можливих наслідків споживання, утилізації).

Таким чином, соціальна відповідальність підприємства забезпечується відповідальною маркетинговою діяльністю, яка реалізується через етичне ставлення до споживача, суспільства та навколишнього середовища.

Можна сказати, що соціальна, відповідальна та етична підприємницько-маркетингова діяльність є ідеальною саме для розвитку нашого суспільства, так як наша країна має на меті стати по справжньому європейською країною.

Однак, відсутність законодавчого регулювання в Україні гальмує розвиток та впровадження принципів соціально-етичного маркетингу. Прагнення за надприбутками призводить до того, що власники капіталу не зупиняються перед перешкодами, навіть перед важкими злочинами.

В даний час потрібно більше розвивати та досліджувати соціальну відповідальність та етику маркетингу на підприємствах. Потрібно більше підприємств залучати до впровадження соціально-відповідального та соціально-етичного маркетингу, який буде задовольняти потреби споживачів і всього суспільства на високоморальному та етичному рівні.

## Література

1. Богма М. Концепція соціально-етичного маркетингу як основа інноваційного розвитку підприємства / М. Богма // Сучасні підходи до управління підприємством. – 2015. – С. 20-25.
2. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент / Ф. Котлер, К. Келлер. – 12 видав. – СПб: Санкт-Петербург – 2008. – 816 с.
3. Керівні принципи ООН для захисту інтересів споживачівм [Електронний ресурс] // Генеральна Асамблея ООН. – Резолюція XXXIX сесії Генеральної Асамблеї ООН № 248 від 09.04.1985. – Режим доступу: [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995\\_903](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_903)

**ВОРОБИЙОВА Ю.М.**

студентка III курсу гр. ЕП-14 ННІЕП

*Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Наторіна А.О.*

ДонНУЕТ ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг

## КОГНІТИВНИЙ ВПЛИВ РЕКЛАМИ НА СПОЖИВАЧА

Вивчення впливу реклами на споживача одна із найактуальніших напрямів нині. Застосовувані у сучасних умовах кошти реклами різноманітні, чимало їх технічно досконалі, мають складну класифікацію за призначенням, місцеві застосування, характеру використання, ступеня емоційного і психологічного на людей впливу.

Дослідженню реклами, як засобу психологічного впливу, присвячені роботи багатьох науковців. Зокрема, слід виділити роботи А. Адлера, О.Босак [2], Л. Капінус [1], А. Наторіної [4], Б. Скінера, Ю. Чаплінського [3], К. Фрідлендера. Однак, не зважаючи на значну кількість праць за вищевказаною тематикою, аналіз психологічного впливу реклами на споживача потребує подальшого вивчення, що і обумовило вибір теми.

Мета роботи – розкриття сутності поняття «реклама», визначенні особливостей психологічного впливу реклами на купівельну поведінку споживача та дослідженні сучасних моделей розробки рекламних звернень.

На сьогоднішній день, реклама відіграє ключову роль у здійсненні результативної діяльності підприємства. Реклама – поняття багатоаспектне, що доводить існування великої кількості визначень, деякі з яких наведено на рис. 1. Реклама популяризує матеріальні, соціальні, екологічні і культурні можливості ринкової економіки, сприяє розвитку громадських організацій, засобів масової інформації, некомерційних організацій [1, с. 6].

Проблема психології реклами на даний час є актуальною, тому що вона має елементи етичного характеру. Будь-який вплив може змінити свідомість людини і нести певну перешкоду волі вибору. Враховуючи це можна вважати, що коли товар чи послуга не відповідають інформації, яка надається про них в рекламі, то до впливів необхідно ставитися як до обману, який повинен заборонятися. У випадку, коли реклама достовірна і рекламовані товари чи послуги дійсно необхідні людині, то її здатність впливати на прийняття

рішення про покупку та мотивацію про вибір має бути невід'ємним правом реклами і не повинно засуджуватися суспільством [2, с. 333].

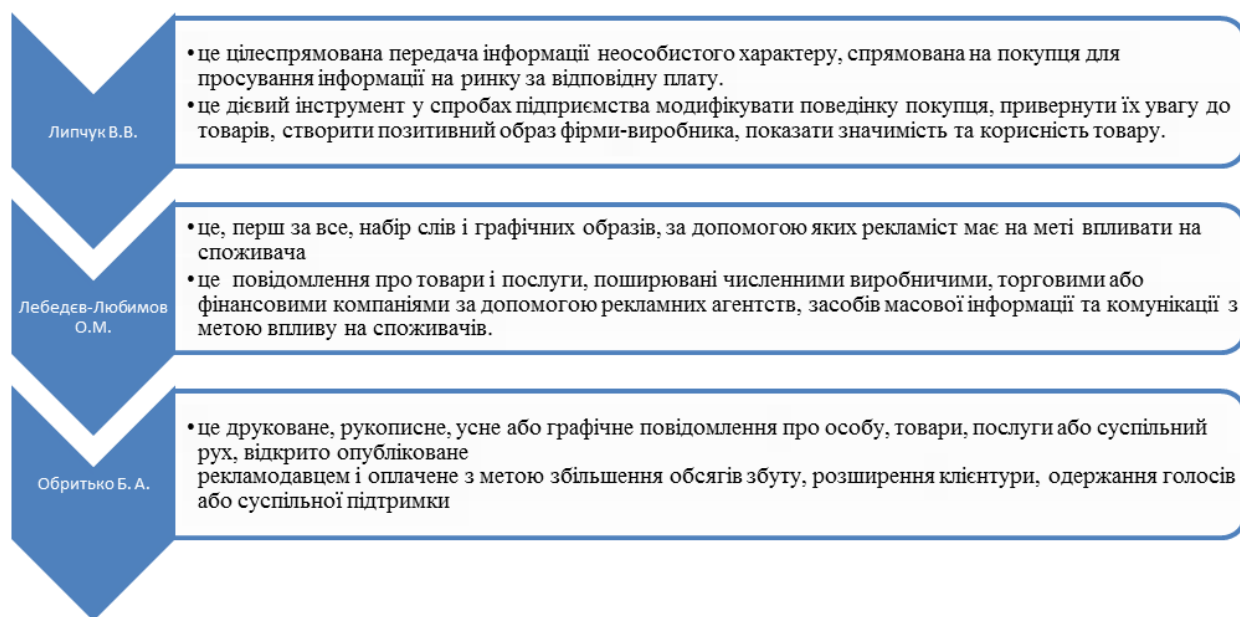


Рис. 1. Визначення поняття «реклами» [1-4]

Еволюція реклами призвела до необхідності використання в ній різноманітних психологічних засад впливу на дійсних та потенційних споживачів та перетворило її на складний процес, що передбачає привертання уваги, зацікавлення адресата, виникнення і прояв емоцій, переконання, прийняття рішення, результативну дію, тощо. Використання зазначених прийомів відобразилось у виникненні, розповсюдженні та широкому застосуванні на практиці моделей розробки рекламних звернень, серед яких найбільшої популярності набули AIDA, AIDMA, ACCA, DIBABA, DAGMAR, модель «Схвалення» [3]. Зокрема, більшість зазначених моделей базується на пошуку та вдоволенні мотивів споживачів. Після відповідно до мотивів створюється рекламне звернення. Відповідно, якщо споживач знаходить у рекламі підтвердження внутрішніх (інколи неоголошених) бажань, то він здійснює процес купівлі товару. При цьому оцінюється не товар, який рекламують, а проводиться зіставлення бажаних вигід із пропозиціями реклами. Безумовно, реклама погоджена з товарною політикою, але найчастіше з початковим рівнем товару – його задумом [2, с. 334].

Отже, у роботі досліджено психологічний вплив реклами на споживача, проаналізовано різні способи, методи, прийоми психологічного впливу реклами на споживача. Обґрунтовано, що у сучасних умовах доцільним є вивчення когнітивної спрямованості рекламних повідомлень. Застосування психологічних знань у галузі рекламної діяльності допомагає вітчизняним підприємствам впливати на прийняття рішення споживачів при виборі товарів.



### Література

- 1) Капінус Л.В. Модель управління поведінкою споживачів через рекламне звернення / Л.В. Капінус // Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції «*Naukowa przestrzecz Europy-2010*». – Przemysl: Nauka I studia, 2010. – Volume 5. – С. 5-7.
- 2) Босак О.В. Дослідження впливу реклами на психологію людини / О.В. Босак // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – № 3(12). – С. 331-335.
- 3) Чаплінський Ю.Б. Особливості психологічного впливу реклами на споживача [Електронний ресурс] / Ю.Б. Чаплінський, А.О. Томусяк. – 2012. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=41219>.
- 4) Natorina A.O. Business model evolution for startups / A.O. Natorina, L.A. Yerysh // Стратегія розвитку світової економіки в умовах глобалізації: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 27-28 грудня 2013 р. – С.28-31.

**ВОРОНІЧЕНКО АННА**

студентка IV курсу фінансово-економічного факультету  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент Осадчий Є.С.*  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
ім.В. Гетьмана»  
м. Київ

## **ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ РЕБРЕДІНГУ БАНКІВ В УКРАЇНІ**

Залучення клієнтів у банк – дуже трудомістке завдання. Навіть, якщо вдалося з ним впоратися і заволодіти увагою потенційного клієнта, цього може виявитися недостатньо. Слід докласти максимум зусиль для того, щоб, по-перше, не втратити залученого клієнта, а, по-друге, надовго втримати, перевівши в розряд постійних. На сьогодні конкуренція в цій сфері настільки висока, а список послуг і можливостей надзвичайно широкий, що можна говорити про перенасиченість ринку. У такому разі маркетологам доводиться шукати нові нестандартні способи залучення клієнтів до банку.

Ребрендинг – це концептуальна зміна ідеології бранда та всіх його складових: позиціонування, платформи, слогана, логотипу, фірмового стилю і т. д. Це може бути зміна візуального оформлення бранду, його фірмового стилю [1, с. 95]. Для одних банків ребрендинг – це можливість «освіжити» бренд, для інших – спосіб переорієнтуватися на іншу цільову аудиторію, для третіх – шанс зайняти нову нішу на ринку. Наприклад, необхідністю вийти на новий ринок, зміною бізнес-стратегії і т.п. Він повинен бути своєчасним і доречним, відповідати очікуванням клієнтів банку і сучасним тенденціям. Необхідно відзначити, що ребрендинг потребує значних часових та фінансових витрат. Так, 3–12 міс. потрібні на підготовку і ще 2–24 міс. – на реалізацію проекту. Зміна вивісок у мережі з 50 відділень займає 2 міс., а 1 000 відділень – до 2 років. При цьому витрати на ребрендинг для середнього банку сягають \$ 1,5–4 млн [1, с. 96]. Тож, коли необхідно робити ребрендинг? Це проводиться зазвичай в таких ситуаціях: фінансове оздоровлення банківської

організації; ослаблення сили впливу бренду на споживачів; втрата брендом своїх унікальних даних; посилення існуючого бренду; підкреслення унікальності і самобутності бренду; залучення нових споживачів і збільшення лояльності існуючих клієнтів до бренду; створення нових напрямків у бізнесі, як наслідок – зміна цільової аудиторії. Приміром, Конкорд Банк прагне відповідати вимогам ринку, очікуванням своїх клієнтів, співробітників і партнерів, тому до 10-річчя роботи, акціонерами банку було ухвалено рішення змінити логотип і фірмовий стиль, розробивши сучасний бренд з європейськими принципами роботи. Зміни торкнулися не тільки логотипу та відділень, а й вектора подальшого розвитку. Протягом усього 2016 року заплановано впровадження цілого переліку фінансових продуктів і послуг, які розроблені з урахуванням побажань і потреб представників малого та середнього бізнесу [2].

Ребрендинг може бути проведений з метою зміни іміджу і редизайну. Однак, як і будь-яка зміна в бізнесі, він пов'язаний з певними ризиками. Цілком природно, що клієнти звикають до бренду і його трансформація не всіма сприймається позитивно, тому часто ребрендинг не обходиться без втрати певної частки клієнтів. Як правило, ця частка є незначною для банків, але все ж важливо заздалегідь спрогнозувати, яким буде співвідношення втрачених і нових клієнтів, і прийняти відповідне рішення про необхідність проведення ребрендингу. Саме тому керівництво Надра-Банку відмовляється від проведення ребрендингу. На їхню думку, у банку дуже висока впізнаваність бренду – за цим показником він на третьому місці серед всіх банків в Україні. У будь-якому разі для старого клієнта, скільки не змінюй назву, все одно залишишся "колишнім Надра банком". Старий бренд люди будуть пам'ятати дуже довго, а, щоб вивести новий на такий рівень знання і завоювати позитивне ставлення, потрібно багато часу та грошей [4]. Ще одним прикладом може бути дочірній банк Сбербанк Росії, який відрікся від Росії в назві. З 26 листопада 2015 року банк називається просто Сбербанк. Швидше за все, на рішення про зміну назви вплинула політична ситуація, що склалася на сьогоднішній день. За даними Національного банку України за підсумками трьох кварталів 2015 року обсяг депозитів фізосіб банку знизився на 740 млн грн, до 9,9 млрд грн., тому зараз банку необхідно повертати лояльність українців. Сбербанк був одним з останніх хто працював з колишньою назвою. Інші банки, з російським капіталом вже давно провели ребрендинг. Більш далекоглядним виявився Банк Москви. його перейменували в БМ Банк ще десять років тому [3].

