

Наукове видання



ТВОРЧИЙ ПОШУК МОЛОДІ – КУРС НА ЕФЕКТИВНІСТЬ

Тези доповідей VII Міжнародної
науково-теоретичної інтернет-конференції
молодих учених, аспірантів, студентів

25 лютого 2016 р.

Хмельницький 2016

Рекомендовано до друку рішенням вченої ради
Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту,
протокол № 5 від 16.01.2016

Програмний комітет:

Коваль Л. М. – д. е. н., доцент, ректор ХКТЕІ, голова Програмного комітету;
Дзяна О. С. – перший проректор ХКТЕІ, заступник голови Програмного комітету;
Комарницький І. М. – д. е. н., професор, проректор з наукової роботи ХКТЕІ;
Церклевич В. С. – к. п. н., проректор з науково-педагогічної та виховної роботи ХКТЕІ;
Фертюк С. В. – к. е. н., проректор з науково-педагогічної роботи, зв'язків з виробництвом та маркетингу ХКТЕІ;

Матеріали подані в авторській редакції

Творчий пошук молоді – курс на ефективність: тези доповідей VII Міжнародної науково-теоретичної інтернет-конференції молодих учених, аспірантів, студентів, 25 лютого 2016 р. – Хмельницький : ХКТЕІ, 2016. – 446 с.

Висвітлено широке коло питань з проблем та перспектив інноваційного розвитку економіки, малого бізнесу; особливостей товарознавчих аспектів управління якістю та асортиментом товарів; історико-культурологічних та політико-правових аспектів розвитку держави; історичних та сучасних проблем розвитку мови та літератури; соціально-гуманітарних проблем сучасного суспільства тощо.

Для студентів, магістрантів, науково-педагогічних та педагогічних працівників.

СЕКЦІЯ 1. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

БАЙДІКОВА К. І. ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У РЕГІОНИ	17
БЕНОВСЬКА Л.Я. МІСЦЕВІ БЮДЖЕТИ: ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОЇ СПРОМОЖНОСТІ	18
БІРГЕР Д.В. ІТ-ГАЛУЗЬ – МАЙБУТНІЙ ДВИГУН ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	20
БРИЖАК Ю.А. ОСОБЛИВОСТІ ЗАХИСТУ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ	22
БУЯР К. В. ЕКОНОМІКО-УПРАВЛІНСЬКІ МЕХАНІЗМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФІРМИ НА РИНКУ ПРАЦІ	24
ВАЛЮШЕВА К.В. РАЗВИТИЕ МЕТОДА РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ БАНКА-ЭМИТЕНТА ЦЕННЫХ БУМАГ	26
ВАСЬКО Р. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	28
ВІТ Р. В. КЛАСТЕРНІ ПІДХОДИ ДО ІННОВАЦІЙНОГО РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ У НОВИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ РЕАЛІЯХ	30
ВОВК Л.А. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ	32
ВОРОБЧЕНКО В. Ю. ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА: ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА	34
ГНЄДІЧ В. І. ЯКІСТЬ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ – КЛЮЧОВІ ВАЖЕЛІ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	36
ГОРБУНОВ Д. О. УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ НАДХОДЖЕННЯМИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ	38
ГРИНЬ МАРІ-НАДІН ПЕРЕДУМОВИ ТА ВИТОКИ ФОРМУВАННЯ ШВЕДСЬКОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ МОДЕЛІ	40
ГРОСУЛ А.В. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТО- СПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ	42

ДОВБА І. В. ВЕНЧУРНЕ ІНВЕСТУВАННЯ УКРАЇНСЬКИХ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ	44
ЄРЬОМЕНКО Ю. В. ВПРОВАДЖЕННЯ ДОСЯГНЕНЬ НАКОВО-ТЕХНІЧНОГО ПРОГРЕСУ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКЕ ВИРОБНИЦТВО	46
ЗЛОЧЕВСЬКА Д.С. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ШЛЯХ ДО УСПІХУ ШВЕЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ	49
КАЛАШНІКОВА А. К. ПОДАТКОВІ ВАЖЕЛІ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	51
КАЛЕНСЬКА А.В. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВТОСТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ	53
КАМІНСЬКА Т. П. РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ПРОБЛЕМИ ТА ЇХ ВИРІШЕННЯ	56
КЛЕЙМЬОНОВА В.В. ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОЦІНЦІ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	58
КОФАНОВ О. Є. СПОСОБИ ЗМЕНШЕННЯ ОБСЯГІВ ЗАБРУДНЮЮЧИХ РЕЧОВИН ДИЗЕЛЬНИМ АВТОТРАНСПОРТОМ	59
КУВАЄВА Т.В. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВЗАЄМОВІДНОСИН ПІДПРИЄМСТВ ГІРНИЧОГО МАШИНОБУДУВАННЯ В КАНАЛАХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ І РОЗПОДІЛУ	62
ЛИТВИНЕНКО Т.С. ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПРИКЛАДІ США	64
ЛОЯН В.А. GAR-АНАЛІЗ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПОТОЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕНТНИМ РИЗИКОМ	66
МАЗІЙ І. М. ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ СФЕРИ	69
МІШИНА О. Ю., БОДНАР А. А. ПРОБЛЕМИ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ У НАФТОПЕРЕРОБНОМУ КОМПЛЕКСІ КРАЇНИ	70
МОЗГУНОВ Д.П. ОРГАНІЗАЦІЯ СЛУЖБИ ЛОГІСТИКИ НА ПРІДПРИЯТТІИ	72

МОЩИЧ С. З.	
ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМКІВ ДЕРЖАВНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ У ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОМУ КОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ	74
НАДТОКА А. О.	
ЕФЕКТИВНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ВИРОБНИЦТВО ВИНОГРАДУ В ПРАТ “ПЕРЕМОГА”	76
ОБОЗНЫЙ Н.В.	
ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ МАРКЕТИНГОВОГО ТЕСТИРОВАНИЯ РАЗРАБАТЫВАЕМОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ	78
ПЕТРУЛЯ А.В.	
ІННОВАЦІЇ ТЕПЛОЕНЕРГЕТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ	81
ПОЛІНКЕВИЧ О.М.	
НОВА ЕКОНОМІКА ЯК ЧИННИК ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	83
ПОПЕЛИШИН О. І.	
ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ КРИТЕРІЇВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ	85
ПРОКІПЧУК М. М.	
ЕКОНОМІКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЯК СИНТЕЗ СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ МОДЕЛЕЙ	87
ПУГАЧ А. М.	
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СФЕРІ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА	89
РАДЬКО А. О.	
СУТНІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ ЯК СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІКИ	92
СТЕПАНОВ Д. М., КОФАНОВ О. Є.	
ПІДВИЩЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ВИРОБНИЦТВА ТА ВИКОРИСТАННЯ БІОПАЛИВА	94
СУРКОВА В.О.	
ВИРОБНИЦТВО ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ – ШЛЯХ ДО ПОКРАЩЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ	96
ТКАЧЕНКО О. С.	
ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ НЕПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	99
ФІЛІПШИНА К. І.	
ПРИНЦИПИ ОЦІНКИ ТА АНАЛІЗУ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ	101
ХУДЯКОВА Л.К.	
МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	103
ШАРА В.І.	
ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ	105

ЮСКОВИЧ В. В.	
ЕКОНОМІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ТА СУТНІСТЬ ПРИБУТКУ	107
ГНАТЮК Н. О.	
ПАРАДОКСАЛЬНА ПРИРОДА ІНТЕГРАЦІЙНИХ ЗРУШЕНЬ УКРАЇНИ	110

СЕКЦІЯ 2. ОБЛІК І АУДИТ: ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ, МЕТОДОЛОГІЇ І ОРГАНІЗАЦІЇ

БАБАК І. В.	
ОСНОВНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВОГО ЛІЗИНГУ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	115
БАРАНЮК М. С.	
ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ПОВЕДІНКА ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА	117
БЕРЕГОВЕНКО Т. Ю.	
ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ МЕТОДАМИ НАРАХУВАННЯ АМОРТИЗАЦІЇ ТА ФІНАНСОВИМ РЕЗУЛЬТАТОМ ПІДПРИЄМСТВА	118
БЕРЕЗОВА І. О.	
ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	120
ВЕЛІНЕЦЬ Н. В.	
ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ	122
ВИСЛОБОДСЬКА М. П.	
МІСЦЕ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В СИСТЕМІ НАУК	124
МЕЛЬНИЧУК І. І.	
МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЗВІТУ ПРО СУКУПНІ ДОХОДИ: ВІТЧИЗНЯНА ТА ЗАРУБІЖНА ПРАКТИКА	127
БЕЙГУЛ Т. О.	
НЕОБХІДНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ АУДИТУ ДЛЯ ВНУТРІШНІХ ТА ЗОВНІШНІХ КОРИСТУВАЧІВ	129
ДЕМЯНИК Л. Г.	
УПРАВЛІННЯ ПОДАТКОВИМИ ПЛАТЕЖАМИ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	131
ДІХТЯР М. В.	
ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ НЕОФІЦІЙНОЇ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ	133
ЗАВОРОТНА В. В.	
ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РУХУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА НАРАХУВАННЯ ЇХ АМОРТИЗАЦІЇ	135
ІВАЩЕНКО М.В.	
ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ І ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА ТА ВПЛИВ ЇХ НА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	137

КОЗАК О. УДОСКОНАЛЕННЯ АУДИТУ ГРОШОВИХ КОШТІВ	139
КОНДРАТЮК І. В. ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ В УКРАЇНІ	142
КОФАНОВ О. Є., БОРИСОВ О. О. ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ В АВТОТРАНС- ПОРТНОМУ КОМПЛЕКСІ – ЕКСПРЕС-ОБЛІК НАФТОПРОДУКТІВ	144
КРАСЮК А. В. ОСНОВНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ	147
МАЛОВІЧКО М. С. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ЕКСПОРТУ ТОВАРІВ НЕРЕЗИДЕНТУ БЕЗ ВИВЕЗЕННЯ ЗА МЕЖІ МИТНОЇ ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ	149
МАРТИНІВ І. К. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ У ЗАКОНОДАВСТВІ УКРАЇНИ	151
НОВАК Р. В. РЕОРГАНІЗАЦІЯ КАСИ: НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ	153
ОВОД А. В. ВИПЛАТИ ПЕРСОНАЛУ: МІЖНАРОДНИЙ ТА НАЦІОНАЛЬНИЙ ПОГЛЯД НА ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ	156
ОНИЩЕНКО М. О. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ	158
ОТКАЛЕНКО О. М. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ	160
ПОНОМАРЬОВА І. В. ВДОСКОНАЛЕННЯ ПОДАТКОВОГО КОНТРОЛЮ В СФЕРІ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ГРОМАДЯН ВІД ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	162
ПРОНОЗА Т. О. ПОДАТКОВА ЗВІТНІСТЬ ДЛЯ ЦІЛЕЙ ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ	164
РУДЕНКО С. Г. ДЕЯКІ ПРОПОЗИЦІЇ З УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ	167
СИНЬОГУБ М. В. ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ	169
СУПЛЯКОВА О. В. СТРАТЕГІЧНИЙ УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ	171

ТЕЛЬШС К. І.	
ОБЛІК ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ЗАПРОВАДЖЕННЯ МСФЗ В УКРАЇНІ	173
ТКАЧУК Г. О., ГОЛИК Г. О.	
ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДАННЯ ТА ПОДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ	175
ФІЛЕНКО А. В.	
МОЖЛИВОСТІ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ АВТОМА- ТИЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ	178
ХОДЗИЦЬКА В. В.	
НАПРЯМИ СТРАТЕГІЧНОГО ПРОЦЕСИНГУ ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ	180
ХОМЕНКО Я. С.	
ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	182
ЦАРУК В. О.	
ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ АУДИТУ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	184
ЧОРНОМОРЕЦЬ М. В.	
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РЕЗЕРВУ СУМНІВНИХ БОРГІВ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ	187
ШМИГЕЛЬСЬКА О. С.	
РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	188
СЕКЦІЯ 3. ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	
АГРЕС О. Г.	
СУТНІСТЬ БОРГОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ	192
БАРБОСОВА Ю. С.	
ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У РОЗВИНЕНИХ КРАЇНАХ	194
БОРОДАЙ А. О.	
СТРАТЕГІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ	195
ВАСЮХНИК Т. М.	
ВПЛИВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ І ФІНАНСОВУ БЕЗПЕКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	197
ГЛУЩИШИНА Ю. І.	
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОРТФЕЛЯ ЦІННИХ ПАПЕРІВ БАНКУ	199
ГОЛОВЧЕНКО О. Р., ТАРАСЮК К. В.	
ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ В КРАЇНАХ З ПЕРЕХІДНОЮ ЕКОНОМІКОЮ: ІНСТИТУЦІЙНИЙ ПІДХІД	200

ГРИНИШИН О. КРЕДИТНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	202
МОВЧАН Т. А. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ БАНКІВСЬКИХ РИЗИКІВ	204
ПАРХОМЕНКО Ю. В. КОГНИТИВНІ АСПЕКТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТІ ЦЕНТРАЛЬНИХ БАНКІВ	206
ДЯЧУК С. В. ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	208
ЄВТУШИК Я. Ю. АНАЛІЗ РОБОТИ ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ	209
КОВАЛЬЧУК А. В. ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ЯК НАЙВАЖЛИВІША СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ	212
КОЛОДІЙ А. В. АКТУАРНІ РОЗРАХУНКИ У СИСТЕМІ ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ	214
КОШЕВАРОВ А. М. СУТНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	216
КУЗНЕЦОВ Д. М. ОПТИМІЗАЦІЯ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКА	219
ЛИЗАК М. П. СУЧАСНИЙ СТАН БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ	220
ЛУЦЕНКО О. В. ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ І ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ	222
МАНАЩУК Я. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	224
МЕДИНСЬКА Т. В., МАЛЕЦЬ А. Т. ПОДАТКОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЯК ОДИН ІЗ ЕЛЕМЕНТІВ ДЕРЖАВНОГО ПОДАТКОВОГО МЕХАНІЗМУ	227
МЕДИНСЬКА Т. В., ЧЕРЕВАТА Р. Ю. ЄВРОПЕЙСЬКА ПРАКТИКА ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ	229
ОСТРОВСЬКА В. ПРОБЛЕМИ НАПОВНЕННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В УКРАЇНІ	231
ПЕТЧЕНКО М. В. КОНЦЕПТУАЛЬНА СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА БАЗІ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ	233

ПІСКОР Н. М. ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ РОЗРАХУНКІВ ТА КРЕДИТУ В ТРАНСКОРДОНИХ ОПЕРАЦІЯХ	235
ПОКИНЬБРОДА О. А. НЕОБХІДНІСТЬ ОЦІНКИ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	237
РУШАНЯН О. С. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ ЯК ОСНОВНА СКЛАДОВА РИЗИК-МНЕДЖМЕНТУ БАНКУ	239
РУЩИШИН Н. М., ПРИТУЛА Н. М. РОЛЬ ПРИБУТКУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКУ	241
РУЩИШИН Н. М., ГАЛЬКО Н. В. РЕАЛІЇ МІЖНАРОДНОГО ОПОДАТКУВАННЯ ТА ЗМІНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	244
САВИЦЬКА О. І. ПРІОРИТЕТНИЙ РОЗВИТОК ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕГІОНУ	247
САВЧУК Н.С. ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНИХ ТА МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТИВ	249
СЕМІЛІТ І. В. ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ФАКТОРИ, ЩО НА НЕЇ ВПЛИВАЮТЬ	253
СИМЧИЧ Х. В. ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДУ І СТРУКТУРИ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА	255
СОЛТИС І. В. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТОКУ КРЕДИТУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	259
СТЕПАНОВ Д.С. ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА – СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН	261
СУЩУК Ю. С., КАШПЕРСЬКА О. В. МІЖБЮДЖЕТНІ ВІДНОСИНИ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	264
СХІДНИЦЬКА Г. В. ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ	268
ТВЕРДОХЛІБ К. О. СУТНІСТЬ ДЕФІНІЦІЇ «МАТЕРІАЛЬНІ ОБОРОТНІ АКТИВИ»	271
ТОМАШЕВСЬКА О. В. ВПЛИВ ЗМІН ВАЛЮТНОГО КУРСУ НА БАНКІВСЬКИЙ СЕКТОР	273

УЛАНОВА А. П. БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	275
ХАРЧУК С. В. ВИДИ ЕКОЛОГІЧНИХ ПОДАТКІВ ТА ЇХ ЧАСТКА В ЗАГАЛЬНОМУ ОБСЯЗІ ОПОДАТКУВАННЯ ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН	277
ХОМИШИНЕЦЬ Н. Б. СТРАХУВАННЯ ВРОЖАЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КУЛЬТУР: ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	279
ШАВЛАК М. А. ОСОБЛИВОСТІ ДІАГНОСТИКИ ПРОБЛЕМНИХ СИТУАЦІЙ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	281
ШКВАРОВСЬКА Я. Г. ПРОБЛЕМА ЗОВНІШНЬОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	283

СЕКЦІЯ 4. ТЕОРЕТИЧНІ І ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОГО ТОВАРОЗНАВСТВА

ГНЄДІЧ В. І. БЕЗПЕЧНІСТЬ ТА ЯКІСТЬ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ КИЇВСЬКОГО РЕГІОНУ	286
ГНЄДІЧ В. І. ГЕНЕТИЧНО-МОДИФІКОВАНІ ПРОДУКТИ – СТАН ТА ПРОБЛЕМИ: УКРАЇНСЬКИЙ ВИМІР	288
ГОЛЬ А. О. СТАН РИНКУ СЛАБОАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ В УКРАЇНІ	290
МЕЛЕЧКО А. О. ВИВЧЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА, ВСТАНОВЛЕННЯ РІВНЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ (НА ПРИКЛАДІ ПП «КАСАТКА УК»)	291
ПЕТИК А. В. БЕЗПЕКА СПОЖИВАННЯ ТОВАРІВ: ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ	295
ПРИСЯЖНА М. І. ПРОВІДНІ ТОРГОВЕЛЬНІ МЕРЕЖІ У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ СВІТУ	298
ХРАБРИХ М. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У СФЕРІ ПОСЛУГ	300
ЧЕРНОУС М. «ВИКОРИСТАННЯ РОСЛИННОЇ СИРОВИНИ У ВИРОБНИЦТВІ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ»	302

СЕКЦІЯ 5. МЕНЕДЖМЕНТ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

АБРАНАМ USMAN HАВІВ SUCCESSFUL SECRETS OF MANAGEMENT STYLE	306
АВРАМЕНКО А. В. ОЦІНКА ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	307
АНДРУШКІВ І. П. РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ У БАНКУ	309
АНДРЮШКІНА В. А. ДВОСТОРОННЯ ТОРГІВЛЯ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	311
АТАМАНЧУК А. В. СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ФОРМУВАННІ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ ПРОЕКТНИХ КОМАНД	313
БАГДАСАРЬЯН К. А. СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ФОНДУ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ	316
БОРУЛЯ А. А. СТРАТЕГІЧНІ ЗМІНИ ЯК СИСТЕМНА ПРОБЛЕМА	318
БЕВЗ І. О. ПІДСИСТЕМА АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА РІЗНИХ СТАДІЯХ РОЗВИТКУ КРИЗОВИХ ЯВИЩ НА ПІДПРИЄМСТВІ	321
БУРУЛЯ С. М. УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	323
ВЕРЕТЮК К. В. СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ ЯК ІНСТРУМЕНТ МОТИВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ	325
ВИШОВСЬКИЙ Д. М. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	327
ГНЄДІЧ В. І. ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА КРАЇНИ – ОДНА З ОСНОВНИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ КП «БІЛОЦЕРКІВХЛІБПРОДУКТ»	328
ДУБЧУК О. С. ІНТЕРНЕТ ЯК ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ, ЙОГО СПЕЦИФІКА ТА МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	330
ЗЕЛЕНЯК І. М. ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПЕРСОНАЛУ	333
КРАСІН В. Р. ОЦІНКА СТАНУ ТА ПЕРШОЧЕРГОВІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ТВАРИННИЦТВА	335

ЛИСЕНКО Г. П. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГАЛУЗІ ТА ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА НЕЇ	337
МАЛИШ И. А, БАХИР Т. С. ОСОБЕННОСТИ И ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ АГРАРНОГО МАРКЕТИНГА	339
МІЛАШ Р. А. ЗАРОБІТНА ПЛАТА ЯК ІНСТРУМЕНТ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ТРУДОВОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ	341
МУЖ П. О., ЖИВКО О. В. ПРОЯВИ ГРІНМЕЙЛУ ТА РЕЙДЕРСТВА В УКРАЇНСЬКІЙ ЕКОНОМІЦІ	343
МУЛЬГИН В.С. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	346
РОЗУМНА А. УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА	348
СОЙМА С. Ю. ЕКОНОМІЧНІ МЕТОДИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ	349
ТЕРЕНТЬЄВ В. А. СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ОЗНАК КЛАСИФІКАЦІЇ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА	351
ТРИЩУК О. М. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ГЕРІАТРИЧНИХ УСТАНОВ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ	353
ТРУБЕЙ К. А. БАЗОВІ СКЛАДОВІ РИНКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	355
ФАСТІВЕЦЬ Д. С. ВИЗНАЧЕННЯ КЛЮЧОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	357
ФЕСЕНКО А. С. РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ОПЕРАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	358
ШМИГОВСЬКА О. Г. ОСНОВНІ АСПЕКТИ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «ЗАЙНЯТІСТЬ НАСЕЛЕННЯ»	360
ЮНИК Д. С. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	362
ЯРОПУТ С. С. ОБГРУНТУВАННЯ ПОШУКУ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА	362
ЯЦЮК Л. М. ПРОЦЕС ПРИЙНЯТТЯ ГОСПОДАРСЬКИХ РІШЕНЬ	367

СЕКЦІЯ 6. МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ ТОРГІВЛІ, ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

АНДРІЙЧУК М. В.

МАРКЕТИНГ СТАРТАПУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ДОСЯГЕННЯ УСПІХУ 371

ВОЛЬНИХ А. І.

МЕНЕДЖМЕНТ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА 375

ГУДЗЬ О. І.

СТАНДАРТИЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ЯК ЧИННИКИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ 378

ДАНЬКО А. С.

ОСОБЛИВОСТІ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ У ТОЧКАХ ПРОДАЖУ ДИТЯЧИХ ТОВАРІВ 380

ДУБОК А. Ю.

ІНСТРУМЕНТИ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ТА ЇХ ГЕНЕЗИС В СУЧАСНОМУ МАРКЕТИНГОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ 381

ДЬОМІЧЕВА А. Ю.

ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ 383

ЗАРВА А. В., ЗАРВА М. О.

СТРАТЕГІЯ УСПІШНОЇ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИ ВИХОДІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК 385

ЩЕНКО М. І.

ІНТЕГРОВАНІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ НА ПРИКЛАДІ ДП «АЛЬМА-ШКІРГАЛАНТЕРЕЯ» 387

КОМАРНИЦЬКА Г. О.

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА МІСТА 389

НАЗАРКО М. Б.

ПРОЕКТ СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ДИТЯЧОГО ОДЯГУ 392

НОВАК Д. А.

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПОРЯДОК ЗДІЙСНЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ 393

СВИСТУН О. М.

УПАКОВКА ТОВАРУ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ 395

СТЕЦЕНКО О. В.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ 397

ШИМЧАК Т. В.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗРОБЛЕННЯ РЕКЛАМНОЇ СТРАТЕГІЇ 403

ЯВОРСЬКА К. М.

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ В ТОРГОВОМУ ЗАЛІ МАГАЗИНУ 405

СЕКЦІЯ 7. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

БОЯРОВА В. М. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУХНІ ІТАЛІЇ	409
ФІЛОНЕНКО А.В. ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ КОНСЕРВУВАННЯ ПЛОДОВО-ЯГІДНОЇ СИРОВИНИ	411
ДИТЮК Ю. С., БІЛИЙ ЛЮПИН – ДЖЕРЕЛО ХАРЧОВИХ ВОЛОКОН	412
ДОЧИНЕЦЬ І.В., ПАРХОМЕНКО Л.І. РОЗРАХУНОК ЕНЕРГОВИТРАТ ЛЮДИНИ ТА ЇЇ ПОТРЕБ У ХАРЧОВИХ РЕЧОВИНАХ	414
ДЗЯНА О. С., КУЧЕРУК С. А. ПОНЯТТЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	416
КІТНИК Ю. ВІЙСЬКОВО-ІСТОРИЧНІ РЕКОНСТРУКЦІЇ ЯК СКЛАДОВА ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ	418
КРАВЕЦЬ О. П. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ	420
ЛЕВКУН К., ПОЛЬОВИК В. АНАЛІЗ АНТИОКСИДАНТНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ НЕ ТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНИ ДЛЯ ВИГОТОВЛЕННЯ ЗБИВНИХ СОЛОДКИХ ДЕСЕРТІВ	422
ЛЕНЧИЦЬКА Н. Д. СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНА ПРАКТИКА СТАНДАРТИЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ	424
МАРЧУК І. Р. ТУРИСТИЧНІ МОЖЛИВОСТІ СУЧАСНОГО МЕДЖИБОЖА ЯК ОСЕРЕДКУ ПАЛОМНИЦТВА ХАСИДІВ	426
ПЕРЕСІЧНА С. М., КОНКУРЕНТОПРИДАТНІСТЬ І СОЦІАЛЬНИЙ ЕФЕКТ КУЛІНАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ ДЛЯ СТУДЕНТІВ	429
ПРОКОПЕНКО Л. В., ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНОЇ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ	431
СЕКЦІЯ 8. МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ	
НАЗАРКЕВИЧ О. Б. КОНЦЕПТУАЛЬНО-СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО- ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ОБСЛУГОВУЮЧОЇ КООПЕРАЦІЇ	437
ПЕЛЮХ Т. С. РИЗИКИ СТОСОВНО ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ	439
СМУЛЬСЬКА О. О. ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У СФЕРІ ІНТЕРНЕТ-ПОСЛУГ	441
ЮРЧЕНКО Н. С. РОЛЬ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У МОЛОКОПЕРЕРОБНОМУ ПІДКОМПЛЕКСІ	443



СЕКЦІЯ 1

**ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

25 лютого 2016 р.

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ

ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У РЕГІОНИ

Байдікова К. І.,

студентка групи БА-51м Харківського державного університету харчування та торгівлі

Науковий керівник: **Мілаш І. В.**

к.е.н., доцент, професор кафедри економіки та управління Харківського державного університету харчування та торгівлі

Довгі роки Україна залишалася без затвердженої цільної концепції державної регіональної політики. Це не могло не позначитися на диспропорціях у розміщенні продуктивних сил і гальмуванні соціально-економічного розвитку. Комплекс недосконалостей призводив до подальшого загострення багатьох соціальних, економічних і екологічних проблем.

Враховуючи реалії сьогодення, стратегічним завданням розвитку регіонів України є створення моделі залучення інвестицій. Саме інвестиції визначають динаміку у фундаментальних економічних процесах відтворення, які відбуваються як на рівні господарства всієї країни, так і в територіальному розрізі. Від кількісних і якісних характеристик інвестицій залежить виробничий потенціал регіону, ефективність його функціонування, галузева структура суспільного виробництва. Тому важливим є визначення правильних напрямків політики залучення інвестицій на рівні областей. Актуальність проблеми залучення інвестицій у окремий регіон зумовлена інтенсивністю розвитку підприємництва та потребою підприємств досягати конкурентних переваг з метою забезпечення ключових факторів успіху на ринку.

Питання інвестиційного клімату в Україні, її відкритості для іноземних інвесторів перебувають у центрі уваги. Наша держава пройшла етап усвідомлення важливості залучення іноземних інвестицій як необхідної передумови стабільного розвитку та підпорядкування цьому завданню всієї державної політики. Однак рівень інвестування, на жаль, ще зовсім не відповідає бажаному. Адже саме інвестиційний клімат є показником зростання економіки країни, рейтингом довіри з боку потенційних вкладників. Показовою в цьому плані є структура інвестиційної привабливості регіонів, яка взаємопов'язана з економічною ситуацією в них. До сьогоднішнього дня Україна залишається на останніх місцях світових рейтингів провідних рейтингових агентств, оцінки яких використовуються більшістю інвесторів як головний індикатор сприятливості середовища країни до іноземного капіталу.

Україна володіє значним інвестиційним потенціалом, що пов'язано з вигідним географічним розташуванням, природно-кліматичними умовами, трудовими ресурсами та досить високими темпами економічного зростання упродовж останніх років. Водночас обсяг і рівень залучення іноземних інвестицій у вітчизняну економіку залишається невиправдано низьким.

Головними економічними чинниками, що сприяють залученню інвестицій, аналітики визначають успішну економічну трансформацію, лібералізацію законодавства, послідовну економічну політику і стабільне зростання валового внутрішнього продукту. Ключовим елементом політики економічного зростання є подальше нарощування інвестицій та підвищення їх ефективності.

Порівняння потенціалу розвитку підприємництва в регіонах та інвестиційного клімату дає можливість виявити лінійну залежність: чим вищий потенціал, тим сприятливіший клімат для інвестування у цей регіон.

В інвестиційній політиці необхідно враховувати потенційні можливості кожного регіону, виявляти сприятливі сектори укладання прямих коштів, інвестувати програми, спрямовані на розвиток зайнятості. Послідовна робота з підвищення інвестиційної привабливості є фактором зростання інвестицій.

На нашу думку, на сучасному етапі одним з головних стимулів, яким керується потенційний інвестор при прийнятті рішення про інвестування, є масштаби внутрішнього ринку і сукупний споживчий попит.

Країна приваблива для капіталовкладень тоді, коли вона знаходиться на етапі економічного зростання. При цьому, важливим фактором стримування темпів інвестування є недостатній розвиток ринкової інфраструктури.

МІСЦЕВІ БЮДЖЕТИ: ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОЇ СПРОМОЖНОСТІ

Беновська Лілія Ярославівна,

к. е. н., науковий співробітник ДУ «Інститут регіональних досліджень НАН України»

Для успішного функціонування бюджетної системи на рівні місцевого самоврядування необхідно забезпечити належний рівень фінансування суспільних послуг. Однак основною проблемою місцевих бюджетів регіонів України є низький рівень їх фінансової спроможності, зумовлений відсутністю ефективного механізму фінансового забезпечення місцевих бюджетів та стимулів у органів місцевого самоврядування до активного пошуку додаткових фінансових ресурсів, значними асиметріями соціально-економічного розвитку регіонів, розбалансованістю місцевих бюджетів, недосконалістю міжбюджетних відносин. В сучасних умовах зроблено перші кроки в напрямку реформування бюджетної сфери, в основу якого покладена нова концепція співпраці в форматі „центр-регіон”, направлена на підвищення фінансової спроможності територіальних громад, розвитку ефективної територіальної організації органів місцевого самоврядування та підвищення якості наданих суспільних послуг.

Існуючий на сьогодні низький рівень фінансової спроможності місцевих бюджетів зумовлений, з однієї сторони, надмірною фінансовою залежністю регіонів від центру та високою дефіцитністю бюджетів, що не дозволяє територіальним органам виконувати свої функції в повній мірі, а з іншої сторони, низькою

ефективністю управління формуванням та використанням фінансових ресурсів місцевих бюджетів. Основними проблемами та характеристиками низької фінансової спроможності місцевих бюджетів адміністративно-територіальних одиниць, на наш погляд, є:

Недостатній вплив місцевих податків і зборів на обсяги дохідної частини місцевих бюджетів. До 2010р. частка місцевих податків і зборів у доходах місцевих бюджетів була дуже мізерною і змінювалась з 1,6% у 2006р. до 1,0% у 2010р. З прийняттям Податкового кодексу у 2010р. та скасування 15 видів податків і зборів, що існували з 1993р., і введення 5 (податок на нерухоме майно, єдиний податок, збір за провадження деяких видів підприємницької діяльності, збір за місця за паркування транспортних засобів, туристичний збір), ситуація дещо змінилась на краще : частка місцевих податків і зборів у всіх доходах зведеного бюджету країни склала у 2013р. 3,12%. Однак така частка місцевих податків і зборів є низькою і такою, що не забезпечує фінансову спроможність територіальних громад. Для порівняння: у Франції частка місцевих податків у доходах місцевих бюджетів складає 67%, США – 66%, Німеччині – 46%, Великобританії – 37% [2]. В структурі місцевих податків і зборів України найбільшу вагу має єдиний податок для суб'єктів малого підприємництва, частка якого у 2014 р. склала близько 90%. Дуже незначною є частка новоствореного податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки.

Відсутність реальних стимулів до підвищення рівня ефективності управління дохідною частиною місцевих бюджетів, що зумовлено тривалим застосуванням принципу покриття нестачі фінансових ресурсів місцевих бюджетів трансфертами з державного бюджету. До 2015 року основною складовою державних трансфертів близько половини була дотація вирівнювання. Тотальна дотаційність місцевих бюджетів поставила під сумнів ефективність існуючої системи фінансового вирівнювання. Адже дотація вирівнювання надавалась понад 90% всіх бюджетів України [3].

Починаючи з 2015 р. відбулись значні зміни у формуванні міжбюджетних відносин, що вплинули на рівень фінансової стійкості місцевих бюджетів та можливості формування бюджетів розвитку. Зокрема, дотація вирівнювання була замінена базовою дотацією. Трансферти з державного бюджету тепер надаються лише для вирівнювання податкоспроможності територій залежно від рівня надходжень на одного мешканця. Механізм вирівнювання передбачає, що місцеві бюджети з індексом надходжень нижче 0,9 середнього показника по Україні, отримують базову дотацію 80% суми необхідної для досягнення показника 0,9. При надходженнях від 0,9 до 1,1 вирівнювання не здійснюється, а при більше 1,1 відбувається вилучення реверсної дотації (50% обсягу перевищення при значенні індексу 1,1). Слід наголосити, що вирівнювання здійснюватиметься лише за двома показниками: податком на прибуток підприємств для обласних бюджетів та податком на доходи фізичних осіб для бюджетів міст, районів та обласних

бюджетів. Вирівнювання за іншими платежами не здійснюється, а в повному обсязі залишається в розпорядженні місцевих органів влади. Таким чином, система вирівнювання є більш прогресивною ніж система балансування, так як сприяє зацікавленості місцевих органів влади залучати додаткові надходження та розширяти наявну базу оподаткування [1].

Відсутність можливостей впливу на розвиток регіонів через низькі обсяги бюджетів розвитку місцевих бюджетів. В Україні склалась ситуація, коли бюджетні кошти хоч і є невід'ємною частиною загальних інвестиційних ресурсів системи суспільного відтворення, однак їх обсяги є дуже мізерними. Існує постійна тенденція зниження частки капітальних інвестицій з місцевих бюджетів у загальному обсязі інвестицій – з 4,6 % у 2008 р. до 3,4 % у 2015р. Окрім незадовільного фінансового забезпечення місцевих бюджетів розвитку, важливою проблемою є те, що вони не виконують, покладеної на них, інвестиційної функції, а все частіше фінансують лише капітальні видатки, зокрема, видатки спрямовані на капітальний ремонт об'єктів соціально-культурної сфери та житлово-комунального господарства.

Використана література:

1. Бюджетний кодекс України від 9. 07.2010р. №2456-VI [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>
2. Ольшанський О. Фінансове забезпечення розвитку територіальних громад [Електронний ресурс] / О. Ольшанський // Режим доступу <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/putp/2012-2/doc/3/04.pdf>
3. Сторонянська І. З. Фінансова спроможність регіонів у контексті бюджетно-податкової децентралізації [Текст] / І. Сторонянська, Л. Бенюк // Фінанси України. – 2015. – №6. – С. 44-57.

ІТ-ГАЛУЗЬ – МАЙБУТНІЙ ДВИГУН ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Біргер Д. В.

студент групи ЕП-22 Інституту економіки та менеджменту Національного університету “Львівська політехніка”

Науковий керівник: Петрушка Т. О.

к.е.н, доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій Національного університету “Львівська політехніка”

У зв'язку із останніми подіями, які відбулись в Україні, основним завданням уряду є термінове здійснення заходів, які дозволять стабілізувати ситуацію в економіці та забезпечити її зростання та розвиток. Найбільш динамічним сегментом економіки України, темпи зростання якого, на відміну від традиційних галузей, не знижувались навіть в роки світової кризи, є галузь інформаційних технологій. В таких складних умовах, саме вітчизняна ІТ-індустрія може стати локомотивом економіки країни, оскільки продукція та послуги, що створюють підприємства цієї

галузі, широко користуються попитом у іноземних компаній, а їх використання підприємствами сприяє підвищенню ефективності економіки в цілому.

Саме зайняті в ІТ-індустрії українці формують привабливий інвестиційний імідж нашої країни, успішно працюють з провідними міжнародними компаніями, сприяють залученню інвестицій і зміцненню економіки. Очікується, що в 2016-2020 роках сукупні податкові надходження від ІТ в бюджет складуть 36 млрд гривень, а внесок ІТ-індустрії у ВВП країни досягне 5,7% в 2020 році [4]

ІТ індустрія України сьогодні – це третя індустрія України з обсягом експорту близько 2 млрд доларів в рік з прогнозом росту до 7,7 млрд доларів до 2020 року. Це близько 80 тис. зайнятих осіб в 2015 році з ростом 10 тис. осіб щорічно. Це створення однією особою, зайнятою в ІТ, 3-4 додаткових робочих місця в суміжних сферах. Це третє місце в Центральній та Східній Європі за обсягом ринку та кадровим потенціалом. Це перше місце в Європі та четверте місце в світі за обсягом постачання послуг (після США, Індії та Філіппін).

Зацікавленість ІТ-сферою зростає у всьому світі. Держави-глобальні конкуренти України все більше концентрують свою увагу на покращенні бізнес клімату для сприятливого росту ІТ бізнесу на їх території. Дефіцит ІТ кадрів в Європі до 2020 року складає 900 тис. осіб, в Польщі – 50 тис. осіб. За сприятливих умов частину цієї ніші може зайняти Україна. Це наше вікно можливостей.

Існує багато можливостей для розвитку в ІТ-галузі [2]. На базі широкого залучення і розвитку кваліфікованих ІТ-фахівців створюється екосистема для розвитку не тільки аутсорсингових компаній, а і стартапів і e-commerce ініціатив, e-government і т.п. У системі освіти необхідно налагодити більш тісну взаємодію між ВУЗами та бізнесом, обмін досвідом зі світовими університетами з підготовки ІТ-фахівців, підтримати освітні ІТ-стартапи.

Достатньо повно стан ІТ-галузі в Україні відображає аналітична група DOU.ua, яка щоквартально публікує топ-25 українських ІТ- підприємств за кількістю персоналу. Щороку протягом 2010-2015 р.р. до цього списку входило не менше 10 власне українських ІТ-підприємств, в яких зосереджено біля 30% працівників, і 15 підприємств з іноземними інвестиціями, в яких відповідно працювало біля 70% ІТ-фахівців [3]. Згідно цих даних за кількістю представництв великих ІТ-організацій провідні позиції займає Київ. Поряд з цим варто відзначити зростання ролі Львова, який разом із Харковом та Одесою стали регіональними лідерами ІТ-галузі. З 25 найбільших вітчизняних ІТ-організацій дев'ять мають підрозділи у Львові, що є найвищим показником після Києва. Привабливість Львова зростає через напружену ситуацію на сході України. Згідно рейтингу Міжнародної асоціації професіоналів аутсорсерів «The 2015 Global Outsourcing 100» до переліку кращих потрапили два львівські ІТ- підприємства – Eleks та SoftServe, а також 5 іноземних компаній з офісами в Україні – швейцарська Luxoft, російська Artezio, американські Intetics, TEAM International Services і Softjourn.

На даний момент в Україні присутні всі складові для успішного розвитку галузі інформаційних технологій: високий рівень забезпеченості кваліфікованими ІТ-фахівцями, значна підтримка країн – світових лідерів, наявність бажання нової влади до впровадження прогресивних змін в економіці. Перш за все, ця галузь характеризується своєю універсальністю та мобільністю, адже навіть під час глибокої кризи, вона буде приносити прибутки. Розвиток ІТ буде корисним не тільки для України, але й для інших держав, які підтримують тісні взаємозв'язки із нами.

Щоб забезпечити динамічний розвиток ІТ-галузі необхідно [1]:

- розробляти інструменти належного захисту та умов передачі прав інтелектуальної власності з урахуванням специфіки ІТ;
- розробляти реальні засоби правового захисту конфіденційної та комерційної інформації;
- забезпечити щільний взаємозв'язок між бізнесом, освітою та наукою;
- проводити круглі столи (обмін досвідом) з провідними експертами Євросоюзу;
- сприяти зростанню податкових платежів до бюджету від інформаційних технологій;
- здійснювати підтримку діяльності українського ІТ-бізнесу;
- завершити впровадження 3G/4G-технологій.

Список використаних джерел

1. Пріоритетні напрямки на шляху розвитку ІТ індустрії України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://it-kharkiv.com/news-uk/prioritetni-napryamki-na-shlyaxu-rozvitku-it-industri%D1%97-ukra%D1%97ni/>.
2. Розвиток ІТ-бізнесу в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://digitalua.org/page/razvitie-it-biznesa-v-ukraine>.
3. Як підштовхнути розвиток ІТ-галузі в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/ua/business/1367929-yak-pidshtovhnuti-rozvitok-it-galuzi-v-ukrayini#5>.
4. Українська ІТ-галузь в цифрах [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://startupline.com.ua/2015/10/12/ukrainian-it-info/>.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАХИСТУ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Брижак Ю.А.,

студентка групи Тms1-В14 Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка
Науковий керівник: **Боднарчук Т.Л.,**

к.е.н., асистент кафедри економіки підприємства Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

Сучасний розвиток світової економіки характеризується кардинальними змінами у визначенні напрямків економічного прогресу. Роль інтелектуальної власності в економічному розвитку з кожним роком зростає та випереджає значущість засобів

виробництва та природних ресурсів. З огляду на це, вона часто стає об'єктом неправомірних дій та зловживань, і, як результат, потребує з боку держави не лише ефективної правової охорони, а й ефективно працюючих механізмів захисту.

За останні роки законодавство про інтелектуальну власність неодноразово змінювалось та розвивалось, посилювався захист прав інтелектуальної власності від будь-яких порушень. Однак, універсальної моделі, яка б забезпечувала належний рівень захисту прав інтелектуальної власності, не існує. Це пояснюється тим, що відбувається стрімкий розвиток високих технологій, який впливає на швидкість створення об'єктів інтелектуальної власності, а процедура внесення змін до нормативно-правових актів займає багато часу.

Захист інтелектуальної власності – інструмент правового та економічного регулювання винахідницької діяльності, оскільки дає змогу зберігати право власності та одержувати прибуток від винаходів чи нововведень. Система захисту передбачає :

- правовий захист інтелектуальної власності;
- розвиток патентної системи;
- організацію загальнонаціональних конкурсів винахідництва і новаторства тощо [2].

Найбільш повно поняття прав інтелектуальної власності розкривається в ст. 2 Конвенції, що засновує Всесвітню організацію інтелектуальної власності, від 14 липня 1967 р. У цій Конвенції зазначено, що інтелектуальна власність включає права, які відносяться до:

- літературних, художніх і наукових творів;
- виконавської діяльності артистів, звукозапису, радіо- і телевізійних передач;
- винаходів у всіх сферах людської діяльності;
- наукових відкриттів;
- промислових зразків;
- знаків для товарів і послуг, фірмових найменувань і комерційних позначень;
- захисту від недобросовісної конкуренції, а також інші права, що відносяться до інтелектуальної діяльності у виробничій, науковій, літературній та художній сферах [1].

Державна система правової охорони інтелектуальної власності в Україні складається з Міністерства освіти і науки України, Державного департаменту інтелектуальної власності, Українського агентства з авторських та суміжних прав, Державного підприємства «Український інститут промислової власності», Філії «Укрпатенту» «Український центр інноватики та патентно-інформаційних послуг», Державного підприємства «Інтелзахист» та Державного інституту інтелектуальної власності.

На відміну від національної системи, міжнародна система охорони інтелектуальної власності направлена на формування єдиних підходів до забезпечення правової охорони інтелектуальної власності у світі. Комплекс заходів

щодо міжнародного співробітництва координує Всесвітня організація інтелектуальної власності, яка є однією з 16 спеціалізованих у Організації Об'єднаних Націй [3].

Істотним недоліком системи захисту інтелектуальної власності є її занадто низька ефективність. Порушники права інтелектуальної власності не дуже бояться застосування до них встановлених чинним законодавством санкцій. Інколи доходи від неправомірного використання чужого твору чи об'єкта промислової власності перевищують встановлені санкції в сотні раз. Потрібна більш жорстка система захисту прав інтелектуальної власності, застосування якої має назавжди відбити у порушника бажання використати неправомірно твір чи об'єкт промислової власності [2].

Недоліками існуючої системи захисту права інтелектуальної власності є також відсутність спеціалізованих судів і суддів, що зумовлює досить тривалі строки розгляду навіть не дуже складних справ з приводу порушення права інтелектуальної власності.

З огляду на вище зазначені проблеми, можна вказати, що значна роль у їхньому вирішенні належить державі, основне завдання якої полягає у забезпеченні сфери інтелектуальної власності дієвими нормативно-правовими інструментами захисту та впровадженні міжнародних нормативів діяльності сфери патентознавства.

Список використаних джерел

1. Орлюк О.П. Право інтелектуальної власності: підруч. для студ. вищих навч. Закладів / О.П. Орлюк, О.Б. Андрощук, О.Б. Бутнік-Сіверський та ін. – К. : Видавничий Дім «Ін Юре», 2007. – 696 с.

2. Підпригора О.А. Право інтелектуальної власності: підручник для студентів вищих навч. Закладів / О.А. Підпригора, О.Д. Святоцький. – К. : Видавничий Дім «Ін Юре», 2002. – 624 с.

3. Скрипко Т.О. Інноваційний менеджмент: підручник / Т.О. Скрипко. – К. : Знання, 2011. – 423с.

ЕКОНОМІКО-УПРАВЛІНСЬКІ МЕХАНІЗМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФІРМИ НА РИНКУ ПРАЦІ

Буяр К. В.,

аспірант Університету банківської справи Національного банку України

Серйозне занепокоєння на ринку праці викликають демографічні проблеми та від'ємні значення показників відтворення населення. В таких умовах відбувається боротьба за кращих фахівців, особливо в специфічних галузях. Німецькі дослідники вже не раз піднімали дане питання на колоквиумах та конференціях та дійшли висновку, що подолати дані проблеми та високий рівень конкуренції фірм на ринку праці можливо за допомогою кадрової політики, яка буде успішною лише за умов

особливого рівня інтеграції працівників та роботодавців та високого рівня мотивації найманих працівників. Згідно дослідження Брігіти Пройс, відповідності управлінських моделей та ідеалів сучасним трендам та вимогам суспільства, ще 10 - 15 років тому керівник ставив перед своїми підлеглими цілі. Сьогодні ж мова йде про комунікацію між працівниками та роботодавцями задля досягнення домовленостей в процесі постановки цілей фірми. В сучасному управлінні підлеглий має не менше відповідальності ніж його керівник. Обоє повинні нести відповідальність за стратегічне та оперативне планування своєї діяльності. Це відбувається великою мірою з тих причин, що генерація Z більше не сприймає директивні вказівки керівників, та намагається не бути цілком керованою, а самостійно приймати участь в постановці цілей. Ця генерація більше не сприймає керівника в класичному його розумінні. Ще однією причиною є той факт, що при всеохоплюючих університетських програмах, які звичайно не в змозі забезпечити достатню кількість навчальних годин усіх дисциплін, постає розуміння того, що керівник більш не є всезнаючою особою в своїй галузі, та нічим не відрізняється від своїх підлеглих [1, С. 75-80].

На жаль не всі фірми в змозі здійснити швидкий перехід до сучасних управлінських інструментаріїв та відійти від традиційних застарілих методик. Це викликає в свою чергу незадоволеність молодих працівників. В такому динамічному розвитку менеджмент потрібно будувати на особливо гнучких управлінських методиках, аби у фірмі відчували себе комфортно і працівники передпенсійного віку і їх молоді колеги.