Отже, в умовах глобалізації та високої конкуренції на фінансовому ринку важливу роль в боротьбі за клієнта грають всі фактори, здатні схилити чашу терезів на користь кредитної організації. І незважаючи на те, що вигідні умови по вкладах і кредитах залучають нових клієнтів, часто вирішальним аргументом стають саме симпатії до бренду, і тому є ряд причин. По-перше, споживачі вибирають ті бренди, цінності яких розділяють, а ребрендинг, безумовно, націлений і на те, щоб задекларувати і підкреслити ключові цінності бренду. По-друге, крім фінансових умов банку, важливу роль для

клієнтів грають такі фактори як його надійність, якість обслуговування, сучасні та зручні сервіси, репутація. Інформацію про ці та інші позитивні зміни в банку можна донести до потенційних клієнтів за допомогою правильного позиціонування.

#### Література

1. Васильєва Т.А. Управління продажем банківських послуг: навч. посіб. / Т.А. Васильєва, Я.М. Кривич, С.В. Леонов та ін.; за заг. ред. Т.А. Васильєвої, Я.М. Кривич. – Суми: Сумський державний університет, 2016. – 227 с.
2. Офіційний сайт Конкорд банку: <https://www.concord.ua/uk/news/144>
3. Писана Т. За ширмой: допомагає ли ребрендинг банкам РФ в Україні [Електронний ресурс] Т. Писана // ЛІГАБізнесІнформ. – 17 грудня 2015. – Режим доступу: <http://finance.liga.net/banks/2015/12/17/articles/46228.htm>
4. Почему Надра-банк не будет делать ребрендинг? Интервью Дмитрия Зинкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mmr.ua/show/pochemu-nadra-bank-ne-budet-delat-rebrending-intervju-dmitrija-zinkova/31872>

**ГОРЕНКО АНАСТАСІЯ**

студентка ІV курсу фінансово-економічного факультету  
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана  
м. Київ

## **ІННОВАЦІЇ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ: ВІТЧИЗНЯНИЙ І ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД**

Зміна курсу соціально-економічної політики України, бурхливий розвиток економіки, прихід у банківську систему України транснаціональних фінансових структур, євроінтеграційні наміри ставлять перед банківською системою нові завдання – підвищення конкурентоспроможності банків, покращення нормативно-правового та конкурентного середовищ, пошук ефективних механізмів поліпшення системи банківського менеджменту, запровадження стандартів діяльності та професійної поведінки на ринку, підвищення суспільної довіри до банків, запровадження передових механізмів просування нових банківських продуктів, поширення і розробка інноваційних ідей покращення стану банківського маркетингу в цілому.

У банківській сфері до інновацій відносять ті нові процеси і моделі, за допомогою яких кредитно-фінансові інститути мають намір вийти на відносно новий рівень функціонування, а також покращити свої позиції на ринку банківських послуг шляхом збільшення частки ринку або нарощення клієнтської бази, а також підвищення рівня довіри та лояльності клієнтів, підвищення якості кредитних операцій [1, с. 46-47, 2, с. 67-68].

На просторах банківської системи України в останні роки банки активно почали впроваджувати інноваційні тактики в маркетинговій сфері [3, с. 405]. Зокрема, для залучення приватних осіб банк “ПроКредит” створив послуг “ПроКредит Арт”, що направлена на підтримку художників України, розробив зони 24/7, що дає цілодобовий доступ до користування найбільш

затребуваними банківськими послугами: зняття готівки, поповнення рахунку, переведення грошових коштів зокрема. Провідні банки країни успішно впроваджують практику інтернет-банкінгу і покращення сервісу обслуговування власного кабінету клієнта на своїх офіційних сайтах. (ПриватБанк, ПУМБ, UniCredit Bank). Для запобігання шахрайських дій з банківськими рахунками та пластиковими картками Приватбанк і Ощадбанк створив систему онлайн-верифікації, що працює за принципом верифікації через Facebook [1, с. 52].

У умовах глобалізації та розвитку ринку банківських інновацій основні світові ноу-хау в сфері маркетингу стосуються таких напрямів як ідентифікація клієнта завдяки NFC-чіпам, вбудованим у телефон, сутність якої полягає в тому, що користувач надсилає відповідне повідомлення на електронну адресу отримувача коштів, вказуючи в темі листа суму. Після цього платник і отримувач зв'язують свої електронні адреси з дебетовою картою, що дозволяє надалі надсилати кошти без повторного введення даних платіжної карти, при цьому кошти зараховуються безпосередньо на банківський рахунок отримувача [4, с. 679-681]. А система ідентифікації клієнта по фотографії в соціальних мережах вивчає зображення клієнта, зроблене на смартфон та зіставляє зображення фотографією в мережах Facebook, Twitter и LinkedIn. Після перевірки ухвалює платіж, або включає сигнал тривоги. На даний час систему використовують декілька Лондонських банків в режимі тестування [5, с. 34-35]. Інтегрування власної фінансової системи в сучасні соціальні мережі дозволяє користувачам соціальних мереж використовувати банківські сервіси не виходячи з мережі. Так африканські користувачі Whatsapp, Facebook, Twitter та Telegram мають змогу перевірити баланс, отримати виписку чи сплатити комунальні послуги та покупки в мережі Інтернет. З 2014 року банк NIS також дає можливість власним клієнтам здійснювати торгівлю акціями з мобільного телефону.

Останніми роками у практиці зарубіжних банків також активно застосовуються канали комунікації всередині банку, в точках продажу банківських продуктів, зокрема прикладом інноваційного маркетингу в зарубіжних банках є Digital Signage, або цифровий мерчандайзинг – сучасний потужний інформаційно-рекламний інструмент, що виходить за межі маркетингових комунікацій і включає також мерчандайзинг, логістику в точці продажу та сервіс. Головна перевага Digital Signage – це можливість постійного управління контентом. Контент може складатися із відео зображення, анімаційних блоків чи текстових повідомлень. У кожному відділенні банку може демонструватися свій контекст, який формується за результатами продажів у даному відділенні або виходячи з маркетингових цілей з урахуванням місцевої специфіки. Інтерактивні пристрої дозволяють приймати інформацію від клієнтів, а програмне забезпечення відразу ж пристосовує контент під конкретні запити в режимі реального часу. Прикладом успішного запровадження системи Digital Signage можна навести практику іспанського банку Caja Mediterraneo, рекламна комунікація якого базується на соціальній ролі банку. Роздрібна мережа банку складається з 1100

відділень, в кожному з яких функціонують три канали комунікацій: погода, новини, час та в перервах демонструється банківські продукти. Повідомлення на інтерактивних терміналах можуть демонструватися на декількох мовах, що використовуються в Іспанії. Завдяки запровадженню даної цифрової системи у банку відбулося зростання продажу банківських продуктів з 14 до 26% [5, с. 34-35].

Таким чином, поточна фінансово-економічна ситуація в Україні, прагнення до зміни пострадянської банківської системи тільки прискорює розвиток інноваційного банківського маркетингу у фінансовому середовищі як одного з провідних стимулів розвитку потужної, сильної грошово-кредитної системи і вихід на світовий ринок банківських послуг, формування надійного керованого інструменту для продажу банківських продуктів.

### Література

1. Бондаренко А.Ф. Розвиток інноваційного маркетингу в банківській сфері України / А.Ф. Бондаренко, В.П. Гордієнко, Ю.В. Поготовка – вісник ДВНЗ Українська академія банківської справи НБУ – Київ, 2013. – С. 45-57.
2. Горбачова Н.П. Маркетинг банківських інновацій / Н.П. Горбачова, С.М. Козьменко – Науковий журнал Управління розвитком № 1 (164) – Київ, 2014. – С. 67-82.
3. Чиж Н.М. Банківські інновації: проблеми і перспективи / Н.М. Чиж, М.І. Дзямулич – Економічні науки (серія «Облік і аудит») № 9 (33) – Луцьк, 2013. – С. 403-410.
4. Торяник Ж.М. Нові тенденції банківського маркетингу: вітчизняний і зарубіжний досвід / Ж.М. Торяник, А.М. Антимоник – Вісник Університету банківської справи Національного банку України № 1(16) – Київ, 2015 – С. 670-681.
5. Веселова М.Ю. Нові тенденції маркетингової діяльності комерційних банків: зарубіжний досвід / М.Ю. Веселова – Економічна думка № 2(21) – Харків, 2015 – С. 32-43.

**ДАРІЄНКО АНАСТАСІЯ**

студентка IV курсу фінансово-економічного факультету

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Осадчий Є.С.*

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима

Гетьмана»

м. Київ

## **ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ У СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Сучасні умови для діяльності банківських установ на території України є доволі складними. Це пояснюється, в першу чергу, наступними причинами:

- складна політична ситуація;
- проблеми геополітичного характеру та воєнні дії на Сході країни;
- банківська криза;
- недовіра населення як до банківської системи, так і влади загалом.

На ринку банківських послуг України представлено 100 діючих банків, без врахування установ із введеною тимчасовою адміністрацією. За період з

2013 року і по сьогоднішній день, понад 70 банків було позбавлені банківської ліцензії та визнано неплатоспроможними. Тому необхідність застосування маркетингових комунікацій для підтримки діяльності банків на ринку визначена об'єктивними факторами.

Комунікації виконують життєзабезпечувальну роль в банку. Сучасний комерційний банк має доступ до складних інформаційних систем вітчизняних та міжнародних фінансово-кредитних установ. Використання комплексу маркетингових комунікацій формує передумови для стійкого розвитку банку в умовах глобалізації фінансових ринків за допомогою налагодження сприятливих зв'язків з клієнтами та суспільством у цілому.

Визначень поняття маркетингових комунікацій є чимало, підсумувавши виділимо сутність маркетингових комунікацій в контексті банківського маркетингу, як процес взаємодії між банком, клієнтами та різними контактними аудиторіями через використання маркетингового механізму і відслідковуванні одночасно зворотного зв'язку. Задля ефективного розповсюдження та продажу банківських продуктів використовуються засоби зазначені на рис. 1.

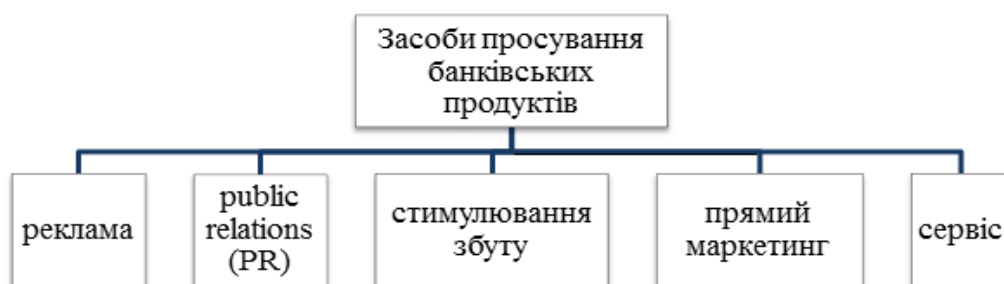


Рис 1. Засоби просування банківський продуктів

Найважливішим елементом в сучасних умовах є public relations (PR), тобто зв'язки з громадськістю, що здійснюються трьома основними шляхами:

- комунікації зі ЗМІ та моніторинг інформації про банк;
- комунікації з державними органами;
- комунікації з клієнтами.

Активне та ефективно застосування вище вказаного засобу допомагає банкам постійно перебувати у взаємодії з клієнтами, здійснюючи це напряму, або опосередковано (ЗМІ, мережа Інтернет). Якщо керівник банку чи інші вповноважені особи не спілкуються з клієнтами чи пресою, то це впливає на діяльність установи прямопропорційно. Особливо актуальним є зв'язок «банк-клієнт» задля заспокоєння та утримання клієнтів, тобто використовується як превентивний захід відпливу коштів з установи.

Звісно ж використання лише одного засобу при ігноруванні решти елементів є мало дієвим. Тому банки, які діють на території України повинні застосовувати весь комплекс засобів просування банківського продукту для уникнення негативних наслідків або їх мінімізації. Важливим у цьому аспекті є розроблення комплексної групи заходів у сфері просування, які будуть

базуватися на поєднанні усіх засобів комунікацій з метою підвищення власної привабливості.

Підводячи підсумки зазначеному вище, можна зробити висновок, що під час кризових процесів у банківському середовищі вищий результат досягається при використанні інтегрованих маркетингових комунікацій. Саме інтегрований підхід дає змогу зупинити панічні настрої на ринку, відновити довіру вкладників та забезпечити довгостроковий контакт з цільовою аудиторією.

### Література

1. Бичікова Л.А. Маркетингові заходи щодо ефективного просування банківських продуктів та послуг/ Л.А. Бичікова, І.Ю. Калюжна// Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – №5. – Т.2. – С. 30-34.
2. М'ястковська В.С. Маркетингові комунікації як інструмент протидії банківській паніці/В.С. М'ястковська// Молодий вчений. – 2015. – № 12(2). – С. 93-97.
3. Хмарковський В.Ю. Комунікаційна політика в маркетинговій стратегії банку/В.Ю. Хмарковський//Культура народів Причорномор'я. – 2012. – № 248. – С. 67-72.