Ще одним впливовим інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємств є створення власного бренду – обличчя фірми на ринку праці. Це повинно включати в себе ті маркетингові інструменти, що здатні показати фірму з кращої сторони для потенційних працівників. Поведінка фірми на ринку праці повинна бути сталою та впізнаваною. Наймані працівники як суб'єкти ринку праці хочуть бачити чітку стратегію підприємства. Для кадрової політики це означає необхідність постійного контролю за релевантністю застосовуваних методів та стилів управління. Контроль повинен включати і врахування думки працівників фірми щодо дієвості та привабливості функціонуючих стилів та методів менеджменту.

На жаль в більшості випадків фірми не здатні перейти до більш чітких та рішучих змін, ніж введення привабливих соціальних пакетів, безкоштовного харчування та навчання працівників. Якщо ж фірма і застосовує сучасні методи мотивації персоналу, то вони все ж не є достатньо адаптованими для усіх категорій працівників. До прикладу, під час навчання не враховуються відмінності у методиках навчання для різних вікових груп працівників фірми. Або ж, наприклад, далеко не всі фірми здійснюють опитування працівників щодо зрозумілості політики підприємства та достатньої роз'яснювальної роботи корпоративного видання. Власні мас-медіа є одним із важливих джерел інформаційного

забезпечення та корпоративної культури організації. Не дивно тоді, що не всі працівники є достатньо «влитими» в корпоративну культуру фірми, та на робочих місцях часто виникають конфлікти щодо правил корпоративної поведінки. В такому випадку фірмі потрібно задуматись, можливо ці правила є не достатньо адаптованими під всі групи працівників, або ж вони просто не зрозуміло викладені, що виникає комунікативні бар'єри та непорозуміння.

Наступним фактором підвищення конкурентоспроможності фірми на ринку праці можуть слугувати нові форми робочого часу. Так, молоде покоління сьогодні вимагає стерти межі та правила у регулюванні робочого дня та відмінити саме поняття робочого дня як таке. Сучасні працівники бачать перед собою лише завдання та терміни у які вони повинні бути виконані. З нерозумінням же молоді працівники відносяться до того, що це необхідно виконувати лише в конкретно встановлені робочі години. Тут на вирішення даних непорозумінь менеджерам на допомогу приходять гнучкі форми робочого часу та надомна робота. Багато сучасних фірм намагаються втримати своїх кращих працівників саме такою управлінською політикою. Молоді батьки, працівники, що суміщають навчання з роботою, та інші цінні для фірми працівники, повинні би мати змогу працювати у самостійно встановлені години. Тобто робочий графік встановлюється не фірмою а працівником, з урахуванням його особистих потреб, психологічних та фізіологічних особливостей. Успішним прикладом такої кадрової політики є німецька фірма «TRUMPF», яка пропонує скласти своїм працівникам індивідуальні графіки роботи на 2 роки. Після цього періоду працівник має змогу внести корективи у свій робочий час знову, у зв'язку із можливими сімейними змінами, чи зміною місця проживання. Таким чином, дана фірма є значно більш привабливою для працівників на ринку праці та буде більш конкурентоспроможною у даній галузі [1, С. 75-80].

Список використаних джерел:

1. Preuss B. Personalpolitik für verschiedene Lebensphasen – Aufgaben und Chancen für Betriebe und Tarifpartner. / Brigitte Preuss. – Zukunft der Arbeit Perspektiven und Herausforderungen im internationalen Wettbewerb. – Berlin: Walter-Raymond-Stiftung der BDA, 2014.

РАЗВИТИЕ МЕТОДА РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ БАНКА-ЭМИТЕНТА ЦЕННЫХ БУМАГ

Валюшева К.В.,

магистрант группы Qn-11 Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Научный руководитель: **Харитонов Ю.В.**

ассистент кафедры банковского дела, анализа и аудита Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Под рейтинговой оценкой эмитента ценных бумаг следует понимать комплексный подход к определению финансового состояния каждого эмитента и выявлению основных закономерностей его деятельности. По нашему мнению, надежный эмитент – это эмитент, который обеспечивает интересы инвесторов, руководствуется принципами партнерских, взаимовыгодных отношений, а также устойчив к внутренним и внешним угрозам.

Практика показывает, что рейтинговая оценка банков-эмитентов ценных бумаг в банках Республики Беларусь не ведется. В то время как построение рейтинга будет способствовать развитию рынка ценных бумаг страны, а также способствовать повышению доходности инвестиций в ценные бумаги банков.

Методика рейтингования банков-эмитентов ценных бумаг, по нашему мнению, должна включать 5 этапов: выбор системы показателей надежности банка, определение критериев выбранных показателей, расчет показателей, построение шкалы оценки критериев и присвоение рейтинга.

Систему показателей надежности банка образуют такие показатели, как финансовой устойчивости (достаточность нормативного капитала, краткосрочная ликвидность, соотношение собственного капитала и привлеченных ресурсов, коэффициент участия собственных ресурсов в активах банка), деловой активности (доля доходных активов, соотношение доходных активов и платных ресурсов, доля ценных бумаг в привлеченных средствах) и рентабельности (рентабельность активов, рентабельность собственного капитала, рентабельность банковских услуг).

Выбор названных показателей обусловлен тем, что они позволяют оценить различные направления деятельности банка. Так показатели рентабельности характеризуют эффективность менеджмента, доля доходных активов показывает эффективность размещения ресурсов, коэффициенты финансовой устойчивости характеризует достаточность собственных средств для компенсации рисков банковской деятельности [2].

На втором этапе построения рейтинговой методики определяются критерии, по которым оцениваются выбранные 10 показателей. Все показатели, имеющие оптимальное значение получают 10 баллов. Двадцать баллов получают показатели, значения которых отклоняются от оптимального в сторону увеличения или уменьшения, но это отклонение имеет незначительное влияние на надежность банка. Для показателей, которые получили оценку в 30 баллов, характерно отклонение от оптимального значения, которое вызывает снижение надежности банка.

На третьем этапе рейтинговой оценки необходимо определить общее количество баллов банка, путем суммирования всех баллов по каждому из показателей.

Каждый из присвоенных рейтингов имеет свою характеристику, которая определяет для банка надежность и возможность сотрудничества с тем или иным банком-эмитентом ценных бумаг.

Четвертым и пятым этапом методики построения рейтинговой оценки является установление шкалы критериев, включающей в себя три рейтинговых группы, и присвоение рейтинга.

В группу А будут включаться те банки, которые сумели показать положительную динамику деловой активности, рентабельности и финансовой устойчивости, они, как правило, достаточно устойчивы к внутренним и внешним угрозам. Надежность таких банков-эмитентов очень высока и находится в диапазоне до 120 баллов.

В группу В будут включаться банки, для которых характерен средний уровень надежности (120-240 баллов), их показатели деловой активности, рентабельности и финансовой устойчивости находятся на должном уровне, но на них значительное влияние оказывают негативные внешние факторы, такие как инфляция, снижение ВВП, финансовый кризис.

Банки группы С характеризуются низким уровнем надежности (240 баллов и более). Такие банки-эмитенты ценных бумаг имеют относительно низкие показатели деловой активности, рентабельности и финансовой устойчивости и имеют значительные финансовые риски. Сотрудничество с таким банком требует регулярного контроля за его основными показателями.

В заключении следует отметить, что предложенная рейтинговая методика позволит не только определить надежного эмитента, но и покажет влияние внешних факторов на его устойчивость.

Список литературы:

1 Инструкция о нормативах безопасного функционирования для банков и небанковских кредитно-финансовых организаций Республики Беларусь, утвержденная постановлением Правления Национального банка Республики Беларусь от 28 сентября 2006 г. № 137.

2 Дедков, А. Основы формирования системы присвоения и использования рейтингов в Беларуси / А. Дедков, Н. Веренько // Банковский вестник. – 2014. – № 7. – С. 16-24.

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Васько Р.

студент групи УПР-111 Чернігівського національного технологічного університету

Науковий керівник: **Калінько І.В.**,

к.т.н., доцент кафедри управління якістю та проектами Чернігівського національного технологічного університету

Аналіз сучасної економічної практики свідчить, що високих результатів підприємства можуть досягати лише за систематичного і цілеспрямованого новаторства, націленого на пошук можливостей, які відкриває середовище госпо-

дарювання щодо виготовлення і впровадження нових видів товарів, нових виробничих і транспортних засобів, освоєння нових ринків і форм організації виробництва. Це передбачає особливий, новаторський стиль господарювання, в основі якого орієнтація на нововведення, цілеспрямована інноваційна діяльність.

Ринкові умови господарювання створюють для більшості ринкових суб'єктів середовище високої конкуренції, яке вимагає від них здатності формувати конкурентні переваги у сфері виробництва товарів та їх просування на ринок. Конкурентні переваги досягаються завдяки впровадженню новацій – суттєво нових методів і засобів здійснення виробничої та комерційної діяльності. Тому, якщо фірма на підставі ретельного аналізу ринкової ситуації та становища конкурентів цілком впевнена у сталості ринку та споживчих перевагах своєї продукції, вона може свідомо дотримуватися традиційної стратегії.

Стратегія “за нагодою” або “стратегія ніші” стратегія є реакцією керівництва на зовнішні сигнали ринку чи інституційного середовища. Інноваційна діяльність тут полягає у пошуку інформації щодо можливостей, які відкриваються перед фірмою у нових обставинах, знаходженні особливих ніш на існуючих ринках, що мають споживача з нетиповим, але значущим різновидом потреб. Така стратегія може бути складовою наступальної і захисної загальної стратегії залежно від місткості ринкової ніші. Шукати нішу означає шукати той продукт, що користується платоспроможним попитом. Саме з вказаного типу стратегії починають фірми і країни, що намагаються швидко увійти на світові ринки, використовуючи свій традиційний потенціал.

Вибір фірмою певної інноваційної стратегії залежить від багатьох чинників, серед яких: умови і фактори зовнішнього середовища, сфера діяльності організації, номенклатура та асортимент її продукції, тривалість життєвого циклу товарів, наявність відповідного науково-технічного потенціалу тощо. Напрями вибору інноваційної стратегії можна представити у вигляді двовимірної матриці.

Інноваційними стратегіями можуть бути: інноваційна діяльність організації, що спрямована на одержання нових продуктів, технологій і послуг; застосування нових методів НДДКР, виробництва, маркетингу й управління; перехід до нових організаційних структур; застосування нових видів ресурсів і нових підходів до використання традиційних ресурсів. Обґрунтовуючи той чи інший варіант інноваційної стратегії, керівники повинні враховувати й те, що вона має відповідати загальній стратегії розвитку організації, бути прийнятою для неї за рівнем ризику готовою до сприйняття новинки.

Водночас важливо пам'ятати, що управління інноваційними процесами в організації не обмежуються лише вибором інноваційної стратегії. Зусилля вищого керівництва необхідно спрямовувати на те, щоб забезпечити реалізацію вибраної стратегії. Це великою мірою залежить від інноваційного потенціалу організації, який визначається станом її внутрішнього середовища.

Інноваційна діяльність є невід'ємною складовою промисловості, оскільки

розвиток і підвищення ефективності виробництва неможливі без постійних прогресивних нововведень для виготовлення інноваційної продукції, що передбачає: оновлення основних фондів та їх оптимальне завантаження; вчасність проведення періодичних технічних оглядів, поточних та капітальних ремонтів; використання новітніх технологій виробництва.

КЛАСТЕРНІ ПІДХОДИ ДО ІННОВАЦІЙНОГО РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ У НОВИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ РЕАЛІЯХ

Віт Р. В.,

учень 11-А класу Технологічного багатoproфільного ліцею з загальноосвітніми навчальними закладами м. Хмельницького ім. Артема Мазура

Науковий керівник: **Юхимчук Т. І.,**

вчитель економіки вищої категорії Технологічного багатoproфільного ліцею з загальноосвітніми навчальними закладами м. Хмельницького ім. Артема Мазура, магістр управління навчальними закладами

У нових соціально-економічних умовах та викликах часу створення та розвиток інноваційних регіональних кластерів в Україні є питанням стратегічної важливості. Питання необхідності кластеризації економіки України систематично розглядаються у Кабінеті Міністрів України. Так, Постановою Кабінету Міністрів України від 28.07.2003 р. №1174 «Про схвалення Державної програми розвитку промисловості на 2003–2011 рр.» [4] передбачено формування технологічних кластерів передусім у найбільш наукоємних і високотехнологічних галузях та виробництвах, здатних кардинально змінити економічний і науково-технічний потенціал промисловості, забезпечити оптимізацію регіональних промислових комплексів та виробничих потужностей підприємств.

У проекті «Концепція створення кластерів в Україні» (2008 р.) [2] виокремлено такі типи кластерів: 1) виробничі; 2) інноваційно-технологічні; 3) туристичні; 4) транспортно-логістичні.

Постановою Кабінету Міністрів України від 14.05.2008 р. «Про затвердження Державної цільової економічної програми «Створення в Україні інноваційної інфраструктури» на 2009–2013 роки» [4] передбачено створення за участі місцевих органів виконавчої влади інноваційно-технологічних кластерів у складі науково-дослідних організацій, малих та середніх підприємств, центрів трансферу технологій тощо.

В умовах сьогодення особливе значення уряд України приділяє створенню транскордонних кластерів. Про це свідчить Розпорядження Кабінету Міністрів України від 10.09.2008 р. №1214 «Про затвердження плану заходів щодо реалізації Стратегії національної безпеки України на 2008 рік» [4].

Згідно з Концепцією Державної програми розвитку транскордонного співробітництва на 2011–2015 роки [1], на державних кордонах України створено шість євро регіонів – «Буг», «Верхній Прут», «Нижній Дунай», «Карпатський», «Дніпро» та «Слобожанщина», до функціонування яких залучено Волинську,

Закарпатську, Івано-Франківську, Львівську, Одеську, Чернівецьку, Чернігівську та Харківську області.

На основі положень «Європейської конвенції про основні принципи транскордонного співробітництва між територіальними общинами або органами влади» та «Європейської хартії місцевого самоврядування» [1] розпочалося виконання програм сусідства «Польща – Білорусь – Україна», «Угорщина – Словаччина – Україна» та «Румунія – Україна», метою яких є поліпшення соціально-економічної ситуації у прикордонних регіонах.

Досвід існування кластерів в Україні є незначним, хоча і має позитивний вплив на модернізацію виробництва та реорганізацію підприємницького сектору. Варто особливо зауважити, що піонером в розвитку промислових кластерів стала Хмельницька область, досвід якої було взято і іншими регіонами нашої держави (Хмельницьке обласне громадське об'єднання «Швейний кластер», Хмельницьке обласне громадське об'єднання «Будівельний кластер», «Туристичний кластер «Кам'янець» (м. Кам'янець-Подільський), кластер сільського туризму «Оберіг» (смт. Гриців Шепетівського р-ну Хмельницької обл.)). До високотехнологічних кластерів в Україні відносять понад 10, а саме: «Нові машини» (м. Дніпропетровськ); «Енергетика сталого розвитку» (м. Київ); «Нові матеріали» (м. Харків); «Біотехнології» (м. Львів); «Технології інформаційного суспільства» (м. Київ) та ін. [5, с. 114].

Аналіз регіональної кластеризації в Україні дозволив виділити позитивні та негативні чинники впливу на формування кластерів. До позитивних умов належать: існування технологічної та наукової інфраструктур; психологічну готовність до кооперації, засновану на історично сформованих виробничо-економічних зв'язках. Негативними факторами є: низька якість бізнес-клімату і рівня розвитку асоціативних структур (торгових палат, промислових асоціацій), які не справляються із завданням вироблення пріоритетів у розвитку економіки регіонів; широко використовується короткостроковий горизонт планування, в той час як у випадку кластерного управління реальні вигоди від розвитку кластера з'являються тільки через 5–7 років [3, с. 26].

Отже, в Україні спостерігається лише перший етап кластеризації, який припускає, що об'єднання зусиль бізнесу, науки і влади здійснюється в галузях зі швидким поверненням капіталу, тобто туризму, будівництва, легкої промисловості та АПК. Проте у сучасних соціально-економічних реаліях регіональна кластеризація повинна стати загальним пріоритетним напрямом розвитку економіки із чітко визначеною державною політикою, орієнтованою на інноваційний розвиток.

Література:

1. Концепція державної програми розвитку транскордонного співробітництва на 2011–2015 роки, затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів від 15 вересня

2010 року, № 1838-р // Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1838-2010-%D1%80>.

2. Концепція створення кластерів в Україні (проект) / Департамент інвестиційної та інноваційної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua>.

3. Реутов В. Є. Формування кластерів підприємств як основа сталого регіонального розвитку: адаптація світового досвіду / В. Є. Реутов // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – № 5. – С. 25–27.

4. Урядовий веб-портал : Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.kmu.gov.ua

5. Федулова Л. І. Концептуальні засади державної регіональної промислової політики в умовах інноваційного розвитку / Л. І. Федулова // Стратегічні пріоритети. – 2008. – №1 (6). – С. 112–119.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Вовк Лариса Анатоліївна

викладач Технологіко-економічний коледжу Білоцерківського національного аграрного університету

Дана стаття характеризує стан харчової промисловості України, висвітлює основні проблеми галузі та розкриває пріоритетні напрямки вирішення кризових питань.

Харчова промисловість – одна з найважливіших та найбільших галузей промисловості України. Важливість цієї галузі для економіки країни обумовлена її питомою вагою в загальних обсягах виробництва і реалізації промислової продукції.

Від рівня розвитку галузі та стабільності залежить стан економіки, продовольча безпека держави, розвиток внутрішнього і зовнішнього ринків, рівень життя населення.

Основою для ефективного розвитку та виходу підприємств харчової промисловості із кризи є наявність сировинної бази та ринків збуту готової продукції, природні умови та науково-технічний прогрес.

У зв'язку з цим, основними завданнями є забезпечення якості та безпеки продуктів, а також стимулювання окремих пріоритетних галузей і розвиток нових напрямків виробництва.

Сьогодні важливе значення набуває питання адаптації суб'єктів господарювання галузі до ринкових умов під впливом широкого кола зовнішніх та внутрішніх чинників, які в свою чергу впливають на механізм та ефективність використання економічних ресурсів, а в подальшому на результат господарської діяльності окремого підприємства та галузі в цілому.

Харчова промисловість, на даному етапі розвитку має досить складні проблеми, а саме: єдина спрямованість експорту за деякими видами харчової продукції–

(наприклад, молочна, кондитерська); недостатня кількість і якість сировини; – нестача фінансових і кредитних ресурсів; – обмеження до доступу на зовнішні ринки збуту, цікаві і важливі для наших виробників; недостатній рівень переробки вітчизняної продукції; – зниження споживчого попиту, зміна смаків споживачів; – висока собівартість продукції через неефективне використання ресурсів; посилення конкуренції; – неналежний рівень державного контролю за якістю продукції харчової промисловості; недосконала законодавча та нормативно-правова база; складність самостійного виходу підприємств на зовнішні ринки.

Низку цих проблем можливо буде вирішити після підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським союзом. Частина Угоди про асоціацію щодо створення зони вільної торгівлі є невід’ємною складовою майбутньої Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом і складає майже 85% від загального обсягу Угоди. Положення цієї частини передбачають лібералізацію торгівлі як товарами, так і послугами, лібералізацію руху капіталів та до певної міри – руху робочої сили.

Відмінною рисою зони вільної торгівлі Україна-ЄС є комплексна програма адаптації регуляторних норм у сферах, пов’язаних з торгівлею, до відповідних стандартів ЄС. Це дозволить значною мірою усунути нетарифні (технічні) бар’єри у торгівлі між Україною та ЄС та забезпечити розширений доступ до внутрішнього ринку ЄС для українських експортерів і навпаки – європейських експортерів до українського ринку. Таким чином, поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі має забезпечити поступову інтеграцію економіки України до внутрішнього ринку ЄС [2].

Частина Угоди, яка стосується створення зони вільної торгівлі, охоплює такі основні сфери: торгівля товарами, в т.ч. технічні бар’єри в торгівлі; інструменти торговельного захисту; санітарні та фітосанітарні заходи; сприяння торгівлі та співробітництво в митній сфері; адміністративне співробітництво в митній сфері; правила походження товарів; торговельні відносини в енергетичній сфері; послуги, заснування компаній та інвестиції; визнання кваліфікації; рух капіталів та платежів; конкурентна політика (антимонопольні заходи та державна допомога); права інтелектуальної власності, в т. ч. географічні зазначення; державні закупівлі; торгівля та сталий розвиток; транспарентність; врегулювання суперечок [2].

Основними напрямками розвитку харчової галузі є: скорочення витрат на переробку сировини підприємствами харчової– галузі; підвищення рівня якості готової продукції завдяки застосування – новітніх технологій; перспектива залучення іноземних інвестицій для покращення – діяльності підприємства, розширення товарного асортименту, закупівлі нового обладнання; перспектива виходу вітчизняних товаровиробників харчової галузі на – зовнішні ринки і закріплення на них.

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що харчова промисловість відіграє надзвичайно важливу роль в економіці нашої країни.

Незважаючи на наявність багатьох проблем, ця галузь може залишатися провідним сектором виробництва, а впровадження запропонованих напрямів дасть змогу національним товаровиробникам харчової промисловості забезпечити високоякісною продукцією населення України і вийти на зовнішні ринки. Розвиток внутрішніх та зовнішніх ринків позитивно вплине на розвиток економіки країни в цілому.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України. – [Режим доступу] : <http://minagro.gov.ua>
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
3. Маслак В. О. Ринкова інфраструктура та її вплив на економічне зростання виробництва: теоретичні та прикладні засади; НАН України, Ін-т регіон. Дослідж. – Львів:., 2010. – 202 с.
4. Пашнюк Л. О. Харчова промисловість України: стан, тенденції та перспективи розвитку // Економічний часопис-XXI – 2012.
5. Саблук П. Т. Управління агропромисловим розвитком України // Збірник праць / за ред. М. І. Бахмата. – 2008. С. 518.

ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА: ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА

Воробченко В. Ю.,

студент 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту

Науковий керівник: **Мазій І. М.,**

старший викладач кафедри економіки Сумського національного аграрного університету

В Україні в умовах глобалізації створилися необхідні умови для переведення економіки на інноваційну модель функціонування та розвитку. У державі прийнято закони та нормативно-правові рішення, проведено державні заходи, спрямовані на впровадження інноваційних підходів у вітчизняній економіці та її агропромислового комплексу.

Необхідно зазначити, що глибокий аналіз і зважений підхід до раціонального застосування окремих інноваційних агротехнічних прийомів буде сприяти підвищенню стійкості культур до впливу несприятливих факторів зовнішнього середовища, стабілізації обсягів виробництва та якості сільськогосподарської продукції, а, отже, і підвищенню економічної ефективності. При цьому важливо відзначити наступне:

- Головною причиною низької врожайності сільськогосподарських культур в Україні є те, що вирощування здійснюється без чіткого дотримання аграріями науково обґрунтованих технологічних рекомендацій;

- Зміна кліматичних умов ще більше посилює необхідність коригування строків сівби, що взагалі не потребує ніяких додаткових витрат, потрібна тільки технологічна дисципліна. Проблему строків сівби потрібно вирішувати невідкладно, що дозволить значно збільшити врожайність і якість продукції;

- Говорити про збільшення кількості нової сільгосптехніки на сільськогосподарських підприємствах не доводиться. Але модернізація, переоснащення та використання останніх інноваційних розробок для ремонту та обслуговування існуючої техніки, агрегатів і механізмів, безперечно, буде сприяти підвищенню ефективності і довговічності її використання;

- Необхідно прискорити впровадження у виробництво порівняно недорогих і якісних вітчизняних сортів і гібридів нового покоління (мають цінні господарські властивості та ознаки), які найбільш адаптовані до агроекологічних умов вирощування;

- Слід використовувати науково обгрунтоване чергування вирощуваних культур і застосовувати диференційовану систему обробітку ґрунту на підставі біологічних особливостей сільськогосподарських культур;

- Мінеральні добрива слід використовувати, в першу чергу, під пріоритетні культури. Дози добрив оптимізувати залежно від біологічних особливостей вирощуваних культур та наявності елементів живлення в ґрунті. Перспективним є перехід на застосування рідких азотних добрив, окупність яких значно вища.

Таким чином, стабілізувати або навіть підвищити врожайність вирощуваних сільськогосподарських культур в нинішніх умовах господарювання дійсно можна, але за умови оптимізації та чіткого слідування основним агротехнічним прийомам. Враховуючи все вищевикладене, а також глибокий аналіз і зважений підхід до найбільш витратних елементів технології обробітку зернових і олійних культур сприятимуть підвищенню стійкості останніх до впливу несприятливих факторів зовнішнього середовища, істотної економії коштів і матеріально-технічних ресурсів, збільшенню обсягів виробництва та якості сільськогосподарської продукції, а значить, прибутковості і рентабельності виробництва на інноваційній основі.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс] / Режим доступу : www.minagro.gov.ua

2. Портал Світ Агро Технологій [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://www.svitagro.com/>

ЯКІСТЬ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ – КЛЮЧОВІ ВАЖЕЛІ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Гнедич В. І.

викладач вищої категорії, викладач-методист Технологіко-економічного коледжу Білоцерківського НАУ

В аграрному секторі економіки України за останнє десятиріччя змінилися економічні умови господарювання. Серед найбільш актуальних проблем розвитку підприємств молокопереробної галузі є створення адаптованої до сучасних умов господарювання системи управління конкурентоспроможністю продукції, забезпечення якої може гарантувати довготривале та результативне функціонування на ринку. Рішення про вибір альтернативних заходів з управління конкурентоспроможністю підприємства має спиратися на результати оцінки та порівняння кінцевого ефекту комерційної діяльності.

У зв'язку зі значною конкуренцією на сировинному ринку виробництво готової молочної продукції все у більшій мірі концентрується на великих підприємствах, які вкладають значні кошти в модернізацію виробництва, мобільно реагують на зміни кон'юнктури ринку, постійно збільшують свій асортимент [1, с. 176].

ТОВ «Білоцерківський молочний комбінат» є підприємством, побудованим у відповідності з директивами Європейського Союзу та вимогами Міжнародної молочної федерації. Проектна потужність комбінату складає 250 тон переробки молочної сировини на добу.

Земельна ділянка підприємства розташована у безпосередній близькості від магістралі Київ – Одеса. Близькість до Києва і доступність транспортних артерій до всіх потенційних ринків збуту сприяє організації ефективного збуту і дистрибуторської мережі.

Однією із основних ознак конкурентоспроможності продукції є її якісні показники [3, с. 172]. Досягнення високої якості і безпечності продукції можливе лише в умовах постійного вдосконалення та поліпшення впровадженої на підприємстві інтегрованої системи управління якістю та безпечністю харчових продуктів у відповідності з вимогами ДСТУ ISO 9001:2009, ДСТУ ISO 2200:2007. В асортименті Білоцерківського комбінату повний спектр цільномолочних продуктів для всіх груп споживачів під загальним брендом «Milk Life». Продукція м'якої сирної групи – зернистий сир у вершках «Cottage Cheese» і «Фета» – вважається делікатесною. ТМ «Біла лінія» розрахована на: широкі кола споживачів. Серед найбільш популярної продукції: молоко, сметана, ряжанка, кефір без добавок, біо-кефір, біо-йогурти та топлоне молоко. Вся продукція високоякісна. Наприклад, в йогуртах підприємства вміст фруктового наповнювача складає 15 % і це шматочки свіжих фруктів.

Одним із інноваційних напрямків діяльності підприємства є закритий технологічний процес виробництва молочної продукції та автоматизоване управління виробничими процесами, що гарантує мінімальний вплив людського чинника та оточуючого середовища на якість продукції [2, с. 407]. Новітні

обладнання дозволяє застосовувати прогресивні технології щадних режимів теплової обробки молока, що гарантує максимальне збереження корисних складових частин молока та забезпечує високу харчову та енергетичну цінність молочної продукції. У виробництві кисломолочної продукції БМК використовує високоякісні закваски датської компанії «Chr.Hansen». Це забезпечує високий рівень корисності молочної продукції для організму людини.

Враховуючи, що конкурентоспроможність є комплексною багатоаспектною характеристикою товару, то саме ця складова і визначає переваги молокопродуктів БМК на ринку порівняно з аналогічними товарами – конкурентами.

Конкурентоспроможність повніше розкривається через систему економічних показників. Підприємство має обсяги виробництва та реалізації продукції до 90.0 тис. на рік протягом 2013 року, 101,5 тис. т. на рік протягом 2014 року; 120.3 тис. т. протягом 2015 року; має на меті досягти 12 % українського ринку молокопродуктів.

Інноваційні стратегії підприємства базуються на двох складових – сучасному високотехнологічному виробництві та якісній натуральній сировині. Впроваджена сучасна європейська безконтактна технологія виробництва забезпечує високий ступінь чистоти харчового виробництва. Зі вступом України в СОТ комбінат має перспективи виходу на європейський ринок.

З метою подальшого інноваційного розвитку підприємства підвищення конкурентоспроможності готової продукції є ключовим фактором її позитивного впливу на ефективність комерційної діяльності, тому необхідно – розширити джерела закупівлі сировини; удосконалити маркетингову стратегію по створенню брендів Milk Life, Біла лінія, Premiale; забезпечувати ринок якісною молочною продукцією у декількох цільових сегментах.

Список використаних джерел:

1. Верхоглядова Н. І. Економіка підприємства // навчальний посібник. – 2008. – №10 – С. 168 – 182.
2. Манів З. О. Економіка підприємства // навчальний посібник. – 2006. – №14 – С. 406 – 412.
3. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства // підручник. – 2008. – №14 – С. 326 – 368.
4. Саблук П. Т. Управління агропромисловим розвитком України // Збірник праць / за ред.. М. І. Бахмата. – 2008. С. 518.
5. <http://library.if.ua/>

УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ НАДХОДЖЕННЯМИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

Горбунов Д. О.,

студент групи 32-ФК Харківського навчально-наукового інституту Державного вищого начального закладу Університету банківської справи

Науковий керівник: **Ковальчук А.В.,**

старший викладач кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки Харківського навчально-наукового інституту Державного вищого начального закладу Університету банківської справи

На деяких підприємствах, нажаль, в будь-який момент існування, може трапитися таке явище як «криза прибутковості», в результаті якого підприємство не буде приносити прибутку. Такий стан підприємства не довгоплинний, але він може набувати затяжного характеру і закінчуватися банкрутством підприємства. Для недопущення банкрутства необхідно вчасно зрозуміти причини, через які підприємство опинилося в кризі, і здійснити низку заходів для подолання «проблем». В наш час тільки діагностування та спеціальні антикризові заходи допомагають не допустити підприємств в кризовий стан. В наш час це питання набуває досить значної актуальності, із-за спаду економічних показників нашої країни. Антикризове управління підприємством потребує впровадженню нових методів та покращення вже існуючих методів управління підприємством.

Грошові потоки в аспекті цього питання займають важливу роль задля поліпшення фінансового потенціалу підприємства, що включає в себе планування, організацію роботи по залученню грошових потоків та їх диверсифікації, а також мотивацію працівників та контроль і регулювання «проблемних показників».

В Україні зараз проблема збитковості і банкрутства підприємств дуже актуальна, бо при спаді економіки більша частина підприємств працює збитково. Нестабільність зовнішнього середовища та розрив партнерства та виробничих зв'язків з іншими країнами вимагають перегляду основних стереотипів управлінського мислення і переходу до нових форм та методів системи управління. Належне управління підприємством у стані кризи стає ключовим фактором, який в подальшому забезпечить його довгострокову роботу.

Вагомий внесок у розвиток теорії і практики антикризового управління підприємством зробили такі вчені, як: В. О. Василенко [1], А. М. Ткаченко, Л. І. Ліголенко [3], та інші.

Наприклад, на думку В. О. Василенко, антикризове управління надходженнями – це управління, яке спрямоване на передбачення небезпеки кризи, аналіз її симптомів і усунення загроз появи кризових ситуацій, а в разі їх появи – аналіз і прийняття швидких заходів ліквідаційного характеру з найменшими втратами та негативними наслідками [1, с. 54].

Ефективна фінансова діяльність підприємства повинна бути спрямована на покращення кредитної дисципліни, ефективне використання ресурсів, досягнення

правильного співставлення власних та залучених коштів, а також досягнення фінансової стійкості підприємства з метою покращення його ефективності.

Тож, саме цим зумовлюється необхідність і практична значущість систематичної оцінки фінансового стану підприємства в умовах кризи.

До стандартизованих методів подолання фінансової кризи підприємства можна віднести:

- зменшення витрат;
- примноження надходжень коштів на підприємство;
- реструктуризація кредиторської заборгованості;
- знаходження і впровадження стратегії розвитку підприємства;
- проведення реорганізації або реструктуризації підприємства.

Залучення грошових потоків на підприємство в умовах кризового стану проводиться за рахунок продажу і оренди активів компанії, налагодження продажів та зміни кредитної політики для прискорення оборотності дебіторської заборгованості.

В наш час складність антикризового управління в цілому стикається з труднощами, бо потрібно проводити зміни, які направлені на отримання прибутку в найкоротший термін. Тому повинна бути визначена та розроблена стратегія майбутнього розвитку і проведена реорганізація (або реструктуризація) підприємства.

Можна сказати, що розуміння менеджерів компанії сутності, а також класифікації та причин виникнення криз допоможе зменшити появу їх у майбутньому або взагалі уникнути їх, зокрема: банкрутства, неплатоспроможності, фінансової нестабільності та ліквідації суб'єктів господарювання.

Таким чином, досконале управління грошовими надходженнями підприємств в умовах сучасного спаду економіки України, є частиною загальної стратегією покращення фінансової грамотності підприємств, що несе за собою використання систем фінансового оздоровлення підприємства, яка забезпечує його захист від банкрутства і направлене на мінімізацію негативного впливу фінансової кризи на підприємство.

Список використаних джерел:

1. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством : [навч. посібник] / В. О. Василенко. – [2-е вид., виправл. і доп.]. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 504 с.
2. Дуднева Ю. Е. Методи антикризового управління фінансами підприємства в сучасних економічних умовах // Ю. Е. Дуднева, Д. М. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/13_EISN_2009/Economics/45472.doc.htm.
3. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством / Л. О. Лігоненко. – К. : КНТЕУ, 2005. – 824 с.

ПЕРЕДУМОВИ ТА ВИТОКИ ФОРМУВАННЯ ШВЕДСЬКОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ МОДЕЛІ

Гринь Марі-Надін

студентка групи Д12-1К ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Науковий керівник: **Зеліч Вікторія Вікторівна**

к.е.н., доцент кафедри міжнародного бізнесу ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Дана тема є досить актуальною, оскільки дає змогу прослідкувати та підтвердити чи спростувати залежність успішного розвитку економіки країни від історичних обставин та виділити ключові моменти, що каталізували економічний прогрес Швеції.

Проблеми формування та розвитку економіки Швеції на різних етапах історичного розвитку у своїх працях розглядали такі вчені, як К.Віксель, Е. Вігфорс, Мюрдаль Г.. Останній приділяв увагу місцю шведської економіки серед економік інших європейських країн в 20 ст., К. Еклунд та А. Волков комплексно досліджували фактори, що сприяли успіху Швеції та становлення шведської економічної школи. Й. Вейбуль, досліджуючи історію Швеції, підкреслював чинники її економічного розвитку.

Однак, на нашу думку, не сформовано чіткого переліку факторів, які допомогли Швеції подолати світові економічні кризи.

Швеції властиві декілька своєрідних факторів, серед яких необхідно виділити сталий зовнішньополітичний нейтралітет з 1814 року. Швеція не брала участі в жодній зі світових воєн, а тривалість перебування при владі Соціал-демократичної робочої партії є рекордною. Не можна не згадати мирні засоби переходу від феодалізму до капіталізму, тривалі стабільні та сприятливі умови розвитку економіки, переважання реформізму в робочому русі, пошук компромісів із урахуванням інтересів різних сторін.

Реформістською програмою шведських соцдемократів Швеції передбачалося вдосконалення системи соціального забезпечення, яке забезпечило б перехід до соціалізму. Програма будувалася на основі солідарності – під цим принципом розуміється компроміс зацікавлених груп суспільства (профспілки, товариства, підприємницькі об'єднання тощо). На практиці принцип «солідарності» втілюється в політиці «солідарної зарплатні», яка формується на підставі угод між профспілками, об'єднаннями підприємців щодо меж її зростання, умов праці, тарифних ставок, тощо. Розміри як заробітної плати, так і всіх інших видів доходів є суворо регламентованими. Коли рівень заробітної плати у Швеції зайняв першу позицію в світі, соцдемократи взялися за організацію профспілкових фондів як засіб перерозподілу капіталів між секторами, що створювало економічну контрвладу.

Поліпшення функціонування економічної системи також зумовлене динамікою цін, конкурентоспроможністю шведської промисловості, її економічним прогресом, максимальним зростанням виробництва в приватному сектора і як можна

ефективніший перерозподіл державною частини прибутку через податкову систему для підвищення життєвого рівня населення, але без впливу на основи виробництва [1].

Усе вищесказане збільшило роль держави в Швеції щодо розподілу, перерозподілу і споживання національних доходів за допомогою податків і державних витрат. Реформістська ідеологія називає таку діяльність "функціональним соціалізмом". Вже в 1970-х рр Швеція посіла перше місце в Європі за вартістю промислової продукції на душу населення.

Завдяки наявності значних запасів лісу, гідроенергії та залізних руд вдалося перетворити економіку Швеції у передову промислову та подолати відсталість. На розвиток впливала близькість європейського ринку, попит країн на деревину в епоху транспортних витрат.

В 70-х розширення шведського експорту сприяло індустріалізації країни та урбанізації, що в свою чергу сприяло розвитку мережі залізниць та будівництва» [5]. Збереглася перевага лісопильної та залізорудної галузей, целюлозно-паперова промисловість та машинобудування також розвивалися швидкими темпами.

Завдяки еміграції наприкінці XIX ст. Швеції вдалося уникнути масового безробіття та економічного напруження. Серйозного удару по економіці завдали дві глибоких економічні кризи: в 1921-1922 рр. внаслідок дефляції після першої світової війни, що призвело до падіння промислового виробництва на 25% нижче рівня 1913 р., та на початку 30-х років, коли безробіття серед членів профспілок в 1933 р. склало 25%» [5].

У післявоєнний період широкий експорт, значні капіталовкладення і успішна політика зайнятості сприяло зростанню продуктивності праці до 4,3% на рік в 1965-1974 рр.

В 70-і роки відчувся значний спад виробництва та промисловості, враженої структурними кризами – постраждали гірничодобувна та лісопромислова промисловість, чорна металургія, та суднобудування. Жорстка міжнародна конкуренція зростала. Для того, щоб попередити занадто різкі структурні зрушення в промисловості, держава з середини 70-х рр. надавала фінансову допомогу вищезгаданим «потерпілим» галузям.

З серпня 1977 урядом було здійснено серію девальвацій, що мало на меті відновити конкурентоспроможності, (крона девальвувала на 10%). Також Швеція покинула європейську валютну систему, відому під назвою "валютна змія". Але мав місце попит на нові товари, що разом з технологічним прогресом сприяло нарощенню питомої ваги високотехнологічних галузей.

З 1983 року шведська економіка почала вдало перемагати кризу. Дві девальвації крони посилили цінову конкурентоспроможність, що призвело до розширення експорту. Сприятлива світова кон'юнктура позитивно позначилася на шведській промисловості. Виробничі потужності використовувалися на 90%, , що вимагало нових капіталовкладень у значному обсязі. За 1983-1989 рр. обсяг промислових

інвестицій виріс більш ніж на 60%. Високий інвестиційний рівень проявив себе в раціоналізації виробництва і насиченні його електронно-обчислювальною технікою, а також у сфері послуг, яка не настільки залежала від кон'юнктури.

Таким чином, у даній статті було досліджено етапи становлення та розвитку шведської економічної моделі та проаналізовано фактори, що сприяли успішному економічному розвитку країни. Встановлено, що в умовах обмежених природних ресурсів економічному прогресу сприяло їх раціональне використання, а також раціональне використання іноземних інвестицій та їх спрямування в передові галузі виробництва, соціальна політика держави, спрямована на ліквідацію бідності шляхом підтримки найвразливіших верств населення, а також вдала стратегія уряду, спрямована на зміцнення позицій країни на міжнародному ринку.

Список використаних джерел

1. Волков, А. М. Швеція: соціально-економічна модель. – М., 1991
2. Вейбуль, Й. Коротка історія Швеції. – Стокгольм, 1994
3. Горохова, К. Г. "Держава добробуту": шведська модель. – М., 1989
4. Мюрдаль, Г. Швеція і Західна Європа. – М., 1964
5. Сучасні економічні системи: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / О. О. Беляєв, М. І. Диба, В. І. Кириленко, С. Г. Поручник, М. С. Руденко, Ю. М. Руденко. – К.: КНЕУ, 2003. – с.

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Гросул А.В.,

студент групи БА-51м Харківського державного університету харчування та торгівлі

Науковий керівник: **Филипенко О.М.,**

к.е.н., доцент, професор кафедри економіки та управління Харківського державного університету харчування та торгівлі

Досягнення підприємством конкурентоспроможного статусу безпосередньо пов'язане з просуванням ним своїх товарів до конкретної групи споживачів і прямо залежить від повноти задоволення їх запитів. Конкурентоспроможність продукції є наслідком функціонування конкурентоспроможного підприємства. Для забезпечення конкурентоспроможності продукції необхідним є ефективне управління факторами, умовами та причинами, що визначають якість продукції, витрати виробництва й досягнення максимального споживчого ефекту.

Конкурентоспроможність є показником, що характеризує ринкове положення товару в певний момент часу й не відображає довгострокові перспективи розвитку підприємства [1].

На сьогодні проблема підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства набуває все більшої актуальності. Адже за умов розвитку зовнішньої

торгівлі, підсилення процесів інтеграції країни в міжнародні організації загострюється конкурентна боротьба як на внутрішньому, так і на світовому ринку. Для виживання та досягнення домінуючих позицій лідера в галузі необхідно вдосконалити процес управління конкурентоспроможністю продукції підприємства, активно нарощувати конкурентні переваги, постійно досліджувати і аналізувати як внутрішнє, так і зовнішнє середовище підприємства, а отже бути гнучким і швидко реагувати на всі зміни.

У сьогоденні бізнес є все більш складним, різноманітним і динамічним. Інформація, технології, люди, система менеджменту змінюються досить швидко, що призводить до створення більш конкурентних ринків. Підприємства змушені постійно розробляти та застосовувати інноваційні стратегії, щоб зайняти конкурентну позицію на ринку. Поки підприємства конкурують між собою, такі інфраструктури як телекомунікації, транспорт, рівень освіти і технічні навички заохочують конкуренцію підприємств. Основа конкуренції – завжди йти поруч з технічним, технологічним, інформаційним прогресом і не відставати від постійно мінливих умов.

Підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства досягається шляхом орієнтації цього підприємства на споживача: покращення якості продукції, впровадження інноваційної політики, більш якісного використання ресурсів, у тому числі людських, покращення умов роботи і ряду інших факторів. Особливу увагу необхідно приділити людським ресурсам як ключовому елементу продуктивності та конкурентоспроможності.

Існують загальні методи підвищення конкурентоспроможності продукції, однак вони повинні розглядатися виходячи із сфери діяльності, виду підприємства, організаційної структури та інших факторів.

Основними факторами, які визначають конкурентоспроможність виробів є: стратегія фірми, наявність матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, інноваційний потенціал, доля ринку, ефективність менеджменту, технічні характеристики продукції [2]. Існують два основні види конкурентних переваг:

- більш низькі затрати – пояснюють спроможність розробки, випуску і продажу товару з меншими витратами ніж у конкурентів;

- диференціація товарів – це властивість товару забезпечити споживача більшою цінністю у вигляді нової властивості товару, його особливих споживчих якостей або післяпродажного сервісу, що дає змогу встановити більш високу ціну.

Швидкість, ефективність, оригінальність, орієнтація на споживача, якість і продуктивність – фактори, які можуть привести продукцію і підприємство в цілому до зайняття більш конкурентних позицій на ринку.

Для того, щоб запропонувати шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції необхідно добре уявити зовнішнє середовище, у якому працює підприємство, його фактори і мати чітке уявлення про внутрішнє середовище, у якому відбувається процес створення конкурентних якостей товару [3]. Також

потрібно звертати увагу на обдумане, виважене і кваліфіковане управління виробництвом з огляду на специфічні умови господарювання, а також на розробку і реалізацію зовнішньої і внутрішньої політики підприємства.

Існує ряд факторів, які впливають на конкурентоспроможність продукції у загальних масштабах. Головна задача підприємства є в тому, щоб поєднати зовнішні фактори впливу разом із внутрішніми в залежності від специфіки виробництва і стратегічно обумовлених цілей, направлених на підвищення конкурентоспроможності продукції.

У зв'язку з вищесказаним потрібно зробити наголос на внутрішні системи управління процесами виробництва, оскільки саме на нижчих рівнях макроекономічної системи відбувається практичне відтворення тих ідей, які призначені регулювати ринкові відносини. В цьому випадку помилки та їх виправлення стають зворотнім зв'язком і вони мають найбільшу цінність під час прогнозування на майбутнє діяльності не лише окремого підприємства, а й економіки в цілому.

Список використаних джерел

1. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учеб. пособие / И. М. Лифиц. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Высшее образование; Юрайт-издат, 2009. – 460 с.
2. Міценко Н. Г. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах / Н.Г. Міценко, О.С. Смик // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.3. – С. 243-247.
3. Продіус Ю. І. Шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства в умовах ЗЕД / Ю.І. Продіус, О.О. Рожок // Економіка: реалії часу. – 2013. – № 1(6). – С. 112-116.

ВЕНЧУРНЕ ІНВЕСТУВАННЯ УКРАЇНСЬКИХ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Довба І. В.,

здобувач кафедри економіки підприємства ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Науковий керівник: **Сойма С. Ю.,**

кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного бізнесу, логістики та менеджменту ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Основним інвестором українських венчурних фірм був ЄБРР. Варто зазначити, що український ринок венчурного інвестування істотно відрізняється від іноземних ринків, тому специфіка українського ринку венчурного капіталу полягає в наступному [4]:

По-перше, Україна у своєму розвитку венчурного інвестування наслідує європейську модель фінансування, де, на відміну від американської практики,

вкладати можна в будь-які галузі реальної економіки. В американській моделі венчурного інвестування переваги надаються лише високотехнологічній продукції. В той час, як більшість розвинених країн направляє кошти інвесторів саме в інноваційну сферу, в Україні тенденції абсолютно інші. Аналіз декларацій управління активами венчурних фондів дозволяє виділити основні сфери інвестування: будівництво, торгівля, готельний і туристичний бізнес, переробка сільгосппродукції, страхування, інформатизація. Також в Україні практично відсутні стартові вкладення і вкладення в інновації, а переважають інвестиції в розвиток компаній. По-друге, для України розвиток малого та середнього бізнесу, на жаль, ще не є основою для становлення економіки ринкового типу незважаючи на те, що актуальність венчурного фінансування саме малих інноваційних підприємств є більш гнучким, що пов'язано з меншими витратами, невеликим апаратом управління, більш умілою пристосованістю до попиту споживача, а значить, меншим ризиком при отриманні негативного результату, а також можливістю підключення великих компаній до інноваційної діяльності при успішному завершенні наукових досліджень і настанні стадії промислового освоєння нових розробок. По-третє, в Україні викривлене поняття «венчурного фонду» й досі не існує законодавчого окреслення функцій та основних характеристик, без чого не можливий грамотний механізм венчурного фінансування. Так, венчурні фонди створюються не для фінансування інноваційних підприємств, а для реалізації спекулятивних схем керування власністю та використання податкових пільг, адже фонди не сплачують податок на прибуток. По-четверте, в Україні недостатня увага приділяється венчурному капіталу з боку держави, на відміну від Фінляндії, де більше 80% коштів, венчурного ринку, носять національний характер чи Великобританії, де цей показник сягає 40%. По-п'яте, венчурні фонди створюються не для фінансування інноваційних підприємств, а для реалізації спекулятивних схем керування власністю та використання податкових пільг, оскільки фонди не сплачують податок на прибуток [2, с.180].