**КАЗАКОВА ТЕТЯНА**

аспірантка кафедри економічної теорії

*Науковий керівник: к.е.н., професор Тюхтенко Н.А.*

Херсонський державний університет

м. Херсон

## УМОВИ УСПІШНОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ КАР'ЄРИ

Актуальною перспективою професійного формування особистості, і його самореалізації є розвиток кар'єрних нахилів. Професійна кар'єра спеціаліста об'єднує його успіхи на роботі з етапами особистісного розвитку, включаючи всі сфери життя. Донедавна поняття "професійна кар'єра" практично не використовувалося і мало досліджувалося. Частіше для позначення пов'язаних з ним явищ уживалися такі терміни, як професійний життєвий шлях, професійна діяльність, професійне самовизначення.

З урахуванням аналізу різних точок зору на поняття «кар'єра» [4, 5, 7] пропонуємо розглядати її як успішне просування у сфері трудової діяльності від перших кроків до престижного соціального статусу й становища в суспільстві.

Уявлення ж про кар'єру постійно зазнають змін, дозволяючи окремим людям осмислювати свій професійний розвиток, порівнюючи власний теперішній і минулий досвід, реально оцінювати свої можливості у майбутньому. У науковій літературі і практичній діяльності для цього використовується, окрім інших, термін «професійна кар'єра».

Одні науковці визначають поняття професійної кар'єри як «рух на шляху оволодіння певними цінностями, благами, визнання в суспільстві чи організації» [3, с. 24], інші вважають що це «усвідомлено обраний шлях

просування без зміни своєї професії, шлях до професійної вершини кар'єри, професійної самодостатності і утвердження себе в суспільстві» [1, с. 27].

Аналізуючи різні підходи визначимо, що професійна кар'єра – це самовизначення працівника, становлення його як професіонала, кваліфікованого фахівця в своїй справі, що відбувається протягом усього трудового життя працівника для його особистої і суспільної самореалізації.

Таким чином, успішність професійної кар'єри визначає ступінь самореалізації особистості працівника на підприємстві.

Традиційно виділяють два основних критерія успішності професійної кар'єри: об'єктивний і суб'єктивний.

Об'єктивна сторона професійної кар'єри – це послідовність професійних позицій, які займає індивідуум, а суб'єктивна – це те, як людина сприймає власну професійну кар'єру, який спосіб її професійного життя і власної ролі у соціумі. Найважливішою детермінантою професійної кар'єри людини є її уявлення про свою особистість – так звана професійна "Я-концепція", яку кожна людина втілює у багатоаспектних кар'єрних вирішеннях [2, с. 65].

Сучасний стан розуміння професійної кар'єри має свої особливості. В останні роки радикально змінилися уявлення про кар'єру. Тепер це поняття дозволяє людині осмислювати свій професійний розвиток, оцінюючи свій професійний досвід, використовувати його резерви для реалістичного розуміння власних можливостей.

Існує низка умов, що впливають на успішний розвиток професійної кар'єрної орієнтації. Це психологічний тип особистості, пізнавальні інтереси, нахили, професійна спрямованість, професійна мотивація. Кожна людина має набір особистісних характеристик, концепцію, мотиви, цінності, які визначають вибір кар'єри.

Успіхи професійного кар'єрного зростання значною мірою залежать від ефективності перших кроків у навчанні та професійній діяльності. Чимале значення для подальшого життя та професійного становлення має освіта та вибір професії. На першому етапі особистісного розвитку молодь часто припускається помилок. Наприклад, навчаючись певній професії, дехто переконаний, що жодного дня не буде працювати за спеціальністю, бо це не престижно, не вигідно чи безперспективно [6, с. 81].

Минулий життєвий досвід особистості формує певну систему ціннісних орієнтацій, соціальних установок по відношенню до професійної кар'єри і роботи взагалі. Тому у професійному плані суб'єкт діяльності розглядається і описується через систему його диспозицій, ціннісних орієнтацій, соціальних установок, інтересів і соціально обумовлених пробуджень до діяльності.

За останні роки у зв'язку з радикально зміненим становищем на ринку праці змінилися і можливості досягнення професійної кар'єри та уявлення про неї. Якщо раніше умови кар'єри диктувалися внутрішнім ринком праці і припускали повну довгострокову, гарантовану зайнятість, регулярність і передбачуваність просування, відданість професії та організації, то тепер умови часто визначає зовнішній ринок. Стало характерним укладання тимчасових контрактів, неповна зайнятість, часткові зміни в кар'єрі, зайнятість



у декількох сферах діяльності й у декількох організаціях, непередбачуваність трудових переміщень, самоуправління професійною кар'єрою.

Останнім часом укрaї змінилися обставини у сфері професійної зайнятості. Якщо раніше вона відрізнялася стабільністю, гарантованістю, довготривалістю, то тепер їй притаманні тимчасовий характер контрактів, відсутність стабільних гарантій, непередбачуваність, самоконтроль і самостійне управління своєю кар'єрою.

В умовах сучасного менеджменту персоналу і реальної дійсності організацій необхідна системна кар'єра. На підприємствах і державних службах відсутня так звана підсистема управління кар'єрою. Немає відповідної методичної бази, а також загальноприйнятих понять про кар'єру. Все це вимагає наукових розробок як в плані теорії, так і в сфері практичного застосування знань.

У професійному сценарії всіх типів і рівнів професійної конкурентоздатності відбувається не тільки успіх у кар'єрному рості, але й особистісні кризи, що пов'язані з пониженням рівня конкурентоздатності менеджера.

#### Література

1. Гаєвський О.І. Основи науки управління / О.І. Гаєвський – К.: МАУП, 1998. – 112 с.
2. Долгих Л. Кар'єрні домагання як суб'єктивний механізм професійної самореалізації // Соціальна психологія. – 2005. – № 2. – С. 64-71.
3. Лозовецька В.Т. Професійне становлення особистості в сучасних умовах праці / В.Т. Лозовецька // Науковий вісник Інституту професійно-технічної освіти НАПН України, 2013. – С. 20-25
4. Овсяннікова В. В. Особливості професійної кар'єри особистості / В. В. Овсяннікова // Проблеми сучасної психології. – 2013. – № 1. – С. 91-104.
5. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу / В.А. Савченко. – К.: КНЕУ, 2002. – 351 с.
6. Серегина И.И. Профессиональная карьера // И.И. Серегина Социс. – 2009. – № 4. – С. 78-86.
7. Словарь С. И. Ожегова // ozhegov-online.ru

**КІТЧЕНКО ОЛЕНА**

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки і маркетингу

**ЧЕМЕРИС АНГЕЛІНА**

студентка ІV курсу економічного факультету

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

м. Харків

## ІНСТРУМЕНТИ ПРОСУВАННЯ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Сьогодні послуги стали для нас невід'ємною частиною життя – це те, з чим кожен з нас стикається щодня, це необхідність, без якої ми вже не уявляємо наш звичайний день. Попит на послуги продовжує підвищуватися навіть у глибоко кризові часи.

На сьогодні в Харкові налічується понад 500 ресторанів і з кожним місяцем їх кількість зростає. Звичайно, нашому регіону ще далеко до конкуренції з такими мегаполісами як Берлін чи Барселона, де понад 5000 закладів. Необхідно відзначити, що ресторанний бізнес в нашому місті, почав активно розвиватися лише в останні 7 років, зростаючи в геометричній прогресії. До цього часу ресторани не користувалися особливим попитом. Це насамперед пов'язано з відсутністю культури відвідування ресторанів і кафе, низьким рівнем доходів населення, а також з постсоціалістичними поглядами більшості населення.

Час йде, і сьогодні ринок ресторанних послуг вступив у новий етап свого розвитку. На наш погляд, головними причинами такого швидкого розвитку є орієнтація на Європу, де ресторанний бізнес займає важливе місце як в економіці країни в цілому, так і в повсякденному житті кожної людини.

Хоча дана сфера продовжує свій розвиток і не втрачає популярності, багато закладів закриваються, не зумівши залучити до себе клієнтів і зайняти певну нішу на ринку. Насамперед, це відбувається через недостатнє опрацювання та вибір концепції самого ресторану, яка є першочерговим завданням для виходу на ринок. Другим важливим завданням є визначення цільової аудиторії – можливих і потенційних відвідувачів.

Відкриття ресторану складний і важкий процес, що вимагає приділення достатньої уваги маркетинговим дослідженням, які дозволяють побачити картину даного ринку в цілому.

Для початку необхідно звернути увагу на наступні моменти:

1. Структура галузі – вивчається існуючий ринок, його насиченість, досліджується цільовий ринок – його кон'юнктура, попит, рівень цін, перспективи розвитку ринку;

2. Вивчення споживачів – мотиви, якими вони керуються при виборі закладу, критерії вибору, визначення правильної реклами;

3. Аналіз місця розташування, у якому планується відкриття закладу – його престижність, доступність, а також наявність потенційних конкурентів і клієнтів.

Якщо на початковому етапі ресторатору важливо визначити портрет свого споживача для того, щоб знати, хто ж буде в результаті його відвідувачем, то надалі цей портрет вивчається для того, щоб розробити ефективні рекламно-маркетингові акції для залучення нових гостей.

При проведенні рекламно-маркетингових заходів і подальшому просуванні ресторанів найчастіше використовують наступний інструментарій:

- Зовнішня реклама – це перше, що побачить клієнт перед тим як зайти в ресторан – вивіски, покажчики, лайт бокси, розтяжки;

- Інтернет-реклама – кожен ресторан повинен мати свій сайт і сторінки в соціальних мережах – наявність меню з цінами, фотографії страв, інформація про новинки та заходи, які проводяться в закладі. Все це допоможе налагодити контакт з відвідувачами, залучити нових гостей і тримати з ними зв'язок онлайн;

- Внутрішній маркетинг – внутрішні акції та свята (event-маркетинг), компліменти і подарунки, програми лояльності та дисконтні програми;
- Соціальний маркетинг в ресторані – це допомога дітям, пенсіонерам, ветеранам, спільні соціальні акції з муніципалітетом, конкурси, змагання, меценатство. Цей вид маркетингу формує позитивний імідж закладу;
- Локальний маркетинг. Даний вид маркетингу заслуговує особливої уваги, так як застосування інструментів локального маркетингу дає можливість орієнтувати послуги на смаки і потреби локальних груп споживачів або навіть окремих відвідувачів. Локальний маркетинг є не дорогим, але він здатний залучити найбільшу кількість відвідувачів. Його дія полягає у залученні клієнтів, які живуть, працюють або часто бувають поблизу закладу за допомогою смс-розсилки, пуш повідомлень або роздачі буклетів. Цей спосіб широко використовується в європейських країнах;
- POS-матеріали – різні буклети, брошури, листівки, опис заходів, фірмові сувеніри – ручки, запальнички, упаковки.

Список інструментів просування в ресторанному бізнесі не обмежується цим переліком, але саме ці заходи найчастіше використовуються і дають гарні результати. Для того, щоб визначити, які саме способи рекламування працюють краще за все, необхідно діяти і аналізувати результати.

Маркетинг, безумовно, відіграє важливу роль у житті ресторану, допомагає розкрутити ім'я і залучити клієнтів, а ось утримати клієнтів і зайняти певну частку ринку залежить вже від кухні, обслуговування і самого власника закладу.

#### **Література**

1. Електронний ресурс: <http://prohotelia.com.ua/>
2. Електронний ресурс: <http://www.forbes.ru/>
3. Електронний ресурс: <http://www.recon.com.ua/>

**Кушнір Анна**

студентка V курсу фінансового факультету  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент Комарова К. В.*

Університет митної справи та фінансів  
 м. Дніпро

## **РОЛЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУЛЮВАННЯ МІСІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

В сучасних умовах господарювання для більшості українських підприємств важливого значення набуває питання формулювання та впровадження місії, яка виступає важливим інструментом процесу управління. Глобалізація, орієнтація підприємства на інновації та навчання, впровадження принципів командної роботи, децентралізація, використання сучасних інформаційних технологій – фактори, які диктують необхідність розробки місії підприємства. Як показує практика, на сьогоднішній день більшість

керівників українських підприємств не розуміють значення місії організації і не вміють її формулювати. Таки підприємства можуть зіткнутися з проблемами, що обумовлені відсутністю місії: неузгодженість різних програм на підприємстві, що заважає виробничому процесу; не має чіткого розуміння мети створення та функціонування організації, що негативно впливає на імідж компанії; ускладнюється процес планування в компанії через відсутність чіткого напрямку розвитку компанії і безкінечних суперечок при обговоренні планів.

Місія має виключне значення для подальшого розвитку підприємства. На сьогодні в умовах жорсткої конкуренції та процесу глобалізації прямим доказом важливості місії є той факт, всі зарубіжні та крупні українські спонсори в заявках на добровільне фінансування вимагають вказувати місію організації

Місія у літературних джерелах та на практиці трактується доволі неоднозначно, що зумовлює плутанину в розумінні її суті та значення. Так, в роботі Смерека В. Я. зазначається, що відомо понад 100 різних трактувань цього терміну: від філософських та публіцистичних висловлень до суто економічного висвітлення його змісту [1].

На нашу думку, найдоцільніше визначення поняття «місія» запропонував А. В. Шегда, який дає таке трактування поняттю “місія” – це сформульована вищим керівництвом і оприлюднена загальна стратегічна мета організації, зміст її існування з погляду інтересів громадськості. Мета, своєю чергою, – це конкретний кінцевий стан або шукані результати, яких хотіла б досягнути група, працюючи разом [2].

Різне тлумачення терміну “місія” дозволяє виділити основні її функції – інформаційну, мотиваційну та керуючу.

Місія в стратегічному управлінні організацією відіграє надзвичайно важливу роль [1]. Вона допомагає направляти людські зусилля в необхідному для компанії руслі; дає гарантію, що організація не переслідуватиме суперечливі цілі і уникне непотрібних витрат та можливих суперечностей; визначає принципи розподілу ресурсів компанії; для кожного працівника відведена певна роль у виробництві товарів чи наданні послуг; є основою для формування організаційних цілей.

Вибір місії організації є першочерговим і найважливішим рішенням для його керівників при стратегічному управлінні. Для вищих менеджерів компанію необхідно вміти правильно сформулювати місію підприємства. Деякі компанії, навіть, звертаються до спеціальних агентств, щоб отримати кваліфіковану допомогу щодо написання місії.

Всі успішні компанії витрачають величезні ресурси на розробку місії. При цьому ні одна організація не визначає максимізацію прибутку і забезпечення благополуччя акціонерів, як місію своєї компанії. Так, місія повинна носити більше соціально-економічний характер, адже націлена на працівників, покупців та інвесторів.

Ф. Котлер вважає, що у ході визначення місії організації слід урахувати п'ять чинників [3]:

1. Історію організації, її філософію, місце на ринку.
2. Стан зовнішнього середовища компанії.
3. Існуючий стиль поведінки, а також дії менеджерів всіх ланок.
4. Ресурси, які організація може задіяти для досягнення своїх цілей.
5. Специфічні особливості, що є в наявності у компанії та виокремлюють організацію серед інших подібних.

Отже, правильно сформована місія – це перший і найважливіший внесок для успішності компанії. Колись засновник ще невідомої компанії Microsoft сформував свою місію приблизно так: «На кожному столі у кожного працівник буде свій персональний комп'ютер». Це говорилося в часи, коли комп'ютери були величезними і займали цілі кімнати, а на їх обслуговування потрібен був високо кваліфікований персонал. Microsoft – це приклад того, що будь-яка, навіть безглузда, на перший погляд, місія є реальною та успішною. На сьогоднішній день місія компанії звучить так: «Надати кожному можливість повністю реалізувати свій потенціал» [4].

Роль місії організації є багатогранною. Її розробка є важливим та відповідальним етапом у процесі стратегічного управління, а її формулювання матимуть вирішальне значення у розвитку організації. Правильна постановка місії компанії сприяє створенню позитивного іміджу організації для внутрішніх і зовнішніх користувачів.

#### Література

1. Дикань В. Л. Стратегічне управління [текст]: нав. посіб./В.Л. Дикань, В.О. Зубенко, О.В. Маковоз, І.В. Шраменко – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 272 с.
2. Шегда А.В. Менеджмент: [навчальний посібник] / А.В. Шегда. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2002. – 583 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: науч. пособ. / Ф. Котлер; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2003.
4. Лопатина А.Б. Миссия организации в стратегическом управлении // *Фундаментальные исследования*. – 2016. – № 3-1. – С. 172-176.

**Логвиненко Н.І.**

студент III курсу гр.ТКДН-14ННІЕП

*Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Наторіна А.О.*

ДонНУЕТ ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг

## **МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

В умовах розвитку нашої країни і в пошуках нових ринків реалізації товарів роздрібна торгівля суттєво набуває значення як прибутковий бізнес і як можливість надання робочих місць населенню. Оскільки роздрібна торгівля має сильну конкуренцію, кожне рішення, яке може покращити умови підприємства, необхідно використовувати, одним із цих методів являються маркетингові дослідження.

Вирішення проблем раціональної організації та коректної реалізації маркетингових досліджень на підприємствах знаходяться у центрі уваги наукових робіт зарубіжних і вітчизняних вчених, серед яких Анненков Р. [2], Дафт Р. [1], Жегус О. [3], Котлер Ф., Наторіна А. [4], Портер М., Хлопенко О. Актуальність вирішення зазначених проблем потребує здійснення їх подальшого розгляду.

Мета роботи полягає у визначенні особливостей організації та проведення маркетингових досліджень на підприємствах роздрібної торгівлі.

**Маркетингові дослідження** – це збирання, оброблення й аналіз даних з метою зменшення ризику і невизначеності, що супроводжує прийняття маркетингових рішень. Дослідженням піддаються ринок, конкуренти, споживачі, ціни, внутрішній потенціал підприємства і багато чого іншого. Основою досліджень маркетингу служать загальнонаукові і аналітико-прогностичні методи. Інформаційне забезпечення дослідницького процесу ґрунтується на кабінетних і польових дослідженнях з використанням різних джерел інформації. Маркетингові дослідження відіграють важливу роль при правильній розробці заходів комунікативного впливу. Володіння інформацією про цільову аудиторію, якій призначено рекламне звернення, є необхідним, особливо коли метою комунікаційної програми є вихід на новий ринок або залучення споживачів [1, с. 82-83].

У процесі маркетингових досліджень здійснюється збір, оцінка аналіз фактографічних даних, обсяг, вид, структура яких залежать від потреб торгового менеджменту, у процесі якого здійснюється управління операційною, фінансовою, інвестиційною діяльністю торговельного підприємства [2].

На рис. 1 відображено основні етапи процесу маркетингових досліджень та відповідні методи, що використовуються на кожному з них.

Враховуючи специфіку діяльності підприємств роздрібної торгівлі основними напрямками маркетингових досліджень виступають [3, с. 625]: дослідження ринку, під час якого аналізують динаміку розвитку торгівлі, виявляють тенденції масштабу та стану форматів торговельних підприємств; аналіз продажу; характеристика місце розташування торговельного підприємства та його оточення; оцінка конкурентного середовища; оцінка задоволеності та лояльності споживачів; дослідження ефективності торгового асортименту.

Таким чином, у роботі визначено роль маркетингових досліджень в роздрібній торгівлі, проаналізовані можливі напрями маркетингових досліджень в роздрібній торгівлі. Встановлено, що високий рівень невизначеності та динамічності складових маркетингового середовища зумовлює потребу у достовірній, оперативній і чіткій інформації, що вимагає систематичного проведення маркетингових досліджень у роздрібній торгівлі, арсенал методів яких, загальних та специфічних, дозволяє отримати достатню кількість інформації для прийняття ефективних управлінських рішень на підприємствах роздрібної торгівлі.



Рис.1. Етапи і методи дослідження конкурентного середовища [2]

#### Література

1. Дафт Р.Л. Маркетинг / Р.Л. Дафт [пер. с англ.]. – СПб.: Издательство Питер, 2000. – 832 с.
2. Анненков Р.А. Етапи та методи маркетингових досліджень конкурентного середовища [Електронний ресурс] / Р.А. Анненков // Ефективна економіка. – 2014. – №5. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3019>.
3. Жегус О.В. Методи маркетингових досліджень у роздрібній торгівлі / О.В. Жегус, М.В. Михайлова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2009. – Вип. 2. – С. 622-629.
4. Наторіна А.О. Маркетинговий аналіз кон'юнктури ринку соняшникової олії в Україні / А.О. Наторіна // Економіка АПК. – 2014. – №6. – С.70-73.

**ПЛОТНИЦЬКА ВЕРОНІКА**  
студентка III курсу гр.ЕП-14 ННІЕП  
*Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Наторіна А.О.*  
ДонНУЕТ ім. Михайла Туган-Барановського  
м. Кривий Ріг

## **ДІАГНОСТИКА ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасних умовах ринкового середовища конкурувати підприємствам без сильної торгової марки, яка могла б забезпечити унікальність та неповторність товару практично неможливо. Тому виникає необхідність створення такої товарної політики підприємства, яка б могла забезпечити конкурентоспроможність товару в сучасних ринкових умовах.

Багато науковців присвятили свої роботи вивченню товарної політики підприємства, серед яких Балабанова Л., Наторіна А. [4], Перція В. [1], Сербин Т. [2], Яременко С. [3]. Але досі залишається недостатньо розкритим питання специфіки діяльності торговельних підприємств на формування товарної політики. Тому мета роботи полягає у дослідженні складових товарної політики торговельного підприємства, обґрунтуванні доцільності використання брендингу задля підвищення ефективності діяльності підприємства на ринку та деталізації процесу розробки бренду.

Бренд є невід'ємною складовою товарної політики підприємства, адже згідно результатам маркетингових досліджень, покупці більш лояльні до брендівих товарів. В середньому показник рівня лояльності до бренду на 25-50%, перевищує відповідний показник однотипних небрендівих товарів [5]. Тому мета будь-якого торговельного підприємства повинна полягати у створенні конкурентоспроможного бренду. Позитивний імідж торгового закладу є однією з основних складових формування його бренду. Якщо в результаті проходження процесу формування іміджу, компанії вдається створити позитивний імідж, то це свідчить про формування бренду, і процес створення іміджу торговельного закладу переростає в брендинг. Брендинг – це діяльність із створення тривалої прихильності до товару на основі сукупного впливу на споживача рекламних повідомлень, товарної марки, пакування, матеріалів для стимулювання збуту та інших елементів комунікації, об'єднаних певною ідеєю та фірмовим оформленням, які виокремлюють товар серед конкурентів і створюють його образ [2, с. 1].

Складовими бренду торговельного підприємства є [3, с. 2-3]: товари/послуги; коло покупців; обслуговування клієнтів (наявність додаткових послуг, їх виконання); організація торговельного закладу (технологічна, архітектурна зручність, комфорт); зручність (розміщення, автостоянка); атмосфера торговельного підприємства (персонал); організація роботи (сучасність, відомість); візуалізація іміджу (символи і кольори). Споживачі при виборі певної торговельної точки повинні бачити важливу перевагу, якої немає у конкурентів. Ця перевага повинна торкатися як



об'єктивних характеристик та суб'єктивних характеристик сприйняття, що можуть включати як індивідуальне сприйняття торговельного закладу тим чи іншим споживачем, або ж відображати роль товару для кожного з них.

Диференціація відображає відмінну властивість бренду та являється основою споживацького вибору. Цей показник вимірює унікальність обіцянки бренду і являється індикатором його спроможності виправдати високу ціну товару або послуги. Значущість відображає сприйнятливую корисність бренду та його спроможність задовольняти потреби споживачів. Цей показник характеризує ступінь ринкової проникливості бренду. Значущість розкривається такими показниками як товар, ціна, місце та просування. Повага тісно пов'язана з репутацією бренду і відображає ступінь прихильності до нього споживачів. Це поняття відображає спроможність бренду виконувати свою обіцянку перед споживачами. Показник «повага» напряму пов'язаний з якістю та популярністю товару або послуги. Обізнаність демонструє глибину розуміння бренду споживачами та їхній досвід спілкування з ним. Як правило, відношення споживача до бренду починаються з диференціації, тобто будь-яка частина бренду притягує увагу споживача і примушує його задуматися над тим, що «це необхідно краще пізнати». Після споживач вирішує чи підходить йому цей бренд, тобто яке він має значення для його життя. Якість, популярність бренду та його спроможність вдало доводити свої обіцянки – все це створює повагу [4].

Отже, у роботі досліджено основні складові товарної політики торговельного підприємства, проаналізовано вплив бренду на діяльність підприємства, встановлено, що успішний бренд – це бренд, сутність якого всі розуміють і сприймають однаково, це більше ніж просто якісний товар або послуга, і, насамперед, це постійний зв'язок зі споживачем, присутність якого є важливим чинником здійснення успішної діяльності торговельного підприємства.

### Література

1. Перція В. Что такое стратегия брендинга? [Електронний ресурс] / В. Перція // BrandAid – брендингова інноваційна компанія. – 24 вересня 2010. – Режим доступу: <http://blogbrandaid.com>.
2. Сербин Т.В. Модель побудови бренду торговельного закладу на споживчому ринку [Електронний ресурс] / Т.В. Сербин, О.В. Зозульов. – Режим доступу: [http://probleconomu.kpi.ua/pdf/2010\\_14.pdf](http://probleconomu.kpi.ua/pdf/2010_14.pdf)
3. Яременко С.С. Бренд в системі маркетингової діяльності підприємства [Електронний ресурс] / С.С. Яременко // Дніпропетровський університет економіки та права. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/SND/Economics/6\\_jaremenko.doc.htm](http://www.rusnauka.com/SND/Economics/6_jaremenko.doc.htm).
4. Наторіна А.О. Теоретичні та практичні аспекти вибору маркетингової товарної стратегії підприємства / А.О. Наторіна // Стратегія економічного розвитку України. – 2015. – №36. – С. 98-106.