Крім того, доречно зауважити, що протягом останніх років умови роботи венчурних фондів на українському ринку достатньо серйозно змінилися. Так, наприклад, венчурний капітал, який по своїй природі спеціалізувався на придбанні невеликих (до 49%) пакетів акцій, після кількох втрат дрібних пакетів був змушений переключитися на контрольні. Також зіштовхнувшись із серйозними проблемами забезпечення ефективності інвестицій, так як останнім часом жодний з відомих операторів українського ринку не зміг навести приклад продажу свого великого підприємства стратегічному інвестору, сьогодні венчурні фонди орієнтуються на роботу лише з компаніями, що вже сформувались. До того ж, дотепер більшість фахівців венчурного інвестування намагаються особливо не ризикувати й вкладають венчурний капітал в українські підприємства лише на 2-3 роки [2, с.190].

Однією з причин гальмування розвитку венчурного інвестування в Україні є недосконалість законодавчої бази. Порядок створення венчурних фондів в Україні регулюється Законом України "Про інститути спільного інвестування", що набрав чинності у січні 2014 року [3]. Необхідність включення венчурного капіталу до елементів національної інноваційної системи України знайшла своє логічне відображення під час розробки Стратегії інноваційного розвитку України до 2020 р. Зокрема, за прогнозами розробників, Стратегія передбачає, що до 2020 року венчурне фінансування ранніх стадій роботи компаній має зрости до 30-40% від середньоєвропейського рівня, або скласти близько 0,3% від ВВП України [1, с.18].

Отже, венчурний бізнес в Україні перебуває в початковій стадії, в першу чергу це стосується адекватного законодавства. Провівши ряд економічних реформ та перейнявши світовий досвід, Україна зможе привернути до себе увагу світових країн-інвесторів та залучити в свою економіку значний венчурний інвестиційний капітал, налагодити ділові стосунки та взаємини із потенційними світовими партнерами.

Список використаних джерел

1. Дудчик О.Ю. Особливості венчурного бізнесу в Україні / О.Ю. Дудчик, Ю.О. Гулейко, К.В. Бережна // Науковий вісник Херсонського держ. ун-ту / Серія: Економічні науки. – 2014. – Вип. 4. – С. 18–21.
2. Дюгованець О. М. Формування спільної політики Європейського Союзу у сфері венчурного фінансування: монографія / О. М. Дюгованець; Держ. ВНЗ "Ужгород. нац. ун-т". – Ужгород : Аутдор-Шарк, 2014. – С. 180-190.
3. Закон України «Про інститути спільного інвестування» від 01.01.2014 № 5080-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5080-17>.
4. Кисіль В.Л., Садловський Р.В. Венчурний бізнес в Україні, його стан та характерні риси [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/13_NPN_2010/Economics/65283.doc.htm

ВПРОВАДЖЕННЯ ДОСЯГНЕНЬ НАКОВО-ТЕХНІЧНОГО ПРОГРЕСУ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКЕ ВИРОБНИЦТВО

Єрмоменко Ю. В.,

студентка 1 групи 4 курсу економічного факультету Одеського державного аграрного університету

Науковий керівник Дідур Г. І.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту і маркетингу Одеського державного аграрного університету

У сучасних умовах основним засобом зростання і розвитку економіки у довгостроковій перспективі стають досягнення науково-технічного прогресу та інновації. «Виробництво продукції і надання послуг можливе лише за допомогою науково-дослідницьких та інформаційних розробок які надають конкурентні

переваги підприємствам в конкурентній боротьбі» [1, с.181]. На сьогодні постійне впровадження новітніх розробок є реальною запорукою сталого розвитку сільського господарства.

В ТОВ «Сербське» Великомихайлівського району Одеської області провідною галуззю є рослинництво. Ефективність і конкурентоспроможність галузей рослинництва визначається витратами і результатами виробництва, які у свою чергу залежать від того, наскільки ефективною є діюча система управління в господарстві.

Для покращення якості продукції та збільшення урожайності в ТОВ «Сербське», пропонуємо впровадження нових сортів сільськогосподарських культур: озима пшениця – «Скарбниця», урожайність – 63 ц/га; озимий ячмінь – «Метелиця», урожайність – 60,2 ц/га; кукурудза – «Кільчень 190 МВ», урожайність – 70,3 ц/га; соняшник – «ЕсКарамба» урожайність – 28,8 ц/га.

За рахунок впровадження нових сортів ми отримуємо кращу якість продукції, збільшення урожайності, і як наслідок збільшення валового збору при незмінній площі.

В таблиці 1 розраховано резерви збільшення валового збору продукції рослинництва. Поточним роком будемо вважати 2014 рік.

Таблиця 1

Резерви збільшення валового збору продукції рослинництва за рахунок підвищення урожайності

Вид продукції	Посівна площа, га	Валовий збір, ц	Урожайність, ц/га		Прогноз збільшення валового збору	
			поточна	прогнозна	ц	раз
Озима пшениця	643	20527	31,9	63,0	40509	в 2 рази
Кукурудза	62	1541	24,9	70,3	4359	в 2,8 рази
Ячмінь озимий	235	6484	27,6	60,2	14147	в 2,2 рази
Соняшник	270	4407	16,3	28,8	7776	в 1,8 рази

Розраховано автором з використанням даних ф.з. №50-сг

Отже, господарство може отримати збільшення валового збору, при цьому не збільшуючи посівну площу, а це в свою чергу дозволить отримати додатковий прибуток.

Припустимо, що ціна реалізації 1 ц продукції залишиться такою ж як і в 2014 році. Вважатимемо, що витрати, пов'язані з впровадженням нового сорту, які ми включимо до повної собівартості становитимуть 50% від виробничої собівартості продукції, що склалася у 2014 році.

Таким чином, можемо визначити додатковий прибуток від впровадження нового сорту кращої якості та з більшою урожайністю .

За даними таблиці 2 можна зробити висновок, що за рахунок збільшення урожайності ми отримали невисоку собівартість 1 ц продукції, що дозволить отримати прибуток на 1 ц.

Отже, впровадження нових сортів представлених культур є доцільним та економічно ефективним, забезпечить розвиток галузі рослинництва та досягнення високих фінансових результатів, а отже і ефективності виробництва.

Таблиця 2

Розрахунок додаткового прибутку за рахунок збільшення валового збору

Вид продукції	Валовий збір у поточному році, ц	Прогнозний обсяг валового збору, ц	Ціна реалізації 1 ц, грн	Собівартість 1 ц, грн.	Прибуток на 1 ц, грн	Прибуток у поточному році, тис.грн.	Прогнозний рівень прибутку, тис.грн.
Озима пшениця	205 27	405 09	210 ,5	129 ,0	81, 5	167 3	330 1
Ячмінь озимий	648 4	141 47	171 ,6	132 ,0	39, 6	257	560
Кукуруд за	154 1	435 8	176 ,8	165 ,5	11, 3	17	49
Соняшни к	440 7	777 6	440 ,2	252 ,2	188 ,0	829	146 2

(Побудовано автором за власними розробками і використанням даних ф.з №50-сг)

Впровадження новітніх розробок в галузі сільського господарства заслуговує особливої уваги, адже це на сьогодні є реальною запорукою сталого розвитку сільського господарства в цілому та окремого підприємства. У рослинництві нові технологічні рішення пов'язані з селекційною роботою, генною інженерією, органічним землеробством, мікрозрошенням, нанотехнологіями.

Використання інновацій та техніко-технологічних розробок в аграрній галузі, і в тому числі в ТОВ «Сербське», дасть змогу підвищити результативність її діяльності, адже за рахунок інтенсивних технологій можна досягти збільшення виробництва

валової продукції, покращити її якість, скоротити витрати ресурсів, що, в свою чергу, сприятиме підвищенню ефективності та прибутковості підприємства.

Список використаних джерел

1. Шапоренко О.І. Операційний менеджмент як механізм управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства/ О. І. Шапоренко // Теорія та практика державного управління. – 2014. – Вип. 4 (47). – С. 178-185.

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ШЛЯХ ДО УСПІХУ ШВЕЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Злочевська Д.С.,

Студентка групи БЧШ-1-14 Київського національного університету технологій та дизайну

Науковий керівник: **Єфременкова Н. А.,**

к. т. н., доцент кафедри гуманітарно-мистецьких дисциплін та технологій легкої промисловості

Сучасна тривожна ситуація на ринку України зумовлена рядом об'єктивних та суб'єктивних причин: різким зниженням купівельної спроможності населення; складністю проведення ефективної реструктуризації існуючих підприємств та їх пристосування до діяльності у ринковому середовищі; негнучкістю великих швейних підприємств; наявністю застарілого обладнання та технологій; ускладненням міжгалузевих зв'язків та втратою сировинної бази; наповненням ринку нелегальною продукцією та продукцією «секонд-хенд».

Для усунення зазначених проблем необхідно більш інтенсивно залучати в господарський обіг результати науково-технічної сфери, формуючи економіку інноваційного типу. Розвинута наука, доступ до новітніх технологій та ефективні освітні технології є важливими складовими моделі стійкого розвитку передових країн в сучасну епоху. На думку західного дослідника Б. Санто, інновація – це такий суспільно-техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей та винаходів приводить до створення кращих за своїми якостями виробів, технологій та дає прибуток (у разі, коли інновація орієнтована на економічний зиск), її поява на ринку може принести додатковий дохід [2]. Саме це і турбує спеціалістів швейних підприємств. Для виходу зі скрутного становища та підвищення ефективності діяльності вітчизняні швейні підприємства повинні додатково вживати конкретних заходів, щоб набути певних конкурентних переваг.

Основними перспективними напрямками розвитку підприємств швейної галузі легкої промисловості України є: ефективне управління витратами та зниження собівартості продукції; удосконалення рівня організації виробництва з використанням модернізованого устаткування та новітнього програмного забезпечення; впровадження сучасних технологій виробництва та зменшення тривалості виробничого процесу; застосування міжнародної сертифікації продукції та стандартизації процесів виробництва як складових управління якістю;

налагодження тісних зв'язків з бізнес-партнерами. Здійснення зазначених стратегічно важливих завдань дасть можливість вітчизняним швейним підприємствам успішніше діяти за умов жорсткої конкуренції [4].

Прогресивні технології в швейній промисловості націлені на врахування вимог споживачів до одягу, зокрема удосконалення антропометричних характеристик одягу, забезпечення фізіологічного комфорту людини. Геометрія поверхні одягу має бути максимально наближена до реальних фігур споживачів для максимального їх задоволення [1]. Результати безконтактних вимірів, що отримані за допомогою 3D сканерів, доступні в цифровій формі, є точними, їх легко обробляти, вони дозволяють створити базу даних стосовно одягу або макетів одягу [3].

Створення базових конструкцій одягу за допомогою трьохмірного віртуального манекену є прогресивним способом. Під час роботи з трьохмірним зображенням моделі одночасно здійснюється оцінка її зовнішнього вигляду в цілому та всіх вузлів окремо. Програма забезпечує можливість будувати моделі не тільки на типові фігури, а і на фігури з відхиленнями, розробляти силует одягу, здійснювати пошук пропорцій і нових форм, задавати розташування швів на об'ємному зображенні виробу. Створення трьохмірної інформації про поверхню тіла людини та використання її для розробки конструкцій одягу на фігури з різною геометрією поверхні можливе саме завдяки сучасним САПР.

Модернізація швейного обладнання здатна суттєво вплинути на підвищення конкурентоспроможності підприємств. Надзвичайно важливим елементом успіху є впровадження ресурсозберігаючих технологій виробництва продукції. Заміна електроприводів з фрикційними муфтами на електронний варіант привода – сервопривод забезпечує економію електроенергії до 60-80%. Невеликий за габаритами та практично безшумний привод має потужність в 1,5 рази більшу, ніж електропривод з фрикційною муфтою. Можливість роботи привода в однофазній мережі при широкому коливанні напруги в мережі відкриває додаткові технічні можливості.

При виготовленні виробів з текстильних матеріалів у швейній промисловості шиття відбувається в основному за допомогою швів, в той час як для технічних текстильних матеріалів потрібні інші характеристики, а також альтернативні способи з'єднання, наприклад, зварювання та склеювання. Такі способи застосовуються при створенні одягу з певними функціями, наприклад одягу для туризму та спорту. Клейове з'єднання утворюється з клейового розчину або розплавляється під впливом тепла твердого клейового складу, які під тиском проникають в макро- і мікропори поверхонь. Після випаровування розчинника або припинення теплового впливу клейовий склад твердне і скріплює поверхні матеріалу.

Використання сучасних парогенераторів, столів з витяжкою, прасувальних дошок з вакуумною аспірацією, пресів та пароманекенів дає змогу механізувати найбільш трудомісткі операції, поліпшити якість обробки.

З метою підвищення продуктивності праці, зниження витрат часу на з'єднувальні операції і поліпшення якості оброблюваних деталей у швейних цехах ефективно використовують засоби малої механізації: лінійки, обмежувальні лапки, пристрої для підгинання країв деталей. Достатньо ефективно для виробництва використовувати готові прикладні матеріали (косі бейки, корсажі, клейові стрічки).

Українська легка промисловість завжди займала провідне місце у виробництві промислових товарів народного господарства. Вона має і сьогодні значний потенціал та можливості для відродження. Це одна з соціально значущих галузей промисловості, яка зможе надавати значну кількість робочих місць, забезпечувати надходження коштів в бюджет, створювати сучасну якісну продукцію. Якщо Україна прагне бути самостійною та незалежною, то у неї не може бути іншого шляху розвитку, ніж формування економіки інноваційного типу. Розбудова такої моделі сприяє конкурентоспроможності та світовому науково-технічному лідерству: країни, які спроможні забезпечити безперервну та інтенсивну конвертацію наукових знань в нові технології і товари, отримують незаперечні переваги та мають стійкі темпи економічного розвитку.

Список використаних джерел

1. Богушко О.А., Малиновський В.І., Святкіна А.Є. Геометрія поверхонь одягу. Підручник для студентів вищих навчальних закладів. –К.: «Освіта України», 2011. – С.187.
2. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// library.if.ua](http://library.if.ua)
3. Ли, Юэ. Формирование базы данных для проектирования одежды по оцифрованным изображениям систем «фигура-костюм» Текст. / Ли Юэ, И.В.Жукова, А.В.Гниденко, В.Е.Кузьмичев // Известия вузов. Технология текстильной промышленности. 2007. – № 2. -С.83 -86
4. Програма економічних реформ України на 2010-2014 [Електронний ресурс] / Комітет з економічних реформ при Президентові України. – Режим доступу: www.president.gov.ua

ПОДАТКОВІ ВАЖЕЛІ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Калашнікова А. К.

студентка групи ОА-15

Науковий керівник: **Волчкова Г. К.**

викладач кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики Кіровоградського національного технічного університету

Питання інноваційного розвитку економіки є актуальним для України, враховуючи її прагнення інтеграції до ЄС, в країнах якого інноваційна модель

розвитку є базовою. Найвищий інтелектуальний потенціал країни стикається з проблемою відсутності коштів для фінансування наукових розробок, технічних і технологічних нововведень, ноу-хау. Пошук резервів росту економіки країни є пріоритетом в ринкових умовах господарювання. Одним із інструментів активізації інноваційного розвитку є гнучка система оподаткування, яка б стимулювала підприємства до впровадження інновацій, сприяла би підприємцям активніше впроваджувати результати НТП в умовах конкурентної боротьби.

На сучасному етапі інноваційний розвиток економіки належить до головних державних пріоритетів внутрішньої політики високорозвинутих країн, таких як США, Японії, країни Європейського Союзу.

Створення та успішне застосування різноманітних нововведень дозволяє істотно змінити обсяги та якість виробництва і споживання, різко підвищити продуктивність праці, знизити сукупні витрати на виробництво, випускати конкурентоспроможну продукцію. Обраний Україною шлях інтеграції до Євросоюзу вимагає наближення національної економічної системи до систем країн ЄС. Це ставить Україну перед проблемою запровадження базової для ЄС моделі розвитку – моделі інноваційного розвитку.

Вагомими фінансовими інструментами стимулювання інноваційної активності підприємств, які сьогодні активно застосовуються у провідних країнах Європейського Союзу, є податкові інструменти.

Як відомо, податки з'явилися з розподілом суспільства на прошарки та з виникненням державності. Професор О.О. Соколов у своїй праці «Теорія податків» писав: «Під податком необхідно розуміти примусовий збір, що стягується державною владою з окремих господарюючих осіб або господарств для покриття своїх витрат або для досягнення яких-небудь цілей економічної політики без пред'явлення платникам його спеціального еквівалента» [3, с.69]. На думку вчених К. Маркса та Ф. Енгельса, «податки – це внески громадян, необхідні для утримання... публічної влади...» [1, с.77]. В історії розвитку суспільства жодна держава не могла обійтись без податків, оскільки для виконання своїх функцій із задоволення колективних потреб вона потребує певну суму коштів, які можуть бути зібрані тільки через податки. З цього випливає, що мінімальний розмір податків визначається сумою витрат держави на виконання мінімуму її функцій: управління, освіта, охорона здоров'я, оборона держави, судова система, охорона порядку. Чим більше функцій має держава, тим більше вона вимушена збирати податків.

Податки є ефективним знаряддям втілення державної політики з питань економічного, соціального та інноваційного розвитку. За допомогою податків здійснюється перерозподіл валового внутрішнього продукту в територіальному та галузевому аспектах, а також між різними соціальними групами. Цей перерозподіл згладжує вади ринкового саморегулювання, створює додаткові стимули для ділової та інвестиційної активності, мотивації праці, підтримання рівня зайнятості.

Залежно від застосування державою принципів оподаткування (принцип отриманих благ та принцип платоспроможності), податки поділяються на три види:

1) Прогресивний податок (тобто середня податкова ставка підвищується в залежності від зростання доходу)

2) Регресивний податок (середня податкова ставка зменшується із зростанням доходу)

3) Пропорційний податок (середня податкова ставка залишається незмінною) [2, с.81].

В Україні переважно застосовується пропорційна шкала оподаткування, проте для стимулювання інноваційного розвитку доцільним було б використання регресивної шкали оподаткування, яка передбачає зменшення податкових ставок зі збільшенням виробництва наукомісткої, інноваційної продукції. Це стимулювало б підприємства до нарощування обсягів виробництва високотехнологічної продукції, вкладенням коштів у науково-технічні розробки. Регресивна шкала оподаткування активно використовується в країнах ЄС в тих галузях, що потребують розвитку з суспільної точки зору, а відповідно – і підтримки держави. Проте, фінансування таких галузей відбувається не прямо з державного бюджету країни, а за рахунок гнучкої системи оподаткування, стимулюванням вкладення коштів в ці галузі. Подібний досвід, коли підприємець не є «прохачем» дотацій держбюджету, а сам здатен заробити і в майбутньому принести бюджету країни додаткові кошти у вигляді податків, вдається більш раціональним і конструктивним шляхом вирішення проблеми дефіциту ресурсів і, як наслідок, проблеми інноваційного розвитку підприємств країни.

Список використаних джерел

1. Маркс К., Енгельс Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства: собр. соч. / К. Маркс, Ф. Енгельс. – 2-е изд. – Т. 21. – М., 1995. – 171 с.

2. Політекономія. Навчально-методичний посібник для студентів економічних спеціальностей/Укл. Тарнавський М.П., Хох В.А., Рубан В.М. – Кіровоград: КНТУ, 2005. – 124 с.

3. Соколов А.А. Теория налогов. – М.: ООО «ЮрИноР-Пресс», 2003. – 506 с.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВТОСТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Каленська Алла Володимирівна

викладач Технологіко-економічного коледжу Білоцерківського національного аграрного університету

У статті визначено проблеми та тенденції розвитку ринку автотранспортного страхування України. Проаналізовано динаміку основних показників діяльності учасників ринку.

На сьогоднішній день розвиток ринку страхування України відбувається в складних економічних умовах, визначених як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками. Негативно позначилась на розвитку страхового ринку нестабільна політична ситуація. Водночас світовий досвід свідчить, що страховий ринок сприяє розвитку економіки і розв'язанню важливих соціальних проблем. Завдяки страхуванню формуються значні фінансові ресурси, що перетворює страховий ринок на потужне джерело інвестиційних ресурсів. Особливої уваги потребують питання страхового захисту суспільства в системі автотранспортного страхування, що обумовлено наступними чинниками:

- стрімким збільшенням кількості автомобілів в Україні;
- збільшення числа дорожньо-транспортних пригод та пов'язаних з ними збитків заповдіяних життю, здоров'ю, майну громадян.

Це призводить до збільшення попиту на послуги автотранспортного страхування, а відповідно і до збільшення цього сегмента фінансового ринку країни. Зважаючи на те, що автотранспортне страхування в Україні неповною мірою реалізує свій потенціал, дослідження цієї теми є актуальним завданням. Проблеми і тенденції розвитку вітчизняного ринку автострахування в сучасних умовах потребують додаткового вивчення.

Окремі аспекти розвитку автотранспортного страхування в Україні висвітлено в багатьох наукових працях. Проте у зв'язку із стрімкими змінами, що відбуваються в економіці України, дослідження проблем, які стримують розвиток автотранспортного страхування в Україні, набуло ще більшої актуальності. Недостатньо дослідженими залишаються питання функціонування ринку автотранспортного страхування та проблеми його розвитку в умовах виходу із кризи.

Таким чином, основними проблемами сучасного ринку автотранспортного страхування України є:

- відсутність якісної статистичної інформації в страховому секторі;
- недосконалість законодавчого регулювання у сфері автострахування, недостатня відповідність чинних нормативно-правових актів вимогам сьогодення та європейських стандартів;
- низький рівень послуг, що надаються окремими страховиками та наявність випадків шахраювання.

Покращення ситуації на ринку автострахування можливе за рахунок реалізації низки заходів, спрямованих на усунення існуючих проблем.

Першочерговим завданням для страховиків є усунення наслідків економічної та фінансової криз для недопущення зменшення платоспроможності страховиків та розгортання глибокої кризи страхового ринку. Це вимагає негайних заходів тактичного характеру, спрямованих на усунення загрозливих тенденцій, що спостерігаються на страховому ринку. Страховикам необхідно орієнтуватись на розширення спектра пропозицій для потенційних клієнтів, надавати комплексне

обслуговування, залучати до співпраці банківські установи, що дозволить збільшити обсяги реалізації страхових продуктів. Крім позитивних зрушень для самої страхової компанії, реалізація таких заходів є підґрунтям для активізації інвестиційної діяльності страхових компаній для відновлення економіки нашої країни після кризи.

Для підвищення інвестиційного потенціалу ринку автострахування доцільними є заходи спрямовані на формування чіткої концепції реформування галузі, удосконалення державного регулювання ринку, адаптацію українського страхового ринку до світових вимог фінансового регулювання та нагляду, співпрацю страховиків на міжнародному рівні, створення незалежної установи, яка б проводила експертизу договорів і страхових випадків, а також контролювала фінансовий стан компаній, що надають послуги з автострахування.

Оцінка стану ринку автотранспортного страхування виявила низку проблем, які стримують розвиток цього сегмента фінансового ринку, а саме: зменшення попиту на послуги автострахування з боку потенційних страхувальників, погіршення загального стану платоспроможності страховиків, відсутність якісної статистичної інформації в страховому секторі, недосконалість законодавчого регулювання, низький рівень послуг, що надаються окремими страховиками та наявність випадків шахраювання.

Для вирішення виявлених проблем необхідними заходами є:

- розробка програм інформування населення про страхові послуги з метою підвищення страхової культури громадян
- підвищення рівня довіри до страхових компаній, що дасть змогу збільшити обсяги продажу страхових продуктів та покращити фінансовий стан страхових компаній
- вдосконалення нормативно-правового забезпечення процесів страхування забезпечить відповідність вітчизняного страхового ринку європейським стандартам, активізує інвестиційну діяльність [3].

Вищеперераховані заходи є підґрунтям сталого розвитку системи автотранспортного страхування України.

Список використаних джерел:

1. Горбач Л. М. Страхування. Навчальний посібник [Текст] / Горбач Л. М., Каун О. Б. – Київ : Кондор, 2011. – 520 с.
2. Плиса В. Й. Страхування: Підручник [Текст] / В. Й. Плиса. – Київ : Каравела, 2010. – 472 с.
3. Страховий ринок України: стан та проблеми розвитку [Текст] / О. В. Мухіна // Фондовий ринок. – 2010. – № 10.
4. <http://www.stattionline.org.ua/ekonom/49/6770-rinok-avtostraxuvannya-ukraini-stan-problemi-rozvitku-ta-shlyaxi-ix-rozv-yazannya-v-suchasnix-umovax.html>
5. <http://nfp.gov.ua/content/informaciya-pro-stan-i-rozvitok.html>

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ПРОБЛЕМИ ТА ЇХ ВИРІШЕННЯ

Камінська Т. П.,

студентка IV курсу, гр. ЕП-45 Первомайського політехнічного інституту Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова

Науковий керівник: **Філіпішина Л. М.,**

к.е.н., доцент кафедри економіки і організації виробництва Первомайського політехнічного інституту Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова

На сучасному етапі розвитку суспільства стає більш значущим підвищення ролі нововведень, і це викликано, в першу чергу, підвищенням та більш жорсткою конкуренцією. Для багатьох керівників, які вважають ефективно керувати підприємством поняття інноваційно розвинутого підприємства є досить актуальним в повсякчасному житті організацій. На даний час в умовах жорсткої конкуренції національні підприємства втрачають свої позиції на світовому ринку, оскільки не мають змоги завоювати нові ринки збуту продукції. Активізація інноваційної діяльності має дуже важливе значення як на рівні підприємства, так і на рівні держави. Оскільки при розвитку науки, техніки, технологій можливий випуск конкурентоспроможної продукції та послуг. Коли підприємство випереджає конкурентів в освоєні досягнень науково-технічного прогресу, тільки тоді воно має змогу отримувати прибуток. Розвиток інноваційної діяльності має велике значення не тільки для окремого підприємства, але і для збільшення економічного потенціалу держави, за допомогою збільшення обсягів випуску наукомісткої продукції.

На даний час стан інноваційної діяльності в Україні можна вважати таким, що не відповідає сучасному рівню розвитку інноваційних процесів в країнах, для яких інноваційний розвиток є основним напрямком економічної стратегії [2]. Основним фактором, що стримує інноваційну діяльність, є відсутність коштів для фінансування інноваційних змін. Це багато в чому зумовлено низьким ступенем зацікавленості економічних суб'єктів в інвестуванні капіталу в інноваційні процеси. Інший бік цієї проблеми – держава не може постійно лише субсидувати. Необхідне масове залучення приватного і банківського капіталу до кредитування та інвестування новітніх досліджень та їхнього впровадження. Ситуація погіршується ще й через відсутність організаційно-економічних механізмів інвестування масштабних технологічних змін. Існуючий порядок фінансування державних науково-технічних програм, як правило, не забезпечує досягнення заданих кінцевих результатів. Органи виконавчої влади на різних рівнях неефективно використовують кошти для інноваційної трансформації. У той же час недержавні комерційні структури не зацікавлені в здійсненні довгострокових проектів, що забезпечували б базові технологічні зміни. Крім того, мають місце і ринкові чинники: домінування певних підприємств (сильні конкуренти), невизначений попит на інноваційні товари або послуги. Ринки насичуються, спостерігається дуже жорстка конкуренція і тенденція до скорочення циклу виробництва.

З огляду на це, можна виділити основні проблеми інноваційного розвитку на сучасному етапі:

- відсутність реальних механізмів об'єднання наявних ресурсів, їх концентрації на найбільш значних та перспективних напрямках розвитку;
- відсутність залежності між збільшенням обсягу продажу приватними компаніями і зростанням фінансування здійснюваних ними досліджень і розробок;
- інноваційна політика не має чіткої спрямованості у вирішенні конкретних економічних проблем регіонів, у їхній реструктуризації з врахуванням ринкових чинників;
- застарілі організаційні структури, неузгодженість інтересів учасників інноваційних процесів;
- наявність обмежень з боку антимонопольного, податкового, патентно-ліцензійного законодавства;
- відсталість матеріальної і науково-технічної бази [3].

Вдосконалення економіки країни на засадах інноваційного розвитку повинно відбуватися завдяки комплексному застосуванню усіх можливих важелів державної економічної політики. З метою посилення позитивного впливу даної політики на динаміку інноваційної діяльності необхідно:

- вжити заходів з удосконалення державної бюджетної політики, забезпечивши спрямування додаткових коштів бюджетів на фінансування високотехнологічних проектів;
- активізувати подання заявок для фінансування інноваційних пропозицій у структурні фонди та грантові програми ЄС;
- вжити заходів щодо стимулювання інвестиційної діяльності в малому підприємстві (пільгові кредити, спеціальні гранти);
- стимулювання ринкового попиту на інновації і використання концепції «лідуючих» ринків, що передбачає підтримку ринків, найбільш сприятливих до нововведень;
- прискорити темпи зростання та оновлення інноваційної інфраструктури;
- створити державний інвестиційний банк з метою пільгового стимулювання інвестиційних проектів на пріоритетних напрямках (із жорстким контролем за його діяльністю) [1].

Стабільне соціально-економічне зростання в Україні може бути досягнуто лише інноваційним шляхом при активному використанні сучасних науково-інноваційних розробок. Від того, наскільки значною буде інноваційна складова економічного розвитку країни, залежить її роль і місце у світовій економічній системі, стабільність і рівень розвитку національної економіки на даному етапі і в майбутньому.

1. Мамонтова Н.А. Тенденції фінансування інвестиційної та інноваційної діяльності // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 12. – с. 118-124.
2. Озерчук О.В. Роль державної фінансової політики у стимулюванні розвитку інновацій в Україні // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – №8. – с. 99- 104.
3. Пенькова О.Г. Проблеми реалізації інноваційної стратегії розвитку України // Формування ринкових відносин в Україні. – 2013. – № 9. с.99.

ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОЦІНЦІ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Клеймьонова В. В.,

студентка групи БА-51м Харківського державного університету харчування та торгівлі

Науковий керівник: **Мілаш І. В.,**

к.е.н., доцент, професор кафедри економіки та управління Харківського державного університету харчування та торгівлі

Загальна комп'ютеризація – одна з актуальних проблем сучасного прогресу, технічною основою розв'язання якої є наявність сучасних комп'ютерів і розвитих телекомунікаційних засобів зв'язку, що дозволяють організувати ефективні інформаційно-обчислювальні мережі різного рівня і призначення. Застосування сучасних інформаційних технологій при оцінці кадрового потенціалу підприємства надає суттєві переваги для отримання якісних управлінських та економічних рішень.

Важливою складовою діагностики кадрового потенціалу підприємства є його комплексна оцінка, яка є об'єктивною основою і передумовою прийняття рішень в системі управління кадровим потенціалом кожного господарського суб'єкта. Головна ідея комплексної оцінки кадрового потенціалу підприємства – виразити і врахувати найважливіші характеристики працівників і робіт, які вони виконують.

Для характеристики працівників кількісній оцінці підлягають їхній кваліфікаційно-професійний рівень і ділові якості, що створюють необхідні передумови для виконання відповідних функціональних обов'язків. Показниками, що характеризують роботу є складність виконуваних функцій і конкретно досягнутий результат. Ці ознаки взаємозалежні. Так, проведена нами оцінка поточних результатів роботи підприємств, підтверджує необхідність оцінки ділових якостей його персоналу. Взаємозалежні між собою професійно-кваліфікаційний рівень працівників і складність їх праці. Для комплексної оцінки кадрового потенціалу доцільно означені характеристики розглядати в сукупності.

При комплексній оцінці кадрового потенціалу підприємства нами пропонується визначати коефіцієнт професійно-кваліфікаційного рівня працівників, рівень освіти персоналу підприємства, проводити оцінку стажу роботи персоналу зі спеціальності, визначати рівень активності персоналу підприємства в системі підвищення професійної майстерності. Оцінка ділових якостей персоналу підприємства

здійснюється за універсальними ознаками, які істотно впливають на продуктивність їхньої праці, морально-психологічний клімат у колективі, а також на всю атмосферу трудового процесу і практичні результати. Також проводиться оцінка складності виконуваних функцій персоналом підприємства.

В час нових сучасних технологій Microsoft Excel є потужним, легким у практичному використанні засобом, який дозволяє обробляти, аналізувати і графічно представляти різні види даних. Цей засіб є зручним для економістів всіх ланок. Це інструмент, який використовується для реалізації основних розрахункових операцій при одержанні економічних характеристик, побудови графіків і діаграм за результатами науково-дослідних робіт. За допомогою цього пакету нами розроблена програма, яка дозволяє визначити комплексний показник оцінки кадрового потенціалу підприємства. Динаміка комплексного показника оцінки кадрового потенціалу за допомогою елементів Microsoft Excel відображається на графіку, що дозволяє наочно бачити існуючу тенденцію зміни даного показника.

Запропонована методика апробована на підприємстві, а розрахунки дозволяють оцінити рівень його кадрового потенціалу як середній. Отримані результати комплексної оцінки кадрового потенціалу повинні враховуватися в процесі ухвалення рішень щодо управління кадровими ресурсами з метою розробки системи заходів, спрямованих на реструктуризацію, подальший розвиток або збереження потенціалу персоналу.

СПОСОБИ ЗМЕНШЕННЯ ОБСЯГІВ ЗАБРУДНЮЮЧИХ РЕЧОВИН ДИЗЕЛЬНИМ АВТОТРАНСПОРТОМ

Кофанов О. Є.

аспірант Національного технічного університету України "КПІ"

Науковий керівник: **Ремез Н. С.,**

д.т.н., професор, кафедра інженерної екології Національного технічного університету України "КПІ"

Останні роки спостерігається суттєве зростання концентрації шкідливих речовин в атмосферному повітрі, особливо на територіях, прилеглих до великих автомагістралей. Тому проблема забруднення довкілля автотранспортом, у тому числі й дизельним, потребує негайного вирішення. Отже, розробка способу зменшення емісії шкідливих речовин є актуальною науково-практичною задачею, оскільки неповне згоряння палива та неправильно відрегульований режим роботи двигуна спричиняють підвищення токсичності відпрацьованих газів.

Таким чином, метою дослідження є розробка та обґрунтування способів підвищення екологічності дизельного автотранспорту, по-перше, за рахунок упровадження альтернативного моторного біопалива – біодизелю (або його сумішей з дизельним паливом), а, по-друге, шляхом зміни властивостей палива присадками різної хімічної природи та функціонального призначення.

Горіння палива є складним фізико-хімічним процесом, унаслідок якого утворюються більше як 120 різноманітних сполук, у тому числі оксиди Карбону (CO , CO_2), Нітрогену (N_2O , NO , N_2O_3 , NO_2 (найбільш стійкий та небезпечний), N_2O_5 тощо) і Сульфур (SO_2 – найнебезпечніший та SO_3), незгорілі вуглеводні (C_xH_y), що мають канцерогенну та мутагенну дію (наприклад, бенз(а)пірен $\text{C}_{20}\text{H}_{12}$), альдегіди RC(O)H , частинки сажі та інші складові відпрацьованих газів.

За допомогою аналізу літературних і патентних джерел основним методом впливу на властивості моторного палива та повноту його згорання обрано метод "фізико-хімічного регулювання", тобто модифікування складу палива з метою отримання певних характеристик його якості. У роботі запропоновано два основні напрямки розв'язання порушеної проблеми. Перший напрямок – заміна традиційного палива на біодизель, а другий – додавання до палива присадок комплексної дії. Крім того, ми поєднали ці два напрямки та запропоновували застосовувати біодизель і як компонент сумішевого палива в концентрації до 30 % за об'ємом, і як домішку до палива в концентраціях до 2,5 % для підвищення трибологічної активності низькосірчистого дизельного палива. Разом з тим, наш пошук був спрямований і на розробку багатофункціональних паливних композицій, що здатні (у концентрації до 0,2 %) позитивно впливати на процеси сумішоутворення та горіння палива в камері згорання двигуна, тим самим змінюючи склад і зменшуючи токсичність відпрацьованих газів автомобіля.

У зв'язку з цим було запропоновано екологічно сприятливу технологію, яка полягає в тому, що метанол замінюється на менш токсичний етанол; використано неіоногенну поверхнево-активну речовину як додатковий компонент каталізатора та розширено сировинну базу за рахунок використання відходів тваринництва і харчової промисловості [1, 2]. Останнє є особливо актуальним, оскільки дає можливість разом із виробництвом біопалива ще й утилізувати відходи виробництва та споживання.

Лабораторні дослідження щодо якості отриманого біодизелю та паливних композицій за його участю показали відповідність їх фізико-хімічних та експлуатаційних характеристик чинним українським та європейським стандартам якості, а по деяких параметрах, наприклад, цетановому числу і мастильним властивостям ці композиції є кращими за традиційне дизельне паливо. Наявність у молекулах етилових естерів ріпакової олії до 10 % Оксигену зменшує вуглецеве число С/Н (відношення масової частки Карбону до масової частки Гідрогену в паливі), тим самим поліпшує умови згорання вуглеводнів палива та за рахунок цього – зменшує викиди чадного газу та сажі, а також суттєво скорочує викиди вуглекислого газу в атмосферу. У порівнянні з дизелем, при роботі на біодизелі та сумішевих паливах досягнуто зменшення концентрації чадного газу CO на 6–7 %, а димності відпрацьованих газів – на 30–35 %. За рахунок відсутності в біодизелі сполук Сульфурю досягнуто також скорочення викидів оксидів Сульфурю порівняно з використанням традиційного дизельного пального. Проте в зв'язку зі збільшенням в

біопаливі масової частки Оксигену підвищується температура робочого процесу дизельного мотору і, як наслідок, спостерігалось збільшення емісії оксидів Нітрогену в середньому на 5–11 %. У такому разі рекомендується передбачити рециркуляцію відпрацьованих газів та встановлювати на автомобілі спеціальні каталітичні нейтралізатори.

Ще одним недоліком є погіршення пускових властивостей біопалив, особливо у прохолодну пору року, що можна вирішити за допомогою підігріву паливної суміші. У зв'язку з обмеженнями чинними стандартами вмісту в паливі сполук Сульфуру та погіршенням при цьому мастильних властивостей палива нами запропоновано вводити до традиційного дизельного пального добавки біодизелю в кількості до 2,5% за об'ємом. Це сприятиме підвищенню трибологічної активності дизельних палив без погіршення їх фізико-хімічних, експлуатаційних та екологічних характеристик.

Вивчення процесів сумішоутворення та горіння палива дало змогу також розробити комплексну паливну присадку багатофункціональної дії, що містить поверхнево-активні речовини, антиоксиданти та допоміжні компоненти, зокрема розчинник. Особливо важливим при виборі компонентів присадки є відповідність палива з присадкою чинним стандартам, здатність до біорозкладання, а також те, що при згорянні палива вона повністю вигоряє, не створюючи при цьому додаткових екологічних проблем. Розроблена присадка має миючу дію та сприяє зменшенню нагароутворення на паливній апаратурі, що підвищує надійність роботи двигуна та збільшує термін його служби. Досліди проводилися у лабораторії "Реактор" ОКБ "Шторм" "КПІ".

Отже, цілеспрямованою зміною фізико-хімічних властивостей моторного палива можна досягти поліпшення не тільки експлуатаційних характеристик двигуна, а й його екологічних показників.

Список використаних джерел

1. Кофанова О. В. Застосування методу "фізико-хімічного регулювання" властивостей моторного палива для підвищення екологічності автотранспортних засобів / О. В. Кофанова, О. Є. Кофанов // "Енергетика: економіка, технології, екологія". – 2014. – № 3(37). – С. 88–97.

2. Кофанова О.В. Валеологічні аспекти заміни вуглеводневого дизельного палива на біодизель / О.В. Кофанова, О.Є. Кофанов // Збірн. наук. праць Вінницького нац. аграр. ун-ту. Сер.: Технічні науки / Редкол.: Калетнік Г.М. та ін. – Вінниця, 2015. – Вип. 1(89), Т.1. – С. 144–148.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВЗАЄМОВІДНОСИН ПІДПРИЄМСТВ ГІРНИЧОГО МАШИНОБУДУВАННЯ В КАНАЛАХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ І РОЗПОДІЛУ

Куваєва Т.В.

аспірантка кафедри маркетингу ДВНЗ «Національний гірничий університет»

Науковий керівник: **Решетілова Т.Б.,**

д.е.н., професор ДВНЗ «Національний гірничий університет»

Взаємовідносини суб'єктів економічної діяльності в каналах розподілу і забезпечення передбачають, що між ними є певна специфічна взаємозалежність і взаємодія протягом певного часу. Ця взаємодія є складним комбінованим процесом, який включає в себе не тільки фізичне переміщення товарів, а й соціальний, діловий, інформаційний обміни [1]. Управління такими процесами вимагає розвитку механізмів їх координації для досягнення кінцевих цілей кожного суб'єкта взаємодії і зменшення невизначеності в умовах придбання вихідних продуктів для власного виробництва, а також попиту на кінцеві продукти.

Діяльність підприємств гірничого машинобудування тісно пов'язана як зі станом самої машинобудівної галузі, так і добувної промисловості, оскільки вони формують попит на їх продукцію. В процесі своєї діяльності підприємства вступають у взаємодію, на характер і економічну результативність якої істотно впливають поточний стан і тенденції розвитку цих галузей. Забезпечення комплектуючими засобами і запасними частинами пов'язано як зі специфікою гірничого машинобудування, так і галузей добувної промисловості та їх вимог до бурового інструменту. Різновид комплектуючих засобів та запасних частин залежить від виду добувної промисловості (порода руйнування, вид буріння) та типу бурового обладнання, що використовується споживачем. Тому для визначення стратегії розвитку вітчизняних підприємств гірничого машинобудування, що спеціалізуються на виробництві комплектуючих засобів необхідно проаналізувати поточний стан і перспективи розвитку зазначених галузей як частини промислового комплексу України.

Добувна промисловість України є досить розгалуженою. Вона представляє сукупність таких підгалузей як видобуток кам'яного і бурого вугілля, видобуток сирої нафти і природного газу, видобуток металевих руд, добування інших корисних копалин і розробка кар'єрів, видобуток каменю, піску та глини і ін.

Аналізуючи базисний показник темпу зростання обсягів виробництва промислової продукції як в цілому, так і за основним підгалуззями добувної промисловості, було виявлено щорічне скорочення виробництва промислової продукції (рис.1).

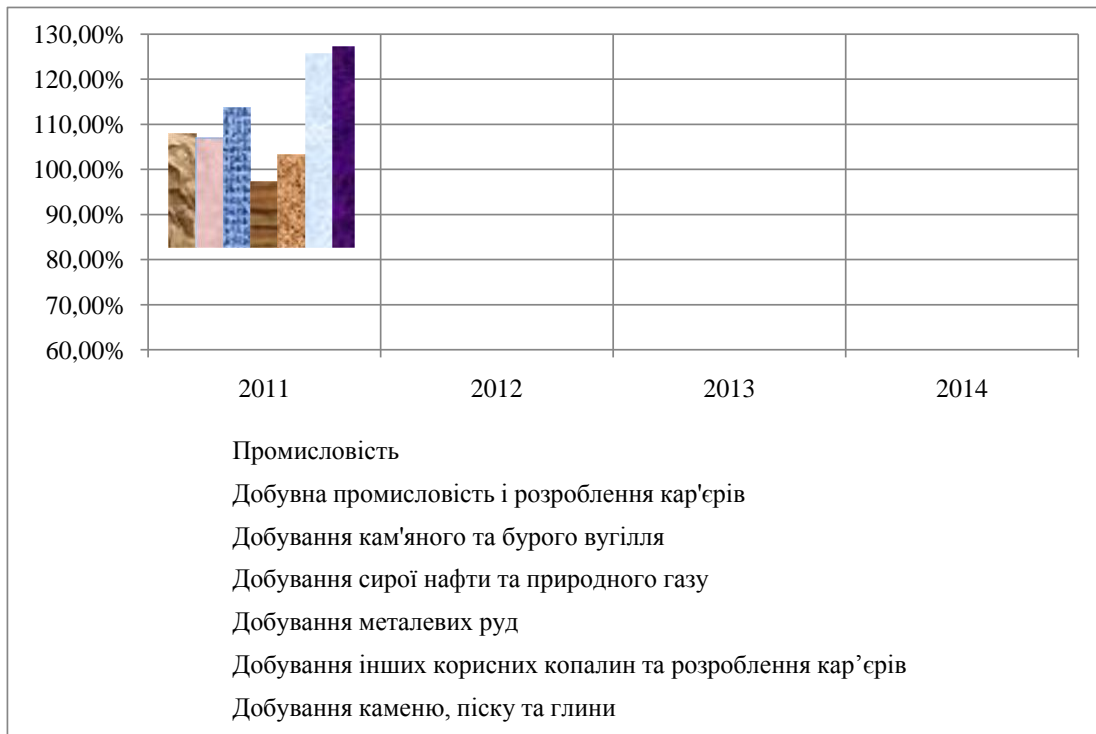


Рис.1 Базисний показник темпу зростання обсягів виробництва промислової продукції за основними підгалуззями за 2011-2014рр. [2]

Розвитку галузей добувної промисловості притаманні відмінні особливості від розвитку промисловості в цілому. Кожна підгалузь має свої тенденції, які пов'язані з певними факторами зовнішнього середовища і визначають динаміку зміни попиту на бурове устаткування та комплектуючі для нього. Зміни, що відбуваються в кожній з підгалузей добувної промисловості, впливають на взаємовідносини з підприємствами суміжних галузей в каналах розподілу і забезпечення, а також призводять до зміни традиційних виробничих ланцюжків "гірничого машинобудування – видобувні роботи". Щорічно обсяги буріння підгалузей змінюються і тому підприємствам гірничого машинобудування, які постачають продукцію для них, необхідно враховувати зміни, що відбуваються в кожному періоді і прогнозувати попит на свою продукцію в залежності від змін зовнішніх умов споживачів. За останні 4 роки виробництво машин та устаткування для добувної промисловості та будівництва мають негативну динаміку [2]. Спостерігається стрімке скорочення виробництва, починаючи з 2012р. Слід зазначити, що темпи скорочення обсягів виробництва гірничого машинобудування відбуваються швидше за темпи добувної промисловості.

Зміна структури підгалузей добувної промисловості, які розглядалися вище, викликають порушення традиційних зв'язків між підприємствами добувної промисловості, машинобудівної галузі, в т.ч. гірничого машинобудування, і інших суміжних галузей. Відбувається реструктуризація галузей і пошук нових

раціональних форм взаємодії. Це обумовлює скорочення обсягів виробництва підприємств гірничого машинобудування.

Список використаних джерел

1. Mattson L-G. Relationship marketing and the markets as networks approach – a comparative analysis of two evolving streams of research // Journal of Marketing Management, 13: 447 – p.61.

2. Статистичний бюлетень «Виробництво промислової продукції за видами в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПРИКЛАДІ США

Литвиненко Т.С.

Студентка групи ЕП-12-1 Хмельницького національного університету

Науковий керівник: **Лук'янова Валентина Вячеславівна**

д.е.н., професор кафедри економіки підприємства та підприємництва Хмельницького національного університету

Рівень економічного розвитку країни в сучасних умовах високою мірою визначається досягненнями науки і техніки та ступенем їх використання. Рівень інноваційних процесів має вплив на різні аспекти загальнодержавного розвитку. Україна має значний науково-технічний потенціал, однак на сьогоднішній день він слабо орієнтований на реалізацію конкретних інновацій в економіці. Подолання відставання майже в усіх галузях і виробництвах потребує рішучих дій з боку держави, які повинні орієнтуватися на досвід зарубіжних країн.

Об'єктом державної інноваційної політики США є переважно приватний бізнес. Інноваційна діяльність у США здійснюється за допомогою державного регулювання інноваційних процесів. Держава підтримує підприємства, які ініціюють та здійснюють інноваційні зміни, через:

- пільгове оподаткування фірм, що здійснюють НДДКР, у розмірі до 20 % приросту витрат на НДДКР порівняно з середньорічним рівнем цих витрат за попередні роки;

- пільгове оподаткування до 20 % витрат компаній на програми фундаментальних наукових досліджень, виконуваних університетами за контрактами з ними;

- вирахування з доходу, що оподатковується, вартості наукової апаратури та обладнання, яке безкоштовно передається компаніями університетам та науково-дослідним організаціям;

- установлення пільгового режиму амортизаційних відрахувань;

- надання інвестиційного податкового кредиту, а саме: зменшення податку на прибуток у розмірі від 6 % до 10 % загальної вартості інвестицій в устаткування.