**РОЖУК ЯНА**  
аспірант 2 курсу факультету економіки  
*Науковий керівник: к.е.н., професор Коваленко М.А.*  
Херсонський національний технічний університет  
м. Херсон

## **ПРІОРИТЕТНІСТЬ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Структура сфери послуг та особливості її розвитку завжди цікавили науковців та були актуальними напрямками досліджень. Як бачимо, в наш час, в суспільстві практично немає людей, які хоча б раз в житті не скористались великим різноманіттям існуючих послуг.

Сфера послуг була і залишається найважливішим джерелом росту ВВП і головним об'єктом працевлаштування населення. Глобальні тенденції розвитку світової економіки значно вплинули на розвиток сфери послуг, серед яких можна виділити:

- зростання значимості нематеріальних форм виробництва, що приводить до якісних змін асортименту послуг;
- відведення в другорядні ролі традиційних послуг (торгівлі, транспорту) як елементів обслуговуючої праці;
- розвиток телекомунікацій, фінансової сфери та комплексу наукомістких ділових послуг як вагомого чинника конкурентоспроможності;
- різке збільшення ролі соціальних послуг у забезпеченні економічного зростання;
- розвиток економіки послуг в інтеграції з матеріальним виробництвом.

Рівень розвитку сфери послуг, як правило дзеркально відображає рівень розвитку країни, її економічний потенціал. Високий рівень продуктивності праці в реальному секторі економіки дає змогу переключати на інші невиробничі ділянки народного господарства все більшу кількість трудових і матеріальних ресурсів [1].

У високорозвинених країнах частка зайнятих у сфері послуг нині досягає 80%. Порівнюючи, в Україні цей показник перевищує 63%. Для нашої країни передусім характерне зростання зайнятості в сегменті традиційних послуг (зокрема, у торгівлі). Якщо в 90-х роках це дозволило послабити негативний вплив кризових явищ на ринок праці, то подальше збереження такої тенденції оцінюється як загроза для національної економіки, пов'язана з погіршенням фахового потенціалу країни, особливо його інженерно-технічної складової, та неспроможністю реалізувати інноваційну модель розвитку. На відміну від України, у розвинутих економіках протягом останнього десятиліття за темпами росту лідирують ділові послуги (інформаційні, аудиторські, консультаційні тощо), покликані забезпечити ефективне функціонування підприємств шляхом впровадження сучасних форм організації праці, налагодити взаємодію між різноманітними суб'єктами процесу створення,

апробації та реалізації інноваційного продукту. В Україні в радянські часи спостерігався занепад сфери послуг, тому цю галузь економіки відносили до другорядної, після матеріального виробництва. Певні види послуг, зокрема вищезгадані ділові послуги, можуть виступати «ядрами» економічного зростання, навколо яких формуватимуться полюси росту економіки території, а отже і зміцнення її фінансової бази. Сфера послуг суттєво впливає на просторову організацію суспільства, оскільки вона характеризується відносно відокремленим механізмом формування ринкового середовища та створення ринково орієнтованої мотивації економічних суб'єктів. Як наслідок збільшення темпів і обсягів виробництва послуг, розвиток малого та середнього бізнесу створюють умови для формування в просторових системах послуг «ядер» економічного зростання, які володіють здатністю до формування зовнішніх резонансних ефектів, що поширюються на інші види діяльності суспільно-просторової системи. Такими «ядрами» можуть стати просторові системи послуг, спрямовані на розширення спектру й обсягів реалізації ділових і фінансових послуг, торговельних, транспортних і туристичних послуг, послуг зв'язку [1, с. 9]. Розглянувши теоретичні аспекти розвитку функціонування сфери послуг можна зробити висновок, що роль послуг як одного з найважливіших секторів економіки дуже важлива в сучасній економіці. Тому, для високорозвинених в економічному відношенні країн характерним є виникнення нової технологічної парадигми та перехід домінуючої ролі в економіці до сфери послуг. Чітко прослідковуються закономірності поглиблення диференціації та посилення персоніфікації послуг, їх проникнення в індустріальну сферу, що забезпечує нову якість економічного зростання. В Україні швидка деіндустріалізація не супроводжувалась якісними змінами, що вказує на необхідність наукового обґрунтування зміни пріоритетів розвитку та запровадження ефективних механізмів державного регулювання процесів у національній економіці. Серед стратегічних пріоритетів розвитку сфери послуг в Україні слід виділити такі: інтеграція сервісної діяльності з матеріальним виробництвом; виконання ролі «точок» економічного зростання територій країни, що узгоджується з принципом поляризованого розвитку державної регіональної політики; підвищення якості та доступності соціальних послуг, тим самим поліпшення якості життя населення; формування нової світоглядної ідеології в суспільстві на засадах концепції сталого розвитку [3, с. 52]. Перспективним напрямом подальшого розвитку сфери послуг в Україні насамперед є вивчення шляхів удосконалення механізмів державного управління процесами, проявити спільність основних тенденцій соціально-економічного та виробничо-технологічного розвитку, збереження різноманіття та специфіки послуг.

#### Література

1. Мальська М. П. Формування і розвиток просторових систем послуг (теорія та практика реалізації): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец 08.00.05 "Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка" / Мальська Марта Пилипівна. – Львів, 2011. – 40 с.

2. Сталий розвиток: світоглядна ідеологія майбутнього: [монографія] / [Хвесик М.А., Бистряков І.К., Левковська Л.В., Пилипів В.В.]; за ред. акад. НААН України М. А. Хвесика. – К.: Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», 2012. – 465 с.

3. Харсун Л.Г. Інтеграція України в Європейську транспортну систему / Л.Г. Харсун // Вісник Київського національного університету ім. Т.Шевченка. – 2009. – № 72. – С. 50-52.

**СОЛОВЙОВ АНДРІЙ**

к.е.н., доцент, декан факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет  
м. Херсон

## **ІНФОКОМУНІКАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

За останні декілька десятиліть отримані важливі теоретичні і практичні результати з таких питань, як визначення форм відображення зовнішнього середовища, проектування баз знань та ряд інших. Результати цих досліджень широко використовуються в організації інфокомунікаційного забезпечення (ІКЗ) управління сільськогосподарськими підприємствами, під яким розуміють підхід до розробки методів, джерел та організації інформації, що відображає керовані об'єкти та характеризує їх зовнішнє середовище. Проте систематизоване узагальнення досвіду у цій галузі відсутнє, що перешкоджає його розповсюдженню. Деякі автори під інфокомунікаційним забезпеченням розуміють сукупність єдиної системи класифікації і кодування техніко-економічної ситуації, що використовується в автоматизованих системах управління [1, 2]. Інші автори у визначеннях роблять наголос на засоби і методи організації і управління даними [3].

Існує точка зору на це поняття, згідно якої до складу ІКЗ долучають спеціалістів, які забезпечують виконання усього комплексу робіт з інформацією. Багатоаспектність підходів викликає, в свою чергу, неоднорідність у визначенні проблем, які охоплюють досліджуване поняття. У літературі з організації управління сільськогосподарськими підприємствами питання ІКЗ висвітлюються, як правило, фрагментарно, в залежності від того, який елемент розглядається [4]. В літературі, при досить частому вживанні терміну «забезпечення» в галузі інфокомунікацій, не розкривається сутність даного поняття. Найчастіше під забезпеченням розуміють безпосередню роботу інформаційної системи або процес створення і ведення нормативно-довідкової документації.

ІКЗ охоплює організацію потоків інформації, процеси її збирання, зберігання, оновлення, переробки та передачі з метою відображення зовнішнього середовища та об'єкта управління, формування бази знань і баз даних для розробки управлінських рішень, які сприяють досягненню цілей підприємства. Узагальнення найважливіших моментів управління з

виділенням його особливостей в сільському господарстві дозволяє зробити наступні висновки.

1. Сутність ІКЗ полягає в отриманні, накопиченні, введенні, зберіганні, поновленні, контролі, обробці і наданні системі управління знань і даних про стан об'єкта управління, системи в цілому і окремих її частин, а також середовища, в якому вона функціонує.

2. ІКЗ будь-якої підсистеми управління великої системи є процесом, який відбувається на системних засадах. З точки зору технології в цьому процесі можна виділити наступні етапи: збирання інформації, представлення інформації у формалізованому вигляді, формування бази даних, корегування бази даних, зберігання носіїв, доступ до інформації, що зберігається, видача інформації.

3. ІКЗ, як процес праці, представляє собою єдність наступних моментів: праці, засобів праці та предметів праці – власне самої інформації.

Щоб отримати й надати підсистемі управління необхідну за складом і якістю інформацію їх необхідно поєднати між собою. Людина у виробництві, як і в управлінні є активним елементом, що продукує зв'язки з іншими людьми, засобами роботи з інформацією й власне самою інформацією.

Аналіз ІКЗ, як процесу дає можливість виокремити декілька взаємопов'язаних питань. По-перше, це питання визначення і дослідження структури інфокомунікаційної підсистеми в цілому та структури її окремих елементів. Насамперед це структури її інформаційних баз, які залежать від принципів побудови системи і складу задач. З іншого боку, від особливостей змісту і структури інформаційної моделі підприємства, під якою будемо розуміти всю сукупність інформації характерної для виробничої структури. Саме ця умова робить питання визначення складу і структури інфокомунікаційної підсистеми одним з найважливіших питань організації ІКЗ управління. По-друге, це питання власне організації процесу ІКЗ в цілому та окремих його елементів. Таким чином, організація ІКЗ управління в загальному випадку означає вирішення наступних задач: визначити та обґрунтувати склад елементів інфокомунікаційної підсистеми; визначити склад і структуру інформаційної бази підсистеми управління; визначити та обґрунтувати структуру елементів інфокомунікаційної підсистеми, які забезпечують реалізацію інформаційного процесу; організувати просування інформації по етапах інформаційного процесу; організувати користування засобами праці на усіх етапах процесу з урахуванням їх можливостей, взаємозаміни, вартості.

Ці чинники, а також постійні удосконалення технічної і програмної бази ІКЗ, пов'язане із створенням інтегрованих інформаційних систем управління, поява великої кількості типових проектів з розробки та реалізації систем управління аграрними виробничими структурами, роблять вирішення задач ІКЗ системи управління актуальною задачею.

## Література

1. Кондрашова С.С. Информационные технологии в управлении: Уч. пособ. / С.С. Кондрашова – К.: МАУП, 1998. – 136 с.
2. Литвин І. Інформаційні процеси в управлінні. / І. Литвин – Тернопіль: Економічна думка, 1998. – С. 134-142.
3. Грицунов О.В. Інформаційні системи та технології: навч. посіб. для студентів за напрямом підготовки «Транспортні технології» / О.В. Грицунов – Х.: ХНАМГ, 2010. – 222 с.
4. Скрипник А.В. Інформатизація аграрної сфери України / А.В. Скрипник, А.Н. Ткаченко, Е.К. Букін // Экономика АПК. – 2012. – №7. – С. 113-120.

**СТОРОЖЕНКО ІННА АНАТОЛІЙВНА**

студентка V курсу факультету фінансів, банківської справи та страхування

*Науковий керівник: старший викладач Пономарьова О.Б.*

Університет митної справи та фінансів

м. Дніпро

## **ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СТРАХОВИЙ МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ**

Страховий ринок України зараз перебуває на стадії становлення та розвитку, діяльність вітчизняних страхових компаній стимулює сильна конкуренція іноземних страхових компаній. Тому впровадження інновацій у страхову діяльність є запорукою успіху в безкомпромісній конкурентній боротьбі.

Страховий маркетинг – це комплекс заходів, спрямованих на формування та постійне вдосконалення діяльності страхової компанії, а саме:

1. розробка конкурентоспроможних страхових продуктів (послуг) для конкретних категорій споживачів (страхувальників);
2. впровадження раціональних форм реалізації цих продуктів за належного сервісу та реклами;
3. збирання, аналіз інформації про ефективність діяльності страховика [1].

Метою страхового маркетингу є успішна реалізація страхового продукту шляхом врахування основних потреб споживачів та тенденцій страхового ринку.

Страхові маркетингові інновації – це використання новітніх технологій задля удосконалення існуючих видів страхових продуктів та послуг або для розроблення нових, які врешті решт приносять прибуток. Інноваційна складова страхового маркетингу включає формування такого продукту, що буде перевершувати вже існуючі на ринку та цим саме збільшувати конкурентоспроможність даного продукту.

У науковій літературі існує два основні напрямки інноваційного страхового маркетингу: використання нових технологій у реалізації вже існуючих страхових продуктів та послуг; створення нових страхових продуктів, послуг [2].

Одним з найважливіших напрямків впровадження інновацій слід розглядати маркетингову діяльність. Впровадження маркетингу в діяльність страхових компаній дозволяє підвищувати ефективність надання послуг. Страховий маркетинг повинен бути орієнтований на найширше коло клієнтів, на їх різноманітні інтереси.

На думку Т. Сініциної, новий страховий продукт повинен задовольняти сучасні потреби страхувальника; відрізнятися та бути цікавим для достатньо великого числа споживачів; бути простим та зручним у продажу; мати конкурентні переваги; відрізнятися сервісом та високою якістю тощо. З огляду на це інноваційність страхового продукту повинна проявлятися в таких напрямках як канали збуту; методи перестраховування; обслуговування та послуга [3].