Інноваційній діяльності у США характерна підтримка розвитку ризикованих проектів за допомогою стимулювання створення венчурних фірм і дослідних центрів дрібних і середніх інноваційних підприємств, державних дослідницьких центрів і спеціальних лабораторій великих промислових корпорацій, а також пільгового безкоштовного субсидування цих суб'єктів інноваційної діяльності Національним науковим фондом США, що дає змогу розвиватися венчурному бізнесу [1].

Еталоном фонду, що здійснює фінансування фундаментальної науки й інноваційної діяльності, є Національний науковий фонд США – NSF. На сьогодні NSF реалізує такі програми:

- програма інноваційних досліджень малого бізнесу (Small Business Innovation Research, SBIR), яка допомагає малому високотехнологічному бізнесу знаходити замовлення федеральних агентств, а також надає підтримку у формуванні початкового капіталу. У даній програмі держава вкладає через свої федеральні агентства кошти в початкову стадію високоризикових проектів;

- гранти на підтримку зв'язків науки з промисловістю (Grant Opportunities for Academic Liaison with Industry, GOALI);

- інновації й організаційні зміни (Innovation and Organizational Change, IOC) [3, с. 185].

Підтримка малого інноваційного підприємництва на управлінському рівні в США виражається цифрою приблизно 5,5 млрд дол. Форми підтримки – різні. В США діє спеціальна програма підтримки малого інноваційного підприємництва, включаючи позики по лінії підтримки і розвитку малого підприємництва – 0,8 млрд дол і державні інвестиції – 3,1 млрд дол. До форм приватної підтримки належать в основному ризикові венчурні фонди – 0,75 млрд дол, а також приватні інвестори – 0,15 млрд дол. Законодавством США визначено, що федеральні відомства, які мають бюджет на науку більше 100 млн дол, повинні відраховувати певний визначений відсоток на підтримку малих інноваційних підприємств. Розмір цих відрахувань постійно зростає. Спочатку це виражалось цифрою 0,5 %, потім послідовно: 1%, 1,5%, 2% [2].

Задля переходу до інноваційної моделі економіки та забезпечення конкурентоспроможності української економіки важливим є забезпечення стабільності здійснення бюджетно-податкової політики щодо підтримки інноваційної діяльності. Тому необхідним є впорядкування законодавчого забезпечення регулювання інноваційної діяльності (у першу чергу, відмова від практики призупинення окремих статей чинних законів, що передбачають стимулювання інноваційної діяльності, іншими законодавчими актами). В умовах, коли в Україні не існує розвинутого механізму узгодження проголошених державних інноваційних пріоритетів та потреб бізнесу, доцільно поєднувати активну бюджетну підтримку інновацій у галузях, які є важливими для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки, і з застосуванням непрямих

методів стимулювання інновацій в усіх галузях. Бюджетну підтримку інноваційної діяльності в Україні необхідно удосконалювати, в першу чергу, в таких аспектах: програмно – цільовий підхід до фінансування науково-технічної діяльності та належне фінансування науково – дослідної діяльності у вищих навчальних закладах та наукових установах.

Отже, основними завданнями, які сприятимуть інноваційному розвитку на рівні держави для України є:

- формування інноваційно-орієнтованої структури національної економіки;
- покращення організаційно-фінансової інфраструктури інноваційної діяльності;
- цілеспрямована підготовка кадрів високої кваліфікації для високотехнологічних галузей, а також менеджерів інноваційної діяльності;
- створення ринку інноваційної продукції, на якому буде забезпечений належний рівень захисту інтелектуальної власності;
- широке застосування в усіх галузях економіки і сферах суспільного життя інформаційно-комунікаційних технологій;
- вдосконалення системи державної підтримки інноваційної діяльності та її регулювання;
- підвищення інноваційної культури суспільства.

Вивчення досвіду державного регулювання інноваційної діяльності зарубіжних країн дозволяє оцінити закономірності і прогнозувати тенденції в цій галузі, використати отримані результати при формуванні ефективних механізмів державного регулювання інноваційної діяльності в Україні та її регіонах.

Література

1. Дмитрів В. І. Світовий досвід фінансового регулювання інвестиційно-інноваційної діяльності // Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет – 2014. – №7.
2. Михайловська О. В. Світовий досвід державної підтримки інноваційних процесів / О. В. Михайловська // Актуальні проблеми економіки . – № 11. – 2005. – С. 101 – 109.
3. Петрова І. Л. Інноваційна діяльність: стимули і перешкоди [Текст]: монографія / І.Л. Петрова, Т.І. Шпильова, Н.П. Сисоліна. – К.: Дорадо, 2010. – 320 с.

GAR-АНАЛІЗ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПОТОЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕНТНИМ РИЗИКОМ

Лоян Віталій Васильович

Магістр спеціальності «Економічна кібернетика»

Гадецька Зоя Митрофанівна

к.т.н., доцент, Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

В умовах ринкової трансформації національної економіки першочерговим завданням, що потребує вирішення на рівні фінансового сектору економіки є управління процентним ризиком. Процентний ризик є невід'ємною складовою процесу існування банків на ринку. Зростання дефіциту фінансових ресурсів в економіці України, нестабільність вітчизняної економіки та економічної політики обумовлюють високу складність управління процентним ризиком у банках. Саме тому управління процентним ризиком є одним із найважливіших завдань банківського менеджменту.

Гострота проблеми посилюється тим, що банки України тільки освоюють ринкові методи управління процентним ризиком. У зв'язку з цим розробка дієвих і ефективних методів, моделей та інструментів управління процентним ризиком має особливу актуальність.

Проблеми управління процентним ризиком банку розроблялись у роботах В.К. Бансала, Л. Батракової, С. Брановича-Братановича, І. Волошина, П. Гармидарова, Х. Грюнінга, О. Лаврушина, Дж.Ф. Маршалла, С. Прасолової, В. Чемериса, С. Хьюса та ін.

Процентний ризик – це ймовірність недоотримання прибутку або ж виникнення втрат внаслідок несприятливих змін процентних ставок під впливом різноманітних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Процентний ризик може бути оцінений кількісно. Аналітичні моделі процентного ризику повинні враховувати наступні чинники: період прогнозування, сценарії руху ставок, ймовірність таких сценаріїв, амплітуда руху ставок, процентна позиція банку [1].

Дескриптивні моделі є основними для оцінки процентного ризику банку. Основним інструментом дескриптивного аналізу процентного ризику виступає гар-аналіз. Як правило, GAP-менеджмент використовують для оцінювання ризику на короткострокових інтервалах – до 2-5 років.

Методика гар-аналізу концентрує увагу на розбіжності величини активів і пасивів протягом обмежених часових інтервалів і спрямована на стабілізацію або оптимізацію чистого процентного доходу банку за рахунок формування такого співвідношення активів та пасивів, що відповідає ефективному провадженню діяльності, виходячи з тенденцій розвитку ринку [2].

Застосування гар-аналізу на практиці здійснюється поетапно.

Перший етап

На першому етапі розраховується періодичний гар:

$$GAP_T = \sum FA_T - \sum FL_T$$

FA_T – сумарний обсяг процентних активів, що переоцінюється в період T .

FL_T – сумарний обсяг процентних пасивів, що переоцінюється в період T .

Даний показник може приймати як від'ємне так і додатне значення. Коли значення періодичного гар є додатнім, то при підвищенні відсоткової ставки розмір маржі банку зростатиме і навпаки.

Другий етап

На другому етапі розраховується кумулятивний гар:

$$KGAP = \sum_{T=1}^N GAP_T$$

де $KGAP$ – кумулятивний гар; T – часовий горизонт; $\sum GAP_T$ – алгебраїчна сума (з урахуванням знаку) періодичних гар.

Цей показник дає можливість кількісно визначити ступінь ризику відсоткових ставок, на який наражається банк протягом розглянутого часового проміжку.

Третій етап

В загальному випадку ні абсолютна величина кумулятивного гепу, ні коефіцієнт гепу не дають уявлення про те, яка частина активів чи пасивів банку залежить від зміни відсоткової ставки. Тому на цьому етапі обчислюється індекс відсоткового ризику:

$$IR_T = \frac{KGAP}{A} \cdot 100\%$$

Індекс відсоткового ризику показує, яка частина активів (якщо гар додатній) чи пасивів (якщо гар від'ємний) наражається на ризик зміни відсоткової ставки і може змінити свою вартість, а отже, вплинути на загальний прибуток банку. Встановлюючи ліміт індексу відсоткового ризику, банк обмежує рівень ризику відсоткової ставки, який він вважає за доцільне на себе взяти [3].

Четвертий етап

На четвертому і завершальному етапі визначають очікуваний процентний ризик:

$$\Delta P \approx \Delta R \cdot KGAP$$

ΔP – очікувана зміна прибутку, ΔR – зміна рівня відсоткових ставок [3].

Отже, як показують дослідження практичне застосування гар-аналізу дозволяє кількісно оцінити ймовірність настання збитків та їх розміри в результаті зміни відсоткових ставок. Правильне застосування цього методу дозволить скоригувати діяльність банку і бути готовим до змін відсоткових ставок.

Список літератури

1. Кириченко О.А. Банківський менеджмент: Підручник / За ред. О.А. Кириченка, В.І.Міщенко. – К. : Знання, 2005. – 831 с.
2. Примостка Л.О. Управління банківськими ризиками: Навч. посіб. / Л. О. Примостка, П. М. Чуб, Г. Т. Карчева та ін. – К.: КНЕУ, 2007. – 600 с.
3. Прасолова С. Проблеми оцінки та управління процентним ризиком комерційного банку: актуальні аспекти. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://dspace.puet.edu.ua>.

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Мазій І. М.,

старший викладач кафедри економіки Сумського національного аграрного університету

Україна, яка має найкращі у світі природні та сприятливі кліматичні умови для сільськогосподарського виробництва, сьогодні не в змозі забезпечити своє населення доступною за ціною і достатньою за стандартними нормами харчовою продукцією.

Реформи в сільському господарстві проводилися передусім задля ліквідації існуючих крупних колективних і державних господарств та розпаювання землі. Проте ефективного фермерства замість цих господарств створити не вдалося, однак за час реформ село втратило 2/3 парку тракторів, зернозбиральних комбайнів і вантажних автомобілів. Виробництво продукції сільського господарства лягло на плечі господарств населення, яке змушене за відсутності технічних засобів і коштів на їх закупівлю перейти на примітивне ведення господарства. Таким способом в Україні виробляється понад 60% сільськогосподарської продукції, а деяких її видів – до 90 відсотків і більше.

Таким чином, найбільш суттєвими результатами реформування українського села стали катастрофічне падіння виробництва сільськогосподарської продукції і детехнологізація і деіндустріалізація аграрного сектору. Парадоксальність ситуації полягає в тому, що в умовах масштабної детехнологізації і деіндустріалізації аграрного сектору майже повністю зберігся його науковий потенціал.

Кадрова наукоємність аграрного сектору за роки реформ навіть зросла. В інтересах цього сектору сьогодні працює понад 11 тис. науковців (15% загальної чисельності науковців країни), в тому числі 2,1 тис. докторів і кандидатів наук, понад 200 академіків та членів-кореспондентів. Аграрний сектор обслуговує державна Українська академія аграрних наук, в складі якої понад 120 наукових установ [2].

Проблема полягає в тому, що дуже низьким залишається рівень затребуваності результатів аграрної науки сільськогосподарським виробництвом, що закономірно призводить також до зниження якості її функціонування. Головна причина полягає в тому, що в Україні не сформувалися крупні сільськогосподарські підприємства і не відбулася ринкова інтеграція фермерських господарств. До того ж в аграрному секторі набирає оберті тенденція скуповування торговельним, фінансовим та промисловим капіталом корпоративних прав засновників сільськогосподарських підприємств, що призводить до відчуження значної кількості угідь із сільськогосподарського виробництва.

Аграрна наука на 75% фінансується за рахунок державного бюджету. Такий стан – ще один доказ, який свідчить про неефективність проведених в аграрному секторі реформ, внаслідок яких аграрна наука залишилася відірваною від виробництва і низько комерціалізованою, що суперечить світовому досвіду. У розвинутих

країнах аграрна наука є найбільш комерціалізованим сектором наукових досліджень [1].

Зрозуміло, що за умов збереження існуючої архаїчної організації українського сільського господарства, коли технічні засоби для більшості підприємств, особливо фермерських господарств, залишаються недоступними, виробник сільськогосподарської продукції відтиснутий від її покупця численними перекупщиками, кредитори закабаляють аграріїв неспідопомними кредитами на придбання сучасної матеріальної бази, на розгортання інноваційної діяльності не вистачить коштів не тільки самих аграріїв, але й усіх доходів країни.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс] / Режим доступу : www.minagro.gov.ua
2. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів [Електронний ресурс] / Режим доступу : <https://www.google.com.ua/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#>

ПРОБЛЕМИ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ У НАФТОПЕРЕРОБНОМУ КОМПЛЕКСІ КРАЇНИ

Мішина О. Ю., аспірантка, **Боднар А. А.**, магістр

Національного технічного університету України "КПІ",

Науковий керівник: **Кофанова О. В.**,

д.пед.н., к.х.н., проф., проф., кафедра інженерної екології Національного технічного університету України "КПІ"

Споживацьке ставлення до навколишнього середовища та природних ресурсів спричинило забруднення ґрунтів, вод, атмосфери, видозміни ландшафту та біоти. Все це дестабілізувало цілісний механізм, у якому ми мешкаємо, – біосферу. Отже, необхідною умовою сталого існування людства є збалансоване природокористування та дбайливе ставлення до оточуючого нас середовища. Зокрема, таке завдання стоїть перед нафтопереробними підприємствами України. З різних причин, у тому числі через нерентабельність, більшість нафтопереробних заводів (НПЗ) країни на сьогоднішній день виведені з експлуатації. Відомо, що середня глибина переробки на вітчизняних НПЗ не перевищує 73 % [2], що робить їх неконкурентоспроможними серед більшості підприємств сусідніх країн. Отже, підвищення еколого-економічної ефективності нафтопереробного комплексу є надзвичайно актуальною проблемою сучасності.

У зв'язку з цим метою дослідження є розробка методу ресурсозбереження за рахунок раціоналізації первинної переробки нафти та зменшення таким чином антропогенного навантаження на довкілля.

Серед екологічних проблем нафтопереробної промисловості виокремлюють два основні напрямки – забруднення навколишнього середовища в результаті функціонування підприємств галузі та вичерпність цінного природного ресурсу – нафти. Зокрема за останні десять років споживання нафти у світі зросло на 11,5 % [6]. При цьому обсяги первинної переробки нафти серед інших етапів нафтопереробки є найбільшими і займають приблизно 73 % [5] від усіх нафтопереробних процесів. Так, у 2012 р. світові потужності ліній дистиляції склали 88 млн. барелів на добу, каталітичного крекінгу – 15 млн. барелів на добу, риформінгу та термічного крекінгу – 11,5 та 6,3 млн. барелів на добу відповідно [5].

Первинна переробка є головним джерелом високовартісних нафтопродуктів – бензину, керосину, дизельного та пічного палива. З цієї причини особлива увага має бути приділена підвищенню ефективності саме процесів дистиляції нафти. Нами запропоновано спосіб підвищення ефективності первинної переробки нафти за рахунок уведення добавок антиоксидантів перед початком процесу дистиляції [1]. На нашу думку, цей метод є доцільним з точки зору покращення екологічних та економічних показників, оскільки надає змогу підвищити глибину переробки нафти без залучення великих капіталовкладень на модернізацію установ та часових витрат на їх реконструкцію. Головну затратну частину такої технології складає вартість добавки, що потім компенсується за рахунок збільшення виходу світлих фракцій нафтопродуктів.

Встановлено, що найкращий ефект на інтенсифікацію первинної переробки нафти мають антиоксиданти, що характеризуються стабільністю за високих температур ($> 200\text{ }^{\circ}\text{C}$) [1, 4], оскільки при цьому найінтенсивніше перебігають процеси автоокиснення вуглеводнів нафти (як результат – частина потенціалу світлих фракцій затримується в кубовому залишку). Введення високотемпературних антиоксидантів сповільнює ці процеси [3], дозволяючи суттєво збільшити вихід світлих фракцій. Зокрема, під час експериментального дослідження впливу добавок іонолу, боріну, 2,2'-метилен-біс-(4-метил-6-третбутилфенолу), N-метил-N,N-біс-(3,5-ди-третбутил-4-гідрокси-бензил)аміну у концентраціях 1 мас. % було отримано збільшення виходу світлих фракцій нафти на 8, 14, 14 та 16 об. %, відповідно. Практичне значення запропонованого у роботі способу полягає в суттєвій економії цінної нафтової сировини та у підвищенні рентабельності виробництва.

Таким чином, інтенсифікація первинної переробки нафти за рахунок уведення добавок високотемпературних антиоксидантів є досить ефективним способом ресурсозбереження в нафтопереробному комплексі країни. Ефект від збільшення виходу світлих фракцій нафтопродуктів під час дистиляції може мати позитивний результат як на показники діяльності окремого нафтопереробного заводу, так і у світових масштабах.

Список використаних джерел

1. Мішина О. Ю. Посилення екологічної безпеки країни шляхом інтенсифікації переробки нафтової сировини / О. Ю. Мішина // Вісник НТУ "ХПІ"; Сер. "Нові рішення в сучасних технологіях". – 2015. – № 62 (1171). – С. 119–124.
2. Нафтопереробна промисловість України [Електронний ресурс]:[Сайт] Міністерство економічного розвитку і торгівлі України / Рубрика «Державна підтримка українського експорту». – Режим доступу: <http://ukrexport.gov.ua/ukr/prom/ukr/16.html>.
3. Патент 79907 Україна, МПК С 10 G 7/00. Спосіб підготування нафти / О. І. Василькевич, М. Б. Степанов, О. Ю. Мішина, О. В. Ющенко, заявник та патентовласник О. І. Василькевич, М. Б. Степанов, О. Ю. Мішина, О. В. Ющенко. – № 20121103; заявл. 21.09.2012, опубл. 13.05.2013.
4. Шаткіна С. С. Протиокисна присадка Борин: ефективність та сфера застосування / С. С. Шаткіна, В. В. Філінова, І. М. Василькевич // Матеріали 7-ої Міжнар наук.-практ. конф. «Нафта і газ України – 2002», т. 2, Київ, 2002. – С. 159 – 166.
5. International Energy Statistics. Petroleum Refinery Capacity By Type (Thousand Barrels Per Cal Day) [Електронний ресурс]: [Сайт] U.S. Energy Information Administration (EIA) – Режим доступу: <http://www.eia.gov/cfapps/ipdbproject/iedindex3.cfm?tid=5&pid=alltypes&aid=7&cid=ww,&syid=2002&eyid=2012&unit=ТВРСД>.
6. International Energy Statistics. Total Petroleum Consumption (Thousand Barrels Per Day) [Електронний ресурс]: [Сайт] U.S. Energy Information Administration (EIA) – Режим доступу: <http://www.eia.gov/cfapps/ipdbproject/iedindex3.cfm?tid=5&pid=5&aid=2&cid=ww,&syid=2002 &eyid=2012&unit=ТВРСД>.

ОРГАНИЗАЦИЯ СЛУЖБЫ ЛОГИСТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Мозгунов Д. П.,

студент группы Г-41 УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Научный руководитель: **Юркова И. Б.,**

старший преподаватель кафедры коммерции и логистики УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

При внедрении логистического управления на предприятии возникают трудности, связанные с сопротивлением, как рядовых сотрудников функциональных подразделений, так и их руководителей. Развитие логистики на предприятии требует серьезного подхода к мотивации персонала. Мотивация является необходимым условием успешного формирования и развития логистических систем. К другим проблемам организации логистического управления на предприятии относятся: отсутствие специалистов по логистике с необходимым опытом работы, авторитетом, непонимание высшего руководства целей и потенциала

логистического управления.

Специалисты по логистике должны обладать системным мышлением и иметь представление о ресурсах предприятия. Для эффективного решения логистических задач специалист по логистике должен: иметь доступ ко всем видам и уровням информации; располагать официальными полномочиями своей должности в иерархии управления предприятием (что позволит ему принимать решения, в том числе кадровые); подчиняться напрямую одному из заместителей генерального директора или непосредственно генеральному директору, чтобы иметь относительную независимость от руководителей других функциональных подразделений предприятия; обладать высоким личностным и профессиональным авторитетом; быть хорошим менеджером.

В принципе, для построения организационной структуры логистического управления на предприятии, можно использовать одну из типовых структур управления: линейную, функциональную, матричную, дивизиональную и др. [1]. В действительности, существуют самые разнообразные варианты организации службы логистики на предприятии, зависящие от масштабов и специфики деятельности конкретных компаний (ассортимент продукции, техническая сложность, уровень затрат на функциональные области логистики и др.), от степени достигнутой на предприятии внутренней логистической интеграции, от рыночной среды. Они различаются уровнем внутренней интеграции на предприятии, степенью централизации логистического управления, организационной структурой самой службы логистики, распределением и характером полномочий между ней и другими подразделениями.

Любая логистическая система функционирует в условиях постоянных изменений как внешней среды, так и внутри самой логистической системы/ Изменения – это нормальная часть бизнеса, и если организация не будет на них адекватно реагировать, то неизбежно отстанет от более динамичных конкурентов.

Логистика в настоящее время является своего рода новичком в экономической жизни вообще, и на предприятиях, в частности. Традиционные структурные подразделения предприятия видят в службе логистики в некотором смысле конкурента. Они отчаянно защищают свое поле деятельности, сопротивляясь передаче в структуры логистики той или иной функции или права принятия решения.

Другая причина в том, что еще не разработана четкая структура службы логистики на предприятии. Естественно, что процесс ее становления не может осуществляться безболезненно.

Но нет не только типовой организации службы логистики, но и оптимального варианта организационного построения конкретного предприятия и его структурных подразделений. Существующее многообразие организационных форм, хотя в этом есть определенные преимущества, порождает проблемы, когда службы логистики, если и вводятся, но на собственный лад, и не оказывают действенного

влияния на экономическую, производственную и хозяйственную деятельность.

И еще один аспект проблемы. В условиях постоянно изменяющейся экономической обстановки, усиливающейся конкуренции на рынке, организационная структура службы логистики на предприятии должна быть предельно гибкой в отличие от традиционно сложившихся с установившимися тенденциями прежних структур функциональных подразделений практически любой фирмы.

Возросшая конкуренция, интернационализация рынков и источников снабжения, в том числе первичных материальных ресурсов, использование новых систем управления производственно-хозяйственной деятельностью, прямые поставки сырья, материалов, полуфабрикатов, комплектующих изделий, запасных частей, требуют такой организационной структуры службы логистики на предприятии, которая была бы способно обеспечить необходимый сервис [2].

Очевидно, что единственной и лучшей организационной структуры службы логистики на практике не существует. Более верным и оптимальным подходом к решению этой проблемы является рассмотрение возможных альтернатив организации и управления подобной службой.

Список использованных источников

1. Гаджинский, А.М. Логистика: учебник. – 12 -е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006. – 432с
2. Инновационный менеджмент логистических систем: монография / под общ. ред. Н.П. Голубецкой. – СПб.: Издательство Санкт-Петербургской академии управления и экономики, 2010. – 368 с.

ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМКІВ ДЕРЖАВНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ У ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОМУ КОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ

Мошнич С. З.,

Аспірант Національного університету водного господарства та природокористування

Науковий керівник: **Ковшун Н. Е.,**

к.е.н., докторант Національного університету водного господарства та природокористування

Сьогодні інноваційний напрям розвитку є базовою стратегією для бізнесу, де знання разом із соціальним капіталом створюють конкурентні переваги окремих країн та регіонів в більшій мірі, ніж їх природні ресурси. Інноваційні процеси стають головним джерелом економічного зростання, особливо в контексті сучасної парадигми сталого розвитку та обмеженості природних ресурсів, в тому числі енергетичних. Якісні технологічні та організаційні зміни є основою інновацій.

Враховуючи, що в енергетиці присутня значна частка природних монополій, слід розуміти особливу роль органів державної влади в організації та стимулюванні

інноваційної діяльності підприємств паливно-енергетичного комплексу (ПЕК). Законодавчо передбачено достатньо широке застосування методів державного регулювання інноваційної діяльності, яке повинно здійснюватись шляхом :

- визначення і підтримки пріоритетних напрямів інноваційної діяльності державного, галузевого, регіонального і місцевого рівнів;
- формування і реалізації державних, галузевих, регіональних і місцевих інноваційних програм;
- створення нормативно- правової бази та економічних механізмів для підтримки і стимулювання інноваційної діяльності;
- захисту прав та інтересів суб'єктів інноваційної діяльності;
- фінансової підтримки виконання інноваційних проектів;
- стимулювання комерційних банків та інших фінансово-кредитних установ, що кредитують виконання інноваційних проектів;
- встановлення пільгового оподаткування суб'єктів інноваційної діяльності;
- підтримки функціонування і розвитку сучасної інноваційної інфраструктури.

Стратегічними напрямками інноваційної діяльності законодавчо визначеними для ПЕК України є модернізація електростанцій; нові та відновлювані джерела енергії; новітні ресурсозберігаючі технології; охорона і оздоровлення людини та навколишнього середовища.

До середньострокових напрямків інноваційної діяльності для ПЕК віднесено:

- нові та відновлювані джерела енергії;
- новітні ресурсозберігаючі технології;
- модернізація електростанцій та електромереж;
- електромережі видачі потужностей атомних електростанцій;
- парогазові установки та технології спалювання низькосортного твердого, рідкого і газоподібного палива;
- засоби охорони праці та підвищення техніки безпеки на вугледобувних підприємствах;
- способи і методи добування і утилізації метану з вугільних родовищ;
- бурове нафтогазове обладнання;
- модернізація систем транспортування газу, нафти, аміаку;
- енергоекономічні джерела світла та системи освітлення ;
- енергоефективне, ресурсозберігаюче, модульне обладнання для теплопостачання, водопідготовки , водопостачання і водовідведення.

Отже, законодавчо головним завданням програм інноваційної діяльності в ПЕК визначено створення оптимального паливно-енергетичного балансу держави із врахуванням енергетичної безпеки; диверсифікації джерел постачання енергосировини та енерготехнологій; збільшення частки споживання вугілля та електроенергії АЕС за рахунок зменшення частки використання природного газу; розробки та впровадження новітніх технологій спалювання вугілля та модернізації

ТЕС; створення власного ядерно-паливного циклу; розвитку використання відновлюваних джерел енергії.

Зазначимо, що визначення пріоритетних напрямків державної інноваційної політики є лише першим кроком на шляху системного інноваційного розвитку.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ВИРОБНИЦТВО ВИНОГРАДУ В ПрАТ “ПЕРЕМОГА”

Надтока А. О.,

студентка Зкурсу економічного факультету Одеського державного аграрного університету

Наукові керівники: **Гінгін Л. П.,**

в.о. зав. лабораторією інноваційної діяльності ННЦ “Інститут виноградарства і виноробства ім. В.Є. Таїрова”;

Лопотан Л. В.,

к. е. н., доцент кафедри економічної теорії і економіки підприємства Одеського державного аграрного університету

Виноградарство і виноробство є одними із стратегічних галузей АПК України, які забезпечують виробництво і споживання винограду і винопродукції, значні надходження в державний бюджет. Однак в останні роки в їх розвитку спостерігається ряд негативних тенденцій. Насамперед це стосується виноградарства як базової галузі виноградарсько-виноробного комплексу. Негативні зміни характеризуються недостатнім і повільним відтворенням площі виноградних насаджень та значним розкорчовуванням існуючих площ виноградників, недостатнім розповсюдженням нових високопродуктивних сортів і клонів, відставанням технологій вирощування винограду, скороченням його валових зборів і реалізації у свіжому вигляді [1]. Незадовільним залишається і стан матеріально-технічної бази галузі. За цих умов, забезпечити ефективне функціонування виноградарських підприємств України в умовах інтеграції її у світове господарство, можливе лише шляхом переведення його на інноваційну модель розвитку.

Мета дослідження – на основі аналізу стану розвитку виноградарства в аграрному підприємстві обґрунтувати необхідність використання інноваційних досягнень як основи реалізації стратегії інноваційного розвитку виробництва винограду.

Виноградарство – важлива і високоприбуткова галузь сільськогосподарського виробництва, а в ПрАТ “Перемога” ця галузь є провідною. Займаючи незначну питому вагу в площі сільськогосподарських угідь товариства (23,2 % в середньому за 2012 – 2014 рр.), ця галузь суттєво впливає на рівень соціально – економічного розвитку підприємства. Сприятливі природно – кліматичні умови місцезоташування підприємства дозволяють вирощувати ягоди багатьох сортів винограду.

За результатами дослідження, встановлено, що розвиток виноградарства в ПрАТ “Перемога” характеризується низьким рівнем інтенсифікації. Так в середньому за 2012 -2014 рр. на 100 га виноградних плодоносних насаджень приходить 5

тракторів, з розрахунку на 1 га витрачали 7920,35 грн. Питома вага удобреної мінеральними добривами площі виноградних насаджень 14,06 %. З розрахунку на 1 га виноградних плодоносних насаджень в господарстві вносили 0,14 ц мінеральних добрив (в перерахунку на 100 % поживних речовин). В динаміці за 2012 – 2014 рр. збільшується сума витрат з розрахунку на 1 га виноградних насаджень, що зумовлено подорожчанням вартості матеріальних ресурсів (добрив, засобів захисту, палива та ін.).

Обчислені показники економічної ефективності інтенсифікації виноградарства в ПрАТ “Перемога”, в умовах виробництва, що склалися протягом 2012 – 2014 рр., свідчать, що окупність витрат знижується, темпи зростання витрат не відповідають рівню їх окупності. Отже, в товаристві існує нагальна потреба пошуку способів активізації інноваційного розвитку виноградарства, що і зумовлює необхідність обґрунтування напрямів впровадження інноваційних досягнень та нововведень.

Як зазначає Карпенко А.М., пріоритетними виступають такі напрями інноваційного розвитку, які можуть у відносно короткі терміни підвищити обсяги та якість виробництва винограду, сприяти зниженню виробничих витрат і забезпечити швидку окупність капіталовкладень у розробку й освоєння інновацій [2]. Такими напрямками, на нашу думку, є використання технологічних факторів. А одним із чинників – сучасні інтегровані системи захисту виноградних насаджень.

Існуючі високі ризики освоєння галузевих інновацій, необхідність залучення додаткових інвестицій та вибір найбільш ефективних «точок росту» виробництва вимагають оцінки економічної ефективності їх реалізації на практиці. Тому нами здійснено порівняльну оцінку вирощування винограду без та з використанням засобів захисту виноградних насаджень (табл. 1).

Таблиця 1

Економічна ефективність використання інтегрованої системи захисту виноградних насаджень в ПрАТ “Перемога”

Показники	Без використання інтегрованої системи захисту виноградних насаджень	З використанням інтегрованої системи захисту виноградних насаджень
Вартість валової продукції галузі на 1 га плодоносних виноградних насаджень, грн.	12274,78	21284,92
Виробничі витрати на 1 га плодоносних виноградних насаджень, грн.	13604	17204
Окупність витрат, грн.	0,90	1,24
Приріст валової продукції в	х	9010,14

порівнянні з попереднім роком, грн.		
Додаткові вкладення у спожиті виробничі ресурси в порівнянні з попереднім роком, грн.	х	4800
Ефективність додаткових вкладень у спожиті виробничі ресурси, грн.	х	1,88

Результати розрахунків свідчать, що використання інтегрованої системи захисту виноградних насаджень в ПрАТ “Перемога” забезпечить високу ефективність додаткових вкладень у спожиті виробничі ресурси та збільшення обсягів виробництва винограду.

Список використаних джерел

1. Власов В.В. Проблеми виноградарства України та аналіз напрямів їх вирішення / В.В. Власов, Л.П. Гінгін // Аграрний вісник Причорномор’я: зб. наук. праць. Серія – економічні науки. – 2012. – Вип. 65. – С. 19-24.
2. Карпенко А.М. Пріоритетні напрями інноваційного розвитку рослинництва: [Електронний ресурс] / А.М. Карпенко. – Режим доступу: http://file:///C:/Users/Admin/Downloads/ecupark_2012_9_6.pdf

ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ МАРКЕТИНГОВОГО ТЕСТИРОВАНИЯ РАЗРАБАТЫВАЕМОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ

Обозный Николай Викторович,

студент, Сумский государственный университет

Нагорный Евгений Игоревич,

к.э.н., доцент кафедры маркетинга и управления инновационной деятельностью, Сумский государственный университет

На современном этапе развития особое значение приобретает процесс создания инновационной продукции. Из многочисленных литературных источников известно, что он состоит из определенных последовательных этапов [1, 2, 3], начиная от формирования целей и генерации идей и заканчивая пробным пуском и выводом инновационной продукции на рынок. Общность подходов к видению процесса создания инновационной продукции воспринимается как свидетельство его правильности. Но на практике использование процесса позволяет создать инновационный продукт, но не гарантирует его успеха на рынке, через высокую вероятность его провала на рынке.

Высокая смертность новых товаров связано с рядом причин как технического, так и маркетингового характера, а также практически полным отсутствием маркетингового тестирования инновационной продукции производителем, целевыми потребителями, обществом, рынком. Хотя некоторые виды и инструменты маркетингового тестирования широко применяются на этапах

инновационного цикла (например, инструменты и методы пробного маркетинга [5]), но отсутствует комплексный подход к его проведению на протяжении всего инновационного цикла разработки продукции. Отсутствие требования комплексности свидетельствует о высокой вероятности совершить ошибку при проектировании и разработке инновационной продукции. Это в конечном итоге приведет к появлению на рынке неподготовленной продукции или продукции, которая не только не будет соответствовать потребностям и запросам потребителей, но и доходы от ее продажи не покроют всех понесенных расходов.

Рассмотрим этапы полного инновационного цикла и соответствующие маркетинговые фильтры (инструменты тестирования), через которые должны просеиваться инновационные идеи, прежде чем одна из них воплотится в инновационную продукцию (табл. 1) [1-4].

Таблица 1 – Инструменты маркетингового тестирования на этапах инновационного цикла разработки товара

Этап инновационного цикла разработки товара	Вид маркетингового тестирования	Маркетинговые фильтры (инструменты тестирования)
Анализ соответствия внутренних возможностей развития внешним	Тестирование направлений и видов инновационной деятельности	Портфельные методы; SWOT-, PEST-, SNV-анализ
Генерация идей	Тестирование источников идей	Маркетинговые исследования потребителей; методы генерации идей инноваций
Отбор идей	Тестирование идей	Метод контрольных вопросов; метод критериев фильтрации; методика рейтинга идей; метод оценочной шкалы; маркетинговые исследования потребителей; пробные продажи идей
Разработка концепции продукции и ее проверка	Тестирование концепции продукции	Метод контрольных вопросов; модели балльной оценки; маркетинговые исследования потребителей; совместный анализ; матрица предпочтений потребителей

Исследование рынка и разработка стратегии маркетинга	Тестирование маркетинговой стратегии	Методы прогнозирования спроса; маркетинговые исследования потребителей
Бизнес-анализ	Тестирование намеченных целей и возможностей	Экономические методы (IRR, NPV); анализ безубыточности; функционально-стоимостной анализ; методы прогнозирования спроса
Разработка продукции	Тестирование опытного образца продукции и производственного процесса	Испытания в лабораторных условиях; испытания в эксплуатационных условиях; портфельные методы; функционально-стоимостный анализ
Рыночные испытания продукции	Тестирование рынка (пробный маркетинг)	Полевые и лабораторные маркетинговые исследования; компьютерное моделирование; потребительские тесты; тестирование продукции на стендах производителя; рыночные тесты

Таким образом теоретико-методологические положения процедуры маркетингового тестирования содержат ряд методов и инструментов по оценке, проверки и отбора наиболее жизнеспособных предметов маркетинговой апробации (идей, концепций, опытных образцов, стратегий маркетинга). С их помощью можно оценить рыночную успешность товара-новинки и его маркетинговую программу и принять достаточно обоснованное решение о продолжении работ над новинкой или прекращения их.

Список использованных источников.

1. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент : підручник [Текст] / С. М. Ілляшенко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2010. – 334 с.
2. Кардаш В. Я. Товарна інноваційна політика : підручник [Текст] / В. Я. Кардаш, І. А. Павленко, О. К. Шафалюк. – Київ : КНЕУ, 2002. – 266 с.
3. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент : підручник [Текст] / Ф. Котлер, К. Л. Келлер, А. Ф. Павленко та ін. – Київ : Хімджест, 2008. – 720 с.
4. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст] / Пер. с англ.; под ред. В. Б. Колчанова. – Санкт-Петербург : Питер, 2005. – 800 с.
5. Моделирование рынка : как спрогнозировать успех нового продукта [Текст]

ІННОВАЦІЇ ТЕПЛОЕНЕРГЕТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

Петруля А.В.

студентка групи ЕП-31 Національного університету водного господарства та природокористування
Науковий керівник: **Ковшун Н.Е.**

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства Національного університету водного господарства та природокористування

Проблема постійної переплати населення за комунальні послуги існує давно, але її рішення досі не знайдено. На сьогоднішній день економіка країни знаходиться в стані рецесії, яка почалася задовго до соціально-політичних подій останніх років. Нині в економічному середовищі України спостерігається резонансний вплив майже усіх видів кризогенних чинників. Одним із найвпливовіших є величезна залежність України від торгівлі зі зовнішнім світом, що робить нашу економіку вразливою до зовнішніх змін (змін цін на сировину та матеріали, товарної структури, торгівельної політики країн-партнерів тощо). В цьому контексті ключовою є прив'язаність економіки України до імпорту енергоресурсів [1].

Інноваційний розвиток підприємства сьогодні став одним із основних завдань будь-якого керівництва, оскільки суттєвих зрушень, зокрема у теплоенергетичній сфері, протягом останніх років не спостерігається. За підрахунками фахівців, споживачі теплової енергії змушені платити за енергію, 45% якої вони не отримують через втрати у транспортуванні, причинами чого є: зношеність тепломереж (близько 70%), морально застарілі системи регулювання транспортування теплової енергії, відсутність засобів обліку. Безліч вітчизняних компаній мають достатній досвід і репутацію в установці системи опалення на енергозберігаючих технологіях. Сучасні розробки можуть скоротити витратну частину мінімум в 2 рази. Причиною тому є установка нового теплового насоса, який виступає альтернативним джерелом по відношенню до інших видів опалення. Ефективність цього насоса вражає: при отриманні 1 кіловата електроенергії, він може зрештою видавати 3-4 кіловати. Також він має ряд інших переваг. Наприклад, опалення з даним насосом використовує електроенергії в 3 рази менше. Також цю систему в теплий час цілком можна використовувати як кондиціонер. Важливо відзначити, що це є екологічно чистим способом обігріву житла. Наприклад, в країнах Європи ця технологія використовується не тільки в житлових приміщеннях – в Швеції такі системи обігрівають приміщення автомобільних концернів, площа яких складає до десяти тисяч метрів [4].

Також цікавим винаходом є газова тепла помпа. Прилади виробляють десять кіловат теплової енергії завдяки комбінації використання природного газу та тепла доквілля. Коефіцієнт корисної дії на 25 – 30 % вищий, ніж у приладах з

максимальним використанням теплоти згорання. Для порівняння, ці прилади, що економно та ефективно використовують енергію, зменшують на чверть викид CO₂ [1].

Більш стильним стає сонячне опалення. Скляна черепиця від компанії Soltech System – це революційний метод використання сонячної енергії в будь-якій будівлі. Замість традиційної черепиці зробленої з бетону або глини, ця черепиця виготовляється зі скла, дозволяючи сонячним променям потрапляти на поглинаючу поверхню під черепицею. Отримувана енергія інтегрується в існуючу опалювальну систему будівлі або з електромережею. Основною перевагою системи Soltech є те, що вона не потребує яскравого сонячного світла, щоб працювати, а це означає, що система також генерує енергію в дні з невеликою хмарністю. Таке рішення можна використовувати в будинках з різними системами опалення: як водяним опаленням, так і повітряним [2].

Міжнародна виставка ISH – найбільш визначна подія європейського ринку опалення, водопостачання та вентиляції. Основною тенденцією виставки у 2015 році стали гібридні рішення та смарт технології. Всі провідні виробники опалювальної техніки представили свої варіанти поєднання декількох джерел енергії для отримання максимальної ефективності. Заводи намагаються інтегрувати в свої установки всі гідравлічні елементи: контури опалення, модулі приготування гарячої води, арматуру. Контролери з доступом через інтернет та сенсорні дисплеї – нові стандарти управління сучасним опалювальним обладнанням. Тепер смартфон стане одним з головних елементів системи теплопостачання [3].

Останнім часом в Україні з'являються урядові програми, у яких декларується перехід економіки на інноваційний шлях розвитку, здійснюється державна підтримка інноваційної діяльності; розглядається проект інноваційного розвитку України; обговорюється створення Національної венчурної компанії. Однак інноваційний розвиток взагалі та інноваційні процеси в теплоенергетичній сфері зокрема, знаходяться в незадовільному стані, суттєвих зрушень протягом багатьох років у них не відбувається.

Викладене вище потребує зміни традиційної науково-технічної політики держави на інноваційну, оскільки перша показала досить обмежену ефективність у вирішенні задач модернізації економіки через фокусування на створенні нових знань, а не на їх реалізації у виробництві.

Список використаних джерел

1. Гусев В.О. Державна інноваційна політика: методологія формування та впровадження: монографія / В.О. Гусев. – Донецьк: Юго-Восток, 2011. – 624 с.
2. Патон Б.Є. Проект державної цільової програми модернізації комунальної теплоенергетики на 2012-2016 роки – інноваційна основа технологічного оновлення систем теплозабезпечення населених пунктів України/ Б.Є. Патон, А.А. Долінський, Б.І. Басок, Є.Т. Базєєв// Вісн. НАН України. -2012. – №9. – с. 14-28.

3. Сахара [Електронний ресурс]:[Веб-сайт]. –Електронні дані. – Тернопіль, 2000–2016. – Режим доступу: <http://сахара.ua/ru> (дата звернення 25. 02. 2016). – ISN 2015 – нові технології та інновації.

4. Шевцов А.І. Стан та перспективи реформування системи теплозабезпечення в Україні: аналітична доповідь// А.І. Шевцов, В.О. Бараннік, М.Г.Земляний, Т.В. Рязова// Д. – 2010. – 66 с.

НОВА ЕКОНОМІКА ЯК ЧИННИК ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Полінкевич О.М.,

д.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки та безпеки підприємства Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

У сучасній економічній науці все більше уваги приділяється поняттю «нова економіка», яка визначає ринкові умови господарювання підприємств. Л. А. Яремко зазначає, що поява терміна «нова економіка» пов'язана із розвитком сучасних електронних інформаційних технологій, становленням інформаційної системи інтернет, вперше з'явився в 90-х роках минулого століття. Згодом його стали використовувати науковці, політики, і сьогодні цей термін загальноновизнаний. Поряд з цим використовують ще й інші назви – економіка знань, електронна економіка, економіка постмодерну, які можна розглядати як синоніми. Організація економічного і соціального розвитку запропонувала ще одну назву – knowledgebased есопому (економіка на основі знання). «Нова економіка» формується на базі інтелектуалізації виробництва та усього господарського життя. Під інтелектуалізацією виробництва розуміється зростання частки інтелектуальної (розумової) праці в сукупному її масштабі. Це проявляється, по-перше, у чисельному зростанні прошарку інтелігенції, тобто людей, які професійно займаються розумовою працею: інженери, техніки, менеджери, науковці та ін. По-друге, це зростання компоненти розумової, творчої праці на майже всіх робочих місцях, збільшення її внеску до складу доданої вартості [5, с. 26].

Н. П. Гончарова поділяє точку зору К. Хубієва [4] про оцінку феномена нової економіки на рівні форм руху матерії. К. Хубієв міркував так, що появу «нової економіки» спричинив процес ущільнення економічного простору і часу. Саме в цих умовах усі економічні агенти шукають нові ресурси для динамічного розвитку. Н. П. Гончарова зазначає, що сьогодні єдино можливим ресурсом, адекватним зазначеній ситуації, є ресурс новий, точніше інноваційний (новий рівень усупільнення виробництва, нові інформаційні та фінансові потоки, нові світові ресурси, нові форми збуту продукції інноваційних технологій тощо). Аргументом цього є загострення конкуренції за володіння економічними ресурсами і самим життєвим простором. Тільки інноваційні ресурси можуть скласти основу радикальних змін у продуктивних силах і технологіях. Саме нові технології

передбачають не просто розвиток продуктивних сил, а принципово нову виробничо-економічну систему, що дозволяє сформувавши новий економічний порядок [2, с. 6]. Варто погодитися з думкою Н. П. Гончарової, що на сьогодні переважно сили «нової економіки» формують новий стиль економічної діяльності, в якій здебільшого капітал керується інтелектом, ніж інтелект обслуговує капітал. У цих умовах найбільш конкурентоспроможним ресурсом підприємств стає висока кваліфікація і сукупні знання її працівників. Однак інтелектуально-кадровий потенціал «нової економіки» формується і розвивається не в сировинних галузях, а в наукомістких й інформаційно-технологічних компаніях малого та середнього інноваційного бізнесу [2, с. 9].

Західні економісти Х. Клодт, К. М. Бух, Б. Хрістенсен та ін., демонструючи зміну парадигми від старої до нової економіки, вводять поняття «гуманний капітал», під яким розуміють обмежений фактор виробництва, що здатний перетворювати інформацію на знання. Гуманний капітал складається з двох компонент – загального і професійно спеціального гуманного капіталу [3, с. 170]. Варто погодитися з думкою Г. І. Башняного, О. М. Свінцева, Г. В. Ожубко, які зазначали, що в умовах постіндустріальної економіки попит на гуманний капітал швидко змінюється [1, с. 373].

У старій економіці результат діяльності підприємства формували основний капітал і робота, коли в новій, згідно з позицією Х. Клодта, – інформація і гуманний капітал [3, с. 31]. Він зазначає, що володіти гуманним капіталом неможливо [3, с. 65], проте саме він забезпечує зміни у структурах підприємств. Слід погодитися з думкою М. П. Буковинської, що гуманний підхід до управління передбачає формування виробничого середовища, перешкоджаючи процесу відчуження працівника від результатів виробництва, що сприяє відновленню цілісності виробництва і культури, піднесенню людини як самостійної творчої особистості. Існує низка концепцій управління персоналом, які об'єднують гуманістична направленість. Найбільш відомими є теорія людського капіталу (Т. Шульц, Г. Беккер, які зазначають, що людський капітал формується через інтелект, здоров'я, знання, якісну і продуктивну працю, якість життя), теорія людських відносин (Е. Мейо – методи налагодження міжособистісних стосунків), теорія гуманізації праці (визначає процес олюднення праці), теорія «організаційного розвитку» (В. Бонніс, Е. Шейн, В. Реддін, які зазначають, що розвиток організацій можливий через подолання кризових точок), теорія мотиваційної гігієни (Ф. Герцберг виділив дві групи спонукальних мотивів активізації трудової діяльності людини: гігієнічні, мотиваційні), концепція «виробничої демократії» (Дж. Коул, А. Гора – управління підприємством через контрольовані працівниками виробничі ради), теорія якості трудового життя (спрямованість на реалізацію творчого та освітнього потенціалу працівників). Розглянуті теорії ґрунтуються на вивченні окремих питань людського капіталу. Позиція Х. Клодта відмінна тим, що в основу людського капіталу він поклав знання, яким володіти або продати неможливо. Підтримуючи його точку

зору, ми вважаємо, що гуманний капітал у новій економіці є домінуючим та визначає інноваційний розвиток підприємства більшою мірою, ніж основний капітал.

1. Башнянин Г. І. Фактори підвищення соціально-економічної ефективності освітнього комплексу суспільства / Г. І. Башнянин, О. М. Свінцов, Г. В. Ожубко // Науковий вісн. НЛТУ України. – 2014. – Вип. 24.7. – С. 370–376.

2. Гончарова Н. П. Инновационная парадигма формирования «новой экономики» / Н. П. Гончарова // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 10 (100). – С. 4–12.

3. Клодт Х. Нова економіка: форми вияву, причини і наслідки : монографія / [Клодт Х., Бух К.М., Хрістенсен Б. та ін.] ; пер. з нім. ; за ред. д-ра екон. наук, проф. В. В. Рокочої. – К. : Таксон, 2006. – 306 с.

4. Хубиев К. О содержании «новой экономики» / К. Хубиев // Экономист. – 2008. – № 5. – С. 63–70.