Однією з інновацій у страхуванні є розвиток Інтернет-маркетингу, що дозволяє знизити витрати на ведення бізнесу, що в сучасних умовах є вагомим перевагою. Працюючи з класичним каналом продажів полісів, страховик повинен утримувати офіси, офісну техніку, меблі, платити оренду, тощо.

Інтернет-маркетинг дозволяє охопити споживачів у віддалених географічних регіонах, що дозволяє страховикам вийти на нові сегменти, не зважаючи на їх фінансові можливості відкриття філій в цих регіонах [4].

Відмінною ознакою України є те, що вагомим стримувальним фактором є низький рівень попиту на інновації внаслідок високого рівня недовіри споживачів до страхових компаній, а також введення інновацій, які орієнтуються на великих корпоративних клієнтів, основним пріоритетом для яких виступають конкретні якості страхового продукту, зокрема зручність та привабливість для нього [5].

Можна виокремити наступні напрямки подальшого розвитку страхового маркетингу в Україні:

- впровадження нових та вдосконалення вже існуючих маркетингових стратегій;
- розробка інформаційних систем маркетингової інформації;
- підвищення рівня страхової культури потенційних клієнтів;
- укріплення довіри населення до страхових послуг [1].

На даному етапі розвитку страхового ринку найбільш часто впроваджуються такі інноваційні зміни, як самообслуговування, дистанційне обслуговування, телефонні центри, індивідуальні консультації, зміни в кваліфікації робітників, а також комбінації різних страхових послуг для створення нових продуктів [5].

Отже, розширення діапазону використання маркетингу є одним із найбільш пріоритетних напрямків страхової діяльності. Впровадження страхових маркетингових інновацій в Україні відбувається доволі невисокими темпами, оскільки стикається з великою кількістю проблем: обмеженість спектра надаваних вітчизняними страховиками послуг, недосконалість законодавчої бази у сфері регулювання діяльності страхового ринку, недовіра населення до страхових компаній, низький рівень страхової культури, низький рівень попиту на страхові інноваційні продукти, низький рівень витрат на

інновації у структурі витрат страхових компаній, а також короткострокова орієнтація керівництва страхових компаній на прибуток.

#### Література

1. Бондаренко А.Ф. Стан та перспективи розвитку страхового маркетингу в Україні / А.Ф. Бондаренко, М.А. Моїсеєнко, А.Д. Таранченко // Гроші, фінанси і кредит. – 2016. – №12. – С. 423-427.
2. Дадико Г.Д. Маркетингові інновації як актуальний напрям розвитку страхового ринку України в сучасних умовах / Г.Д. Дадико // Економічна наука. – 2016. – №5. – С. 59-63.
3. Швець О. Напрямки впровадження інновацій у маркетинговій діяльності страхових компаній / О. Швець. // Національний університет «Львівська політехніка». – 2015. – С. 395-396.
4. Литовченко І. Інтернет-маркетинг в діяльності страхових компаній [Електронний ресурс] / І. Литовченко, О. Рулінська // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2014. – Вип. 2 (11). – С. 179-187. – Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2014/14lildsk.pdf>.
5. Забурмеха Є.М. Маркетинг страхових організацій / Є.М. Забурмеха. // Національний університет «Львівська політехніка». – 2014. – С. 137-141.

**СУХОРУКОВА ОЛЬГА**

к.е.н., доцент, доцент

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут»

м. Київ

## ПРОБЛЕМИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕДІЙНОЇ ГАЛУЗІ

Медійна галузь є сукупністю комерційних та некомерційних підприємств, що здійснюють випуск медійної продукції. Характерними рисами галузі є значна диверсифікованість продукту, присутність на здвоєному ринку, високий ступінь сприйнятливості технологічних та продуктових інновацій. До складових медіагалузі за підходом Інституту Європейського Медійного права відносяться: телебачення і радіомовлення; виробництво фільмів; музична індустрія; видавництво та збут книжкової, періодичної та рекламної продукції; інтернет-медіа; інші медіа [1, с. 37-47].

Світова медійна галузь є сектором економіки, що динамічно розвивається. Загальний обсяг світового медійного ринку у 2015 році оцінюється у 1,7 трлн. дол. Середньорічні темпи приросту споживчих витрат на медіапродукцію та розваги у 2011-2015 рр. склали 4,4%; зокрема, споживчі витрати на інтернет-медіа в середньому зростали на 7,8% кожного року.

За прогнозами до 2020 р. очікується різний темп зростання доходів медіа залежно від прийнятої бізнес-моделі: найшвидшими темпами зростуть доходи онлайн-медіа (в середньому 6,8% на рік); рекламний медіаринок зросте в середньому на 4,9% на рік; темпи зростання доходів від реалізації споживчої продукції є найменшими і складатимуть 2,6% на рік [2, с. 5].



В Україні спостерігається зниження економічної активності медійних підприємств. Так, дослідження діяльності підприємств, об'єднаних в розділ «Інформація та телекомунікації» (код за КВЕД-2010 J) засвідчує зменшення кількості медійних підприємств у 2010-2014 рр.: видавництва – на 11,9%; підприємств з виробництва аудіовізуальної продукції – на 30,1%; підприємств сфери радіомовлення та телевізійного мовлення – на 7,5%. В сфері рекламної діяльності і дослідження кон'юнктури ринку (код за КВЕД 2010 M) кількість підприємств у 2010-2014 рр. скоротилася на 10,1%.

Обсяг реалізованої продукції за період 2013-2014 рр. у сфері видавництва зменшився на 14,9%; в сфері телерадіомовлення - на 7,8%; приріст реалізації аудіовізуальної продукції склав 1,2%. У 2013-2014 рр. спостерігалось й значне падіння обсягів реалізації послуг в сфері рекламної діяльності (-15,1%).

Рентабельність діяльності підприємств медіагалузі у 2013 - 2014 рр. була від'ємною. Найнижчі показники рентабельності діяльності підприємств спостерігаються у 2014 рр. в сфері радіо- та телевізійного мовлення: для середніх підприємств телерадіомовлення вони склали (-51,2%); для малих (-42%). В сфері рекламної діяльності рівень рентабельності у 2014 р. склав відповідно (-1%) на середніх підприємствах; (-9,8%) – на малих [3, с. 379, 430].

Системними проблемами вітчизняної сфери медіа є: зниження попиту на споживчу продукцію через падіння життєвого рівня населення; зниження попиту на рекламні медіа через спад підприємницької активності; поширення нелегального користування медійною продукцією та недостатня ефективність системи захисту інтелектуальної власності; недостатній рівень інноваційної та інвестиційної активності.

Вітчизняна медіагалузь характеризується низьким рівнем взаємодії між її учасниками; існуючі медійні об'єднання та холдинги не в повній мірі реалізують переваги інтеграції. Слабко розвинутою є система дистрибуції видавничої та іншої медійної продукції. Окремі медійні підприємства створюються та функціонують лише для обслуговування політичних та бізнесових потреб засновників, не реалізуючи в повній мірі економічний та творчий інноваційний потенціал.

Сучасний медійний бізнес є складовою інформаційного суспільства та економіки як складного багатоаспектного техніко-технологічного і соціально-економічного феномену. Отже, підвищення ступеня адаптації підприємств до умов сучасного медійного ринку має враховувати наступні тенденції його розвитку:

- посилення конкуренції у сфері медіа через зростання доступності інформації та розвитку мереж її поширення;
- зростання ступеня індивідуалізації споживання медіапродукції, що обумовлює необхідність створення продукту з унікальним змістом, мультимедійними та інтерактивними функціями;
- глобалізація світового медіаринку, що водночас поєднується з процесами регіоналізації та зростання попиту на локальний медійний продукт;

- розвиток цифрових технологій, який чинить вплив на формування нових бізнес-моделей монетизації контенту; створює можливості ефективної реалізації крос-медійних стратегій;

- процеси транснаціоналізації, що виражаються у активному функціонуванні міжнародних медіаконцернів, ефективність яких обумовлена синергічними ефектами диверсифікації, масштабу тощо;

Таким чином, сучасний розвиток техніки, технологій, економічних систем ставить нові завдання перед менеджерами вітчизняних медіапідприємств, підвищуючи вимоги до їх компетентностей.

### **Література**

1. Media Market Definitions – Comparative Legal Analysis. Final Report. – Institute of European Media Law e.V. 2005. – 660 p.
2. A world of Differences. Special Report. Global entertainment and media outlook 2016-2020/ Chris Lederer, Megan Brownlow. – PwC, 2016. – 16 p.
3. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва / стат. збірник. – За ред. М. С. Кузнецової. – Київ, Державна служба статистики України, 2015. – 450 с.

**ТЮХТЕНКО Н.А.**

к.е.н., професор кафедри менеджменту і адміністрування

**ШЕРЕМЕТ Ю.Л.**

аспірант 2 року навчання

факультет економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

м. Херсон

## **МОТИВАЦІЙНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВОЮ ПОВЕДІНКОЮ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ СУЧАСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Система управління будь-якою організацією в сучасних соціально-економічних умовах складається із багатьох взаємопов'язаних компонентів, а управління людськими ресурсами, беззаперечно, розглядається як невід'ємна і вагома частина цієї системи. Посилена увага до людських ресурсів в науці і практиці бізнесу пояснюється тим, що саме працівники організації, які володіють необхідним рівнем компетентності здатні забезпечити довгострокові конкурентні переваги організації на основі постійного вдосконалення та розширення компетенцій, реалізуючи тим самим свій трудовий потенціал.

Спрямованість та інтенсивність реалізації трудового потенціалу працівників організації відображається в їхній трудовій поведінці. Як управлінська, економічна і, передусім, соціально-психологічна категорія, трудова поведінка визначається дослідниками як свідомо регульований комплекс дій і вчинків працівника, пов'язаних з поєднанням професійних

можливостей та інтересів з діяльністю виробничої організації, виробничого процесу [3].

В ідеальній соціально-трудовій ситуації набір зазначених дій в заданому напрямку реалізується через механізм самомотивації та самоналаштування працівника, які базуються на глибокому переконанні в тому, що досягнення цілей підприємства є головною умовою його власного добробуту, а робота – джерелом задоволеності, внутрішньої гармонії та саморозвитку. Це стає можливим завдяки самостійному пошуку працівником напрямів, цілей, засобів і способів задоволення потреб та підтримки цінностей. В такому випадку працівник, здійснюючи самооцінку та самокритику, отримує самозадоволення від досягнення трудових цілей і завжди прагне до самоефективності. Але, нажаль, існує занадто багато факторів здатних зруйнувати процеси самомотивації: монотонність праці, відсутність впевненості в досягненні успіху, відсутність прагнень та бажань в досягненнях, відсутність розуміння власних задач та функцій тощо. Саме тому постає необхідність регулювання трудової поведінки з боку організації, яке ґрунтується на її всебічному дослідженні та аналізі.

Спільною рисою для трудової поведінки абсолютно всіх працівників є те, що в її першооснові лежать потреби, які будучи усвідомленими працівником перетворюються в інтереси. Інтереси, в свою чергу, формують ієрархію мотивів та цінностей працівника, які є основою їхніх трудових дій і вчинків. Слід відзначити той загальновідомий факт, що цінності є усталеними переконаннями людини, які можуть формуватися і поза підприємством. Ці обставини необхідно брати до уваги, адже така сутнісна особливість цінностей ускладнює можливість впливу на них в процесі управління трудовою поведінкою працівників і потребує значних витрат ресурсів і часу. Саме тому, відповідність цінностей працівника та підприємства є сьогодні визначальним чинником в процесі набору та відбору працівників, а подальше управління трудовою поведінкою зводиться до всебічного вивчення саме її мотивів.

В предметному полі мотивів трудової поведінки працівників вважаємо за доцільне виокремити дві групи мотивів: матеріального характеру (мотив збагачення) та нематеріального характеру (незалежності, участі, престижу, безпеки, покликання, реалізації власної місії). Зазначена класифікація мотивів є основою для визначення типів трудової поведінки, які досліджено в праці Г.Волковицької [2] й поділяються на:

- прагматичний (відповідає домінуванню мотивів матеріального характеру);
- гуманістичний (відповідає домінуванню мотивів нематеріального характеру);
- партнерський (при змішаній системі мотивів);
- байдужий (при невизначеній системі мотивів).

В сучасній організаційній структурі будь-якого підприємства найчастіше зустрічається партнерський тип трудової поведінки, в якому поєднані як матеріальні, так і нематеріальні мотиви діяльності працівників, що

є підставою для дослідження співвідношення цих мотивів для досягнення успіху організації.

Особливої уваги кадрового менеджменту заслуговує дослідження байдужого типу трудової поведінки, оскільки саме тут приховано резерви підвищення ефективності управління персоналом й діяльності підприємства в цілому.

Таким чином, головні мотиви трудової поведінки працівників організації, на нашу думку, мають стати одним із пріоритетних об'єктів системи управління людськими ресурсами організації. А ефективне управління трудовою поведінкою на основі дослідження її мотивів сприятиме зростанню рівня вмотивованості працівників, формуванню корпоративних цінностей, зростанню рівня лояльності, зниженню плинності кадрів, ефективному використанню людських ресурсів організації й її успіхів в сучасному економічному просторі.