5. Яремко Л. А. «Нова економіка» та інноваційний розвиток / Л. А. Яремко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 3. – Т. 1. – С. 25–30.

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ КРИТЕРІЇВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

Попелишин О. І.

студентка групи УПП-11 Національного університету «Львівська політехніка»

Науковий керівник: **Лучко Г. Й.**

к.е.н., асистент кафедри технологій управління Національного університету «Львівська політехніка»

Однією із найважливіших проблем сучасності є проблема захисту інформації, тобто надійне збереження її цілісності. В основному стратегія захисту будується на класичній парадигмі – «захищай, виявляй, виправляй». На сьогоднішній день розроблено безліч способів захисту інформації на рівні організації, але не всі вони є достатньо ефективними. Отже, виникла потреба створення загальних критеріїв захисту інформації.

Методологічною базою, яка визначає вимоги щодо захисту інформаційних систем від несанкціонованого доступу та оцінки ступеня захищеності є критерії оцінки інформаційної безпеки. Їх доцільно використовувати при захисті інформаційних ресурсів на рівні організацій. Головним завданням цих стандартів є узгодженість позицій і запитів трьох груп фахівців, які однаковою мірою їх використовують: споживачів, виробників та експертів з кваліфікації рівня безпеки. Якщо для споживачів визначальними є простота критеріїв та однозначність параметрів вибору захищеної системи, то для виробників першочергово важлива максимальна конкретність стандартів та загальні вимоги. Експертами критерії використовуються для визначення відповідності між самим ІТ – продуктом та вимогами, які запропоновані до нього [2].

У 1983 році було закладено початок вироблення стандартів інформаційної безпеки, так званою «Оранжевою книгою» Міністерства оборони США – «Критерії оцінки надійних комп'ютерних систем». Відповідно до цього документу, безпечною є та інформаційна система, яка керує доступом до даних [1]. На початку 1986 року Європейські країни розробили загальні «Європейські критерії безпеки інформаційних технологій». З метою визначення надійності та ефективності засобів захисту у «Єврокритеріях» було виокремлено сім рівнів оцінки їхньої адекватності: за зростанням – від Е0 до Е6, тобто від менш захищених систем до добре захищених [3]. Вище згадані критерії безпеки інформаційних технологій по суті є одними із перших стандартів такого роду і використовуються як базові при оцінці захищеності інформаційних об'єктів.

У «Європейських критеріях» визначені три рівні безпеки – високий, середній і базовий. Високий рівень безпеки тоді, коли є впевненість, що система захисту може бути подолана лише зловмисником із високою кваліфікацією, набір ресурсів і можливостей якого виходить за рамки розумного. Безпеку вважають середньою, якщо засоби захисту здатні протистояти зловмисникам, ресурси і можливості яких є обмеженими. Рівень є базовим, якщо засоби захисту спроможні протистояти окремим випадковим атакам [3]. Саме за такими рівнями варто оцінювати ступінь інформаційної захищеності українських організацій, адже досягнення інформаційної безпеки на мікрорівні стимулюватиме відповідні дії на рівні держави.

Беручи до уваги досвід країн ЄС та базуючись на «Європейських критеріях безпеки інформаційних технологій», необхідно сформулювати систему ефективної протидії інформаційним загрозам вітчизняних організацій і побудувати раціональну систему інформаційної безпеки держави.

Список використаних джерел

1. Інформаційна війна – сутність, методи та засоби ведення / І. Д. Горбенко, В. І. Долгов, Т. О. Грінченко // Матеріали ювілейної науково-технічної конференції / К., 1998. – С. 11–14.
2. Нестеряк Ю.В. Міжнародні критерії інформаційної безпеки держави: теоретико-методологічний аналіз / Ю.В. Нестеряк // Вісник НАДУ. – 2013. – №3. – ст. 40-45.
3. European Commission – Cybersecurity Strategy of the European Union: An Open, Safe and Secure Cyberspace. Brussels, 7.2.2013 JOIN(2013) 1 final. URL / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eeas.europa.eu/policies/eu-cybersecurity/cybsec_comm_en.pdf.

ЕКОНОМІКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЯК СИНТЕЗ СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ МОДЕЛЕЙ

Прокіпчук М. М.,

аспірант економічного факультету Львівського національного університету ім. І. Франка

Науковий керівник: Гринів Л. С.,

д.е.н., професор кафедри економіки України Львівського національного університету ім. І. Франка

На Конференції ООН з навколишнього середовища і розвитку (Ріо-де-Жанейро, 1992 р.) представники усіх країн-членів ООН підтвердили необхідність переходу людства на шлях Сталого розвитку (Sustainable development – англ.) [3]. З того часу створено безліч документів міжнародного, національного та регіонального значення, пов'язаних із запровадженням Сталого розвитку. Зокрема, в Україні діє Стратегія сталого розвитку «Україна 2020» [5].

Однак, актуальним залишається питання методології побудови економіки, яка б відповідала основним вимогам Сталого розвитку. На сьогоднішній день не існує єдиної ефективної моделі економіки і розв'язання цієї проблеми потребує проведення міждисциплінарних досліджень.

Метою даного дослідження є синтез переваг економічних моделей, що сформувались в результаті міждисциплінарних досліджень, відповідно до принципів Сталого розвитку.

Об'єктом дослідження є економічні моделі, сформовані в результаті міждисциплінарних досліджень. Предметом дослідження є відповідність та ефективність економічних моделей відповідно до принципів Сталого розвитку.

Дослідження складається з двох етапів. На першому етапі за допомогою методів наукової абстракції, аналізу та логічного узагальнення досліджено чинники росту та обмеження і відповідно переваги і недоліки економічних моделей з позиції Сталого розвитку (табл. 1).

Таблиця 1

Аналіз економічних моделей з позиції Сталого розвитку

Чинники росту	Чинники обмеження	Переваги	Недоліки
Неокласична економіка			
Праця та капітал	Ринковий механізм цін	Задовольняються фактично будь-які потреби людини	Забруднення та виснаження навколишнього середовища, соціальні нерівності
Екологічно-збалансована (Зелена) економіка			
Відновні	Здатність природи до	Вирішуються екологічні проблеми	Суттєво зменшується рівень виробництва,

ресурси	самовідтворення		зростає безробіття і пов'язані із цим соціальні проблеми
Інноваційна економіка			
Знання, технології	Здатність людини до вдосконалення	Вдосконалюється середовище існування людини	Вдосконалення продукції не завжди зменшує її природомісткість
Еволюційна (Поведінкова) економіка			
Поведінка людини закладена в її генах	Еволюція поведінки	Задоволеність життям через відповідність реальності та очікування людини	Генна адаптація до умов навколишнього середовища відбувається повільніше за зміну цього середовища
Інституційна економіка			
Суспільний договір	Розвиток інститутів	Отримання компромісу між потребами та обмеженнями	В диференційованому суспільстві важко дійти компромісу щодо економічних питань
Інформаційна економіка			
Інформація	Інформація може зростати безмежно	Збереження навколишнього середовища	Інформація не може повністю замінити інші фактори виробництва

Джерело: Складено автором на основі [1,2,4,6,7].

На другому етапі, використовуючи методи порівняння та синтезу було сформовано основні вимоги до економіки, відповідно до принципів Сталого розвитку та найбільш поширених економічних моделей.

Результатом дослідження є наступні висновки:

1. Збільшення інформації має впливати на два напрями:

- створення інновацій, що покращують якість життя людини та існування навколишнього природного середовища;
- створення умов для зміни поведінки суб'єктів економіки з егоїстичного на альтруїстичний.

2. Зростання альтруїзму дозволить укласти суспільний договір щодо обмежень масштабу економіки, як єдиний варіант уникнення глобальної катастрофи. Основою регулювання економіки повинен бути не ціновий механізм, а здатність природи до відтворення ресурсів та поглинання відходів.

3. Щоб уникнути безробіття та соціальних проблем, інформацію та інновації потрібно також використовувати для перекваліфікації працівників галузей, що не відповідають принципам Сталого розвитку.

4. Необхідно здійснити перехід від використання обмеженої земної ентропії до використання багатой енергії Сонця.

5. Участь людини в економіці повинна визначатись не потребами економіки, а її внутрішніми психологічними, моральними, духовними установками.

Список використаних джерел

1. Александров І.О. Стратегія сталого розвитку регіону: монографія / І.О. Александров, О.В. Половян, О.Ф. Коновалов, О.В. Логачова, М.Ю. Тарасова; за заг. ред. д.е.н. І.О. Александрова / НАН України. Інститут економіки промисловості. – Донецьк: вид-во «Ноулідж», 2010. – 203 с.

2. Гринів Л.С. Екологічно-збалансована економіка: проблеми теорії / Л. Гринів. – Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2001. – 240 с.

3. Декларація Ріо-де-Жанейро по навколишньому середовищу та розвитку ООН / Декларація, Міжнародний документ від 14.06.1992 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/995_455

4. Історія економічних вчень: соціально-економічні погляди Комманса, Вишенського та Подольського / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.ua/vnz/reports/econom_history/25171/

5. Про Стратегію сталого розвитку «Україна 2020» / Указ Президента України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>

6. David Friedman Economics and Evolutionary Psychology / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.daviddfriedman.com/Academic/econ_and_evol_psych/economics_and_evol_psych.html

7. Innovation economics / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Innovation_economics

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СФЕРІ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

Пугач А. М.

к.т.н., доцент кафедри сільськогосподарських машин, Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

На сучасному етапі економічного розвитку відсутність інтеграції виробництва, особливо в аграрній сфері, унеможливорює нормальне функціонування як сільськогосподарських, так і інших галузей, і в цілому – національної економіки. У теперішній час фермерські господарства відчувають труднощі, з одного боку – у використанні землі (через відсутність засобів виробництва), а з іншого – у спаді виробництва основних видів сільськогосподарської продукції і виникненні проблем

із забезпеченням населення продуктами харчування. Найкращим виходом з цієї ситуації виступає агропромислова інтеграція, яка є поєднанням сільськогосподарського і технологічно пов'язаного з ним промислового виробництва, з метою одержання кінцевої продукції з сільськогосподарської сировини і досягнення більшої економічної вигоди. Це і зумовлює важливість даного дослідження.

Як переконують дослідники, інтеграція сільського господарства й промисловості сягає своїм корінням в далеке минуле [1]. Однак, сучасна агропромислова інтеграція має кардинально протилежну економічну природу. Так, у минулі століття поштовхом до зближення та об'єднання сільського господарства і ремесел слугувала недостатня розвиненість продуктивних сил, тоді як сучасні інтеграційні процеси зумовлені високим рівнем поділу праці, розвитком транспортної інфраструктури, логістики, науки, техніки тощо.

В економічній літературі виділяють види, напрями й організаційно-економічні форми інтеграції. Види інтеграції розрізняють за складом учасників або метою інтегрування. Основна частина дослідників виділяє два види інтеграції – вертикальну і горизонтальну. До вертикальної інтеграції залучаються підприємства різних сфер АПК або однієї сфери з метою здійснення діяльності, яка ведеться в інших сферах АПК. Горизонтальна інтеграція передбачає поєднання підприємств однієї сфери АПК без залучення формувань інших його сфер зі збереженням їх традиційних функцій.

Основними напрямками горизонтальної інтеграції є: виробнича (передбачає співробітництво партнерів, розмежованих за внутрішньогалузевим технологічним поділом праці та ін.); фінансово-кредитна (головна її функція – акумулювання вільних коштів її учасників та надання окремим із них кредитних послуг); освітньо-консультаційна (в її межах можуть діяти різноманітні об'єднання виробників, завданням яких є організація обміну досвідом роботи, освоєння прогресивних технологій, форм організації та управління виробництвом, вивчення новітніх досягнень науки і стану продуктових ринків); соціальна (спрямована на задоволення соціальних потреб сільських виробників) [2].

Порівнюючи вертикальний і горизонтальний види інтеграції, слід визнати, що організація вертикально побудованих об'єднань, на відміну від горизонтальних формувань, охоплює увесь процес виробництва, включаючи переробку, зберігання та продаж готової продукції. При цьому досягається безперервність технологічного процесу на всіх етапах виробництва і збуту, наскрізний контроль за якістю продукції, підвищується ефективність виробництва.

Основною формою вертикальної інтеграції в АПК є агропромислове формування зі збереженням або втратою його учасниками статусу юридичної особи. В ньому поєднуються інтереси сільськогосподарських товаровиробників і підприємств, що переробляють їхню продукцію й обслуговують аграрний сектор економіки (за рахунок встановлення паритетних цін на продукцію, що виробляється учасниками

інтегрованих формувань). У широкому розумінні поняття "агропромислова інтеграція" – це розвиток виробничих і економічних зв'язків між галузями й підприємствами агропромислового комплексу, пов'язаних технологічно та орієнтованих на виробництво кінцевої продукції із сільськогосподарської сировини [3].

Найважливішими цілями агропромислової інтеграції є одержання прибутку, який за своїм розміром перевищує суму прибутків структурних підрозділів (тобто забезпечення синергічного ефекту), досягнення надійності та стабільності їхньої господарської діяльності. Згадане стає можливим завдяки координуванню та збалансуванню етапів виробничого процесу – від виробництва сировини до продажу готової продукції, раціональному використанню матеріальних, фінансових і трудових ресурсів, усуненню втрат, підвищенню якості продукції, ліквідації багатьох посередницьких ланок.

В умовах реальної інтеграції сільськогосподарського і промислового виробництва створюється додатковий синергічний ефект, що проявляється у вищій економічній ефективності інтегрованого виробництва порівняно з відокремленим. Джерелами одержання агропромисловими формуваннями синергічного ефекту є: істотне зменшення втрат сільськогосподарської продукції, передусім тієї, що швидко псується, за рахунок зведення до мінімуму розриву між її збиранням і промисловою переробкою; збільшення обсягу виробництва кінцевої продукції за рахунок утилізації нестандартної сільськогосподарської продукції та побічних відходів, які без інтегрованого виробництва повністю пропадають або використовуються нераціонально (так, тваринам нерідко згодовують нестандартні овочі, фрукти тощо); скорочення витрат на транспортування продукції до місць переробки на великих переробних підприємствах і на зустрічні заводи продовольчих товарів для споживання місцевим населенням. Це особливо важливо в умовах високої вартості енергоносіїв.

Слід також зазначити, що агропромислові формування одержують додатковий ефект, що не є складовою синергічного ефекту, завдяки виробництву і реалізації кінцевої продукції. Це зумовлено тим, що найвищого рівня віддачі авансованого капіталу і поточних витрат досягають ті підприємства АПК, які функціонують на завершальній стадії виробничого циклу, здійснюючи виробництво і реалізацію кінцевої продукції. Адже остання завжди оцінюється вище, ніж сировина саме завдяки більшій окупності витрат, досягнутій за рахунок споживача. В умовах відокремленого виробництва цей додатковий ефект одержують переробні підприємства, тимчасом як суто аграрні підприємства позбавлені можливості поліпшувати свій фінансовий стан за рахунок цього виду ефекту. В умовах поєднання сільськогосподарського і промислового виробництва власниками даного ефекту стають агропромислові формування. Останні самостійно приймають рішення щодо зміни асортименту продукції й обсягу продажу відповідно до кон'юнктури ринку, а також ведуть необхідну маркетингову діяльність з тим, щоб задовольнити

споживчий ринок і підвищити прибутковість власного виробництва[4].

Кардинальні перетворення в державній політиці, посиленні концентрації капіталу в аграрній сфері за рахунок промисловості і торгівлі можуть забезпечити гармонійний розвиток сільського господарства. Здійснення гармонійного розвитку всіх сфер агропромислового комплексу доцільно проводити на основі єдиної політики держави, яка виконується на всіх рівнях економіки, всіма суб'єктами ринкового простору, комерційними, некомерційними, суспільними та іншими організаціями.

Список використаних джерел:

1. Аграрний сектор України на шляху до євроінтеграції: Моногр. / За ред. О.М. Бородіної. – Ужгород: ІВА, 2011. – С109–119.
2. Бочан І.О., Михасюк І.Р. Глобальна економіка: Підруч. – К.: Знання, 2013. – 403 с.
3. Васильєва Н. Моделювання інвестування технологічних інновацій в АПК на засадах конкуренції та інтеграції //Економіст. – 2012. – № 4. – С.66-69
4. Попова В.В. Становлення аграрного сектору економіки України в умовах міжнародної конкуренції //Економіка АПК. – 2015. – № 4. – С.131-137.

СУТНІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ ЯК СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Радько А. О.,

аспірант Національного університету водного господарства та природокористування

Науковий керівник: **Сазонець О. М.,**

д.е.н., професор кафедри міжнародної економіки Національного університету водного господарства та природокористування

За останні роки в економічному суспільстві відбулися значні зміни. На перше місце в розвитку багатьох держав під впливом глобалізаційних процесів вийшла інформаційна складова. Збільшується питома вага інформаційних технологій, які використовуються у виробництві товарів і послуг підприємствами й організаціями. У загальному обсязі ВВП країн складається у більшості з виробленої і переробленої інформації, з інформаційних продуктів, інформаційних послуг, матеріальних благ, що вироблені за допомогою інформаційних технологій.

Осмісленню питання інформаційної складової економіки свої праці присвятили багато вітчизняних та іноземних вчених.

Досліджуючи роль інформації в суспільстві Маршал Мак-Люен розкриває її сутність як матерії, що породжується книгодрукуючою справою, яка потім переноситься до телеграфу, на електронні носії [2]. І. І. Юзвішин дає визначення інформації з позицій існування Всесвіту: «Інформація – це генералізаційний безначально-нескінченний єдиний законопроцес мікро- і макромірних відносин, взаємозв'язків і взаємозбереження енергії, руху і маси на основі резонансно-

стільникової, частотно-квантової і хвильової природи світла, тепла, звуку та інших властивостей і форм в мікро- і макроструктур Всесвіту» [7]. Цей вчений виявив і довів можливість вивчення всіх процесів Всесвіту з інформаційної точки зору.

Якщо розглядати інформацію як об'єкт застосування індивідами, то можна помітити, що інформація не має фізичного зносу, а тільки моральний. Це дуже важлива компонента для розроблення нових товарів і послуг.

Закон України «Про інформацію» [3] так трактує поняття інформації так: «Інформація – це документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються в суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі».

В [6] розкривається сенс таких категорій інформації, як дані, інформація, знання, розуміння, мудрість.

О. М. Сазонець поширює це поняття на планетарний рівень, вводиться визначення міжнародної інформації: «Міжнародна інформація – це інформація, яка доступна і може бути використана на міжнародному рівні при взаємодії регіонів світу, країн, організацій, підприємств різних країн» [5].

Засновник кібернетики Норберт Вінер сформулював визначення інформації з використанням поняття сутності: «Інформація – це назва сутності, за допомогою якої ми здійснюємо обмін із зовнішнім середовищем, намагаючись пристосуватися до неї, підлаштовуючи наше існування до її впливу» [1].

Цікавою є позиція М. Ф. Реймерса щодо визначення інформації. За його словами, інформація – це «один з найважливіших природних ресурсів і одночасно суспільне надбання, оскільки весь розвиток людства – це результат освоєння та переробки інформації, отриманої з навколишнього середовища і накопичуваної суспільством» [4].

Таким чином, підсумовуючи вищенаведене та розвиваючи ці поняття, сформулюємо власне бачення визначення інформації.

Інформація – це ресурсно-виробнича реальність, яка має природний початок, яка стримується об'єктивною реальністю, за допомогою якої одержується зв'язок із зовнішнім середовищем і яка має форму документованих чи озвучених відомостей про природні явища та суспільні зв'язки, має міру, створювану вибором одного повідомлення з їхньої безлічі, у припущенні, що всі повідомлення рівновірогідні це нові відомості, які прийняті, зрозумілі і оцінені її користувачем як корисні. Інакше кажучи, інформація – це нові знання, які отримує споживач (суб'єкт) у результаті сприйняття і переробки певних відомостей.

Список використаних джерел

1. Винер Норберт Новые главы кибернетики: управление и связь в животном и машине / Норберт Винер ; пер. с англ. И. В. Соловьева ; под ред. Г. Н. Поварова. – М. : Советское радио, 1963. – 63 с.

2. Мак-Люэн М. Галактика Гутенберга; Сотворение человека печатной культуры / М. Мак-Люэн М. – К.: Ника-Центр, 2004. – 432 с.
3. Про інформацію. Про доступ до публічної інформації : закони України : чинне законодавство зі змінами та допов. станом на 23 квіт. 2014 р. : офіц. текст. – Київ : Паливода А. В. [вид.], 2014.. – 29 с..
4. Реймерс Н. Ф. Природопользование: Словарь-справочник / Н.Ф. Реймерс. – М.: Мысль, 1990. – 637 с.
5. Сазонець О. М. Розвиток світового господарства та глобальні інформаційні системи / О. М. Сазонець. – Донецьк: Юго-Восток, 2010. – 289 с.
6. Щедрин А. Н. Электронные информационные ресурсы в информационной экономике / А.Н. Щедрин. – Донецк: [Ин-т экономики пром-сти], 2003. – 232 с.
7. Юзвишин И. И. Информациология или закономерности информационных процессов и технологий в микро- и макромирах Вселенной / Юзвишин И. И. – 4-е изд. – М.: Радио и связь, 1996. – 214 с.

ПІДВИЩЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ВИРОБНИЦТВА ТА ВИКОРИСТАННЯ БІОПАЛИВА

Степанов Д. М.,

магістр гр. ОЗ-41м Національного технічного університету України "КПІ" (НТУУ "КПІ"),

Кофанов О. Є.,

аспірант НТУУ "КПІ",

Наукові керівники: **Кофанова О. В.,**

д.пед.н., к.х.н., проф., проф., кафедра інженерної екології НТУУ "КПІ"

Лимонник Ю. М.,

заступник директора ОКБ "Шторм" НТУУ "КПІ"

Основна частина моторних палив сьогодні виробляється, головним чином, з нафти. Проте, виснаження родовищ корисних копалин, необхідність заміни невідновлюваних джерел енергії призвела до відродження інтересу до сировинних ресурсів рослинного і тваринного походження. На сьогодні біодизельне паливо – одна з найперспективніших розробок у сфері виробництва альтернативних джерел енергії.

Біодизель це, як правило, метилові ефіри (естери) вищих карбонових кислот, що добувають унаслідок реакції переестерифікації рослинних олій (тваринних жирів). Біодизель можна використовувати й як добавку до традиційного дизельного палива (до 5–10 %), й як основне паливо. При цьому важливою перевагою палив на основі олій в порівнянні з іншими видами альтернативної сировини є їх вища екологічність, як під час виробництва, так і при застосуванні.

Отже, метою роботи є підвищення екологічності виробництва моторного палива, зокрема біозизелю, із сировини рослинного походження. Дослідження є надзвичайно актуальним в контексті переходу України до сталого, збалансованого розвитку. Заміна традиційного вуглеводневого палива на альтернативні джерела та зменшення за

рахунок цього залежності країни від імпортованих енергоносіїв є пріоритетними завданнями на всіх ланках економічної діяльності.

При виробництві та використанні біодизельного палива виникає багато різноманітних проблем, у тому числі й екологічних. Це, в першу чергу, певна нестабільність біодизелю, а також здатність до легкого окиснення та випадіння осаду, що значно погіршує фізико-хімічні властивості моторного біопалива. Крім того, при виробництві біодизельного палива за традиційною технологічною схемою [3] утворюється велика кількість токсичних відходів, зокрема суміш метанолу з гліцеролом. Переробка цих відходів потребує складного технологічного обладнання та передбачає відгонку метанолу, вакуумну дистиляцію гліцеролу та ін. А це, в свою чергу, вимагає додаткових виробничих площ, збільшення ресурсо- та енерговитрат тощо.

Суттєвим недоліком використання для виробництва біопалив ріпаку та олійних культур є виснаження ґрунту (велика швидкість ерозії ґрунту, збільшення потреби у нітрогеновмісних добривах та підвищена витрата води). При цьому країна не може піти шляхом простого розширення площ посівів, необхідно підвищувати їхню продуктивність. Окрім того, для отримання якісного продукту при виробництві біодизелю необхідно мати на увазі, що:

- після перебігу основного технологічного процесу (реакції переестерифікації) уміст метилових естерів повинен бути не нижче 96 %;
- для швидкого і повного перебігу реакції переестерифікації беруть надлишок метанолу, тому цільовий продукт потрібно піддавати очищенню;
- отримані метилові естери потрібно очищати від продуктів омилення за допомогою промивки водою з невеликою кількістю сульфатної кислоти (це не тільки дає змогу очистити дизельне біопаливо, але й забезпечує його нейтральну реакцію $\text{pH} \approx 7$);
- необхідною стадією є сушка метилових естерів жирних кислот, оскільки залишкова вода сприяє розвитку у біодизелі мікроорганізмів та спричинює корозію металевих конструкцій;
- зберігати біодизель більше 3-х місяців не рекомендується, оскільки після цього терміну починається його розклад.

Отже, для виконання цих вимог підприємству з виробництва біодизелю потрібні додаткові матеріальне та технічне забезпечення.

Як сировина для виробництва моторних біопалив можуть бути використані також інші природні джерела – тваринний жир, деревина і відходи лісопереробки, відходи сільськогосподарського виробництва і харчової промисловості, біогази, водорості та інші морські біоресурси [1, 2]. Але найкращими видами сировини з позицій збереження природного балансу біосфери та економії викопних природних ресурсів є відходи рослинних олій масложирокомбінатів, підприємств харчової і переробної промисловості. Для перспективного використання такої сировини необхідно змінювати існуючі технології добування біопалив і вирішувати питання щодо оптимального

використання отриманих продуктів. Серед таких питань, наприклад, використання біопалив не тільки в автомобільних двигунах, а й у інших енергетичних установках – котельнях, ТЕЦ, опалювальних установках індивідуальних котеджів та ін.

Таким чином, у роботі здійснено аналіз недоліків та обґрунтована необхідність удосконалення традиційної технологічної схеми синтезу біодизельного палива з метою зменшення негативного впливу на довкілля. Визначено шляхи й методи покращення еколого-економічних характеристик технології синтезу біодизельного палива; розраховано матеріальний баланс процесу. Розроблено вдосконалену технологію добування біодизельного палива з рослинної сировини, що відрізняється більшою екологічністю та ефективністю. Запропоновано розширити сировинну базу за рахунок заміни більш токсичного для довкілля та здоров'я людини метанолу на етанол, використання відходів харчової промисловості та сільського господарства.

Список використаних джерел

1. Евдокимов А. Ю. Топлива и смазочные материалы на основе растительных и животных жиров / А. Ю. Евдокимов, И. Г. Фукс, Л. Н. Багдасаров. – М.: ЦНИИТЭИнефтехим, 1992. – № 5. – С. 7–9.
2. Кириллов Н. Г. Альтернативные моторные топлива XXI века / Н. Г. Кириллов // Автогазозаправочный комплекс + альтернативное топливо. – 2003. – № 3. – С. 58–63.
3. Кофанова Е. В. Ресурсосберегающая малоотходная технология производства биодизельного топлива / Е.В. Кофанова, А. И. Василькевич, А. Е. Кофанов, Д. Н. Степанов // Горная механика и машиностроение. – 2015. – № 2. – С. 96–102.

ВИРОБНИЦТВО ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ – ШЛЯХ ДО ПОКРАЩЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ

Суркова В.О.

магістр факультету інженерів землевпорядкування Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва

Науковий керівник: **Кошкалда І.В.**

д-р. екон. наук, професор Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва

Україна, велика аграрна держава, яка має унікальний земельно-ресурсний потенціал, що обумовлює її особливе місце серед інших європейських країн. Так як, економічні інтереси в державі завжди були на першому місці від екологічних при вирішенні продовольчих проблем – це в свою чергу і призвело до порушення оптимального співвідношення земельних угідь, нераціонального використання земельних ресурсів, погіршення екологічного стану ґрунтів тощо. Тому, потрібно застосовувати принципово нові управлінські рішення, згідно з якими екологічна ефективність буде супроводжуватися вигідними економічними показниками використання землі [1].

Так як, екологічна ситуація в країні з кожним роком стає все більш напруженою, переважає економіко-техногенний вектор використання землі, виникла об'єктивна необхідність відстоювати екологічний підхід господарської діяльності на землі, яка б гармонійно узгоджувалася із законами природи.

Тому на території України є особливо актуально запровадження заходів, які спрямовані на усунення негативних наслідків господарської діяльності підприємств на навколишнє середовище.

Україна, з огляду на її ґрунтово-кліматичні умови, географічне розташування в центрі Європи, має ідеальні природні умови. В країні є великий потенціал для виробництва якісної, екологічно чистої сільськогосподарської продукції, тим паче що ґрунти у порівнянні із землями Західної Європи більш родючі. Виходячи з цього слід відмітити, що екологічний розвиток агропромислового комплексу України можливий лише через впровадження нових технологій, таких наприклад як органічне сільське господарство.

Органічне сільське господарство – система виробництва, що підтримує здоров'я ґрунтів, екосистем і людей. Воно перебуває у взаємозв'язку з екологічними процесами, біологічною різноманітністю та природними циклами, характерними для місцевих умов, при цьому припиняється використання шкідливих ресурсів, які викликають несприятливі наслідки. Органічне сільське господарство поєднує в собі традиції, нововведення та науку з метою покращення стану навколишнього середовища, сприяння розвитку гармонійних взаємовідносин і належного рівня життя для всього зазначеного вище, – таке визначення органічного землеробства дає Міжнародна федерація органічного сільськогосподарського руху (IFOAM) [2].

Основними вимогами для одержання органічної продукції є [3]:

- обробка земельних угідь має здійснюватися без застосування хімічних добрив; – насіння має бути адаптованим до місцевих умов, бути стійким до шкідників і бур'янів і, головне, не повинно бути генетично модифікованим; – родючість ґрунтів потрібно підтримувати за допомогою сівозмін та добрив рослинного або тваринного походження, що біологічно розкладаються; – заборонено використовувати гербіциди, пестициди, інсектициди, азотовмісні та інші хімічні добрива; – для боротьби зі шкідниками необхідно застосовувати фізичні бар'єри, шум, ультразвук, світло, пастки, спеціальний температурний режим та ін..

Правові та економічні основи виробництва та обігу органічної сільськогосподарської продукції та сировини в Україні визначено у Законі «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» [4]. Даний документ спрямований на забезпечення належного функціонування ринку органічної продукції та сировини, а також на гарантування впевненості споживачів у продуктах та сировині, маркованих як органічні.

В Україні органічне сільське господарство тільки починає зароджуватися. Загальна площа органічних сільськогосподарських угідь в Україні протягом 2002-

2014 рр. збільшилася в 2,4 рази, а кількість господарств, які виробляють органічну продукцію, збільшилася майже в 6 раз [5].

Звичайно, порівняно з іншими європейськими країнами розвиток сільського господарства в Україні відбувається значно повільніше. Відтак цілком логічно стверджувати, що органічне виробництво в Україні можливо почати застосовувати більш масштабно, не зважаючи на те, що цей процес є складнішим та затратним за традиційний, але більш вигідним для нашої країни, так як якість ґрунтів в Україні спроможна забезпечувати значно нижчу собівартість. Тому виникає нагальна потреба розроблення і застосування таких заходів еколого-економічної системи землеробства та земельних відносин, за яких підвищення урожайності відбувалося б за умов збереження і відтворення земельних ресурсів, підтримання в них екологічної рівноваги. Тож, на нашу думку, постає необхідність, популяризації органічного землеробства та впровадження певних організаційно-економічних змін.

Збереження та оздоровлення довкілля, безпечне та високоефективне використання всіх природних ресурсів – найважливіший складовий чинник соціально-економічної політики держави, що визначено Конституцією України. Екологічно чисте довкілля – повинне стати обов'язковою нормою життєдіяльності суспільства.

Список використаних джерел

1. Horlachuk, V.V. Peschanska, I.M. Skorokhodov, V.A. (2006), *Zemelnii menedzhment* [Land management], VD «Profesional», Kyiv, Ukraine, p.192.;
2. Агро Еко. Випуск №1 (260) від 5 лютого 2016р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://agroecology.in.ua/processing>;
3. Definition of Organic Agriculture. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.fao.org/growing_organic/definitions/sdhw/tenure/pdf;
4. Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини: Закон України № 425-VII від 03.09.2013 // Відомості Верховної Ради. – 2014. – № 20-21. – Ст.721.;
5. Матеріали Федерація органічного руху в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://organic.com.ua>.

ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ НЕПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Ткаченко О. С.

викладач кафедри обліку, аудиту та управління фінансово-економічною безпекою Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

Аналізуючи стан неплатоспроможності підприємства, необхідно розглянути причини фінансових труднощів і фактори, що роблять негативний вплив на фінансовий стан підприємства. Однією з причин втрати платоспроможності може бути неправильне використання оборотного капіталу: виведення коштів в дебіторську заборгованість, вкладення коштів у наднормативні запаси і на інші цілі, які тимчасово не мають джерел фінансування.

Як відзначають Б. М. Литвин і М. В. Стельмах неплатоспроможність підприємства – це нездатність підприємства на даний момент погасити свої короткострокові зобов'язання [4].

У Законі України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» дається визначення неплатоспроможності як нездатність боржника виконати після настання встановленого строку грошові зобов'язання перед кредиторами не інакше, як через відновлення його платоспроможності [2].

Згідно Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про банкрутство»» строк неплатоспроможності – це неспроможність суб'єкта підприємницької діяльності після настання встановленого строку виконати сплату грошових зобов'язань кредиторам, у тому числі по заробітній платі, а також виконати зобов'язання взяті зі сплати податків і зборів не інакше як через відновлення платоспроможності [3]. Таким чином, підприємство вважається платоспроможним при наявності вільних грошових коштів, якщо для розрахунків з кредиторами воно може реалізувати свої поточні активи.

Дослідники називають дві основні причини неплатоспроможності, такі як зовнішні і внутрішні, які можуть призвести до банкрутства.

Щодо неплатоспроможності сільськогосподарських підприємств практично всі вчені і практики одноставно визначають головну зовнішню причину її виникнення. Це – диспаритет цін. Ми поділяємо думку, що причина диспаритету зводиться до протиріччя між близьким до чистої конкуренції середовищем в сільському господарстві і монополістичним становищем промислових підприємств.

Ряд авторів, такі як А. Грачов [1], В. Савицька [5], Л. Холод [6], в якості зовнішньої причини неплатоспроможності виділяють незадовільну кредитно-фінансову політику. Однак, в даний час держава надає пільги по кредитуванню сільськогосподарських підприємств, а також щодо оплати частини витрат на добрива, засоби захисту рослин, по страхуванню і так далі. Таким чином, держава намагається поліпшити умови для сільськогосподарського виробництва. Хоча розмір фінансової допомоги і загальна державна політика в аграрному секторі ще

далека від досконалості, але навряд чи її можна вважати головною причиною неплатоспроможності сільськогосподарських підприємств.

Ми вважаємо, що в якості зовнішньої причини неплатоспроможності можна виділити також відсутність ринку землі і, отже, іпотеки. У результаті сільське господарство не отримує додаткових грошей під заставу землі для подолання неплатоспроможності.

Внутрішні причини. З численних внутрішніх причин неплатоспроможності сільськогосподарських підприємств ми виділили такі, відсутність ефективного власника та неефективність управління.

Ситуація тотальних неплатежів і неспроможності створилася із залежних від боржників (внутрішнім) і не залежних від них (зовнішнім) причин. Про співвідношення цих сукупностей навряд чи можна говорити виразно, тим більше, що для кожного боржника це співвідношення індивідуально.

Виходячи з проведеного теоретичного дослідження головних зовнішніх і внутрішніх причин, загальна схема подолання неспроможності і неплатоспроможності сільськогосподарських підприємств припускає, на наш погляд, послідовне вирішення наступних проблем:

- проблеми накопичених боргів, полягає як у наявності простроченої заборгованості самої по собі, так і в перешкодах, які вона створює для нормального функціонування господарюючого суб'єкта;

- проблеми неефективності власника, коли засновник безпосередньо не зацікавлений у прибутку і платоспроможності підприємства, співвласником якого він є, не знає своїх прав або не може ними скористатися;

- проблеми неефективності управління, зводяться до нездатності керівництва і фінансових менеджерів сільськогосподарських підприємств – боржників вести господарську діяльність з тим ступенем ефективності, який призводить до набуття ресурсів господарюючим суб'єктом.

Список використаних джерел

1. Грачов А.В. Аналіз і управління фінансовою стійкістю підприємства / АВ Грачов. – М.: Финпресс, 2002. – 208 с
2. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» від 14.05.1992 № 2343-ХІІ / Верховна Рада України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/23_43-12
3. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про банкрутство»» від 30.06.1999 № 784-ХІV / Верховна Рада України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/7_84-14
4. Литвин Б. М., Стельмах М. В. Фінансовий аналіз / Б. М. Литвин, М. В. Стельмах. – Учеб. допомога. – К.: «Хай Тек Прес». – 2008. – 336 с.
5. Савицька Г.В. Аналіз господарської діяльності підприємств АПК / Г. В. Савицька. Навчальний посібник – 6-е вид., Стер. – Мн.: Нове знання, 2006. – 652 с.

6. Холод Л.І. Критерії визначення платоспроможності сільськогосподарських підприємств та заходи з оздоровлення фінансової ситуації в АПК / Л.І. Холод // Круглий стіл з питань продовольчої та агропродовольчої та аграрної політики -1996 – листопад-грудень С. 13 – 14.

ПРИНЦИПИ ОЦІНКИ ТА АНАЛІЗУ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Філіпішина К. І.,

учениця 5(9) класу Первомайської гімназії

Науковий керівник: **Філіпішина Л. М.,**

к.е.н., доцент кафедри економіки і організації виробництва Первомайського політехнічного інституту Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова

Управління розвитком підприємства припускає необхідність розробки й впровадження інтегрованої системи управління, основою якої є система аналізу й оцінки потенціалу, процесів його зміни. Оцінювально – аналітична система потенціалу підприємства заснована на спостереженнях, аналізі й оцінці потенціалу підприємства, а також постійному контролю над процесами його -зміни. За своєю суттю це вимірювальна система управління розвитком підприємства [3. с. 73].

Аналіз та оцінка стратегічного потенціалу – один із важливих елементів управління. Правильно проведений аналіз являється основою вибору критеріїв оцінки стратегічних альтернатив, визначення стратегії розвитку та корегування стратегічних планів. Як зазначає американський дослідник Б. Фелпс «...для прояснення стратегії необхідно всього лише визначити, в яких сферах компанія володіє конкурентною перевагою (чи може її досягнути), а в яких ні. Наслідком цього є інвестування в перспективні сфери та відхід від безперспективних» [5. с. 262].

Однак, не дивлячись на важливість такої процедури, не існує єдиного методу проведення діагностики стратегічного потенціалу. Існує досить широкий вибір інструментів для діагностики стратегічного потенціалу. Моделі, які використовуються для діагностики стратегічного потенціалу мають бути гнучкими, ситуаційними, що забезпечують реакцію на зміни як на мікро-, так і макрорівні.

Оцінювати потенціал підприємства потрібно, враховуючи реальні умови та ситуації, в яких знаходиться підприємство, зважаючи на перспективи їх змін, ймовірну швидкість розвитку подій і можливості вплив на характер процесів та їх динаміку. Об'єктивна оцінка потенціалу передбачає розгляд стану та позицій підприємства із врахуванням думок інвесторів, кредиторів, акціонерів, постачальників, страхових компаній, потенційних партнерів та конкурентів [1.с.74].

Серед головних цілей оцінки виділяють [4, с. 83-85]:

- підвищення ефективності управління підприємством;

- визначення вартості цінних паперів у разі купівлі-продажу акцій підприємства на фондовому ринку, що вимагає визначення вартості підприємства у разі його купівлі-продажу цілком або частки цієї вартості, у випадку продажу пакету акцій;
- визначення вартості підприємства у разі купівлі-продажу чи вартості частини його активів;
- зміна статусу підприємства або ж його модифікація у разі реструктуризації підприємства шляхом ліквідації, злиття, поглинання або виділення самостійних підприємств;
- розроблення плану розвитку підприємства з оцінкою майбутніх доходів, ступеня ризику відповідних проектів та майбутніх можливостей на ринку;
- визначення кредитоспроможності підприємства і вартості активів підприємства;
- укладення страхових угод із визначенням вартості активів підприємства;
- установлення бази оподаткування;
- прийняття обґрунтованих управлінських рішень із здійсненням переоцінки майна.

Сутність потенціалу й особливості управління ним визначають мету та характер його дослідження й виміру. Тому аналіз та оцінка потенціалу підприємства базується на діалектичній єдності статичного й динамічного підходів. Статичний підхід припускає визначення системоутворюючих елементів і зв'язків, що становлять потенціал, виявлення зовнішніх і внутрішніх його факторів. Динамічний підхід розглядає зміни, що відбуваються в потенціалі, пов'язані з процесами функціонування й розвитку підприємства і його зовнішнього середовища.

Функціонування оцінювальної системи нерозривно пов'язано з вибором цілей розвитку підприємства й зіставлення з ними потенціалу. У такій системі істотна роль інформації, що несе характеристики потенціалу підприємства – цілей, результатів і рушійних факторів діяльності в кількісному і якісному вираженні. Тому основним завданням такої системи є формування системи показників, параметрів, критеріїв і індикаторів, що визначають як сам потенціал, так і процеси його зміни й дозволяють управляти ним.

Список літератури:

1. Довбенко ВЛ. Потенціал і розвиток підприємства: навч. посібник / ВЛ. Довбенко. В.М. Мельник. 2-ге вид., вилр. і дом. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011- 232 с.
2. Маркова В. Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент Курс лекций. М.: ИНФРА М: Новосибирск: Сибирское соглашение, 2010. – 288 с.

3. Отенко І.П. Аналіз та оцінка стратегічною потенціалу підприємства. Наукове видання / І.П. Оієнк, Л.М. Малярець, Г.А. Іващенко. Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. -348 с.

4. Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка. Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2003. – 316 е.

5. Фелпс Б. Умные бизнес-показатели: Система измерения эффективности как важный элемент менеджмента / Б. Фелпс; пер. с англ. Днепропетровск, 2004. – 312 с.

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Худякова Л.К.

викладач-методист Технологіко-економічний коледж Білоцерківського національного аграрного університету

В сучасних економічних умовах бізнес став невід’ємною частиною життя майже кожної людини. Сучасний бізнес – це не верстати та лопати, це в першу чергу, люди. В зв’язку з цим, на перший план виступає потреба в налагоджуванні міцних контактів з діловими партнерами, в забезпеченні взаєморозуміння та взаємної довіри, які здатні забезпечити гарне підґрунтя для здійснення серйозних бізнес-проектів, пошуку взаємовигідних бізнес-інтересів.

Сучасний інструментарій, який застосовується для підвищення ефективності бізнесу, характеризується наявністю значної кількості різноманітних методів, які можуть забезпечувати вдосконалення системи управління бізнесом, підвищення конкурентоспроможності, поліпшення ринкових позицій. До речі, слід зазначити, що більшість цих методик мають комплексний характер і передбачають їх взаємодію в єдиній системі управління бізнесом.

Коли мова йде про будь-який бізнес-проект на перший план постає питання «Хто отримає від нього вигоду?» Серед можливих вигодо набувачів слід зазначити власника бізнесу, персонал, державу та суспільство, тобто безпосередніх споживачів, задоволення потреб яких і визначає соціальну доцільність існування підприємства.

Взаємозв’язок між виробниками і споживачами товарів в умовах ринкової економіки забезпечують маркетингові комунікації.

Маркетингові комунікації – це сукупність сигналів, що входять від підприємств на адресу різноманітних аудиторій: посередників, конкурентів, споживачі, постачальників, акціонерів, органів державного управління, власного персоналу [1, с. 408].

Підвищення рівня комунікативного впливу є одним із методів модернізації сучасного бізнесу на шляху виходу економіки із кризи.

Комплекс маркетингових комунікацій (комунікаційний мікс) – це поєднання особливих складових: рекламування, стимулювання продажу, робота з

громадськістю (паблік рилейшнз), персональний продаж і синтетичних засобів (прямий маркетинг, виставки та ярмарки, реклама на місці продажу, упаковка товару) для досягнення маркетингових цілей [1, с. 411].

Для досягнення максимального ефекту, як було зазначено вище, доцільно використовувати інтегровані маркетингові комунікації, тобто, узгодження різних інструментів комунікації. Це дасть змогу досягти вищого загального результату – швидше й ефективніше забезпечувати стабільний, довгостроковий контракт із цільовою аудиторією, широку поінформованість та прихильність споживачів [3, с. 211].

Важливим моментом використання маркетингових комунікацій є правильний розподіл витрат на окремі його елементи, адже, надаючи перевагу одному засобу – приносять в жертву інший. Тому, приймаючи рішення на що більше витратити коштів, слід враховувати покупця, позицію фірми на ринку, мінливість ринку, цілі комунікаційних заходів тощо [1, с. 417].

Інтегровані маркетингові комунікації вимагають багато зусиль, але надають підприємству і багато переваг:

- ✓ забезпечують переваги перед конкурентами;
- ✓ підвищують обсяги продажів і доходів;
- ✓ економлять час і гроші;
- ✓ покращують імідж перед споживачами;
- ✓ викликають довіру партнерів і покупців.

Однак слід пам'ятати про деякі недоліки, як то: негнучкість, конфлікти часу (довго тривалість і короткочасність), стримання творчого початку тощо.

Узагальнюючи, можна констатувати, що ефективне використання основних інструментів маркетингових комунікацій дозволяють підприємству задовольнити його основні цілі: збільшити обсяги продажу, знизити товарні запаси, вивести на ринки нові товари, створити позитивний імідж підприємства і, як результат, вивести підприємство з кризи.

Список використаних джерел:

1. Гаркавенко С. С. Маркетинг. Підручник. – 7-е вид. – Київ: «Лібра», 2010. – 720 с.
2. Маркетинг: бакалаврський курс: підручник / за ред. д. е. н. С. М. Ілляшенко. – Суми: Університетська книга, 2009 – 1131, [2] с.
3. Маркетинг: навчальний посібник / Н. М. Раздайбіда, М. Р. Муц, Л. С. Полянська, Ю. М. Булега. – К.: Аграрна освіта, 2011. – 326 с.
4. Н. В. Бутенко Маркетинг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: pidruchniki.com/1685030340056/
5. Приймак Т. О. Маркетинг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: readbooks.com/book/146/4120.html

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

Шара Вікторія Іванівна,

студентка

Авраменко Олена Іванівна,

старший викладач Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

Тема інноваційного розвитку є надзвичайно актуальною в наукових колах. Вона стосується як економічної, так і зовнішньоекономічної діяльності і є показником всестороннього розвитку суспільства на підставі розвитку нововведень. Значна роль при цьому належить дослідженню закордонного досвіду. Так, у 1997 році на світовому ринку високотехнологічних товарів США, Японія та Німеччина займали 1(18,8%), 2 (15,8%) та 3 (14,4%) місця відповідно. За даними InVenture Investment Portal представленість української високотехнологічної продукції на світових ринках є вкрай незначною, її частка становить близько 0,06% загального обсягу ринку високотехнологічних товарів, у той час як частка США – 36 %, Японії – 30 %, Німеччини – 17% [1, С.8]. Business Insider зробив підбір найбільш успішних високотехнологічних компаній IPO 2015 р. Ними виявились австралійська компанія Atlassian, стартап з електронних платежів Square, Fitbit, канадська компанія Shopify, американська компанія GoDaddy[2].

Аналіз структури зовнішньої торгівлі України щодо частки високотехнологічних товарів показав, що незважаючи на намагання України перейти на інноваційну модель економічного розвитку, суттєвих зрушень у цій сфері не відбулося, адже експорт високотехнологічних товарів набагато поступається їх імпорту [3]. В останні роки Україна відстає за показниками, які визначають рівень науково-технологічного розвитку, від світових лідерів.

Структурні зміни в країнах, де відбуваються процеси переходу в постіндустріальне інформаційне суспільство, відбувались не одночасно на всій території, а спочатку в найбільш підготованих регіонах. Тому розглянемо стан регіональної інноваційної діяльності на прикладі Полтавського регіону.