#### **Література:**

1. Брасс А.А. Трудовое поведение и мотивы сотрудников / А.А. Брасс // Инновационная стратегия устойчивого развития производства конкурентоспособной продукции и перехода организаций на новый эффективный менеджмент. Материалы XI международной научно-практической конференции. – Минск: ОАО «Гипросвязь», 2011. – С. 9-10.
2. Волковицкая Г.А. Управление трудовым поведением на основе концепции социального обмена / Г.А. Волковицкая // Вестник ВГУ: Серия: экономика и управление. – 2012. – №2. – С.119-126.
3. Доронин А.В. Управление трудовым поведением персонала / А.В. Доронин // Бизнес Информ. – 2011. – № 10. – С. 128-132.

**ТЮХТЕНКО Н.А.**

к.е.н., професор кафедри менеджменту і адміністрування

**ГАВРЕНКОВА В.І.**

аспірант першого року навчання кафедри економічної теорії

**ДАНИЛЕНКО М.В.**

магістрант першого року навчання

факультет економіки і менеджменту

Херсонський державний університет,

м. Херсон

## **СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ПОНЯТТЯ ПРОФЕСІЙНА КАР'ЄРА**

Вирішальну роль в економічному зростанні має людський капітал, який являє собою вартість закладеного у людях потенціалу давати дохід та включає в себе природні здібності людини, її талант, а також освіту і набуті навички.

Необхідність підвищення ролі людського капіталу в сучасній Україні обумовлюється загальним станом ринку праці, де передбачається збільшення вимог до ділових та особистих якостей робітника, рівня його

конкурентоспроможності. Цей рівень визначається, насамперед, професійною придатністю працівників.

Поняття «професійна придатність» є основою для розуміння процесів формування та використання людського капіталу та відповідного управління ними. Наведемо визначення цього поняття, яке, на нашу думку, можна вважати таким, що в найбільшому ступені відповідає практиці. Визначимо, що професійна придатність – це система якостей індивіда, від яких залежить успішне оволодіння професією, результати праці, які досягаються завдяки оптимальним зусиллям, а також творче відношення до праці, соціальна активність, прагнення до підвищення кваліфікації [1].

Професійна придатність передбачає існування трьох обов'язкових елементів:

- усвідомлення індивідом необхідності праці на власну користь і користь суспільства;
- узгодження професійного вибору зі станом ринку праці;
- професійні інтереси та нахили, які включають економічні, пізнавальні, творчі, професійні знання і навички, що відповідають вимогам професії, стану здоров'я, рівню працездатності та професійним здібностям.

Всі зазначені елементи професійної придатності обумовлюють становлення професійної кар'єри працівника.

Важливе методологічне значення для з'ясування змісту професійної кар'єри мають економічні категорії «професія» та «праця». Соціальна потреба у виборі людиною професії у відповідності з особливостями організму та особистості проявилась у процесі розподілу праці, який обумовлює співіснування різних видів людської діяльності у певних пропорціях між різними галузями матеріального і духовного виробництва. Розподіл праці обумовлює зростання продуктивних сил суспільства, а останні сприяють подальшому розподілу праці. В результаті виникає все більша кількість нових видів праці, збільшується чисельність професій та фахів.

Ґрунтуючись на розумінні розподілу праці, зробимо висновок, що професія – це певний вид трудової діяльності, зумовлений суспільним розподілом праці і вимагає для її виконання здібностей, теоретичних знань і практичних навичок, виробничого досвіду. Вона визначається характером створюваного продукту, знаряддям праці, що використовуються і специфічними умовами виробництва.

Важливим для розгляду професійної кар'єри є соціально-економічний процес вибору професії. «Вибір професії, – вважають П. Самюелсон та В. Нордгауз, – найважливіше рішення, яке ви робите», бо «ваше майбутнє залежить не тільки від ваших власних здібностей, а й від того, як економічні сили, що перебувають поза вашим контролем, впливають на вашу платню» [2]. Саме в процесі вибору професії відбувається формування професійної кар'єри працівника.

Визначимо, що професійна кар'єра – це самовизначення працівника, становлення його, як професіонала, кваліфікованого фахівця в своїй справі, що

відбувається протягом усього трудового життя працівника, для його особистої і суспільної самореалізації. Може реалізовуватися на різних підприємствах.

Поняття успішної кар'єри пов'язується перш за все з успішним професійним самовизначенням. Однією з популярних зарубіжних теорій є теорія професійного самовизначення Д.Сьюпера. В ній дев'ять основних положень. Одне з них свідчить: задоволеність роботою залежить від того, якою мірою людина знаходить адекватні можливості для реалізації своїх здібностей, інтересів і властивостей особистості в професійній ситуації, що в значній мірі визначається можливістю грати ту роль, яка вважалася відповідною на стадії професійного розвитку. Найважливішою значимістю професійного шляху людини є її уявлення про свою особистість – так звана «професійна Я-концепція» [3], яку кожна людина в житті втілює в серії кар'єрних рішень. Професійні переваги і тип кар'єри – це спроба відповісти на питання: «Хто я?». При цьому дуже часто людина реалізує свої кар'єрні орієнтації не усвідомлено.

У міру розгортання кар'єри відбувається розвиток професійної «Я-концепції», яка досягає зрілості тільки в результаті достатнього професійного досвіду. Звичайно на це витрачається від одного до десяти років роботи. Важливим направляючим елементом «Я-концепції» є так званий «якір кар'єри». Це поняття виникло на основі емпіричних досліджень кар'єри менеджерів. Воно відображає наявність усвідомлених пріоритетних професійних потреб в структурі особистості. «Якір кар'єри» виникає в процесі соціалізації на основі і в результаті навчання в початкові роки розвитку кар'єри, він стійкий і може залишатися стабільним тривалий час. По термінології, цьому поняттю відповідає поняття особової диспозиції вищого рівня.

Питання становлення професійної кар'єри працівників є надзвичайно актуальним для підвищення ефективності діяльності підприємства в реальному економічному просторі.

#### Література:

1. Тюхтенко Н.А. Організаційно-методичне забезпечення управління професійною орієнтацією: дис... канд. екон. Наук 08.06.02 / Н.А. Тюхтенко. – Одеса, 2000. – С. 15.
2. Самюельсон П., Нордгауз В. Макроекономіка: пер. з англ.. – К: Основи, 1995. – С. 30.
3. Проскурка Н.М. Професійна кар'єра як один із аспектів професійного розвитку особистості / Н.М. Проскурка // Вісник НАУ: Серія: Педагогіка, Психологія. – 2009. – №2. – С. 28-32.

**ШАШКОВА НІНА**  
д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту та адміністрування  
**ШАПОВАЛОВ ВЛАДИСЛАВ**  
магістрант  
Херсонський державний університет  
м. Херсон

## **МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ НА РИНКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІМЕРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

Особливістю формування маркетингової стратегії підприємства є необхідність проведення попередніх маркетингових досліджень, що базуються на синтезі багатомірних статистичних методів. Метою маркетингового дослідження стає створення аналітичної бази для прийняття маркетингових рішень, які знижуватимуть рівень невизначеності в умовах високої динаміки змін бізнес-процесів. Маркетингові дослідження являють собою багатомірний процес аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища діяльності підприємства. Цій проблемі присвячували свої наукові інтереси багато дослідників: Г.Болт, Р. Браун, Д. Кокс, Ф. Котлер, М. Мескон, Г.Багієв, Е.Голубков, А. Старостіна, О. Сорока, А. Войчак, Л. Балабанова, О. Шпичак, С. Гаркавенко, В. Герасимчук, І. Соловійов, Т. Дудар, В. Пилипчук та інші. Втім, недостатній рівень розробленості теоретичних і методичних засад реалізації маркетингових досліджень щодо попиту споживачів поліпропіленової продукції обумовив актуальність даного дослідження.

Ринок полімерів є сектором, що досить динамічно зростає на фоні збільшення виробничих потужностей, розширення сфер застосування полімерної продукції та її асортименту. Проте існують істотні перепони на шляху розвитку цього ринку, зокрема фактор захисту навколишнього середовища. Так, як зазначає Л.Бичікова у Франції, Італії, Іспанії та Японії повністю відмовилися від використання поліетиленових пакетів [1]. В Україні також розроблено проект закону «Про обмеження виробництва, використання, ввезення та розповсюдження в Україні полімерних пакетів» (№3237 від 06.10.2015 р.).

В Україні рівень споживання поліпропілену суттєво менше, ніж в європейських країнах, що відображено на рис.1.

На ринку поліпропіленових мішків України представлена як вітчизняна, так і продукція зарубіжних компаній. Досить великим попитом користується китайська продукція, яка значно дешевше і становить 30,3% ринку. Решта продукції з Турції, Індії, Азербайджану, Узбекистану та інших країн. Можна відзначити, що Україна займає 56,8 % долі українського ринку поліпропіленових мішків, в той час продукція імпортована з інших країн 43,2 %. Головні країни імпортери: Китай – 30,3 %, Індія – 2,9 %, Туреччина – 2 %, а всі інші країни займають 8% долі українського ринку.

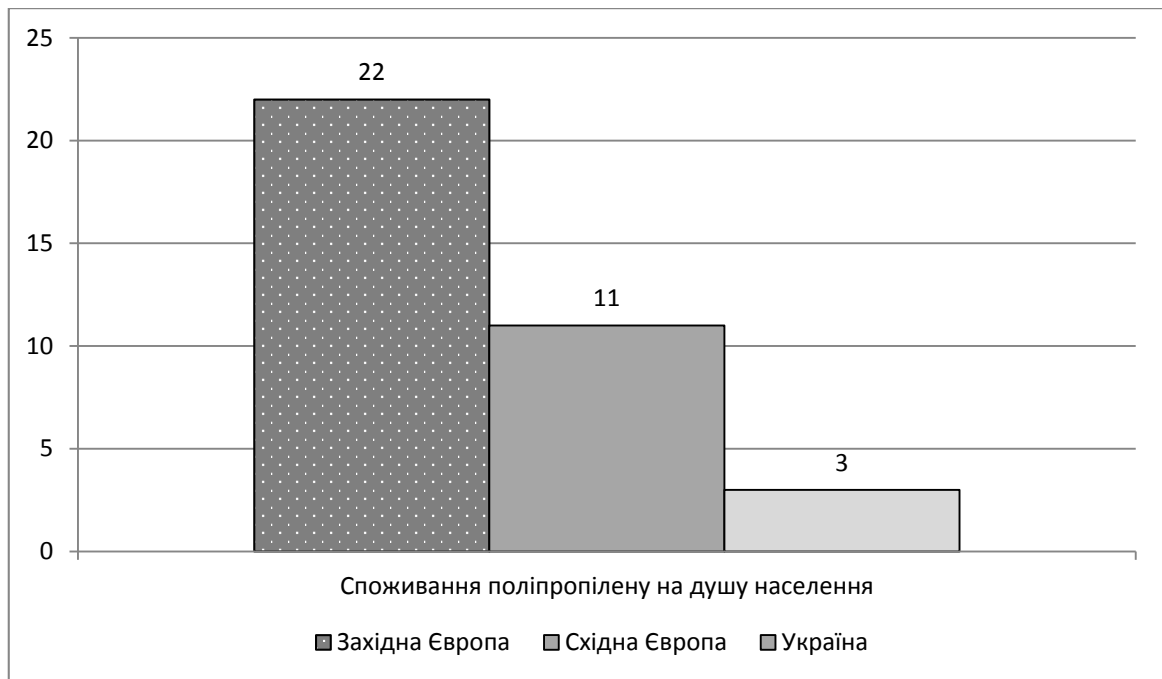


Рис 1. Споживання поліпропілену, кг /люд.\*

\*Джерело: [2]

З метою вивчення споживацьких переваг, що характеризують попит на про полімерну продукцію, та відповідного корегування маркетингової стратегії ТОВ «Амалтея» (сфера діяльності: торговельна діяльність, виробництво і продаж упаковки під різні сипучі вантажі, виробництво і продаж полімерних модифікаторів), було проведено опитування, в ході якого вдалося виявити потенційну потребу споживачів Херсонської області в поліпропіленових мішках, овочевих сітках та поліетиленових мішках. З тридцяти об'єктів спостереження лише 73,3% пунктів реалізації займаються торгівлею поліпропіленових мішків, в той час поліетиленовими мішками та овочевими сітками – 76,7% та поліетиленовими мішками – 80%, що говорить про більшу їх кількість. Виявилось, що кількість реалізованих поліетиленових мішків на 167 % більша, ніж кількість реалізованих поліпропіленових мішків.

Визначено місце виробництва реалізованих поліпропіленових мішків, овочевих сіток та поліетиленових мішків (рис 2.).

Аналізуючи місце виробництва продукції можна зробити наступні висновки: кількість вітчизняних реалізованих поліпропіленових мішків становить – 59,1%, імпортованих – 40,9%; кількість вітчизняних реалізованих поліетиленових мішків становить 75 %, імпортованих – 16,7% та власного виробництва – 8,3%; кількість вітчизняних реалізованих овочевих сіток становить 43,5%, імпортованих – 56,5%.