Полтавщина має вагомий економічний потенціал та динамічно і впевнено розвивається. В 2013 році відбулись позитивні тенденції до зростання інвестиційної активності. Так, за 9 місяців 2013 року в економіку області іноземними інвесторами вкладено 96,4 млн. дол. США прямих інвестицій (акціонерного капіталу). Накопичений обсяг прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) на 1 жовтня 2015 року становив 1019,9 млн. дол. США, що на 8,1% більше обсягів інвестицій на початок 2013 року, та в розрахунку на одну особу населення становить 696,3 дол. США [4]. На рисунку 1 представлено стан інноваційної діяльності регіону.

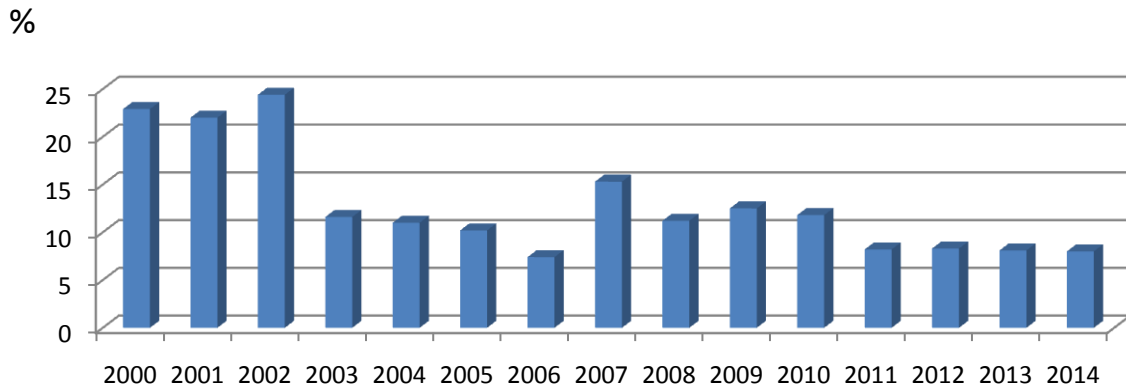


Рис. 1 Обсяги інноваційної діяльності Полтавської області (побудовано автором за даними [5])

З рисунку бачимо, що обсяги інноваційної діяльності регіону мають тенденцію до скорочення. З метою покращення економічного розвитку регіону та середовища для залучення інвестицій, передусім у інноваційні виробництва, створено План заходів з реалізації стратегії розвитку Полтавської області на період 2015-2017 рр., в якому передбачається розвиток інноваційного та конкурентного виробничого сектору (Напрямок 2.А.). Програма складається з чотирьох напрямів, один з яких включає розвиток інноваційного та конкурентного виробничого сектору, через підтримку експортних можливостей регіональних брендів, комерціалізацію науково-технічних розробок, промоцію інвестиційних можливостей регіону, сприяння створенню індустріальних парків та покращення логістично-транспортного потенціалу області. Програмою передбачається також створення Регіонального центру інновацій та трансферу технологій (РЦІТТ).

Проте існують певні ризики щодо реалізації програми на сучасному етапі. Їх можна розділити на економічні та політичні. До політичних належать:

- продовження збройного конфлікту в східних регіонах України;
- поглиблення політичної нестабільності.

До економічних можна віднести:

- поглиблення економічної кризи;
- невиконання дохідної частини обласного бюджету, відсутність коштів у бюджеті розвитку;

—Державний фонд регіонального розвитку не матиме задекларованих обсягів фінансування, або процедурно не зможе підтримувати проекти, що містяться у цій Програмі;

- відсутність альтернативних джерел фінансування проектів;
- недостатність попереднього досвіду реалізації проектів окремими органами місцевого самоврядування;

—неможливість встановлення необхідних партнерських відносин та отримання критичної маси зацікавлених сторін на територіях, готових підтримати реалізацію конкретних проектів та Програми в цілому;

—відсутність місцевих знань та управлінської спроможності для реалізації проектів.

Таким чином, на підставі проведеного дослідження можна зробити висновок, що Полтавський регіон має потенціал щодо інноваційного розвитку. Ліквідація перешкод на його шляху, зокрема стабілізація політичної ситуації в країні, дасть можливість регіону розвиватись і повноцінно використовувати можливості інноваційного розвитку економіки.

Література

1. Жаворонкова Г.В. Стратегія інноваційного розвитку економіки. Жаворонкова Г.В., Янчук М.Б., Дегтяр Н.В. Електронний ресурс. – Режим доступу: https://docviewer.yandex.ua/?url=http%3A%2F%2Flukyanyenko.at.ua%2F_1d%2F6%2F691
2. Топ успешных высокотехнологичных IPO 2015. Електронний ресурс. – Режим доступу: http://iee.org.ua/ru/prog_info/34315/
3. Кукіна А.В. Україна на світовому ринку високотехнологічних товарів. Електронний ресурс. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/13_NPN_2010/Economics/65626.doc.htm
4. План заходів з реалізації стратегії розвитку Полтавської області на період 2015-2017 рр. Електронний ресурс. – Режим доступу: https://docviewer.yandex.ua/?url=http%3A%2F%2Fdfrr.minregion.gov.ua%2Ffoto%2Fupload%2FROP_Poltavska%2520oblast_2015-2017_UKR
5. Головне управління статистики у Полтавській області. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.pl.ukrstat.gov.ua/>

ЕКОНОМІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ТА СУТНІСТЬ ПРИБУТКУ

Юскович В. В.,

студент групи 32-ФК Харківського навчально-наукового інституту Державного вищого начального закладу «Університет банківської справи»

Науковий керівник: **Ковальчук А. В.,**

старший викладач кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки Харківського навчально-наукового інституту Державного вищого начального закладу «Університет банківської справи»

В кризових умовах, що склалися в Україні, отримання прибутку є головним завданням, оскільки це основне фінансове джерело розвитку суб'єктів господарювання. Також вагомий вплив прибутку на зростання ринкової вартості підприємства, ефективності виробничої діяльності, економічного розвитку держави. Прибуток, як один з найважливіших показників діяльності підприємства, є інструментом аналізу його розвитку, а також служить важелем впливу на розмір та сутність інвестування кожного суб'єкта господарювання, що являється необхідним елементом подальшого зростання прибутковості підприємства.

У зв'язку зі значною роллю прибутку у розвитку підприємства, зміцненні його конкурентоспроможності, забезпеченні інтересів його власників, персоналу та держави, визначення економічної сутності даної категорії, напрямів та шляхів збільшення прибутку підприємства в умовах ринкової економіки є досить актуальним питанням, якому слід приділяти належну увагу для ефективного функціонування суб'єктів господарювання.

Характерною рисою еволюційної тенденції економічної думки є становленням економічної парадигми поступово, в міру розвинутої економічної теорії та самої економіки в цілому. Поступово та різнопланово розвивалася й сама сутність категорії – "прибуток". Характерною рисою наукових досліджень в сфері ринкової економіки те, що прибуток – неоднозначно визначене поняття (табл. 1) [1,2].

Таблиця 1

Сучасні підходи щодо трактування сутності прибутку

Автор	Трактування
Західна політекономія	
Бабо А.	Прибуток розглядав як категорію, яка характеризується різницею, відхиленням та залишком кінцевого результату виробництва
Гелбрейт Д.	Вважав, що сам по собі прибуток не є рушійним мотивом під час виробництва, а тільки задовольняє потреби, тобто саме поняття прибутку зникає
Найт Ф.	В умовах невизначеності – це винагорода, за прийняте рішення
Петті У.	Джерело прибутку визначав виробництво
Самуельсон П.	Вважав, що прибуток це дохід, який залежить від факторів виробництва, головна винагорода за підприємницьку діяльність та впровадження інновацій в виробничий процес
Сміт А.	Прибуток – продукт праці, що має характерну властивість, він привласнюється власником засобів виробництва
Чемберлін Е., Робінсон Дж.	Наслідок монопольної влади в результаті обмеження конкуренції
Шумпетер Й.	Винагорода за підприємницьку діяльність, тобто вартісний вираз того, що створює підприємець.
Ринкова економіка	
Бойчик І.М.	Частина чистого доходу, що залишається підприємству після відшкодування всіх витрат, пов'язаних з виробництвом, реалізацією продукції та іншими видами діяльності.
Голуб В.М.	Головний фінансовий важіль організації госпрозрахункових відносин. Характеризує абсолютну доходність.
Опарін В.М.	Прибуток є формою фінансових ресурсів, прирощених

	підприємством у результаті його господарської діяльності.
Поддєрьогін А.М.	Прибуток важливий показник ефективного виробничо-господарського ведення діяльності, тобто джерело формування централізованих та децентралізованих фінансових ресурсів.
Хавтур О.В.	Виражений у грошовій формі чистий дохід корпорації на інвестований капітал, що характеризує винагороду за ризик здійснюваної діяльності.

Прибуток в економічній системі існує в симбіозі з товарно-грошовими відносинами, розвитком інституту власності. Його не слід розглядати лише як силу, яка мотивує організацію, а досліджувати як перехідну та об'єднуючу ланку між цими категоріями.

Як підтвердження зазначимо концепцію індійського економіста А. Сена – розширення вибору, що дозволяє оцінювати добробут за способом ведення господарського життя, який більшість людей вважає гідним, в той час не враховуючи рівень ВВП на душу населення. Він вважає, що прибуток має трактуватися не як кінцева мета діяльності людини, а як засіб розширення вибору для кожної людини у різних сферах економічної діяльності [3, с.169].

Прибуток також трактується як позитивний фінансовий результат, при досягненні якого можливе забезпечення бажаних інтересів, тобто він є наслідком корисної економічної діяльності. Прибуток – джерело, що задовольняє інтереси, тобто є сутністю цієї економічної категорії, тому його також слід розглядати виходячи з наявних інтересів підприємств.

Отже, прибуток – це кінцевий результат економічної діяльності підприємства, що виражається у грошовій формі та визначається різницею між чистим доходом підприємства та його витратами. Характерною ознакою прибутку є те, що він являється винагородою підприємця за ризик та його здійснення. Категорії «прибуток» в суттєвій парадигмі економічної літератури приділяється особлива увага, але в сучасному стані розвитку системи наукових знань відсутнє єдине визначення прибутку. Систематизація даних поглядів становить сучасну теорію прибутку, яка досі залишається незавершеною та потребує подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Висока О.Є. Економічна сутність прибутку та концепції його формування / О.Є. Висока // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – №17. – 2010. – С.173-175.
2. Длугопольський О. Розвиток людського капіталу як невід'ємний атрибут функціонування економіки в ХХІ столітті // Світ фінансів. – 2007. – № 1 (10). – С. 168–175.

3. Економіка підприємства : підручник / [Петрович Й. М., Кіт А. Ф., Захарчин Г. М. та ін.] ; за заг. ред. Й. М. Петровича. – [2-ге вид., випр.]. – Л. : Магнолія плюс, Видавець СПД ФО В. М. Піча, 2006. – 580 с.

4. Мочерний С. В. Політична економія : [навчальний посібник] / С. В. Мочерний. Я. С. Мочерна. – 2-ге вид., випр. і доповн. – К. : Знання, 2007. – 684 с.

ПАРАДОКСАЛЬНА ПРИРОДА ІНТЕГРАЦІЙНИХ ЗРУШЕНЬ УКРАЇНИ

Гнатюк Н. О.,

студентка групи СК БФК – 21

Науковий керівник: **Мудра-Рудик Я. А.,**

к. е. н., декан факультету економіки та маркетингу ХКТЕІ

Європейський вибір України, що визначився у початковий період формування основ її зовнішньої політики, став природним наслідком здобуття країною державної незалежності. Він відображає життєво важливі інтереси України і викристалізувався з усієї попередньої історії українського народу, його ментальності та глибоких демократичних традицій і ґрунтується на законному прагненні громадян країни бачити свою державу невід’ємною частиною єдиної Європи.

Інтеграційні процеси в Європі є звичайним явищем, що визначає теперішній та майбутній її розвиток. Що ж до інтеграційного руху України до Європейського Союзу, то тут, на жаль, ситуація невтішна. Головним здобутком України є лише визнання всіма учасниками та владними органами євроінтеграції як основного напрямку розвитку держави, початок становлення не завжди досконалих реформ та тісне співробітництво з деякими країнами – учасницями Євросоюзу. Незважаючи на численні економічні та політичні проблеми, що підсилені економічною кризою, Україна все ж таки намагається реалізувати власну зовнішньоекономічну стратегію, основою якої є європейський вибір та перспективна мета входження до ЄС.

Проте шлях України до ЄС досить непростий. Незважаючи на те, що Європейський Союз підтвердив інтеграційні наміри українців, вимоги до його членства досить високі. Базова нормативна та фінансова допомога повинні стати певним «поступом» Європи на шляху української інтеграції, проте Україна повинна довести, що капіталовкладення будуть приносити «прибутки» у майбутньому.

Такі документи, як Порядок денний асоціації Україна – ЄС, План дій Україна – ЄС, Угоди про партнерство та співробітництво, Стратегія розвитку України 2020 та ін., охоплюють майже всі сфери життя країни та підтверджують готовність української влади щодо дотримання вимог європейських партнерів.

Загалом на сьогоднішній день у рамках Угоди про партнерство і співробітництво (УПС) визначено вісім пріоритетних напрямів співробітництва: енергетика; торгівля та інвестиції; юстиція та внутрішні справи; наближення законодавства України до

європейського зразка; охорона навколишнього природного середовища; транспортна сфера; транскордонна сфера; співпраця у сфері науки, технологій та космосу. Акцентуємо увагу лише на окремих з них.

Енергетична галузь України має стратегічне значення для економічного та соціального розвитку країни. Подальше розширення співробітництва з ЄС в цій галузі спрямоване як на реформування та модернізацію сектору, так і на покращення інвестиційного клімату та залучення інвестицій з боку міжнародних фінансових організацій і приватного сектора. Проте у 2015 році енергетична галузь держави перебувала у кризовому стані. Оскільки копалини антрацитової групи сконцентровані в зоні АТО, відчутною стала нестача вугілля на ТЕС. У кінці 2015 року, за інформацією уряду, дефіцит вугілля в Україні становив 1,5 млн. тон. Щоб вирішити цю проблему, Україна шукала джерела імпорту відповідних марок вугілля, включаючи Росію. Однак ці поставки політично пов'язані з електропостачанням Криму, і Росія на певний час зупиняла їх після енергетичної блокади півострова. Намагаючись диверсифікувати поставки вугілля, Україна підписує договір з ПАР і вже у грудні отримує 250 тис. тонн вугілля для «Центренерго». Однак закупівля вугілля за валюту безпосередньо впливає на тарифи для споживачів. Альтернативою виступає залучення інвестиційних коштів у переобладнання ТЕС на вугілля газової групи, розраховуючи на запаси Львівсько-Волинського басейну.

Згідно з положенням про асоціацію України з ЄС щодо створення Зони вільної торгівлі (далі – ЗВТ) 1 січня 2016 року було впроваджено глибоку і всеосяжну зону вільної торгівлі, що дає великі перспективи та можливості для української торгівлі загалом. Скасування ввізних мит ЄС по більшості товарів між сторонами, доступ вітчизняних виробників до якісної імпоротної техніки, у тому числі сільськогосподарської, товарів харчової промисловості та стимулювання зниження цін на внутрішньому ринку України, – ось перспективні плюси ЗВТ, які визначаються на рівні уряду [5].

Проте, чи дійсно позитивно ЗВТ вплине на нашу торгівлю, покаже час. Чи могло коли не будь заповнення внутрішнього ринку товарами іноземного виробництва сприяти розвитку економіки? На нашу думку, ні. Україні була надана ЄС нагода допомогти малому та середньому бізнесу, знизивши митні збори та давши можливість експортувати свої товари в Європу. Проте експеримент був не зовсім вдалим. Експорт у країни ЄС за 2015 рік знизився на 15%. Більшість наших товарів не пройшла випробування європейськими стандартами, тому виробники були змушені шукати інші шляхи збуту.

Співробітництво між Україною та ЄС у сфері транспорту спрямоване на реконструкцію та модернізацію транспортних систем і мереж доріг в Україні, розвиток і забезпечення сумісності транспортних систем України та ЄС у контексті створення Транс'європейської транспортної мережі.

Сьогодні в Україні транскордонне співробітництво розглядається у двох площинах – як інструмент розвитку прикордонних територій і як чинник реалізації євро інтеграційних прагнень. Головним завданням транскордонного співробітництва України на кордоні з ЄС є подолання наслідків втілення за радянських часів концепції кордону як лінії розподілу і посилення його контактної функції. Це, поруч з іншим, передбачає недопущення проведення нових розмежувальних ліній після розширення ЄС. З іншого боку, зберігається ситуація фактичного недозавантаження цілого комплексу ресурсів прикордонних регіонів України (людських, виробничих, природних, туристсько-рекреаційних тощо), що формує зацікавленість закордонних партнерів у включенні їх в обіг.

Міжнародне науково-технічне співробітництво (МНТС) є одним із дієвих і ефективних засобів інтеграції України в європейський та світовий економічний і технологічний простір. Загальна практика показує, що опора лише на вітчизняний досвід у галузі зовнішньої торгівлі високими технологіями, наукомісткими товарами й послугами є недостатньою для ухвалення ефективних рішень у зовнішньоторговельній діяльності, вимагає створення механізмів і забезпечення сприятливих умов для міжнародної комерціалізації результатів науково-технічної діяльності.

Попри несистемні досягнення в окремих галузях, Україні час зробити ревізію своїх суперечливих досягнень останнього періоду і з'ясувати шляхи вирішення досі невирішених проблем. Цими питаннями залишаються: обмеження розвитку експортних можливостей – стійкого платоспроможного внутрішнього ринку; слабкі позиції України у сфері високих технологій та НТП; недостатній рівень розвитку сучасної інфраструктури, особливо інформаційної і транспортної, та видів діяльності, що підтримують присутність українських виробників на міжнародних ринках; невисокий рівень конкурентоспроможності вітчизняних виробників, їх товарів і послуг; відсутність масштабних інвестицій в економіку України з боку провідних європейських ТНК, що унеможливило входження українських виробників до їх міжнародних розподільчих систем; труднощі створення й функціонування фондового ринку; недостатня готовність інституційної структури в Україні, брак кваліфікованих кадрів, ресурсної бази для виконання відповідних заходів. Попри все, головною проблемою залишається проблема бідності, яка сьогодні є досить гострою. Її вирішити її можна лише за допомогою комплексних заходів різностороннього характеру, окремими з яких є забезпечення справжнього, а не декларованого розвитку підприємництва, виведення економіки з тіні, вільний доступ до кредитних, матеріальних та інформаційних ресурсів, ефективне дотримання законодавства щодо боротьби з шахрайством та корупцією, посилення фінансового контролю за структурними фондами та фондами розвитку, реформа судової системи, захист прав власності та прав людини, ін.

Таким чином, інтеграційним зрушенням України притаманний суперечливий характер. Окремі дії та реформи в одних галузях, що покликані наблизити Україну

до ЄС, у своїх наслідках негативно впливають, як приклад, на соціально-економічний рівень життя населення, що у свою чергу створює перешкоди для вступу за показником рівня життя населення. Отже, лише комплексні реформи з продуманими заходами, що ґрунтуються на детальному макроекономічному аналізі, здатні забезпечити позитивний ефект та сприяти руху до кінцевої мети – стати повноправним членом ЄС.

Список використаних джерел

1. Міжнародна економіка: Навчальний посібник / За ред. Козака Ю. Г., Новацького В. М. – К.: ЦНЛ, «АртЕк», 2002. – 436 с.
 2. Скрибняк О. Українська європейська ідентичність: оксюморон – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://mymedia.org.ua/articles>
 3. Платіжний баланс України 2015 р. // – [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=44464
 4. Левкович О. Інфографіка: що відбувається з імпортом та експортом в Україну // Форбс Україна // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/ua/business>
 5. Меморандум про взаєморозуміння щодо співробітництва у сфері енергетики між Україною та ЄС – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/994_694
- Гіттон Ж. Чого чекати Україні від режиму вільної торгівлі з ЄС? // Європейська правда – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2015/07/9/7035702/>



СЕКЦІЯ 2

ОБЛІК І АУДИТ: ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ, МЕТОДОЛОГІЇ І ОРГАНІЗАЦІЇ

25 лютого 2016 р.

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВОГО ЛІЗИНГУ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Бабак І. В.,

студентка групи БОСК-127 Черкаського державного технологічного університету

Науковий керівник: **Гриліцька А. В.,**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту Черкаського державного технологічного університету

Оскільки на підприємствах обмежена можливість оновлювати часто основні засоби у зв'язку з обмеженістю фінансових ресурсів, то виходом з такої ситуації може бути фінансовий лізинг, який вважається дешевим інструментом в порівнянні з кредитними коштами. На сьогодні в Україні за певними факторами відбувається гальмування розвитку фінансового лізингу, це такі як законодавчі, фінансові, економічні, інформаційні, недостатня розробка методології обліку операцій фінансового лізингу та інші.

Фінансовий лізинг є об'єктом дослідження багатьох науковців. Вагомий внесок у розробку методичних підходів до вирішення окремих проблем визначення ефективності лізингових операцій внесли, передусім, зарубіжні економісти, зокрема Гарольд Бірман, Стюарт Майєрс, Річард Брейлі. Окремі питання висвітлені й у працях науковців України та країн СНД: Білоус А., Богодухова Д.О., Газман В.Д., Годованець О.В., Горемікіна В.А., Лещенка М.І., Ляхової О.О., Розмислова О.М., Орлова О.О., Осецького В.Л., Павлової Г.Є. та інші.

Згідно Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 14 "Оренда" із змінами, внесеними згідно з Наказом Міністерства фінансів N 627 від 27.06.2013 – це угода, за якою орендар набуває права користування основним засобом за плату протягом погодженого з орендодавцем строку [1].

В сучасних умовах господарювання в Україні існування лізингового ринку передусім зумовлений такими негативними факторами як : значна питома вага морально застарілого обладнання, низька ефективність його використання , погана забезпеченість запчастинами, тобто негативна якість парку обладнання. Лізинг є одним з варіантів ,що може вирішити ці проблеми, бо саме він об'єднує елементи як кредитних, інвестиційних, так і зовнішньоторгівельних операцій [4].

Зміни, які відбуваються у вітчизняній економіці, дали поштовх до того, що підприємства почали самостверджуватися на ринку, але в той же час почалися проблеми пошуку постачальників сировини, матеріалів, відбулася обмеженість у фінансових ресурсах. Через низку негативних факторів вітчизняні підприємства мусять брати кредити банків під великі процентні ставки. Однак суб'єкту господарювання вигідніше для оновлення своїх основних фондів брати обладнання в лізинг. Економія коштів складає близько 10 % від вартості обладнання, порівняно з кредитом на придбання обладнання [3].

Бухгалтерський облік має забезпечувати зацікавлених осіб інформацією про діяльність підприємства і організацій, достатньою для прийняття ними економічних рішень. Різні групи користувачів потребують різної інформації. Бухгалтерський облік лізингових операцій з одного боку, дає повну картину реальних економічних процесів (вартість об'єкту, зношення основних засобів, рух фондів, їх структуру, орендні платежі, фінансові результати лізингових операцій та інше), з іншого боку – він здійснюється на підставі чинного законодавства [2].

Враховуючи те, що лізингові послуги мають велике значення для підтримки економіки, необхідно розробити і затвердити із залученням провідних спеціалістів у галузі бухгалтерського обліку спеціальну єдину методику бухгалтерського обліку лізингових операцій. Відповідно до П(С)БО 14, орендар відображає в бухгалтерському обліку одержаний у фінансову оренду об'єкт одночасно як актив і зобов'язання. Таке відображення здійснюється за найменшою на початок строку оренди оцінкою. Найменша оцінка оренди – це або справедлива вартість активу, або теперішня вартість суми мінімальних орендних платежів [1]. Облік в орендодавця відповідно до П(С)БО 14: орендодавець відображає в бухгалтерському обліку наданий у фінансову оренду об'єкт як дебіторську заборгованість орендаря в сумі мінімальних орендних платежів і негарантованої ліквідаційної вартості за вирахуванням фінансового доходу, що підлягає отриманню, з визнанням іншого доходу (доходу від реалізації необоротних активів). [1]

Отже, лізинг як економічна категорія має певні закономірності розвитку. Він представляє собою особливий вид підприємницької діяльності, в основі якої лежать орендні відносини. Лізинг як один з видів підприємницької діяльності, який передбачає залучення позикового капіталу для його інвестування в предмет лізингу або використання для цього власних фінансових ресурсів з метою отримання підприємницького прибутку через розширення можливостей ефективного використання основних фондів і збуту продукції. Лізинговий облік повинен бути більш відповідним сучасним вимогам. Велика кількість активів перебуває поза балансом, і на них не поширюється бухгалтерський облік лізингових операцій. Інвестори повинні мати більш чітке уявлення про розрахунки лізингових компаній, тому лізинг як бухгалтерська категорія повинна мати досконаліші характеристики для достовірного ведення обліку.

Список використаних джерел

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 14 “Оренда” із змінами, внесеними згідно з Наказом Міністерства фінансів N 627 від 27.06.2013.
2. Пантелійчук Л. Облік операцій лізингу / Лариса Пантелійчук // Бухгалтерський облік і аудит. – 2003. – № 10. – С. 48-50.
3. Пархоменко В. Бухгалтерський облік лізингу основних засобів / В.Пархоменко // Казна. – 2007. – № 7-8. – С. 57-59.

4. Герасимович А.М. Лізиніві операції: сутність, механізм проведення, оподаткування, облік, аналіз [Електроний ресурс] / А.М. Герасимович, І.А. Герасимович, Н.А. Морозова-Герасимович. – Режим доступу : http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Foa/2009_13/13_24.

ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ПОВЕДІНКА ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА

Баранюк М.С.

Студентка групи ОА-121 Вінницького кооперативного інституту

Науковий керівник: **Вечірко О.Г.**

Викладач кафедри обліку і аудиту Вінницького кооперативного інституту

Проведення економічних реформ в Україні пов'язане з вирішенням проблеми удосконалення системи управління виробничим розвитком підприємства Одним із глобальних завдань, гострота якого зростає, є безперервний поточний контроль та оцінка витрат у місцях виникнення витрат, повсякденного виявлення можливих відхилень від установлених норм, причин і винуватців цих відхилень повинен задовольняти вимогам оперативного керування виробництвом.

В основі організації управління витрат на виробництві лежать наступні принципи:

- документування витрат і повне їхнє відбиття на рахунках обліку виробництва;
- групування витрат по обсягах та за місцями їхнього виникнення; погодженість об'єктів обліку витрат з об'єктами калькулювання собівартості продукції, показників обліку фактичних витрат – з нормативними, плановими показниками;
- доцільність розширення кола витрат, що ставляться на об'єкти дослідження по прямому призначенню;
- локалізація витрат, викликаних виготовленням певної продукції; здійснення оперативного контролю за витратами виробництва й формуванням собівартості продукції [1].

У багатьох наукових працях де досліджують поведінку витрат, особливо змінних, увагу приділяють на їхню залежність від обсягу виробництва продукції. На мою думку, в цілому це правильно. Однак в багатьох випадках витрати змінюються не завжди лише адекватно обсягам виробництва. Значною мірою їхній рівень визначається активністю підприємства на ринку.

За словами Т. Карпова, середні змінні витрати на одиницю продукції по мірі зростання обсягів діяльності спочатку скорочуються, потім стабілізуються, відтак знову зростають, і це явище називають ефектом масштабу. Існує діапазон, у якому досягти економії за рахунок оптимізації масштабу у короткий проміжок часу неможливо [2]. Важливою особливістю змінних витрат є також те, що вони, будучи змінними стосовно обсягу виробництва продукції, водночас є постійними у розрахунку на одиницю продукції. При цьому, ця постійність також є відносною і залежить від рівня технології виробництва [4].

Відомо, що одним із видів змінних витрат є прямі затрати матеріалів, праці, частина виробничих накладних витрат, витрат на продаж товарів і послуг. Питомі витрати, при певному рівні технології виробництва за цими елементами збільшуються пропорційно до обсягу виробленої продукції. Якщо удосконалити технологію виробництва, зменшити непродуктивні втрати сировини, праці на одиницю продукції у натуральному вираженні, а також виростити високосортну продукцію, то є можливість зниження питомих витрат на одиницю її вартості.

Список використаних джерел

1. Голов С.Ф. Фінансовий облік: Підручник / С.Ф. Голов. – К. : Лібра, 2011. – 976 с.
2. Карпова Т. П. Управленческий учет: Учебник для ВУЗов. / Т. П. Карпова. – М. : ЮНИТИ, 2011. – 350 с.
3. Карпенко О.В., Карпенко Д.В. Управлінський облік: навч. посібник. – К.: ЦУЛ, 2012. – 296 с.
4. Партин Г. О. Управлінський облік: навч. посіб. / Г.О. Партин, А. Г. Загородній. – К.: Знання, 2010. – 303 с

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ МЕТОДАМИ НАРАХУВАННЯ АМОРТИЗАЦІЇ ТА ФІНАНСОВИМ РЕЗУЛЬТАТОМ ПІДПРИЄМСТВА

Береговенко Т. Ю.

Студентка обліково-економічного факультету ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник: **Івченко Л. В.**

к.е.н., доцент кафедри обліку підприємницької діяльності ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

На сьогоднішній день чимало питань нарахування та використання амортизації залишаються невирішеними. Зокрема, питання вибору методів нарахування амортизації основних засобів, проведення оцінки впливу її розмірів на фінансово-економічні показники діяльності підприємства, підготовки управлінських рішень щодо своєчасного відтворення основних засобів за рахунок внутрішніх джерел фінансування, зокрема такого, як амортизація, досі не мають однозначної відповіді.

У зв'язку з цим, вибір методу амортизації впливає на величину фінансового результату (тим сильніше, ніж вище частка амортизації в загальній масі витрат). У свою чергу, на щорічній величині амортизаційних відрахувань позначається обраний метод амортизації.

Застосування того чи іншого методу нарахування амортизаційних відрахувань вимагає економічного обґрунтування. Обрані методи нарахування амортизаційних відрахувань по відповідних групах об'єктів основних засобів повинні:

- ✓ сприяти реалізації економічної та науково-технічної стратегії підприємства;
- ✓ мінімізувати базу оподаткування з податку на прибуток;

✓ бути простими , а витрати на облік мінімальними [3].

На підставі узагальнення думок вітчизняних і зарубіжних аналітиків , можна сформулювати певні рекомендації відповідно до того , яким методам нарахування амортизації слід віддавати перевагу при реалізації того чи іншого інвестиційного проекту [1]. А саме :

1 . Проекти, які визначають заміну застарілого обладнання як природний процес продовження існуючого бізнесу в незмінних масштабах

Зазвичай подібні проекти не вимагають тривалих та складних процедур обґрунтування і прийняття рішень. Для таких проектів доцільно прийняти за основу той метод нарахування амортизації, який дозволить швидкопровести заміну обладнання:

- якщо компанія працює в галузі з високими темпами НТП , то слід обрати методи регресивної амортизації;

- якщо компанія працює в галузі з невисокими темпами НТП (в гірничодобувній або металургійній промисловості) , то прямолінійний метод.

2 . Проекти, які передбачають заміну обладнання з метою зниження поточних виробничих .

Мета подібних проектів – використання більш досконалого обладнання замість традиційного , порівняно менш ефективного , морально застарілого . Цей тип проектів передбачає детальний аналіз вигідності кожного типу обладнання , так як більш досконала в технічному плані техніка ,далеко не завжди є більш вигідною з фінансової точки зору. Для таких проектів більш доцільним є використання методів регресивної амортизації (наприклад, кумулятивний метод або метод зменшення залишкової вартості).

3 . Проекти, які передбачають збільшення випуску продукції та / або розширення ринку послуг .

Даний тип проектів вимагає відповідального рішення , яке зазвичай приймається на вищому рівні управління підприємства . Найбільш детально слід аналізувати фінансову ефективність проекту ,з'ясовуючи , чи призведе збільшення обсягу реалізації до відповідного зростання прибутку. У цьому випадку більш доцільним буде використання методів регресивної амортизації.

4 . Проекти , які передбачають розширення підприємства з метою випуску нових продуктів

Цей тип проектів є результатом нових стратегічних рішень і може стосуватися зміни сутності бізнесу. Цей тип проектів , як правило , передбачає значні інвестиції в обладнання. Устаткування для випуску продукції в рамках проектів такого типу повинно бути найбільш сучасним , мати високий ступінь наукоємності , тому рекомендовано застосовувати регресивні методи нарахування амортизації.

5 . Проекти , які мають екологічне навантаження

Проекти даного типу завжди пов'язані з забрудненням навколишнього середовища, тому ця частина аналізу є критичною. У таких проектах, більшою мірою, ніж у всіх інших, потрібне втручання держави, яка має прийняти ряд заходів по стимулюванню підприємств до придбання обладнання, яке дозволить забезпечити найвищу ступінь захисту навколишнього середовища. Ці заходи можуть мати вигляд пільг з оподаткування, нормативно закріплених підвищених норм амортизації, державних дотацій і т.п.

Вибір економічного обґрунтування методу формує амортизаційну політику підприємства у взаємозв'язку із специфікою його діяльності, особливостями використання різних видів основних засобів. Формування ефективної амортизаційної політики на підприємстві можна вважати одним з факторів підвищення ефективності його роботи. Тому слід приділити вибору методу нарахування амортизацію особливу увагу і врахувати всі особливості цього процесу.

Список використаних джерел:

1. Амортизация и оптимальные сроки службы техники: Монография./ Козьменко С.Н., Васильева Т.А., Ярошенко С.П. – Сумы : «Деловые перспективы», 2005. – 232 с.
2. Липецкий Л. Проблемы нарахування амортизації як джерела фінансових ресурсів підприємства України //Економіка ХХІ ст.:виклики та проблеми :матеріали Всеукраїнської заочної наук.практ.конференції студентів,аспірантів та та молодих вчених/ гол.ред. Ф.Г.Ващук. – Ужгород,2010. – С.181
3. Педан Ю.М. Вплив амортизації на фінансовий результат підприємства// Науковий вісник: фінанси,банки,інвестиції. Наук.практ.журнал. Вип.№2(3) . – Сімферополь :НАКПБ,2009. – С.221-224.
4. Сиволап І. Амортизація основних засобів // Вісник Міністерства доходів і зборів України. – 2014. – № 9 (771). – С.12 -19.

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Березова І. О.,

студентка групи БО-124 Черкаського державного технологічного університету

Науковий керівник: **Гриліцька А. В.,**

к.е.н, доцент кафедри бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту Черкаського державного технологічного університету

Відповідно до національних стандартів бухгалтерського обліку собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг) включає виробничі витрати і складається з виробничої собівартості продукції (робіт, послуг), реалізованої протягом звітного періоду, нерозподілених постійних загальновиробничих витрат та наднормативних виробничих витрат [1]. Перелік та зміст статей калькулювання виробничої

собівартості продукції (робіт, послуг) регулюється П(С)БО 16 "Витрати", однак обліковою політикою підприємства цей показник може деталізуватися. [3]

Актуальність дослідження проблем формування собівартості полягає в тому, що в умовах удосконалення господарського механізму, вдосконалення методів планування, ціноутворення та управління суспільним виробництвом особливого значення набувають питання формування і складу витрат виробництва, собівартості продукції, визначення їх економічної сутності та обліку.

Проблеми економічної сутності, формування та обліку витрат на виробництво та формування собівартості продукції розглядалися в працях відомих вітчизняних учених-економістів: Білухи М.Т., Бородкіна О., Бутинця Ф.Ф., Валуєва Б.І., Герасимовича А.М., Голова С.Ф., Гуцайлюка З.В., Єфіменка В.І., Завгороднього В.П., Кужельного М.В., Сопко В.В., Савченка В.Я., Сук Л.К., Ткаченко Н.М., Чумаченко М.Г., а також ряду зарубіжних вчених.

Деякі вчені процес калькулювання собівартості продукції, робіт, послуг поділяють на три етапи. На першому етапі розраховують собівартість випущеної продукції загалом, на другому – фактичну собівартість кожного виду продукції, на третьому – собівартість одиниці продукції.

Проаналізувавши декількох вчених ми дійшли висновку, що способи обчислення собівартості продукції поєднуються з методами обліку витрат, чітко не виокремлюються. Проте, використовуючи різні способи, можна отримати неоднакову величину собівартості певного виду продукції, хоча загальна сума витрат при цьому залишається незмінною. Тому вибір конкретних методів калькулювання залежить від потреб отримання необхідної інформації для прийняття оперативних, тактичних і стратегічних рішень. Методи калькулювання, які слід застосовувати в господарстві, потрібно обов'язково відображувати в наказі про облікову політику.

Перед тим, як визначити, які заходи прийняти для зниження собівартості, необхідно провести її аналіз, тобто:

- 1) оцінити динаміку найважливіших показників собівартості та виконання плану по ним;
- 2) оцінити обґрунтованість плану по собівартості продукції;
- 3) визначити фактори, які вплинули на динаміку показників собівартості та виконання плану по ним, величини та причин відхилень фактичних витрат від планових;
- 4) оцінити динаміку і виконання плану по собівартості по елементам і по статтям калькуляції;
- 5) виявити втрачені можливості зниження собівартості продукції. [2]

Отже, відокремлення об'єктів обліку витрат та калькулювання, вибір методів обліку витрат і калькулювання, калькуляційних одиниць згідно з чинним законодавством є компетенцією підприємств, що потребує допомоги з цих питань з боку державних, галузевих органів та наукових установ.

Також можна сказати, що кожному підприємству необхідно розробити напрямки зниження витрат та напрямки зміни таких факторів:

- 1) технічного рівня виробництва (втілення нової техніки, технології, механізація та автоматизація виробничих процесів);
- 2) поліпшення використання сировини та матеріалів;
- 3) удосконалення організації виробництва та праці (поліпшення обслуговування виробництва, зменшення витрат на управління, поліпшення використання основних засобів, транспортних витрат).

Список використаних джерел

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 „Витрати”, затв. наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. № 318, із змінами та доповненнями.
2. Атамас П.Й. Управлінський облік: Навч. Посібник. – Дніпропетровськ; К., 2006. – 440 с.
3. Голов С.Ф. Управлінський облік: Підручник. – Вид. 4-те. – К., 2008 – 704 с.
4. Маренич Т. Бухгалтерський облік і аудит// Методи обліку витрат і калькулювання собівартості продукції – 2006. – № 12. С. 19-25

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ

Велінець Н. В.,

студентка групи Оа – 61 Львівського національного аграрного університету

Науковий керівник: **Прокопишин О. С.**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту Львівського національного аграрного університету

На сьогодні актуальним питанням на підприємствах будь-яких форми власності, обсягу або напряму діяльності є кваліфікована організація обліку. Лише чітко продумана та правильно організована система обліку господарської діяльності дає змогу працівникам підприємства отримувати достовірну, своєчасну інформацію, на основі якої приймають управлінські рішення. Для досягнення максимального ефекту від організації бухгалтерського обліку на підприємстві треба знати коло назрілих проблем та шляхи їх вирішення.

У сучасних умовах бухгалтерський облік в Україні повинен бути орієнтований на забезпечення оперативною інформацією всіх суб'єктів управління, а також на підготовку інформативної бухгалтерської звітності для інвесторів і кредиторів. Без належної організації бухгалтерського обліку неможливо досягнути позитивних результатів діяльності, оскільки вона є одним із найвідповідальніших етапів створення підприємства, а також запорукою рентабельності в майбутньому.

Під організацією бухгалтерського обліку розуміють систему умов та елементів побудови облікового процесу з метою отримання достовірної та своєчасної

інформації про господарську діяльність підприємства і контролю за раціональним використанням виробничих ресурсів і готової продукції [2].

Проблеми організації обліку розглядали чимало відомих науковців. Ф. Ф. Бутинець [3] зазначає, що основною проблемою організації бухгалтерського обліку є відставання обліку, затримка між поданням звітних даних та іншої отриманої інформації й моментом її використання, що перешкоджає підвищенню економічної ефективності діяльності підприємств. У свою чергу В. Ф. Палій [5] вважає, що проблеми обліку полягають у тому, що розробки в галузі теорії бухгалтерського обліку відстають від об'єктивно виникаючих практичних проблем, тож практика господарювання певною мірою випереджає теорію бухгалтерського обліку. На думку Л. Кіндрацької [4], основними проблемами обліку є громіздкість самих методів ведення останнього на окремих ділянках, брак технічних засобів обліку, недостатня кваліфікація частини працівників, неправильний вибір організації облікової праці. Дещо відрізняється і думка О. Білоконя [1], який вважає, що однією з проблем обліку є неправильний вибір форми ведення останнього на підприємстві. Працівники бухгалтерії або звикли до такої форми обліку, хоча вона не є найпростішою у застосуванні, не хочуть змінювати спосіб своєї роботи, або не мають на це змоги.

Ще однією проблемою в організації бухгалтерського обліку можна виділити неправильну організацію роботи персоналу підприємства, у тому числі його бухгалтерської служби, оскільки в сучасних умовах роль бухгалтера в управлінському процесі зросла (він повинен виконувати також функції фінансового менеджера й аналітика).

Не можна оминати й питання державного регулювання обліку, яке здійснюють з метою удосконалення бухгалтерського обліку та фінансової звітності, а також створення єдиних правил ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності, які є обов'язковими для всіх підприємств та гарантують і захищають інтереси користувачів [6].

У результаті проведеного дослідження можемо виокремити такі шляхи вирішення проблеми організації бухгалтерського обліку на підприємствах:

- упровадження та використання раціональних схем документообігу задля зменшення затрат трудових, матеріальних та фінансових ресурсів, а також забезпечення своєчасного виконання поставлених завдань;

- комп'ютеризація бухгалтерського обліку, яка дасть змогу максимально пришвидшити процес збирання, реєстрації, групування, обробки та узагальнення обліково-економічної інформації;

- оновлення теорії бухгалтерського обліку відповідно до практичних проблем у господарюванні, які виникають;

- підвищення кваліфікації працівників підприємства, зокрема облікових, що вплине на дієвість та ефективність організації бухгалтерського обліку;

- створення спеціального органу для надання консультацій підприємствам з організації бухгалтерського обліку (вибір правильних форм, оптимальних методів обліку, методів амортизації, створення схеми документообігу тощо;

- перехід до міжнародних стандартів, що в майбутньому зумовить зростання довіри іноземних інвесторів, а відтак – збільшення іноземних фінансових інвестицій.

Отже, процес організації обліку – складний і багатогранний, тож потребує глибокого вивчення особливостей функціонування господарюючого суб'єкта. Правильна організація обліку відіграє стратегічну роль в управлінні діяльністю суб'єктів підприємницької діяльності. Тому зазначені проблеми потребують постійного вирішення.

Список використаних джерел

1. Білоконь О. Проблеми вибору ефективної форми ведення бухгалтерського обліку / Білоконь О. // Актуальні питання сучасної економіки : матеріали I Всеукр. заоч. наук.-практ. конф., 20–22 січня 2010 року. – Умань, 2010.

2. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік : підручник для вузів / за ред. Ф.Ф. Бутинця. – 7-е вид., доп. і перероб. – Житомир : Рута, 2006. – 831 с.

3. Бутинець Ф. Ф. Організація бухгалтерського обліку : підручник для студ. вищ. навч. закл. / Бутинець Ф. Ф. – 3-тє вид., доп. і перероб. – Житомир : Рута, 2003. – 592 с.

4. Кіндрацька Л. Теорія бухгалтерського обліку : сучасні реалії оновлення / Кіндрацька Л. // Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – № 12. – С. 30.

5. Палий В. Ф. Теория бухгалтерского учёта: современные проблемы / В. Ф. Палий. – М. : Бухгалтерский учёт, 2007. – 88 с.

6. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 липня 1999 року № 996-XIV (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14.

МІСЦЕ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В СИСТЕМІ НАУК

Вислободська М. П.,

студентка групи ОА – 12 сп

Науковий керівник: **Сиротюк Г. В.,**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту Львівського національного аграрного університету

Бухгалтерський облік є невід'ємною складовою економічного та суспільного життя і ведеться усіма без винятку суб'єктами господарювання. Звичайно є суттєві відмінності здійснення облікового процесу в різних господарюючих суб'єктах, проте ведення обліку є сталою складовою їх діяльності. Відповідно до цього стрімко розвивається і теоретична частина обліку, на законодавчому рівні приймаються нормативно-правові документи щодо його організації. Основне призначення

бухгалтерського обліку – задоволення потреби в інформації тих осіб, які мають відношення до підприємства.

Бухгалтерія значною мірою залежить від особливостей ринкового середовища, системи законодавства, культурних традицій, що діють у країні. Домінуючу роль в інформаційній системі підприємства відіграє саме бухгалтерський облік. Ця роль впливає з його особливостей: в бухгалтерському обліку бізнес відображається як система різнорідних, але взаємообумовлених об'єктів – майна, джерел їх утворення та змін внаслідок господарювання; бухгалтерський облік чітко документований, що забезпечує юридичну повноцінність та достовірність інформації бухгалтерського обліку та її суспільне визнання; бухгалтерська інформація дає суцільну картину бізнесу і, відповідно, володіє найбільшою повнотою у порівнянні з дискретними оперативними і статистичними даними, що забезпечує підприємству свободу у прийнятті управлінських рішень [2, с. 35].

Кірейцев Г.Г. зауважує, що бухгалтер, як фінансовий аналітик, завжди стоїть у витоків економічної інформації про суспільно-корисну діяльність підприємницької структури, досліджує таку діяльність [1, С. 24].

Історія розвитку бухгалтерського обліку доводить, що він являє собою самостійну галузь наукових знань, яка має певні системоутворюючі ознаки і є частиною системи інших наук (рис.1).



Рис.1. Бухгалтерський обліку у взаємозв'язку з іншими науками

Філософія вивчає найбільш загальні закони розвитку суспільства і пізнання, які закони також поширюються і на бухгалтерський облік, визначають розвиток теорії і практики обліку.

Ведення бухгалтерського обліку здійснюється на підставі законодавчої бази. Правова регламентація розглядається не тільки як метод, а і як принцип управління. Тому правові дисципліни та юридичні науки формують правове поле бухгалтерського обліку.

Бухгалтерський облік тісно пов'язаний з економічною теорією і прикладними економіками, які вивчають різні фази відтворення: виробництво – обмін – розподіл –

споживання та економічні категорії (виробничі ресурси, ціна, гроші, товар, прибуток).

Планування і прогнозування використовують облікову інформацію для складання планів і прогнозів і контролю їх виконання. Аналіз є проміжним етапом процесу управління між збором інформації і прийняттям рішень щодо оперативного регулювання виробництва і планування господарської діяльності економічних суб'єктів [2].

Контроль дає змогу здійснювати важливу функцію обліку щодо контролю господарської діяльності та майна підприємства, дотримання чинного законодавства та умов укладених угод, доцільності та ефективності господарської діяльності.

Прийняття управлінських рішень на рівні підприємства інколи вимагає тісної інтеграції і взаємодії конкретних функцій управління.

У сучасних умовах ризиків, мінливості та невизначеності господарської діяльності підприємств важливого значення набуває система контролінгу. Вона ґрунтується на комплексі стратегічних наукових дисциплін – прогнозуванні, плануванні, маркетингу, обліку, статистиці, аналізі та менеджменті.

Математика в сучасних умовах автоматизації обліково-аналітичних робіт відіграє важливу роль в алгоритмізації облікового процесу, моделюванні господарських процесів, розробці й використанні економіко-математичних методів аналізу.

Соціологія, психологія та етика – це блок дисциплін, які дають можливість формувати суспільний імідж та авторитет професії бухгалтера, забезпечувати узгодженість його особистої поведінки та міри відповідальності, об'єктивно властивої представникам цієї професії.

Отже, бухгалтерський облік є самостійною наукою, що має свою методологічну базу, тісно взаємопов'язаний з іншими науками і разом з тим є складовою економічної науки.

Список використаних джерел

1. Кірейцев Г.Г. Регулювання розвитку бухгалтерського обліку в сільському господарстві України [Текст] / Г.Г. Кірейцев // Збірник наукових праць ПДАТУ / За ред. М.І. Бахмата. – Кам'янець-Подільський. – 2009. – Випуск 17, Том 2. – С. 22-29.

2. Максимова В.Ф. Бухгалтерський облік / В.Ф. Максимова. – Одеса: ОНЕУ, 2012. – 670с.