В ході проведеного дослідження було визначено діапазон цін, який становив для поліпропіленових мішків від 2 до 4 гривень за одиницю та не більше 3 гривень за одиницю поліетиленових мішків і овочевих сіток. Також визначено що в більшій половині випадків пункти реалізації готові перейти на продукцію місцевого виробництва поліпропіленових мішків, овочевих сіток та поліетиленових мішків.



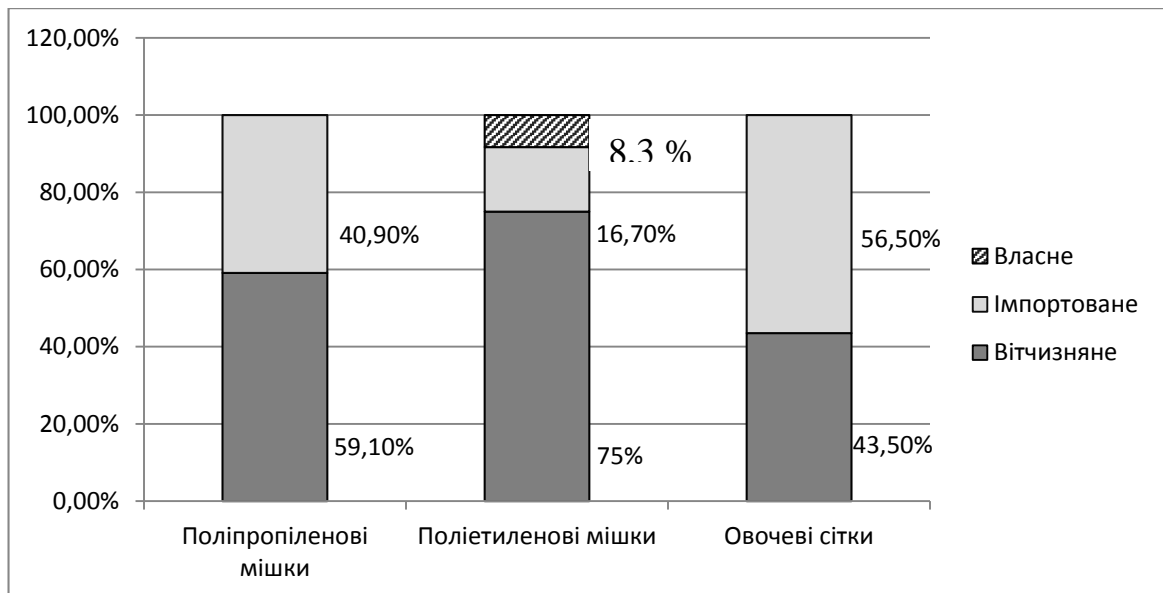


Рис.2. Місце виробництва поліпропіленових мішків\*

\*Джерело: власні дослідження

З метою аналізу вияву ступеня приналежності окремих респондентів (об'єктів спостереження) до певних однорідних груп було використано метод ієрархічного кластерного аналізу за допомогою статистичного пакету SPSS 17.0 (табл. 1)

Отже, статистична вибірка у кількості 30 спостережень розподілилася на чотири кластери. В ході кроків агломерації у перший, найбільший за кількістю кластер, увійшли 16 об'єктів спостереження, які характеризуються однорідністю за ознакою «Евклідова відстань» у внутрішньогрупових зв'язках. Кластер складається переважно з осіб, які реалізують 5-10 тис. поліетиленових мішків і від 1 до 10 тис. поліпропіленових мішків протягом року. Вони реалізують від 5 до 10 тис. овочевих сіток, позитивно відносяться до продукції місцевого виробництва поліпропіленових, поліетиленових мішків і овочевих сіток, а також переважно погоджуються реалізовувати мішки місцевого виробника (при незмінних затратах на їх реалізацію та якістю у порівнянні із попереднім постачальником).

У другий кластер були віднесені ті об'єкти спостереження, які в ході пошуку внутрішньогрупових зв'язків позначилися тим, що негативно або з підозрою відносяться до місцевого виробництва поліпропіленових мішків, овочевих сіток та поліетиленових мішків. Втім варто взяти до уваги, що у цей кластер входить незначна кількість респондентів, які реалізують найбільшу кількість поліпропіленових і поліетиленових мішків (більше 20 тис. на рік) імпортного виробництва. Кластер переважно не обізнаний із діяльністю ТОВ «Амалтея».

Третій кластер складається з об'єктів спостереження, які взагалі не реалізують поліпропіленові мішки і овочеві сітки, натомість реалізують 10-20 тис. поліетиленових мішків вітчизняного і імпортного виробництва, причому мають сумніви відносно реалізації продукції місцевого виробника.

Четвертий кластер спостережень сформувався за ознакою реалізації тільки поліпропіленових мішків до 10 тис. шт. переважно вітчизняного

виробництва, а також реалізують до 10 тис. овочевих сіток вітчизняного і імпортного виробництва порівну. Цей кластер лояльно відноситься до вітчизняного виробника і обізнаний із діяльністю ТОВ «Амалтея».

Таблиця 1

**Приналежність спостережень до кластеру (Евклідова відстань, внутрішньогрупові зв'язки)\***

Приналежність спостережень до кластеру			
I	II	III	IV
1			
	2		
3			
4			
		5	
			6
	7		
8			
			9
		10	
11			
	12		
13			
		14	
15			
16			
		17	
18			
			19
20			
21			
		22	
23			
24			
25			
26			
27			
			28
		29	
	30		
Валідні N = 30, 100 %		Пропущені N=0	

\* Джерело: Власні розрахунки

Виходячи з проведеного маркетингового дослідження особливостей реалізації поліпропіленових, поліетиленових мішків та овочевих сіток можна зробити висновок. Підприємству ТОВ «Амалтея» варто орієнтуватися на перший кластер споживачів, які реалізуються всі три аналізовані види продукції, лояльно відносяться до вітчизняного виробника, але не завжди знайомі із продукцією ТОВ «Амалтея». На нашу думку, підприємство має

додержуватися стратегії концентричної диверсифікації, яка базується на пошуку і використанні додаткових можливостей виробництва нових продуктів, що укладені в існуючому бізнесі; тобто існуюче виробництво залишається в центрі бізнесу, а нове виникає виходячи з тих можливостей, що укладені в освоєному ринку, використаній технології або ж інших сильних сторонах функціонування підприємства. Слід відмітити переваги такої концентричної диверсифікації: поєднання координації дій з великими можливостями контролю на рівні підприємства; стабільність господарських зв'язків у межах підприємства; гарантовані поставки матеріально-технічних ресурсів.

#### **Література**

1. Л.А. Бичікова. Дослідження ринку поліетиленової продукції України //Л.А. Бичікова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2013.– № 6. Т. 2. – С. 69.
2. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://ekopromtrans.prom.ua/a158549-polipropilenovye-meshki-ukraine.html>

---

## СЕКЦІЯ 12

# ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

---

**МОСТОВА ЮЛІЯ**  
**КРАЙНИК ВЛАДИСЛАВ**  
студенти ІV курсу факультету фінанси і кредит  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент Дулік Т.О.*  
Університет митної справи та фінансів  
м. Дніпро

### ОКРЕМІ АСПЕКТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПОДАТКОВИХ ПРАВОПОРУШЕНЬ В УКРАЇНІ

У сучасних умовах складних трансформаційних економічних перетворень в Україні для забезпечення необхідного обсягу податкових надходжень до бюджетів держави важливого значення набуває питання правового регулювання податкових правопорушень із застосуванням державою певних примусових заходів у сфері оподаткування.

Згідно статті 109.1. Податкового кодексу України (далі – ПКУ) податковими правопорушеннями є протиправні діяння (дія чи бездіяльність) платників податків, податкових агентів, та/або їх посадових осіб, а також посадових осіб контролюючих органів, що призвели до невиконання або неналежного виконання вимог, установлених Кодексом та іншим законодавством, контроль за дотриманням якого покладено на контролюючі органи [4].

У податковому праві розрізняють наступні ознаки правопорушень: протиправність діяння (дія або бездіяльність, що порушують норму права); винність діяння (вчинення протиправного діяння або бездіяльності умисно або з необережності).

Отже, податкове правопорушення має протиправний характер та пов'язане з невиконанням або неналежним виконанням суб'єктом оподаткування податкового обов'язку щодо своєчасності і правильності розрахунків з бюджетом і подання декларацій, за яке передбачена юридична відповідальність.

До юридичного складу податкового правопорушення входять: об'єкт правопорушення, суб'єкт правопорушення, об'єктивна сторона правопорушення суб'єктивна, суб'єктивна сторона правопорушення [3].

Усі чотири елементи податкового правопорушення є взаємопов'язаними, взаємозалежними і взаємодіють між собою. Об'єкт правопорушення взаємодіє з об'єктивним боком складу правопорушення, визначаючи шкоду від діяння.

Податкові правопорушення можуть виражатися як в дії (заниження податкового зобов'язання), так і в бездіяльності (неподання платником податків податкової декларації), що спричиняють фінансові втрати держави.

За порушення законів з питань оподаткування та іншого законодавства, контроль за дотриманням якого покладено на контролюючі органи, застосовуються такі види юридичної відповідальності: адміністративна, фінансова, кримінальна (стаття 111. ПКУ) [4].

Необхідною умовою настання відповідальності за порушення податкового законодавства є наявність трьох підстав: фактичної (склад податкового правопорушення), нормативної (норми податкового права), процесуальної (акту застосування податкового права).

Адміністративна відповідальність – це вид юридичної відповідальності, що полягає в застосуванні уповноваженим органом або посадовою особою передбаченого законом стягнення (попередження, штраф, конфіскація майна) до суб'єкта правопорушення.

Фінансова відповідальність – це фінансові санкції за податкові порушення, які застосовуються для фізичних й юридичних осіб і реалізуються у вигляді штрафів, пені, часткового або повного припинення бюджетного фінансування (ст. 111.2. ПКУ) [4].

Кримінальна відповідальність застосовується у вигляді штрафу, конфіскації майна, позбавлення волі. У випадку якщо податки несплачені у розмірі за який передбачена кримінальна відповідальність, то до безпосередніх винуватців зазначеної недоплати можуть бути застосовані санкції, передбачені Кримінальним кодексом України [1].

Отже, особливістю відповідальності за порушення податкового законодавства є її компенсаційно-каральний характер, який полягає в необхідності відшкодування державі збитків, що виникли внаслідок недоотримання податкових надходжень до бюджетів держави. Тобто відповідальність за порушення податкового законодавства об'єднує дві різні моделі юридичної відповідальності: правовідновлювальну (компенсаційну) та штрафну (каральну).

Саме це підкреслює стаття 112 ПКУ, в якій зазначено, що притягнення до фінансової відповідальності платників податків за порушення законів з питань оподаткування не звільняє їх посадових осіб за наявності відповідних підстав від притягнення до адміністративної або кримінальної відповідальності.

Таким чином, здійснені комплексні дослідження правового регулювання податкових правопорушень свідчать про те, що, на сьогодні в Україні застосовуються дієві заходи державного примусу, які нормативно врегульовані і містять ті положення, що покладені в основу функціонування органів

Державної фіскальної служби і платників податків та мають такі основні специфічні ознаки: здійснюються з метою забезпечення режиму законності у сфері оподаткування та дотримання порядку сплати податків і подання звітності; поширюються на всіх платників податків (юридичних і фізичних осіб); їх застосування є результатом реалізації державно-владних повноважень посадовими особами контролюючих органів; спонукають платників податків

до виконання конституційного обов'язку – платити законно встановлені податки і збори тощо [2].

### Література

1. Відповідальність за порушення податкового законодавства. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.banking.uabs.edu.ua/images/department/banking/discip/opodbank/Тема2.pdf>.
2. Державна фіскальна служба України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/diyalnist-/pokazniki-roboti/dinamika-podatkovogo-borg/245984.html>.
3. Куслій В.О. Податкове правопорушення: поняття, ознаки, умови і причини його виникнення / В.О. Куслій // Право і суспільство. – 2014. – №12. – С. 196-200.
4. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. №2755-VI (зі змінами та доповненнями – редакція від 01.08.2016 р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

---

## ДЛЯ ПОДАТОК

---

**НАУКОВЕ ВИДАННЯ**

**«ПРОБЛЕМИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ  
ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ:  
ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ»**

**Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції**

**ISBN 978-617-7273-46-1**

*Комп'ютерна верстка Мельникова К.В.  
Відповідальний за випуск Ушкаренко Ю.В.*

Підписано до друку 05.12.2016. Формат 60x 84/16.  
Папір офсетний Наклад 300 примірників.  
Гарнітура Times New Roman. Друк ризографія.  
Ум. друк. арк. 26,24. Обл.-вид. арк. 28,22.  
Замовлення № 424.

Книжкове видавництво ПП Вишемирський В. С.  
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру  
суб'єктів видавничої справи серія ХС № 48 від 14.04.2005 р.  
видано Управлінням у справах преси та інформації  
73000, Україна, м. Херсон, вул. Соборна, 2,  
тел. (050) 133–10–13, e-mail: vvs2001@inbox.ru