3. Погорєлова О.В. Особливості бухгалтерського обліку в системі економічних наук: матер. V Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. [«Проблеми формування нової економіки XXI століття»], (21-22 грудня 2012 р.). Електронний ресурс. – Режим доступу : <http://www.confcontact.com/node/354>.

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЗВІТУ ПРО СУКУПНІ ДОХОДИ: ВІТЧИЗНЯНА ТА ЗАРУБІЖНА ПРАКТИКА

Мельничук І. І.

ст. викладач кафедри фінансів, обліку та аудиту ХКТЕІ

Гайдук А. Р.

студентка групи БОА-41

В умовах інтеграції національної економіки у світову, перехід України на Міжнародні стандарти фінансової звітності на сьогодні супроводжується існуванням ряду проблем та неузгодженостей, які зумовлені необхідністю внесення змін до законодавства країни у сфері бухгалтерського обліку та фінансової звітності, розширенням кордонів для інвестиційного потоку в державу, а також підвищенням професійної діяльності бухгалтерів.

Для ефективного управління діяльністю власники й управлінці повинні мати економічну інформацію, яка відповідає їхнім потребам для ведення господарсько-фінансової діяльності підприємства. Формування такої достовірної, точної, оперативної та повної інформації відбувається в системі бухгалтерського обліку, а саме, у фінансовій звітності підприємства. Однією з її важливих частин, яка потребує особливої уваги, є «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)». Ця форма звітності дає можливість оцінити успішність діяльності підприємства, а також визначити за рахунок яких джерел здійснюється фінансування підприємства.

Значний внесок у роз'яснення та вдосконалення фінансової звітності підприємств зробили багато вітчизняних і зарубіжних науковців, таких, як: Палій В.Ф., Соколов Я.В., Малюга О.М., Сопко В.В., Голов С.Ф., Бутинець Ф.Ф., та багато інших. Однак досі залишаються не вирішеними питання стандартизації та гармонізації фінансової звітності в Україні на основі міжнародного досвіду.

Уже майже три роки діє наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73, яким затверджено НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», в якому визначені не тільки основні принципи подання, але й окремі роз'яснення заповнення фінансових звітів [2]. Однією з форм звітності, яка зазнала суттєвих змін, є «Звіт про фінансові результати». По-перше, цей звіт отримав подвійну назву («Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)»). По-друге, Звіт про фінансові результати доповнено розділом II «Сукупний дохід».

Міністерство фінансів України запропонувало окреме подання звіту про сукупний дохід – відповідні дані наводяться в спеціальному II розділі ф. № 2. Параграф 81b МСБО 1 «Подання фінансової звітності» такий підхід допускає, проте вимагає, щоб другий звіт про сукупний прибуток починався з прибутку або збитку та відображав компоненти іншого сукупного прибутку (звіт про сукупні доходи) [1]. А II розділ Звіту про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) ф. № 2 починається з статті «Дооцінка (уцінка) необоротних активів», код рядка 2400, що

суперечить вимогам МСБО 1 «Подання фінансової звітності» [1].

Загальну суму сукупного доходу складають:

- 1) чистий прибуток(збиток) – підсумок I розділу;
- 2) дооцінка (уцінка) необоротних активів та фінансових інструментів, накопичені курсові різниці, частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств та інший сукупний дохід, зменшені на суму податку на прибуток.

Проте, даний склад статей розділу звіту не відповідає вимогам міжнародних стандартів. Тому виникає необхідність розгляду методичних засад щодо формування Звіту про сукупні доходи у вітчизняній практиці із вивченням норм МСБО 1 «Подання фінансової звітності».

Згідно МСБО 1 «Звіт про сукупні доходи» має включати, як мінімум, рядки, які подають такі суми за період:

- а) дохід;
- б) прибутки та збитки, що виникають внаслідок припинення визнання фінансових активів, оцінених за амортизованою собівартістю;
- в) фінансові витрати;
- г) частку прибутку або збитку асоційованих та спільних підприємств, що обліковуються за методом участі в капіталі;
- д) якщо фінансовий актив перекласифікований так, що він оцінюється за справедливою вартістю, будь-який прибуток або збиток, що виникає внаслідок різниці між попередньою балансовою вартістю та його справедливою вартістю на дату перекласифікації (як визначено в МСФЗ 9);
- ж) податкові витрати;
- з) прибуток або збиток;
- е) кожний компонент іншого сукупного прибутку, класифікований за своїм характером (за винятком сум в є);
- е) частку іншого сукупного прибутку асоційованих та спільних підприємств, що обліковуються за методом участі в капіталі;
- ж) загальний сукупний прибуток.

Проведений аналіз методичних засад формування «Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід)» дає змогу зробити висновок, що в формі розкривається інформація про доходи, витрати, прибутки і збитки, а також нових групах статей – іншому сукупному доходу і сукупному доходу підприємства за звітний період, їх характеристику та склад, також можна визначити, що концепція складання фінансової звітності за НП(С)БО 1 в деяких деталях суперечить концептуальній основі складання такої звітності за МСФЗ.

Таким чином, незважаючи на те, що Національні Положення бухгалтерського обліку України значною мірою ґрунтуються на Міжнародних стандартах бухгалтерського обліку, вони не тотожні. На сучасному етапі багато країн вносять зміни та розробляють нові національні облікові стандарти, які відповідають МСФЗ.

Україна не є виключенням, і з 2000 року здійснює процес реформування бухгалтерського обліку. На нашу думку, ключовий момент, який потрібно було б переглянути при складанні Звіту про фінансові результати, це сам формат звіту. А також варто зробити його не регламентованим, тобто більш гнучким відповідно до потреб та діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 «Подання фінансової звітності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua/file/link/320282/file/IAS%2001.pdf>.
2. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.

НЕОБХІДНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ АУДИТУ ДЛЯ ВНУТРІШНІХ ТА ЗОВНІШНІХ КОРИСТУВАЧІВ

Бейгул Т.О.,

студентка групи ОА-12-1

Науковий керівник: **Гноєва І.М.,**

ст. викладач кафедри «Облік, аналіз та аудит» Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського

Розвиток тіньової економіки України призвів до того, що вона займає одне з останніх місць серед рейтингу країн з розвиненою економікою, саме це й зумовлює необхідність проведення якісної аудиторської перевірки.

На сьогоднішній день виникає потреба у незалежному об'єктивному контролі та виявленні недоліків у фінансовій звітності господарюючих суб'єктів, через постійні зміни у законодавчій базі України.

Метою дослідження є обґрунтування необхідності та особливостей аудиторської перевірки для зовнішніх та внутрішніх користувачів.

Для розвитку конкурентоспроможності підприємства як на національному так і на міжнародному ринках, є необхідним звернення за послугами до аудиторів і аудиторських фірм, користь від яких виявлена та є надзвичайно високою.

Основними перевагами для зовнішніх та внутрішніх користувачів від аудиторських перевірок є: по-перше те, що за якісної перевірки держава при виконанні своїх обов'язків щодо перевірки діяльності підприємств, може спиратися на аудиторські звіти та висновки, що надасть змогу значно зменшити час для таких перевірок і полегшити їх економлячи кошти державного бюджету та навпаки поповнення його за рахунок сплачених податків аудиторами та аудиторськими фірмами; по-друге – банки та кредитні установи отримують впевненість у подальшій роботі з іншими суб'єктами господарювання, що призводить до

збільшення кредитної довіри до клієнта; по-третє – залучення іноземних інвесторів, за допомогою отриманого повного та зрозумілого звіту щодо діяльності підприємства; наступною перевагою на нашу думку є те, що аудитор виступає в ролі радника, щодо оптимізації діяльності підприємства, його підрозділів чи філій, надаючи методологічні рекомендації та дієві практичні поради [2-4].

Прийняття правильних рішень зовнішніми та внутрішніми користувачами відбудеться коли будуть проаналізовані переваги та недоліки проведення аудиту, оберуться шляхи подолання проблемних питань щодо аудиту (табл. 1).

Таблиця 1 – База прийняття управлінських рішень щодо здійснення аудиту для внутрішніх та зовнішніх користувачів (узагальнено авторами за джерелами[1-4])

Переваги аудиту над іншими формами контролю діяльності підприємств:
<ol style="list-style-type: none"> 1) економія грошових коштів з державного бюджету України та його поповнення за рахунок сплати аудиторами та аудиторськими фірмами податків; 2) підвищення кваліфікації та професіоналізму як аудиторів так і працівників бухгалтерії, керівництва підприємства; 3) зростання конкурентоспроможності підприємств, за допомогою надання зрозумілих висновків та порад щодо діяльності підприємства.
Основні недоліки аудиту:
<ol style="list-style-type: none"> 1) відсутність досвіду, що спричиняє недовіру до аудиторів та аудиторської діяльності в Україні; 2) відсутність чіткого контролю над аудиторською діяльністю на законодавчому рівні.
Шляхи подолання проблемних питань в аудиті:
<ol style="list-style-type: none"> 1) розробка методик аудиту та робочої документації; 2) підвищення престижу аудиторської професії, встановлення адекватної та відповідної ціни щодо роботи аудитора; 3) підтримка розвитку діяльності аудиторів та аудиторських фірм за рахунок вливання державних грошових коштів.

Отже, вчасна та повна аудиторська перевірка діяльності підприємства надає змогу значно зменшити кількість обов'язкових і додаткових перевірок з боку держави, а також зовнішніх та внутрішніх користувачів, адже вся необхідна інформація міститься в аудиторських звітах та висновках, що в свою чергу спричинить більш спокійну та впевнену діяльність підприємств, збільшення інвестиційного потоку грошових коштів, що є гарантією та запорукою розвитку підприємств.

Список використаних джерел:

1. Проскуріна Н.М. Якість аудиторських послуг в Україні: реалії та перспектив / Н.М. Проскуріна, В.П. Коваленко // Економічний часопис XXI. – 2010. – №9-10. –

C.53-57.

2. Гончарук В. В. Аудит в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку / В. В. Гончарук // Управління розвитком. – 2012. – № 7 (128). – С. 127 – 128.

3. Ільїн В. Ю. Інноваційні аспекти розвитку аудиту в Україні / В. Ю. Ільїн // Інноваційна економіка. – 2010. – № 16. – С. 83 – 86.

4. Шевчук О. Аудит в Україні – проблеми та перспективи розвитку / О. Шевчук, Н. Здирко // Економічний аналіз : збірник наукових праць, 2010. – Вип. 6. – С. 530 – 532.

УПРАВЛІННЯ ПОДАТКОВИМИ ПЛАТЕЖАМИ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Демяник Л. Г.

Студентка групи ОА-121 Вінницького кооперативного інституту

Науковий керівник: **Олійник Л. Г.**

К.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту Вінницького кооперативного інституту

Управління податковими платежами є однією з найважливіших складових фінансового менеджменту. Існування системи управління податковими платежами на мікрорівні забезпечується можливістю певного вибору господарського та податкового законодавства: одні й ті самі цілі можуть бути досягнуті різними шляхами, при цьому будуть різними і податкові, і фінансові наслідки.

Суб'єкти господарювання мають два напрями впливу на податкове навантаження: зовнішній – через реформування податкової системи країни та внутрішній – оптимізація податкових платежів через управління ними на підприємстві. Реалізація першого напрямку утруднюється через обмеженість впливу суб'єктів господарювання на законодавчий процес. Отже, управління податковими платежами на рівні підприємства – практично єдиний метод адекватного впливу підприємства на свої взаємовідносини з державою.

Вивчення досвіду управління податковими платежами на вітчизняних підприємствах дає змогу стверджувати, що практики не приділяють достатньої уваги цьому питанню. Втім, враховуючи нагальність проблеми удосконалення системи управління податковими платежами, вважаємо, що її вирішення вимагає комплексного підходу. Якість реалізації поставленого завдання визначає ефективність діяльності підприємства загалом як у короткостроковій, так і у довгостроковій перспективі.

Практика свідчить, що навіть ті підприємства, що використовують інструменти податкового планування, не одержують очікуваного економічного ефекту.

Адже у вітчизняних умовах методи податкового планування із зарубіжної практики, не адаптовані до вітчизняної системи оподаткування та економічної ситуації в Україні, не дають бажаного результату. Українським підприємствам потрібен власний, принципово новий підхід до формування системи управління

податковими платежами на підприємстві. Важливо, щоб у стратегії підприємства був присутній набір легальних важелів управління, які б давали змогу адекватно оцінити рівень податкової ситуації й безпосередньо керувати нею при прийнятті рішень.

Управління податковими платежами підприємства є комплексом заходів, що дає змогу досягти оптимального рівня податкових платежів за умови дотримання норм податкового законодавства. Як складова частина фінансового менеджменту система управління податковими платежами передбачає розроблення управлінських рішень, спрямованих на формування фінансового потенціалу і підвищення його ефективності. Основна мета управління податковими платежами не зводиться до абсолютної мінімізації податкових платежів; вона полягає в активному впливі на максимізацію чистого прибутку підприємства при заданих параметрах податкового середовища і ринкової кон'юнктури.

На систему управління податковими платежами може впливати значна сукупність факторів, але як вважає Л.М. Єріс [1, с.83], основним фактором, який впливає на необхідність і інструменти управління податковими платежами, є рівень податкового навантаження на діяльність підприємства, яке можна визначити як величину податкових виплат у відсотках до суми отриманого прибутку.

Основними інструментами управління податковими платежами підприємства є податкове планування, методика і організація бухгалтерського обліку, внутрішній податковий контроль, аналіз податкових платежів.

В узагальненому вигляді система управління податковими платежами, на нашу думку, складається з податкової політики підприємства, бухгалтерського обліку як системи узагальнення та надання інформації про податки та збори, платниками яких є суб'єкт господарювання, та внутрішній контроль, який забезпечує контроль за правильністю нарахування та сплати податкових платежів та містить елементи податкового права та постійного моніторингу змін податкового законодавства.

Застосування податкового планування передбачається можливістю вибору між альтернативними рішеннями щодо використання тих чи інших схем оподаткування.

Підводячи підсумок проведеного дослідження, можемо сформулювати такі висновки. Сьогодні створення системи управління податковими платежами підприємства – це єдиний метод адекватного активного впливу підприємства на свої взаємовідносини з державою з позиції оподаткування його діяльності.

Основними інструментами системи управління податковими платежами підприємства є податкове планування, методика та організація бухгалтерського обліку, внутрішній податковий контроль, аналіз податкових платежів. Альтернативність у виборі основних положень облікової політики підприємства, передбачена законодавством України, дає змогу істотно впливати на кінцевий фінансовий результат.

Список використаних джерел

1. Єріс Л. Податкове планування як засіб збільшення фінансових ресурсів підприємств //Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №2. – С.76-87.
2. Податкова реформа / Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/minfin.gov.ua/photos/a.152263058175763.36154.152018324866903/865676516834410/?type=3>
3. Податковий кодекс України: станом 20.09.2015 р., № 2755-IV (із змінами і доповненнями) / [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ НЕОФІЦІЙНОЇ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ

Діхтяр М. В.

студентка групи Б-131 Вінницький кооперативний коледж економіки і права

Науковий керівник: **Островська І. Ю.**

Голова циклової комісії бухгалтерського обліку та комп'ютерних дисциплін Вінницького кооперативного коледжу економіки і права

Враховуючи актуальність для України боротьби із зарплатами «в конвертах», необхідно визначити сучасні важелі, що сприятимуть виведенню «з тіні» процесу оплати праці.

За оцінками Міністерства оплати праці, рівень «тіньової» зайнятості в Україні становить близько 9% [1]. З одного боку, недоотримує бюджет, з іншого – самі наймані працівники, що одержують зарплату без офіційного оформлення. Адже в майбутньому з несплачених соціальних внесків їм не нарахують ні лікарняні, ні пенсій, навіть в разі інвалідності. Для того аби змінити такий стан справ, державна політика повинна сприяти підвищенню соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу, виховання свідомого ставлення до оплати праці та нарахування внесків у фонди загальнообов'язкового державного соціального страхування. Отже, йдеться про боротьбу із «зарплатами у конвертах» як явищем соціальної безвідповідальності сучасного бізнесу.

Економічними важелями цей процес ніяк не врегулювати, відтак, потрібні зміни до законів, а найголовніше – їх неухильне дотримання з боку всіх учасників господарських процесів. Дуже часто говорять, що роботодавцю необхідно дати зелену вулицю, але це не означає, що він повинен гуляти нею, як власною земельною ділянкою. Система європейської демократії передбачає чітке виконання законів. Роботодавець має дотримуватися вимог чинного законодавства, але закони повинні бути чіткими та чесними. Якщо, звичайно, ми претендуємо на те, щоб називатись цивілізованим європейським суспільством.

Проблема легалізації заробітної праці на підприємстві є однією з найбільш гострих. Оплата праці як ціннісний орієнтир втрачає своє соціально-економічне

призначення, і, тим самим, руйнує основи економічного та соціального розвитку суспільства. Для вирішення проблеми легалізації оплати праці потрібно, насамперед, звернути увагу на автоматизацію її обліку, а також сприяти стимулюванню соціальної самосвідомості працівників.

Основними завданнями автоматизації бухгалтерського обліку праці та її оплати є контроль за дотриманням штатного розкладу підприємства; точний облік кількості відпрацьованого часу кожного працівника; своєчасне і правильне нарахування зарплати і доплат кожному працівникові; забезпечення своєчасної видачі грошових коштів, точний облік всіх розрахунків, включаючи розрахунки з бюджетом, Пенсійним фондом; контроль за своєчасним і правильним утриманням із заробітної плати податків, сум за виконавчими документами та іншими платежами [2, с.11].

Важливе значення має чітка організація обліково-аналітичної роботи розрахунків з оплати праці на підприємстві, оскільки вона є найбільш відповідальною і трудомісткою. Аналітичний облік незамінний при визначенні розміру оплати праці та відрахувань з неї за кожною особою окремо та при віднесенні витрат на рахунки, субрахунки.

Інформаційні системи автоматизованого обліку розрахунків з оплати праці призначені для комплексної автоматизації розрахунку заробітної плати і реалізації кадрової політики підприємств. В даних прикладних рішеннях нового покоління враховані як вимоги законодавства, так і реальна практика роботи підприємств, а також перспективні світові тенденції розвитку підходів до мотивації і управління персоналом. Прикладні рішення можуть успішно застосовуватися в службах управління персоналом і бухгалтеріях підприємств, а також в інших підрозділах, зацікавлених в ефективній організації роботи співробітників.

В процесі використання автоматизованого обліку розрахунків з оплати праці реалізуються наступні напрямки управлінської і облікової діяльності: планування потреб в персоналі; вирішення завдань забезпечення бізнесу кадрами – підбір, анкетування і оцінка; управління компетенціями, навчанням, атестаціями працівників; управління фінансовою мотивацією персоналу; облік кадрів і аналіз кадрового складу; нарахування і виплата зарплати; розрахунок регламентованих законодавством податків і внесків у фонд оплати праці [3].

Крім того паралельно ведуться два види обліку: управлінський і регламентований (бухгалтерський), що дозволяє враховувати витрати кожного окремого підрозділу і, відповідно, контролювати кількість затраченої праці та нормативів її оплати.

Успішному вирішенню цих завдань можуть сприяти: наявність і використання нормативних документів з питань оплати праці, вдосконалення техніки та методики обліку на основі застосування сучасних інформаційних технологій, наукової організації праці працівників бухгалтерії, що займаються розрахунками з оплати праці.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Міністерства статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://statistika.ua/>
2. Рєпін К. Неофіційні зарплати та соціальне благополуччя [Текст] / К.Рєпін // Проблеми тіньової економіки та її вплив на соціально-економічний стан країни// Соціальний захист. – 2009. – №8. – С.10-12.
3. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РУХУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА НАРАХУВАННЯ ЇХ АМОРТИЗАЦІЇ

Заворотна В. В.,

студентка групи Ф-921 Хмельницького кооперативного коледжу ХКТЕІ

Науковий керівник: **Лопатовська О. О.,**

викладач облікових та фінансових дисциплін Хмельницького кооперативного коледжу ХКТЕІ

На сучасному етапі розвитку економіки України відбувається інтенсивний перехід діяльності економічних суб'єктів на ринкові відносини, і в цих умовах у підприємств виникає необхідність коректно вести бухгалтерський облік, щоб контролювати та вдосконалювати свою роботу.

Побудова і завдання обліку основних засобів визначається особливим багаторазовим характером їх функціонування у процесі виробництва. Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про основні засоби та інші необоротні активи і розкриття їх у фінансовій звітності визначає та регулює П(С)БО 7 «Основні засоби», яке визначає основні засоби як матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік).

Згідно Податкового кодексу України до основних засобів у обліку належать практично всі матеріальні активи зі строком експлуатації більше року (операційного циклу, якщо він перевищує рік) та вартістю більше 2500 грн.

Основні засоби визнаються, тобто відображуються, в балансі підприємства, якщо відповідають загальним критеріям визнання активів, а саме: існує ймовірність, що підприємство отримає в майбутньому економічні вигоди, пов'язані з використанням цього активу та його оцінка може бути достовірно визначена.

Об'єкт основних засобів – це закінчений пристрій з усіма пристосуваннями і приладдям до нього; конструктивно відокремлений предмет, призначений для виконання певних самостійних функцій.

Основні засоби класифікуються за їх функціональним призначенням, галузями, речовим і натуральним характером, видами, використанням і належністю. У цілях податкового обліку основні засоби поділяють на 16 груп.

Велике значення для управління підприємством має отримання своєчасної, повної та достовірної інформації про господарські процеси, що відбуваються. Основним джерелом такої інформації є документування господарських операцій.

Для відображення господарських операцій пов'язаних з надходженням, внутрішнім переміщенням та вибуттям основних засобів та інших необоротних матеріальних активів на підприємствах використовують типові форми первинної облікової документації, затверджені Наказом Міністерства України № 352 від 29.12.1995 р.

Обліковими регістрами є аналізи та картки рахунків, оборотно-сальдові відомості по рахунках основних засобів. Узагальнена інформація про основні засоби та інші необоротні активи відображається в Балансі та Примітках до річної фінансової звітності. Таким чином, при документальному оформленні господарських операцій та пов'язаних з ними змін на підприємстві відбувається рух облікової інформації між первинною документацією, реєстрами синтетичного й аналітичного обліку та звітністю.

У Плані рахунків для обліку основних засобів передбачений активний рахунок 10 «Основні засоби». По дебету рахунка відображаються надходження придбаних, створених, безоплатно отриманих основних засобів на підприємство; сума витрат, що пов'язана з поліпшенням об'єкта; сума дооцінки вартості об'єкта основних засобів. По кредиту рахунка відображається вибуття основних засобів внаслідок продажу, безоплатної передачі або невідповідності критеріям визнання активом, а також у разі часткової ліквідації об'єкта та сума їх уцінки. Амортизацію обліковують на пасивному субрахунку 131 «Знос основних засобів».

Основні засоби зараховуються на баланс підприємства за первісною вартістю. Формування первісної вартості об'єктів основних засобів залежить від способу їх надходження на підприємство.

Якщо з будь-яких причин основний засіб не відповідає ознакам активу, то приймається рішення про його списання.

У процесі експлуатації основні засоби, зберігаючи свою первинну фізичну форму, поступово зношуються (фізично, морально), передаючи частками свою вартість на собівартість заново створеного продукту.

У бухгалтерському обліку під терміном «амортизація» слід розуміти систематичний розподіл вартості, що амортизується, необоротних активів протягом строку корисного використання активу.

Об'єктом амортизації є основні засоби, які мають обмежений строк корисного використання (наприклад, земля, строк корисного використання якої не обмежений, не підлягає амортизації).

Згідно зі змінами, внесеними Податковим кодексом України, нарахування

амортизації основних засобів та інших необоротних активів можна здійснювати за наступними методами, залежно від групи основного засобу, до якої він відноситься згідно ПКУ: прямолінійний, зменшення залишкової вартості, прискорене зменшення залишкової вартості, кумулятивний та виробничий.

Метод амортизації основних засобів обирається підприємством самостійно з урахуванням очікуваного способу використання активу й періодично переглядається.

Якнайповніше та якнайраціональніше використання основних засобів і виробничих потужностей підприємства сприяє поліпшенню всіх його техніко-економічних показників: зростанню продуктивності праці та фондівіддачі, збільшенню випуску продукції, зниженню її собівартості, економії капітальних вкладень.

Список використаних джерел

1. Власюк Г. В. Шляхи вдосконалення основних засобів [Текст] / Г. В. Власюк, О. І. Зиміна // Держава та регіони. – 2014. – №4. – С. 32-36.
2. Зюкова М. М. Удосконалення обліку та аналізу основних засобів [Текст]: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.06.04 / М. М. Зюкова. – Київ, 2010. – 24 с.
3. Муріна Т. С. Шляхи ефективності використання основних засобів на промисловому підприємстві [Текст] / Т. С. Муріна // Держава та регіони. – 2012. – №6. – С.387-390.

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ І ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА ТА ВПЛИВ ЇХ НА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Іващенко М.В.

студент групи ОА-51 Львівського національного аграрного університету

Науковий керівник: **Мирончук З.П.**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту Львівського національного аграрного університету

Реформування бухгалтерського обліку у часі співпало із проведенням кардинальних змін в сільському господарстві України. Такі умови диктують необхідність створити систему бухгалтерського обліку, яка б повністю відповідала економічній ситуації в державі.

Процес зміни в цілому системи бухгалтерського обліку в Україні, а також створення та функціонування нових суб'єктів господарювання в сільському господарстві вимагають додаткового дослідження і подальшого вирішення питань обліку витрат на виробництво продукції рослинництва.

Рослинництво є важливим сектором економіки держави та джерелом прибутків суб'єктів підприємницької діяльності. Збільшення обсягів виробництва продукції

рослинництва та покращення її якості є актуальним питанням, особливо за умов, коли світовою тенденцією є зростання вартості продукції сільського господарства та її нестача. В зв'язку з цим питання обліку в галузі рослинництва є досить вагомими, оскільки лише облік є єдиним джерелом інформації, необхідної для управління та контролю за економічними показниками виробництва продукції рослинництва.

Належна організація бухгалтерського обліку підвищує його роль як основного засобу одержання достовірної інформації для прийняття економічно обґрунтованих рішень і попередження ризику у виробничо-фінансовій діяльності підприємства.

Рослинництво як галузь господарства характеризується низкою особливостей. Воно визначається, з одного боку, впливом природних факторів, з другого – соціальних, які необхідно враховувати при організації бухгалтерського обліку. Такою особливістю є те, що земля – один із основних засобів виробництва, тоді як у промисловості вона – лише територія, місце, на якому розташоване підприємство. На відміну від інших засобів, які у процесі виробництва поступово зношуються, внаслідок чого їх через певний проміжок часу необхідно замінювати новими, земля є незмінним засобом виробництва. При раціональному використанні вона не тільки не зношується, а навпаки – підвищує свою родючість.

Стан виробництва характеризується ефективністю, ступенем використання досягнень науково-технічного прогресу, місцем і роллю трудових ресурсів у виробничому процесі. В умовах обмеженості ресурсів і досягнення планової ефективності виникає потреба постійного порівняння понесених витрат і отриманих результатів.

Ця проблема посилюється під впливом інфляції, коли дані про виробничі витрати необхідно повсякденно порівнювати з майбутніми витратами, що значною мірою залежить від впливу зовнішнього середовища. Можливість усунення або передбачення впливу багатьох негативних внутрішніх і зовнішніх факторів з'являється завдяки раціонально-організованому обліку витрат на виробництво.

Сьогодні сільськогосподарські підприємства потребують суттєвого реформування структури управління господарською діяльністю. При цьому велике значення має визначення мінімальної величини виробничих запасів на підприємствах, оскільки матеріальні витрати на цих підприємствах займають найбільшу питому вагу[3].

Вченими зроблено значний внесок до теоретичного та практичного обґрунтування питань, пов'язаних з екологічними аспектами фінансово-господарської діяльності підприємств. Однак, й досі не розроблено методологічного інструментарію для практичного ведення обліку витрат виробництва екологічно чистої продукції на вітчизняних, зокрема, сільськогосподарських підприємствах [2].

Найбільшої шкоди виробництву сільськогосподарської продукції завдає неврегульованість товарного ринку. Тому особливої актуальності набуває розробка квотованого підходу до збуту продукції та налагодження системи матеріального

стимулювання виробництва певної продукції за аналогією з розвиненими країнами, зокрема з ЄС. Крім того, слід приділяти пильну увагу задоволенню потреб споживачів через врегулювання сортового складу певного виду продукції, її якості тощо.

Агропромисловий комплекс потребує включення до системи контролю таких витрат, яких немає в деяких галузях економіки, а саме витрат, пов'язаних із збереженням ґрунтів, зокрема відновлення вмісту гумусу при вирощуванні культур з інтенсивною технологією) тощо. Витрати на виконання робіт з поліпшення стану земельних ресурсів мають обов'язково входити до складу витрат[1].

Отже, враховуючи всі ці проблеми, потрібно внести зміни до нормативно-законодавчих актів України, які враховували б галузеві особливості сільськогосподарських підприємств та сприяли б спрощенню та ефективності обліку витрат та виходу продукції рослинництва.

Список використаних джерел

1. Клименко А.А. Управління витратами на сільськогосподарських підприємствах // Економіка та управління. –2009. – УДК657.224.с.53-57.
2. Пеньова О.В. облік виробництва екологічно чистої продукції рослинництва // Облік і фінанси АПК . – 2010. – №2. – с.87-90.

УДОСКОНАЛЕННЯ АУДИТУ ГРОШОВИХ КОШТІВ

Козак О.,

студент групи Оа-61 Львівського національного аграрного університету

Науковий керівник: **Гнатишин Л. Б.,**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту Львівського національного аграрного університету

При забезпеченні перевірки бухгалтерської інформації корисним і дієвим для зменшення кількості помилок є використання аудиторських послуг. Служба внутрішнього аудиту, організована на сільськогосподарському підприємстві, підвищує вірогідність виявлення помилок при веденні касових і банківських операцій. У процесі організації внутрішнього аудиту варто пам'ятати, що він повинен бути організований на такому рівні, щоб результат його діяльності об'єктивно відображав діяльність підрозділу, який перевіряють, а також був доступний для розуміння всім користувачам такої інформації. Вимоги сьогодення, зокрема пріоритетність автоматизованих форм бухгалтерського обліку, ставлять особливі завдання перед аудитом, як у методичному, так і організаційному плані.

Невиправлені помилки спричиняють невідповідність і неточності бухгалтерського обліку, що, відповідно, призводить до здійснення помилок при прийнятті управлінських рішень, недоплати податків, штрафних санкцій. Допущені помилки потрібно своєчасно виявити і якомога швидше виправити.

Використання комп'ютерної системи обліку забезпечує не тільки оперативне відображення облікових даних, а й дає змогу моделювати інформаційні потоки. Комп'ютерне моделювання грошових потоків на конкретному підприємстві дає можливість формувати зведену інформацію про грошові кошти для більш глибокого аналізу, розуміти процеси, які відбуваються у структурних підрозділах підприємства, проводити оперативний аналіз діяльності структурних підрозділів, оцінку інформаційних потоків, документообігу й ефективності застосування комп'ютерної техніки, виявляти недоліки документообігу на підприємстві. Основне завдання моделювання при використанні комп'ютерної системи обліку – мінімізація зв'язків і дублюючих функцій, раціоналізація інформаційних потоків і доступу до необхідної інформації, зосередженої в базах даних, з будь-якого робочого місця, обладнаного персональним комп'ютером, забезпечення достовірності даних за інформаційного обміну всередині підприємства, забезпечення високого рівня надійності інформації під час роботи в системі. Моделювання банківських операцій дає змогу в комп'ютерній бухгалтерській програмі налаштувати недопущення проведення операцій, якщо сальдо на активному рахунку є від'ємним.

Узагальнюючи вище викладений матеріал зазначимо, що аудит грошових коштів в комп'ютерному середовищі сільськогосподарського підприємства запропоновано здійснювати за моделлю, що представлена на рисунку за наступними напрямками: організаційний, технічний, програмний аудит.

За результатами дослідження діяльності сільськогосподарських підприємств визначені загрози, що пов'язані з рухом грошових коштів: порушення термінів платежів; неефективне використання грошових коштів; завдання збитків від невикористання вільних грошових коштів; несанкціоноване введення електронних документів; неповне введення електронних документів; неточне введення інформації про рух грошових коштів; неповна і неточна модифікація файлів інформаційної системи обліку; порушення стандартів обліку, бухгалтерських процедур, а також інших нормативно-законодавчих документів; порушення цілісності, конфіденційності, працездатності інформаційної системи управління грошовими коштами.

– Для уникнення перерахованих вище загроз пропонується: інтеграція системи "Клієнт-банк" і інформаційної системи обліку; проведення необхідних процедур аудиту і регламентація заявок на платежі та контроль пріоритетів; контроль за своєчасністю здійснення грошових розрахунків, встановлення причин простроченої кредиторської і дебіторської заборгованості; автоматизація введення електронних документів за закодованими реквізитами; застосування моделей оптимізації залишків грошових коштів;

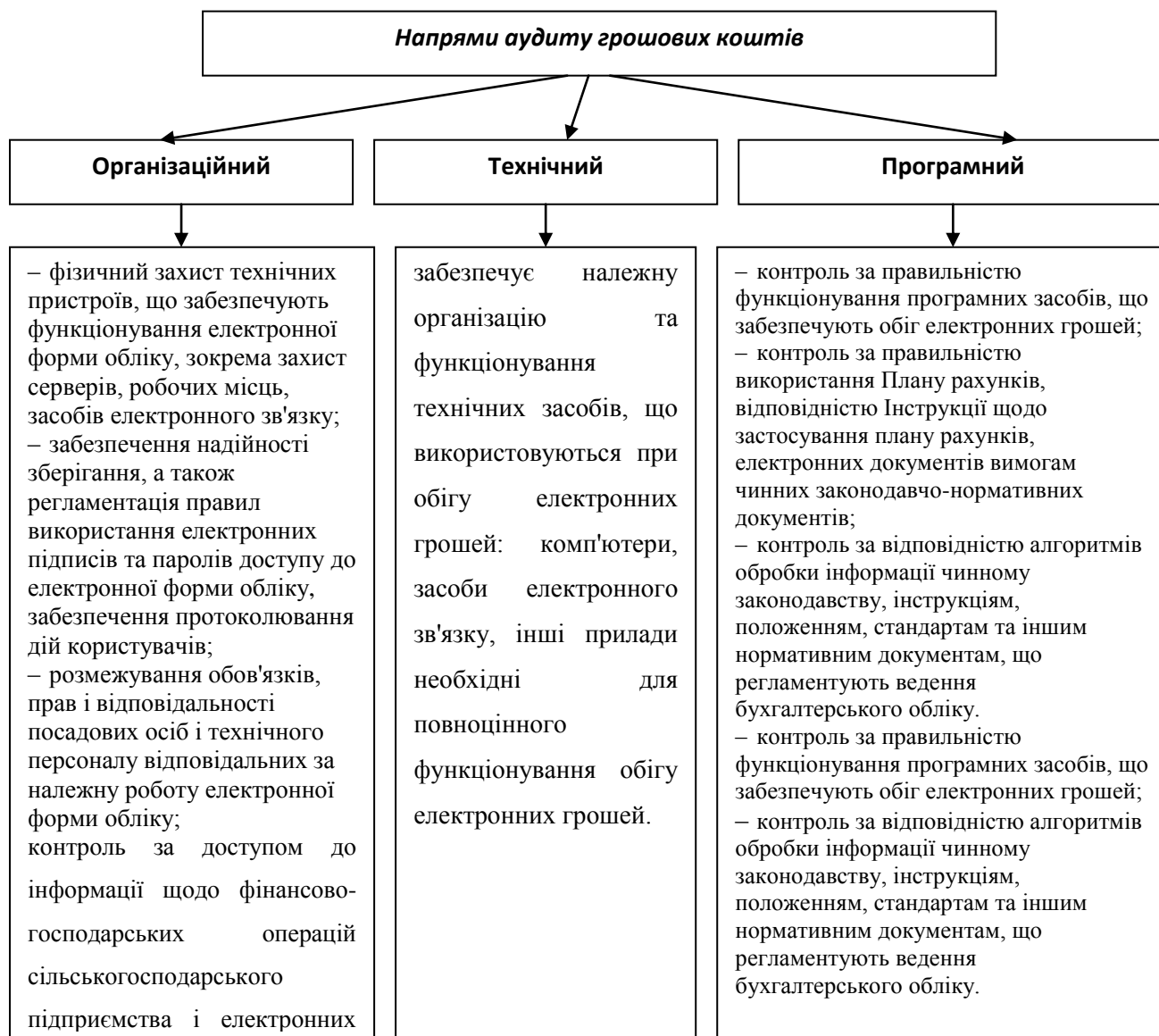


Рис. Концептуальна модель аудиту грошових коштів в комп'ютерному середовищі сільськогосподарського підприємства

Список використаних джерел

1. Олійник О. О. Моніторинг в системі управління грошовими потоками сільськогосподарських підприємств / О. О. Олійник // Зб. наук. праць Таврійського державного агротехнологічного університету. [Економічні науки]. – № 6. – Мелітополь : Люкс, 2009. – С. 296–302.
2. Несходовський І. С. Організація і методика контролю грошових потоків суб'єктів господарювання / І.С. Несходовський, К.О. Назарова // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2007. – № 22. – С. 202-207.
3. Коблянська Г. Ю. Облік і контроль грошових коштів у комп'ютерному середовищі / Г. Ю. Коблянська // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2014. – № 1. – С. 228–232.

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ В УКРАЇНІ

Кондратюк І. В.

студентка групи БО-28 Хмельницький торговельно-економічний коледж КНТЕУ

Науковий керівник: **Гриценко О. М.**

к.е.н., викладач вищої категорії, викладач-методист Хмельницького торговельно-економічного коледжу

Київського національного торговельно-економічного університету

Актуальність теми пов'язана з тим, що фінансовий стан підприємства характеризується рядом показників, серед яких платоспроможність і кредитоспроможність привертають особливу увагу користувачів фінансової звітності підприємства – інвесторів, банків, партнерів, акціонерів і т.д.

Оскільки грошові кошти є посередником у всіх розрахунках, очевидно, що для забезпечення нормального кругообігу коштів у народному господарстві, ведення діяльності в умовах ринкової економіки роль бухгалтерського обліку полягає в правильності і своєчасності виконання всіх необхідних розрахунків. У свою чергу ефективність розрахункових операцій багато в чому залежить від стану бухгалтерського обліку грошових коштів, розрахункових і кредитних операцій.

Заборгованості, що виникають при здійсненні фінансово-господарської діяльності підприємств, утворюють поточне і довгострокове відволікання або залучення коштів, відомих як дебіторська і кредиторська заборгованості, що впливають у свою чергу на платоспроможність і ліквідність.

Дослідженням проблем організації обліку розрахунків з кредиторами у різні роки займалися такі вітчизняні науковці, як М. Д. Білик, Ф. Ф. Бутинець, Б. І. Валуєв, С. Ф. Голов, В. І. Єфіменко, В. М. Костюченко, М. В. Кужельний, Ю. Я. Литвин, О. В. Лишиленко, В. Г. Лінник, В. Я. Плаксієнко, В. В. Сопко, К. С. Сурніна, Н. М. Ткаченко та багато інших.

Мета дослідження – виявити проблеми, пов'язані з обліком кредиторської заборгованості, обґрунтувати перспективи розвитку та розробити підходи щодо вдосконалення розрахунків з кредиторами.

Кредиторська заборгованість являє собою суму грошових коштів або вартість товарів, робіт та послуг, що підприємство винне своїм контрагентам на певну дату, але з моменту виникнення до дати погашення сума цієї заборгованості знаходиться в розпорядженні підприємства і може бути джерелом його фінансових ресурсів, напрямок якого точно визначений (дата сплати заборгованості контрагенту, працівнику або державі, яким підприємство винне).

Кредиторська заборгованість у формі одержаних авансів від покупців є реальним джерелом формування фінансових ресурсів підприємства. Наприклад, підприємство отримало аванс (джерело фінансових ресурсів), який може використати на власні потреби (розміщення і використання фінансових ресурсів). Проте залишається не відвантаженою продукція, яка також є напрямком розміщення і використання

фінансових ресурсів. Тобто, підприємство отримує грошові кошти за не відвантажену продукцію і використовує їх на свої цілі. Одночасно відбуваються такі стадії кругообігу фінансових ресурсів: “розміщення (виробництво продукції, що підприємство повинно відвантажити)” – “формування джерела (аванси отримані)”. У разі використання авансів на власні потреби стадія кругообігу завершується використанням фінансових ресурсів (використання авансів на власні потреби).

Особливістю кредиторської заборгованості за товари, роботи та послуги є одночасність виникнення джерел фінансових ресурсів і напрямків їх розміщення, тобто на відміну від кредиторської заборгованості в грошовій формі одночасно відбуваються такі стадії кругообігу фінансових ресурсів: “розміщення (виробництво продукції, що підприємство повинно відвантажити)” – “формування джерела (вартість отриманої сировини, матеріалів, електроенергії тощо)” – “використанням фінансових ресурсів (використання сировини, матеріалів, електроенергії у виробничому процесі)”. Наприклад, підприємство отримало сировину і використовує її для виробництва своєї продукції.

Таким чином, реальним джерелом формування фінансових ресурсів підприємства можна вважати кредиторську заборгованість у вигляді одержаних авансів. Джерело формування і одночасно напрямок розміщення фінансових ресурсів являє собою кредиторська заборгованість за товари, роботи та послуги. Інші види кредиторської заборгованості в грошовій формі є джерелами фінансових ресурсів за умови виникнення заборгованості через несплату коштів, а не реальну їх відсутність.

Від початку формування ринкових відносин в Україні і досі існує багато актуальних питань, пов'язаних з обліком кредиторської заборгованості:

- для прийняття зацікавленими особами адекватних та вчасних рішень щодо існуючої політики управління в процесі антикризового регулювання фінансово-господарського стану істотне значення мають актуальність і якість інформації про стан розрахунків з кредиторами, що формується на базі даних бухгалтерського обліку конкретних суб'єктів господарювання. Це зумовлює неможливість отримання інформації про кредиторську заборгованість в обсязі і вигляді, достатньому для проведення аналізу розрахунків з кредиторами;

- невирішені проблеми відображення в обліку довгострокової кредиторської заборгованості, оцінки поточної кредиторської заборгованості за продукцію, товари, роботи та послуги;

- застосовувати у наших умовах традиційні за кордоном методики аналізу кредиторської заборгованості не завжди доцільно через відсутність необхідного обсягу вірогідної і доступної інформації щодо розрахунків з кредиторами.

Зазначені проблеми вказують на необхідність пошуку специфічних засобів аналізу кредиторської заборгованості, спрямованих на отримання інформації комплексного характеру, достатньої для прийняття рішень щодо глибини кризи неплатежів аналізованого суб'єкту.

З метою удосконалення обліку кредиторської заборгованості за умов її автоматизації, необхідно здійснити наступні заходи:

- застосувати програмний “конструктор” на базі інтеграції функціонального модуля з підсистемами, що пов’язані з фінансовими та виробничими аспектами управління;

- створити інформаційну базу кредиторської заборгованості учасників розрахунків;

- звірити в електронній формі взаємні вимоги та зобов’язання і знайти найбільш раціональні способи погашення взаємної заборгованості;

- провести взаємозаліки, поступово скорочуючи обсяги заборгованості;

- вести облік та звітність проведених взаєморозрахунків.

З кожним роком ситуація покращується і впливають окремі аспекти вирішення тих чи інших питань як в обліку, так в економічному аналізі та аудиті. Проте потрібно вживати ще більше заходів щодо вдосконалення цих надзвичайно важливих аспектів в економічному житті України.

Таким чином, облік кредиторської заборгованості здійснюється з метою недопущення прострочення термінів платежу та доведення заборгованості до висування штрафних санкцій до підприємства. Організована належним чином система розрахунків повинна достатньою мірою відображати та характеризувати господарську діяльність з необхідною конкретизацією. За умов автоматизації необхідно впровадити низку заходів, які забезпечуватимуть економічну стійкість та конкурентоспроможність підприємства.

Список використаних джерел

1. Баліцька В.В. Борги підприємств України: проблеми не розв’язуються / В.В. Баліцька // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 2. – С.49-59.

2. Бутинець Ф.Ф., Давидюк Т.В., Канурна З.Ф., Малюга Н.М., Чижевська Л.В. Бухгалтерський управлінський облік: Підручник для студентів спеціальності “Облік і аудит” / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – 4-те вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП “Рута”, 2012. – 480с.

3. Чумаченко М.Г. Економічний аналіз: Навч. посібник / М.А. Болюх, В.З. Бурчевський, М.І. Горбаток та ін.; За ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. – Вид. 2-ге, перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2010. – 556 с.

ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ В АВТОТРАНСПОРТНОМУ КОМПЛЕКСІ – ЕКСПРЕС-ОБЛІК НАФТОПРОДУКТІВ

Кофанов О. Є., Борисов О. О.,

аспіранти Національного технічного університету України "КПІ"

Наукові керівники: **Ремез Н. С.**, д.т.н., професор, професор,

Кофанова О. В., д.пед.н., к.х.н., професор, професор, кафедра інженерної екології Національного технічного університету України "КПІ"

На думку експертів, на вітчизняному ринку нафтопродуктів існує багато проблем, серед яких, наприклад, певна невідповідність між технологічним рівнем розвитку автомобільного транспорту й стандартами якості нафтопродуктів, а також "відсутність системного контролю з боку держави й нерозвиненість громадських інститутів", що призводить до випуску та реалізації пального невисокої якості [11]. Більш того, вітчизняний автопарк майже за всіма показниками (економічність, надійність, екологічність тощо) відстає від вимог ЄС, що, в свою чергу, призводить не тільки до забруднення довкілля, а й до надмірного використання цінної нафтової сировини.

Шкідлива дія автотранспортного комплексу (АТК) на навколишнє природне середовище спричинена в основному неповним згорянням моторного палива (зокрема, бензину, дизельного палива та ін.). При цьому обсяги й хімічний склад відпрацьованих газів залежать, як правило, від конструкції і марки автотранспортного засобу, виду та якості палива, технології його виробництва, способів подачі паливно-повітряної суміші та режиму спалювання її у двигуні, технічного стану двигуна, кліматичних умов, режиму руху автомобіля, стану автодоріг тощо. Навіть незначні порушення в роботі двигуна можуть у декілька разів збільшити обсяги викидів шкідливих речовин в атмосферу і спричинити зростання в них концентрації таких речовин, як оксиди Карбону і Нітрогену ("парникові гази"), залишкові вуглеводні, сажа тощо.

Проблемі ресурсозбереження у автотранспортному та нафтопереробному комплексах присвячено багато досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Це, зокрема, роботи С. В. Бойченка та І. В. Григоренко [2, 3], М. П. Ковалка, О. М. Ковалка та А. К. Шидловського [6, 10], О. В. Лямцева [9], Г. Л. Рябцева [11] та інших фахівців [1, 4, 7]. Особлива увага приділяється використанню альтернативних енергоресурсів [5], встановленню на автомобілях спеціальних каталітичних конвертерів та інших пристроїв.

Отже, метою дослідження є розробка та апробація експрес-методу обліку та контролю витрат нафторесурсів, зокрема бензину, в автотранспортному комплексі. Це спричинено тим, що за рахунок випаровування при перевезенні, експлуатації та зберіганні моторного палива його втрати, за оцінками фахівців, становлять до 5 %. Це спричинює величезні економічні збитки в масштабах країни, використання надмірної кількості природних ресурсів, а також суттєво погіршує експлуатаційні характеристики моторного палива, оскільки при випаровуванні втрачаються саме найцінніші світлі фракції [8].

З метою зменшення втрат моторного палива, зокрема бензину, при перевезенні, використанні та зберіганні запропоновано експрес-метод його контролю та обліку [8]. Метод полягає у встановленні на модельних системах (гексан–циклогексан–бензен і гексан–циклогексан–толуен) кореляційної залежності між складом бензину та його густиною. Отже, для цього було проведено політермічне денсиметричне дослідження зазначених модельних систем. Модельні системи обиралися таким чином, щоб вони

мали у складі по одному представнику основних гомологічних рядів вуглеводнів – парафінів (гексан), нафтенів (циклогексан) та ароматичних вуглеводнів (бензен або толуен) і відповідали усередненому складу реального автомобільного бензину [12].

Отже, для забезпечення сталого розвитку АТК та ресурсозбереження в цій галузі необхідні спеціальні дослідження, що дають змогу встановити контроль та облік витрат цінного моторного палива. Цієї мети можна досягти різними способами; у даному дослідженні йдеться про політермічне денсиметричне вивчення модельних систем, що моделюють склад автомобільного бензину.

Список використаних джерел

1. Байков Н. Производство и потребление топливно-энергетических ресурсов в XX веке / Н. Байков, И. Александрова // Микроэкономика. – 2001. – № 9. – С. 27–38.
2. Бойченко С. В. Рациональное использование углеводневых топлив: Монография. – К.: НАУ, 2001. – 216 с.
3. Бойченко С. В. Програмне забезпечення для оцінки та прогнозування втрат палив від випаровування в резервуарах / С. В. Бойченко, І. В. Григоренко // Методи та прилади контролю якості. – 2001. – № 8. – С. 96–99.
4. Борьба с потерями нефти и нефтепродуктов при их транспортировке и хранении / Абузова Ф. Ф., Бронштейн И. С., Новосёлов В. Ф. и др. – М.: Недра, 1981. – 248 с.
5. Енергетична стратегія України на період до 2030 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 р. №145-р / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua. – Мова укр.
6. Ковалко М. П. Розвинута енергетика – основа національної безпеки України. Аналіз тенденцій і можливостей / М. П. Ковалко, О. М. Ковалко. – К.: ТОВ "Друкарня «Бізнесполіграф»", 2009. – 104 с.
7. Коршак А. А. Современные средства сокращения потерь бензинов от испарения / А. А. Коршак. – Уфа: ООО “ДизайнПолиграф-Сервис”, 2001. – 144 с.
8. Кофанова Е. В. Контроль расхода автомобильных бензинов по изменению их денсиметрических характеристик / Е. В. Кофанова, А. И. Высоцкий, А. Е. Кофанов // Энергетика : економіка, технології, екологія. – 2010. – № 1 (26). – С. 105–109.
9. Лямцев О. В. Організаційно-економічний інструментарій управління екологізбалансованим розвитком автотранспортного комплексу: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.06 / О. В. Лямцев. – Суми, 2012. – 204 с.
10. ПЕК України на порозі третього тисячоліття / під заг. ред. А. К. Шидловського, М. П. Ковалка. – К.: УЕЗ, 2001. – 400 с.
11. Рябцев Г. Л. Державна політика розвитку ринку нафтопродуктів в Україні: формування та реалізація: монографія / Г. Л. Рябцев ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – К.: НАДУ, 2011. – 415 с.
12. Сафонов А. С. Автомобильные топлива. Химмотология. Эксплуатационные свойства. Ассортимент / А. С. Сафонов, А. И. Ушаков, И. В. Чечкенов. – СПб.:

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ

Красюк А. В.,

студентка групи БО-124 Черкаського державного технологічного університету

Науковий керівник: **Гриліцька А. В.,**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту Черкаського державного технологічного університету

Організація роботи підприємства та облікового процесу починається з формування облікової політики. Ретельно продумана облікова політика забезпечує ефективну фінансово-господарську діяльність підприємства, а також максимальний ефект від ведення обліку. Основою для прийняття рішень про облікову політику має бути формування повної, достовірної, правдивої інформації, яка максимально ефективно розкривала б інформацію про діяльність підприємства для зацікавлених осіб-користувачів.

Питанням розкриття сутності та визначення проблем при складанні облікової політики підприємств присвячено велику кількість праць науковців: Бутинця Ф.Ф., Завгороднього В.П., Леня В.С., Литвина Ю.Я., Кужельного М.В., Сопка В.П. Проте, в контексті розвитку бухгалтерського обліку в Україні згідно міжнародних стандартів та великої кількості змін в законодавстві, виникає необхідність ефективних та оптимальних змін при формуванні облікової політики підприємств [1].

Ефективна та раціональна організація бухгалтерського обліку розпочинається на підприємстві з формування його облікової політики. Облікова політика – це вибір способів ведення обліку з чинних нормативно-правових актів, національних і міжнародних стандартів обліку.

Оскільки кожне підприємство має свої особливості, то при розробці облікової політики необхідно передбачати ті принципи, методи і процедури, які характерні для його діяльності. При цьому правила, які підприємство розробляє самостійно, не повинні суперечити загальноприйнятим вимогам П(С)БО, міжнародним стандартам фінансової звітності (МСФЗ) та іншим нормативним документам з регулювання бухгалтерського обліку.

Формування облікової політики може здійснюватися у кілька етапів: організаційний (перелік і детальна характеристика процедур бухгалтерського обліку); підготовчий (визначення об'єктів обліку та оцінка стану бухгалтерського обліку цих об'єктів); проміжний (робочий) (вибір елементів методології облікової політики (принципів, правил, методичних прийомів, способів і процедур); заключний (оформлення та затвердження розпорядчого документа стосовно обраної облікової політики й способи контролю за її дотриманням).

Формування облікової політики знаходить своє документальне відображення у Наказі про облікову політику підприємства, який після його затвердження набуває статусу юридичного документа. Наказ про облікову політику – це один із внутрішніх документів, що регулює організацію облікового процесу на підприємстві та є обов'язковим для виконання всіма службами і працівниками підприємства. Однак, багато підприємств не поспішають складати такий документ, деякі з них складають його формально, елементи наказу про облікову політику не обґрунтовані й дублюють окремі пункти нормативних документів.

Сьогодні є необхідним переосмислення ролі облікової політики в процесі управління підприємством. Адже, саме управлінська спрямованість облікової політики має сенс, оскільки повною мірою може впливати на процеси господарювання.

З огляду на потребу в здійсненні додаткових заходів щодо забезпечення подальшого стійкого розвитку підприємств в Україні та підвищення ролі їх облікової політики в сучасних умовах господарювання основними шляхами її поліпшення є:

- нормативно-правові акти, які визначають сутність облікової політики в Україні, на жаль, не деталізують її змісту, тому впровадження на практиці здійснюється не системно і не завжди в обсязі, який забезпечує реальний вплив облікової політики на формування витрат і доходів та фінансових результатів;

- розробка та затвердження у П(С)БО єдиної структури наказу про облікову політику для всіх підприємств та типової форми наказу про облікову політику;

- облікову політику підприємств доцільно формувати з урахуванням зарубіжного досвіду, оскільки практика її застосування в різних країнах світу налічує багато років, а Україна лише починає реформування обліку;

- з метою успішного формування змісту наказу про облікову політику доцільно, аби керівники структурних підрозділів підприємств і установ у визначені терміни подавали в бухгалтерію пропозиції та необхідну інформацію щодо діяльності підрозділу.

Отже, реалізація запропонованих заходів сприятиме підвищенню статусу облікової політики на підприємствах, прискорить затвердження та стабілізує її дотримання, що забезпечить подальший розвиток бізнесу в Україні.

Список використаних джерел:

1. Андрусяк В.М. Організація бухгалтерського обліку в контексті облікової політики підприємства // Збірник наукових праць Уманського державного аграрного університету. – Умань, 2007. – Вип. 65, Ч. 2. – С. 13 – 17.

2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 р. № 996-XIV із змінами і доповненнями.

3. Греськів Т.С. Формування та вдосконалення облікової податкової політики підприємства // Держава та регіони. Серія. Економіка та підприємництво. – 2008. – №6. – С. 76 – 78.

4. Подолянчук О.А. Облікова політика та її вплив на доходи сільськогосподарських підприємств // Економіка АПК. – 2008. – №4. – С. 103 – 108.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ЕКСПОРТУ ТОВАРІВ НЕРЕЗИДЕНТУ БЕЗ ВИВЕЗЕННЯ ЗА МЕЖІ МИТНОЇ ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ

Маловічко М. С.,

студентка групи БОСК-127 Черкаського державного технологічного університету

Науковий керівник: **Гриліцька А. В.,**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку, аналізу і аудиту Черкаського державного технологічного університету

Значну роль у розвитку сучасної економіки України відіграє застосування і пристосування міжнародних стандартів і норм, задля поглиблення її участі в європейських та світових інтеграційних процесах. Результатом цієї проблеми повинне бути нарощення кількості підприємств, що здійснюють діяльність у зовнішньоекономічній сфері. Здійснення експортних операцій вітчизняними підприємствами є однією з умов прискорення зростання прибутковості та конкурентоспроможності не лише на міжнародному рівні, а й на національному.

Сьогодні існує велике коло питань щодо провадження зовнішньоекономічної діяльності. Проте актуальним питанням залишається дослідження особливостей обліку експорту товарів без вивезення їх за межі митної території, оскільки існує ряд порушень під час ведення обліку даного виду операцій.

Дослідженням проблем ведення обліку експорту товарів без вивезення за їх митної території України займалися такі вітчизняні вчені як Ф. Бутинець, С. Голов, М. Кужельний, Ю. Кузьминський, В. Лінник, Е. Мних, В. Шевчук, М. Чумаченко, В. Пономаренко, І. Піддубний та інші. Проте, незважаючи на значну кількість наукових робіт з даного питання, до цього часу дослідження особливостей обліку експорту товарів без вивезення їх за межі митної території України залишається на етапі розвитку. Сьогодні, майже перед кожним користувачем облікової інформації у сфері зовнішньоекономічної діяльності постає питання, як правильно і з дотриманням усіх норм чинного законодавства здійснювати ведення обліку експортних операцій без вивезення їх за межі митної території країни.

Згідно основних принципів, які визначенні законодавством України, суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності мають право здійснювати експортні операції у будь-яких формах, передбачених чинними нормами нормативно-правових актів. Відповідно до митного законодавства, експорт – це митний режим, згідно якого товари вивозяться за межі митної території України для вільного обігу без

зобов'язання про їх повернення на цю територію та без встановлення умов їх використання за межами митної території України [1, с. 12].

Як бачимо, даний режим передбачає ввезення або вивезення товарів, тобто перетин кордону України в одному чи іншому напрямку. Виникає питання у можливості та законності здійснення експорту товарів без вивезення, тобто не перетинаючи митний кордон України. Згідно митного та іншого законодавства, не існує норми, яка забороняє здійснювати даний вид операції. Митне законодавство не передбачає до даних видів експортних операцій відповідні режими. А, у Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» під експортом товарів, взагалі, розуміють продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, іноземним суб'єктам господарської діяльності (у т. ч. з оплатою в негрошовій формі) з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України. Звідси слідує, що такі операції є цілком законними і не можуть бути заборонені або обмежені будь-якими підзаконними актами, проте в обов'язковому порядку підлягають валютному контролю.

Головним органом валютного контролю України, що забезпечує виконання уповноваженими банками функції щодо здійснення валютного контролю є Національний банк України [2]. Щодо Державної фіскальної служби, то вона виконує функції фінансового контролю за валютними операціями, які здійснюються резидентами й нерезидентами на території України [3].

Майже кожне підприємство, яке здійснює зовнішньоекономічну діяльність (крім імпорту-експорту товарів) на практиці стикається з отриманням послуг від нерезидентів. Оподаткування податком на додану вартість таких послуг має свої особливості та нерідко викликає труднощі. Отримувач послуг, що постачаються нерезидентами, місце постачання яких розташоване на митній території України, нараховує податок за основною ставкою податку на базу оподаткування. Згідно з податкового законодавства базою оподаткування є договірна (контрактна) вартість таких послуг з урахуванням податків та зборів, за винятком податку на додану вартість, що включаються до ціни постачання відповідно до законодавства [4].

Враховуючи норми цих пунктів ПКУ, а також той факт, що податкові зобов'язання за податковою накладною були відображені в Декларації за поточний рік є попереднім періодом для наступного місяця поточного року, можна зробити висновок щодо можливості включення до складу податкового кредиту суми нарахованого ПДВ на послуги від нерезидента, відображеного як зобов'язання в вересні.

Водночас такі дії підприємства можуть суперечити ПКУ, згідно з яким, отримувач послуг, які постачаються нерезидентами, місце постачання яких розташоване на митній території України, нараховує ПДВ та складає податкову накладну із зазначенням суми нарахованого ним податку, яка є підставою для віднесення сум податку до податкового кредиту у встановленому порядку.

Отже, сьогодні у зв'язку з нестабільним становищем в країні, виникають значні труднощі для функціонування підприємств, які займаються зовнішньою економічною діяльністю у податковому законодавстві. Проте, для спрощення ведення податкового законодавства створюються нові умови, які полегшують ведення бізнесу у сфері зовнішньо-економічної діяльності.

Список використаних джерел

1. Митний кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
2. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 № 959-XII (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
4. Інструкція про порядок здійснення контролю за експортними, імпорнтними операціями, затверджена постановою Правління НБУ від 24.03.1999 № 136 (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
4. Гориславець І.Т. Специфіка організації обліку зовнішньоторговельних операцій без вивезення та ввезення товарів / І.Т. Гориславець // Збірник наукових праць Кременчуцького державного університету ім. М.В. Остроградського. Вип.2. 2013. – ст. 86-91.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ У ЗАКОНОДАВСТВІ УКРАЇНИ

Мартинів І. К.,

аспірантка кафедри бухгалтерського обліку

Науковий керівник: **Уманців Г. В.,**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку, Київський національний торговельно-економічний університет

За роки незалежності нашої держави сформувалася стійка національна система інтелектуальної власності. За весь період її функціонування до державних реєстрів внесено відомості про 20 963 договори щодо розпоряджання майновими правами промислової власності (4 284 договори про видачу ліцензії на використання об'єктів промислової власності (20,4 %), 15 943 договори щодо передачі права власності (76,1 %), 1 096 "відкритих" ліцензій на використання винаходів і корисних моделей (5,2 %). З них: на винаходи – 3 308 (15,5 %), на корисні моделі – 1 132 (5,3 %), на промислові зразки – 1 082 (5,1 %), на знаки для товарів і послуг – 15 798 (74,1 %) [3].

Так, правовідносини в сфері інтелектуальної власності в Україні регулюються окремими нормами цивільного, господарського, кримінального, митного кодексів України, Кодексу України про адміністративні правопорушення та процесуальних

кодексів [4]. На сьогодні, в Україні діють 10 спеціальних законів у сфері інтелектуальної власності (сім законів у сфері промислової власності та три у сфері авторського та суміжного прав), вона є учасницею 60 міжнародних договорів та угод, що ратифіковані Верховною Радою України [1]. Правовідносини, пов'язані з правовою охороною інтелектуальної власності, регулюються також близько ста нормативно-правовими актами.

Враховуючи на кількісний склад нормативно-правового забезпечення функціонування сфери інтелектуальної власності, слід їх структурувати за принципом ієрархії (рис. 1).

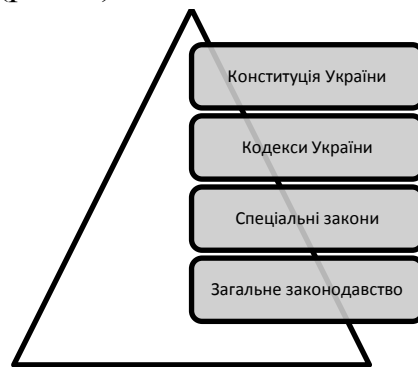


Рис. 1 Ієрархічна структура законодавчої бази у сфері інтелектуальної власності (сформовано автором на основі [5])

Розглянемо кожний елемент ієрархічної структури детальніше. Так, відповідно до ст. 41 Конституції України, кожен має право володіти, користуватися і розпоряджатися своєю власністю, результатами своєї інтелектуальної, творчої діяльності. Ст. 54 регламентовано, що громадянам гарантується свобода літературної, художньої, наукової і технічної творчості, захист інтелектуальної власності, їхні авторських прав, моральних і матеріальних інтересів, що виникають у зв'язку з різними видами інтелектуальної діяльності. Кожним громадянин має право на результати своєї інтелектуальної, творчої діяльності; ніхто не може використовувати або поширювати їх без його згоди, за винятками, встановленими законами. Держава сприяє розвитку науки, встановленню наукових зв'язків України зі світовим співтовариством [2]. Другим елементом ієрархічної структури законодавчої бази у сфері інтелектуальної власності є Кодекси України. Правовідносини в сфері інтелектуальної власності в Україні регулюються окремими нормами цивільного, господарського, кримінального, податкового, митного кодексів України та Кодексу України про адміністративні правопорушення. Наступним елементом ієрархічної структури законодавчої бази у сфері інтелектуальної власності є 10 спеціальних законів:

- у сфері промислової власності: ЗУ «Про охорону прав на знаки для товарів та послуг», ЗУ «Про охорону прав на винаходи та корисні моделі», ЗУ «Про охорону прав на сорти рослин», ЗУ «Про охорону прав на зазначення походження товарів», ЗУ «Про охорону прав на топографії інтегральних мікросхем», ЗУ «Про захист економічної конкуренції»;

- у сфері авторського та суміжного прав: ЗУ «Про авторське і суміжні права», ЗУ «Про розповсюдження примірників аудіовізуальних творів та фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних», ЗУ «Про особливості державного регулювання діяльності суб'єктів господарювання, пов'язаних з виробництвом, експортом, імпортом дисків для лазерних систем зчитування».

Розглянуті законотворчі та нормативно-правові акти слугують базисом для розвитку системи інтелектуальної власності в Україні, хоча і досі мають певні суперечності, що стануть предметом подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Дмитришин В.С. Вдосконалення законодавства у сфері інтелектуальної власності: аспекти правозастосування [Текст] / В. С. Дмитришин // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності [Текст] = Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property : збірник наукових праць : у 2-х т. / ПДТУ. – Маріуполь, 2010. – Т. 1. – С. 6-12.

2. Конституція України від 28.06.1996 р. №254к/96-ВР. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>

3. Офіційний веб-портал Державної служби інтелектуальної власності України (Розділ: Плани та звіти). – Електронний ресурс. – Режим доступу: http://sips.gov.ua/ua/plans_reports.html

4. Паладій М.В. Проблеми нормативно-правового забезпечення функціонування сфери інтелектуальної власності України / М.В. Паладій //Електронний збірник наукових праць «Публічне адміністрування: теорія і практика». – Вип. 2 (6). – 2011. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-02%286%29/index.html>

5. Цибульов П.М., Чеботарьов В.П., Зінов В.Г., Суїні Ю. Управління інтелектуальною власністю / За ред.. П.М. Цибульова: монографія. – К.: «К.І.С.», 2005. – 448 с.

РЕОРГАНІЗАЦІЯ КАСИ: НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ

Новак Р. В.,

студент групи Оа-41 Львівського національного аграрного університету

Науковий керівник: **Гнатишин Л. Б.,**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту Львівського національного аграрного університету

Як відомо Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні від 15.12.2004 р. № 637 [4] встановило новий більш демократичний порядок організації каси на підприємстві. Тому в ході аналізу організації готівкових розрахунків на сільськогосподарських підприємствах були визначені недоліки, які

зумовили наступні пропозиції з ціллю удосконалення організації обліку грошових коштів. Напрямки удосконалення організації обліку грошових коштів представлені на рис.

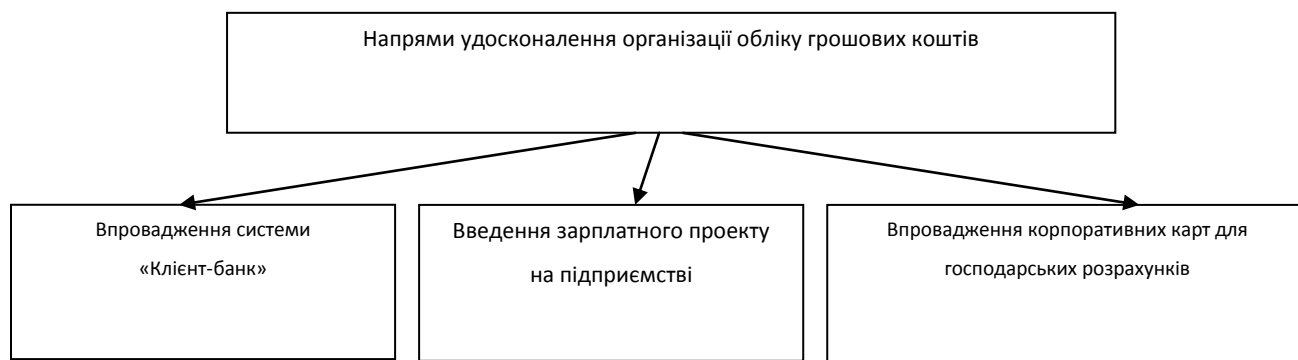


Рис. Напрямки удосконалення організації обліку грошових коштів у зв'язку з реорганізацією каси

Послуги з використанням системи «Клієнт-Банк» банки надають вже протягом 6-7 років. Основною функцією «Клієнт-Банка» є надання можливості підприємству проводити платежі зі свого поточного рахунку в банку, не відвідуючи банк, з офісу підприємства. Крім того, «Клієнт-Банк» дозволяє: прогнозувати грошові кошти на поточному рахунку. Тобто уповноважена особа може, не відвідуючи банк, контролювати рух засобів на поточному рахунку, з'ясовувати особу платника і призначення платежу. Завдяки таким функціям можна, швидко працювати з клієнтами підприємства по факту розрахунків з ними; отримувати документи (виписки та ін.) з поточного рахунку; отримувати щоденні офіційні курси іноземних валют, використовуваних при бухгалтерському обліку операцій; складати довідник своїх клієнтів по платежах і довідник призначення платежу. Ці довідники дозволяють швидше формувати платіжні документи, оскільки вони не потребують в необхідності знов заносити інформацію в кожен документ – готовий шаблон переноситься в платіжний документ з довідників; отримувати від обслуговуючого банку повідомлення про різні послуги банку, поточні процентні ставки з кредитів і депозитів, а також іншу інформацію. Можливе і звернення клієнта до обслуговуючого банку при необхідності. Ця функція дозволяє підприємству і банку обмінюватися потрібною інформацією для подальших дій.

Іншим напрямком удосконалення організації обліку грошових коштів пропонується введення зарплатного проекту на підприємстві. Зарплатний проект представляє собою згоду між банком й підприємством про виплату заробітної плати, премій й інших платежів співробітникам фірми на картки. Підприємство для здійснення деяких видів виплат (заробітної плати, пенсій, соціальної допомоги и т.д.) має право відкрити поточні рахунки фізичним особам, склавши з банком договір про відкриття поточних рахунків на користь фізичних осіб. Процедура перерахування заробітної плати на картки проста. Потрібно за кілька днів до виплати заробітної плати бухгалтерії підприємства надати до банку: платіжні

доручення (на перерахування заробітної плати, комісійної винагороди, сплати податку на доходи фізичних осіб й ЄСВ). Але фінансові установи приймають документи на виплату заробітної плати, лише коли підприємство одночасно подає документи на перерахування в бюджет утриманого податку із доходів або документального підтвердження його сплати раніше. Також треба мати на увазі відомість (реєстр) розподілу заробітної плати. Якщо типова форма не узгоджена, то банк пропонує свій варіант відомості. Відомість завіряється підписами керівника й бухгалтера підприємства. Якщо на підприємстві буде встановлена система віддаленого обслуговування (Клієнт-Банк), то вище описані документи подаються в електронному вигляді.

Ще одним напрямком удосконалення є впровадження на сільськогосподарських підприємствах корпоративних карток. Як тільки грошові кошти потрапляють на картковий рахунок працівника, така сума зараховується як аванс під звіт. На основі корпоративної карти, яка видається юридичній особі, можуть бути видані індивідуальні картки таким особам як головний бухгалтер, керівник або іншим співробітникам. Таким співробітникам можуть бути відкриті персональні рахунки котрі прив'язані до корпоративного карткового рахунку. Підприємство несе усю відповідальність по корпоративному рахунку перед банком, а не індивідуальні власники корпоративних карт.

Основні переваги корпоративних карт: значно полегшується робота бухгалтерії і каси підприємства, оскільки присутність картки виключає необхідність використання каси підприємства; значно зменшуються ризики і витрати, які пов'язані з отриманням, інкасацією і зберіганням готівкових грошових коштів.

Список використаних джерел

4. Вигівська І. М. Електронні гроші в системі управління фінансовими ресурсами підприємства: облікові аспекти / І. М. Вигівська, В. С. Семйон // Науковий вісник Ужгородського університету. Сер. : Економіка . – 2014. – Вип. 3. – С. 173-175.

5. Дерев'янку С. І. Електронні гроші: сучасний стан та перспективи розвитку / С. І. Дерев'янку // Економічний вісник університету . – 2014. – Вип. 22(1). – С. 138-143.

6. Організація бухгалтерського обліку. Навчальний посібник / За ред. В.С.Леня – К. : Центр навчальної літератури, 2008. – 696с.

7. Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні : Постанова правління НБУ від 15.12.2004 р. № 637 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua.

ВИПЛАТИ ПЕРСОНАЛУ: МІЖНАРОДНИЙ ТА НАЦІОНАЛЬНИЙ ПОГЛЯД НА ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ

Овод А. В.

Студентка гр.54 ОЕФ Одеського національного економічного університету

Науковий керівник: **Кубік В. Д.**

ст. викладач кафедри бухгалтерського обліку та аудиту Одеського національного економічного університету

Облік праці і заробітної плати одна із найважливіших і складних ділянок роботи на підприємстві, що потребують точних і оперативних даних. Проблема організації оплати праці на підприємстві є однією з найгостріших. Актуальність проблеми зростає на фоні соціально-економічної кризи в країні. Для більшості населення заробітна плата, яка входить до поточних виплат працівників підприємства, втратила свою відтворювальну та стимулюючу функції і фактично перетворилася на різновид соціальних виплат, не пов'язаних з кількістю, якістю та кінцевими трудовими результатами.

Виплати працівникам – це всі форми компенсації, що їх надає суб'єкт господарювання в обмін на послуги, надані працівниками.

Усі підприємства України мають вести облік відповідно Положення (стандартів) бухгалтерського обліку (ПСБО), а саме вони повинні дотримуватися національного стандарту 26 «Виплати робітникам» [2], але вже незабаром усі підприємства мають перейти на Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) та міжнародні стандарти бухгалтерського обліку (МСБО). Реформування бухгалтерського обліку в Україні розпочалось із прийняття Кабінетом Міністрів України Постанови від 28.10.1998 року №1706 «Програма реформування бухгалтерського обліку із застосуванням міжнародних стандартів фінансової звітності»[1]. Згідно з цією програмою головним завданням було приведення національної системи обліку і звітності до міжнародних стандартів.

У МСФЗ головну роль відіграє достовірність, об'єктивність саме кінцевої інформації – звітності. На відміну від національних стандартів бухгалтерського обліку, які регламентують організацію та ведення обліку, МСБО визначають лише ті принципи, у відповідності до яких формується фінансова звітність. Тобто, на свій розсуд суб'єкт ведення господарства має можливість формувати систему бухгалтерського обліку для управлінських цілей, починаючи від складання власного плану рахунків і закінчуючи визначенням особливостей обліку окремих операцій.

Вирішенню цієї проблеми приділяють увагу багато вітчизняних вчених та практиків. Однак ряд важливих питань щодо порівняльної характеристики міжнародних стандартів та національних положень бухгалтерського обліку залишається дотепер невирішеними. Слід зазначити, що, незважаючи на велику зацікавленість вчених до загальних проблем ведення обліку відповідно до МСФЗ, не всі їх аспекти в достатньо опрацьовані. Тому було би не зайвим дослідити

невідповідності МСБО 19 «Виплати робітникам» та ПСБО 26 «Виплати працівникам» для того, щоб визначити шляхи удосконалення обліку праці на українських підприємствах. Відповідність національних та міжнародних стандартів бухгалтерського обліку наведена у табл. 1.

Таблиця 1

Відповідність міжнародних та національних стандартів бухгалтерського обліку з питань витрат на оплату праці

Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку (МСБО)	Положення (стандарти) бухгалтерського обліку (ПСБО)
1	2
Концептуальна основа, складання та подання фінансових звітів	-
МСБО 8 «Облікова політика, зміни в облікових оцінках та помилки»	ПСБО 6 «Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах»
МСБО 19 «Виплати працівникам»	ПСБО 26 «Виплати працівникам»
МСБО 26 «Облік та звітність щодо програм пенсійного забезпечення»	
-	ПСБО 16 «Витрати»
МСБО 37 «Забезпечення, умовні зобов'язання та умовні активи»	ПСБО 11 «Зобов'язання»

Механізм витрат на персонал в МСБО зафіксовано більш детально, ніж в ПСБО. Питанням відображення витрат на оплату праці у міжнародному обліку присвячено п'ять стандартів, а у національному – чотири.

Більш чітко це прослідковується при порівнянні між собою окремих стандартів на відповідність. Так МСБО 19 [3] визначає п'ять категорій виплат працівникам: короткострокові виплати працівникам; виплати по закінченню трудової діяльності; інші довгострокові виплати працівникам; виплати при звільненні працівників; компенсаційні виплати інструментами капіталу підприємства. В ПСБО 26 чітко визначені тільки поточні виплати працівникам.

Основною рекомендацією в покращенні обліку виплат працівникам є детальна розробка внутрішніх актів, які дадуть можливість бухгалтеру зрозуміти особливості обліку розрахунків за виплатами працівникам. Так основним внутрішнім актом може виступати наказ про облікову політику, де чітко формуються принципи обліку того чи іншого об'єкту обліку з чіткою варіативною інформаційною моделлю організації та ведення обліку [4, с.154], яка має визначатися підприємствами самостійно з урахуванням специфіки діяльності.

Список використаних джерел

1. Постанова КМУ «Програма реформування бухгалтерського обліку із застосуванням міжнародних стандартів фінансової звітності» № 1706 від

28.10.1998р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1706-98-%D0%BF>

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам», затв. Наказом МФУ № 601 від 28.10.2003 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1025-03>

3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 19 «Виплати працівникам» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_011

4. Кубік В.Д. Підходи до визначення категорій «облікова політика» та «облікова оцінка» в сучасній теорії і практиці обліку // Науковий вісник ХДУ. Серія «Економічні науки» вип. 15, ч. 1. – 2015. – С. 152-159. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_15/economic_15_1.pdf

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ

Онiщенко М. О.,

студент групи БОСК-127 Черкаського державного технологічного університету

Науковий керівник: **Гриліцька А. В.,**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку, аналізу і аудиту Черкаського державного технологічного університету

Процес виробництва готової продукції та можливість отримання прибутку від реалізації в сучасних умовах підвищеного рівня конкуренції є головними проблемами роботи будь-якого підприємства. Актуальність дослідження обліку готової продукції визначена в тому, що за сучасних ринкових умов більшість підприємств займаються виробництвом та реалізацією продукції.

В науковій літературі з обліку готової продукції присвячено безліч праць як вітчизняних так і зарубіжних спеціалістів, а саме: Ф.Ф. Бутинця, А.М. Герасимовича, С.Ф. Голова, В.І. Єфименка, І.В. Жиглей, М.В. Кужельного, В.Г. Линника, В.М. Мурашка, Л.К. Сук, В.Я. Савченка, В.В. Сопка, а також зарубіжних вчених: П.С. Безруких, Д. Блейка, Б. Нідлза, В.Ф. Палія, Ч.Т Хон грена. Але, на сьогодні, залишається ще багато невирішених питань.

Готова продукція становить основну частину товарної продукції підприємства. Готова продукція в основному призначена для реалізації, але певна її частина може споживатися на підприємстві [1,с.168]. До неї відносять також виконані для замовників роботи та послуги автотранспорту, ремонтного виробництва, будівельно-монтажні роботи. Якщо на підприємстві, поряд з виробництвом, здійснюють капітальні вкладення, то виконані послуги також відображають в обліку як готову продукцію.

При організації обліку готової продукції основним моментом є визначення її характеру. Згідно з цією ознакою продукцію групують за формою, ступенем готовності та технологічною складністю [2,с.50].

Прийняття Національних стандартів бухгалтерського обліку в Україні визвало потребу по-новому відображати операції з випуску готової продукції та її реалізації. Реалізація готової продукції – кінцева мета діяльності підприємства, по завершенні якої підприємство може визначити результати господарювання та ефективність роботи.

Облік готової продукції здійснюється на основі первинних документів – актів, накладних, відомостей випуску продукції; документів, що засвідчують якість. З використанням комп'ютерної техніки на багатьох виробничих підприємствах прийнято вести облік реалізації готової продукції без застосування узагальнюючих документів [4,с.60]. Однак, вважаємо, цього недостатньо, тому доцільно на підставі первинних документів складати реєстри документів з реалізації готової продукції. Ці реєстри потрібно створювати за напрямками реалізації, видами продукції, покупцями та замовниками. Щоденне заповнення цих реєстрів дасть змогу здійснювати оперативний контроль за реалізацією продукції, застосуванням цін та їх змінами, надходженням виручки.

Аналітичний облік показує готову продукцію за обліковими цінами, а надходження та відпуск готової продукції в синтетичному обліку – за фактичною виробничою собівартістю. При цьому облікові записи в системі рахунків можуть бути різними. Тому вважаємо за доцільне відкрити два субрахунки до рахунку 26 – Готова продукція:

- 261 «Готова продукція за обліковими цінами»;
- 262 «Відхилення облікових цін від фактичної виробничої собівартості готової продукції».

Для того, щоб позбутися розбіжностей в оцінці готової продукції, треба знайти відхилення між фактичною й умовною вартістю продукції після формування калькуляції та скласти такі проведення:

- Дт 26 «Готова продукція»
- Кт 23 «Виробництво»

При виникненні ситуації, коли фактична собівартість готової продукції перевищує умовну вартість, необхідно застосувати метод додаткового запису [3,с.323]. А якщо фактична собівартість виявиться меншою від планової вартості, тоді спростувати такий запис. Вважаємо за необхідне, надходження на склад готової продукції відображати записом:

- Дт 261 «Готова продукція за обліковими цінами»;
- Кт 23 «Виробництво».

Деталізацію рахунків варто здійснювати, максимально відображаючи інформаційну систему управління реалізації продукції. Необхідність виокремлення зазначених субрахунків пояснюється тим, що в аналітичному обліку можливе відображення готової продукції за обліковими цінами, а надходження та відпуск готової продукції в синтетичному обліку – за фактичною виробничою собівартістю; при цьому облікові записи в системі рахунків можуть бути різними.

Таким чином, прийшли до висновків, що однією з складових ефективної організації обліку наявності та руху готової продукції є високий рівень використання облікової інформації для оцінки якісних та кількісних характеристик готової продукції.

Список використаних джерел

1. Вороніна В. Л. Шляхи вдосконалення обліку готової продукції [Електронний ресурс] / В. Л. Вороніна. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.uccu.org.ua>.

2. Заокіпна Н. С. Удосконалення обліку готової продукції та її реалізації [Електронний ресурс] / Н. С. Заокіпна // Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://intkonf.org/zaokipna-ns-udoskonalennya-obliku-gotovoyi-produktsiyi-ta-yiyi-realizatsiyi/>.

3. Петришина Н. С. Проблеми обліку готової продукції та її реалізації [Електронний ресурс] / Н. С. Петришина, Р. В. Перун // ПВНЗ «Хмельницький економічний університет». – 2014. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nie_2014_1_9.pdf.

4. Пушкар М. С. Фінансовий облік / М. С. Пушкар. – Тернопіль: Карт-бланш, 2002. – 628 с.

5. Цебрій М. М. Проблеми обліку готової продукції і її реалізації. [Електронний ресурс] / М. М. Цебрій, В. С. Кравчук // Буковинський державний фінансово-економічний університет. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/19_AND_2013/Economics/7_141614.doc.htm.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ

Откаленко О. М.,

аспірантка кафедри бухгалтерського обліку

Науковий керівник: **Блакита Г. В.,**

д.е.н., професор кафедри бухгалтерського обліку Київського національного торговельно-економічного університету

Сучасні умови господарювання висувають нові вимоги до системи управління діяльністю вищих навчальних закладів державного сектору, які повинні, з одного боку, бути адаптованими до змін зовнішнього середовища, з іншого – сприяти забезпеченню проведення необхідних змін. Розв'язати таке завдання неможливо без удосконалення обліково-аналітичного забезпечення, яке не відповідає вимогам управління і орієнтоване на внутрішньо-системні потреби, розв'язання задач внутрішньо-системного характеру. Загальносистемні задачі залишаються поза полем зору системи обліку, за винятком фінансово-господарської діяльності.

Щодо сутності обліково-аналітичного забезпечення фінансової діяльності вищих навчальних закладів, то – це реєстрація з достатнім рівнем аналітики обліку господарських операцій, які формують доходи, видатки (витрати), фінансові результати діяльності державних ВНЗ, впливаючи на результативність використання отриманих (залучених) цільових коштів; процес вивчення даних фінансової звітності задля оцінки їхнього фінансового стану і результатів діяльності в минулому та прогнозування рівня фінансової стійкості в майбутньому. Основною метою обліково-аналітичного забезпечення вищих навчальних закладів є отримання оперативної, об'єктивної та аналітичної інформації за операціями, що формують рівень фінансової стійкості, у поточному періоді й на перспективу; оцінці досягнутого рівня за попередні періоди функціонування навчальних закладів, прогнозування її рівня в майбутньому, а відтак, попередження та зниження невизначеності, пов'язаної з прийняттям управлінських рішень щодо раціонального використання фінансових ресурсів [1, с. 55].

Обліково-аналітичне забезпечення повинне бути головним елементом інформаційної системи управління ВНЗ. Цього вимагає швидка зміна економічного середовища та існуюча система управління. При формуванні системи обліку та аналізу потрібно дотримуватися певних вимог (рис. 1).

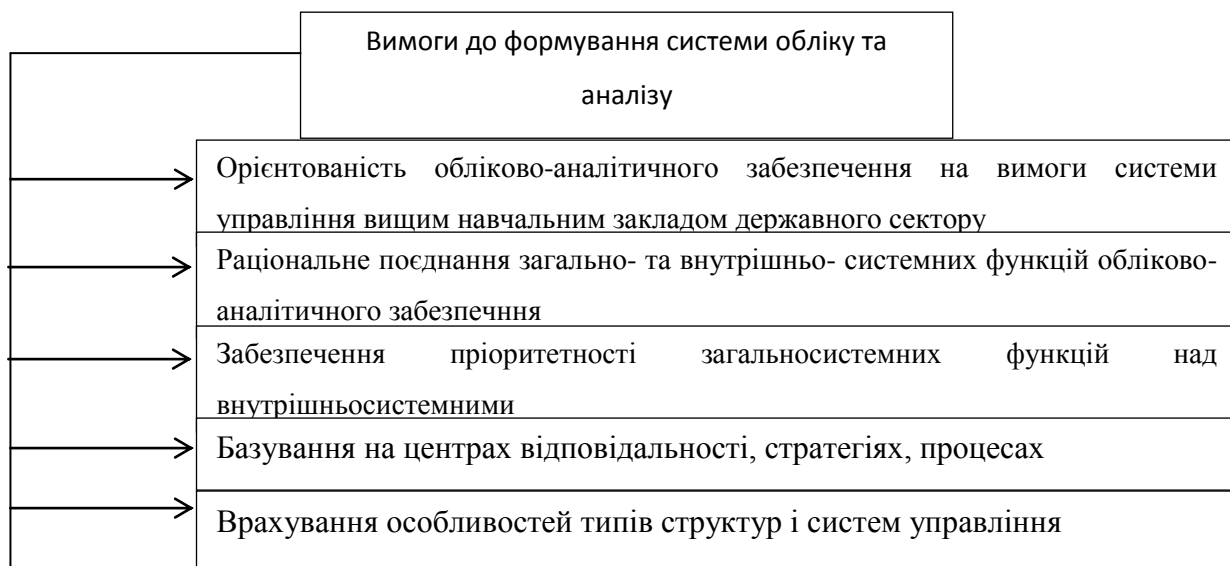


Рис. 1. Вимоги до формування системи обліку та аналізу сучасного ВНЗ державного сектору

Джерело: сформовано автором особисто

Окрім цього, підвищення якості обліково-аналітичного забезпечення формування та використання фінансових ресурсів вищих навчальних закладів повинно здійснюватися виключно в рамках Національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку державного сектору, які набрали чинності з 1 січня 2015 року, Конституції України, Законів України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», «Про освіту», «Про вищу освіту» та інших нормативно-правових актів.

Сучасна методологія виділяє два блоки облікового механізму: управлінський і фінансовий. Такий підхід є обґрунтованим і забезпечує раціональне поєднання свободи дій вищих навчальних закладів і централізованого керівництва шляхом організації обліку та фінансової звітності [2].

Доцільно буде сформувати єдину обліково-аналітичну систему, що об'єднуватиме відображення інформації, яка надходить з різних джерел та забезпечить не лише формування усіх фінансових і не фінансових показників про внутрішні процеси й зовнішнє середовище ВНЗ, а й скоординує інформаційні потоки, зуміє пов'язати різні види інформації, представить їх у вигляді інтегрованої звітності. Центральне місце у цій системі займатиме облікова політика, яка має управлінську спрямованість, тобто її метою є досягнення ефективності управління обліковими та аналітичними процесами, вибір оптимальної системи управління процесами діяльності для досягнення оперативних і стратегічних цілей, а також контроль за цільовим використанням фінансових ресурсів забезпечить якісне кошторисне планування та складання звітності вищими навчальними закладами.

Вдосконалення системи обліково-аналітичного забезпечення вищих навчальних закладів, доцільно здійснювати в сукупності усіх чинників, які мають прямий чи опосередкований вплив на фінансове становище вищих навчальних закладів.

Список використаних джерел

1. Боголіб Т.М. Система і методи фінансового аналізу фінансово-господарської діяльності вищих навчальних закладів / Т.М. Боголіб // Фінанси України. – 2012. – №5. – С.50-62.
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV

ВДОСКОНАЛЕННЯ ПОДАТКОВОГО КОНТРОЛЮ В СФЕРІ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ГРОМАДЯН ВІД ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Пономарьова І. В.,

к.е.н., доцент кафедри оподаткування і соціальної економіки Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля

Система податкового контролю в Україні постійно розвивається, адаптуючись до трансформаційних процесів, що відбуваються в сучасних умовах.

Державний податковий контроль є суттєвим елементом державного регулювання економіки, обов'язковою умовою ефективного функціонування фінансової системи та економіки країни в цілому [1; с. 35-46; 2, с. 38-45]. Його основна мета – сприяння реалізації податкової політики держави в процесі формування і використання бюджетів різних рівнів і цільових державних фондів. Від його ефективності значною мірою залежить економічний добробут держави та її безпека [3, с. 221].

Усі складні штучні системи, до яких з повним правом відноситься і система оподаткування, завжди прагнуть вийти з-під контролю через різні об'єктивні й суб'єктивні причини. Цим тенденціям протистоїть сила управління і насамперед такий його елемент, як контроль. Внаслідок цього ефективність управління багато в чому визначається тим, як налагоджено систему контролю [1, с. 14].

З погляду суті цього процесу контроль являє собою визначення і документування фактичних показників (параметрів плану), порівняння їх з плановими для оцінки результатів діяльності. Крім того, контроль містить в собі комплекс заходів щодо аналізу причин відхилень від запланованих показників з метою прийняття відповідних рішень для проведення коригувальних заходів або зміни первісних цільових настанов і планів.

Податковий контроль як елемент керування процесом оподаткування є необхідною умовою існування ефективної податкової системи. Він покликаний забезпечити зв'язок платників податків з органами державного управління, що наділені особливими правами і повноваженнями з усіх питань оподаткування [4, с. 18-25].

Сьогодні в Україні проводяться реформи у різних сферах, серед яких і податкова. Основні напрями реформ зафіксовані у Стратегії сталого розвитку «Україна–2020», Коаліційній угоді, Програмі діяльності Кабінету Міністрів України, Плану заходів з виконання Програми діяльності Кабінету Міністрів України та Стратегії сталого розвитку «Україна–2020» у 2015 році. Податкова реформа передбачає виконання значної кількості завдань, у тому числі щодо здійснення податкового контролю [5, с. 30].

Зокрема, документально засвідчено, що необхідним є коригування функціонального призначення фіскальних органів шляхом переходу від наглядово-каральної функції до обслуговуючої, що допомагає в нарахуванні та проведенні сплати податків. Актуальним є [5, с. 30] впровадження електронних сервісів для платників податків; зменшення податкового навантаження на заробітну плату з метою її детінізації. Відповідно такі зміни потребують і застосування нових підходів у здійсненні податкового контролю.

Нормативно-правовий зміст реформ у податковій сфері стосується [5, с. 30]:

- удосконалення законодавства, спрямованого на посилення боротьби із схемами ухилення від сплати податків як юридичними, так і фізичними особами, зокрема удосконалення адміністрування податку на додану вартість, формування системи податкового контролю залежно від ступеня ризику діяльності платників податків, забезпечення відкритості доступу до інформації про сплату податків;

- закріплення на законодавчому рівні функції надання узагальнюючих податкових консультацій за Міністерством фінансів України;

- поширення дії Закону України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» на податкові органи;

- законодавчого забезпечення збільшення рівня фінансування місцевих бюджетів (зокрема, шляхом сплати податку на доходи фізичних осіб за місцем провадження підприємницької діяльності (розташування земельної ділянки), укладення соціальних угод між суб'єктами господарювання та органами місцевого самоврядування для фінансування розвитку сільської місцевості;

- удосконалення законодавства щодо оподаткування доходу від операцій з фінансовими інструментами.

Можемо зазначити що контроль за оподаткуванням доходів громадян від підприємницької діяльності відіграє дуже важливу роль. Без податкового контролю платники податку не виконували свої обов'язки. Але слід зазначити що цей контроль не завжди виконує свою пряму функцію, і може спричиняти шкоду юридичній особі чи фізичній особі-підприємцю. Тому треба розробляти такі механізми контролю які об'єктивно висвітлювали порушення підприємця і були прозорі, неможливо було їх двояко трактувати. З боку контролю держава повинно м'яко ставитись до підприємців захищаючи їх права.

Література

1. Миронова О. А. Налоговое администрирование: учеб. пособие / О. А. Миронова, Ф. Ф. Ханафеев. – М.: Изд-во Омега – Л, 2005. – 408 с.

2. Нікітшин А.О. Адміністрування податків в умовах фінансово-економічної кризи / А.О. Нікітшин // Фінанси України. – Київ. – 2010. – № 1. – С. 38-45.

3. Іванішина О.С. Удосконалення адміністрування прямих податків як чинник підвищення їхньої фіскальної ефективності / О.С. Іванішина // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 6. – С. 221-225.

4. Щитнік Ю.О. Перспективні напрями модернізації податкового адміністрування/ Ю.О. Щитнік // Молодий вчений – Херсон: – 2015р. – № 2(17). – С. 18-25.

5. Васюк Ю. М. Податковий контроль в умовах реформ в Україні/Ю. М. Васюк // Аспекти публічного управління. – 2015. – № 3. – С. 27-36 .

ПОДАТКОВА ЗВІТНІСТЬ ДЛЯ ЦІЛЕЙ ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

Проноза Т. О.,

студентка 1 курсу 5 групи Київського національного торговельно-економічного університету

Науковий керівник: **Шаповалова А. П.**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку Київського національного торговельно-економічного університету

У сучасному глобалізованому світі трансфертне ціноутворення займає все помітніше місце. З метою переймання світового досвіду та запровадження нових форм податкового контролю, в українське законодавство також було впроваджено

механізм трансфертного ціноутворення, який почав діяти з 1 вересня 2013 року.[3] За своєю офіційною ідеологією трансфертне ціноутворення має застосовуватися як фінансовий інструмент мінімізації податкових ризиків, головною метою якого є створення ефективної системи протидії використанню бізнесом оптимізаційних схем із залученням офшорів і підконтрольних осіб.

Трансфертне ціноутворення – це система визначення звичайної ціни товарів та/або результатів робіт (послуг) в контрольованих операціях [3]. Основним принципом, що закладений в основу трансфертного ціноутворення в світі є принцип «витагнутої руки» (arm length principle). Цей принцип ґрунтується на припущенні, що якщо компанії пов'язані (відстань між ними мінімальна, ближче витагнутої руки), через такі «близькі відносини» вони застосовують між собою не об'єктивні, ринкові ціни, а «дружні» трансфертні, рівень яких визначається їх спільною податковою політикою. Всі інші незалежні компанії перебувають на відстані витагнутої руки, ціни між ними формує ринок. Таким чином, податок на прибуток у контрольованих операціях стягуватиметься з ринкової (звичайної) ціни операції.

Критерії визнання операції контрольованою наведено в ст. 39 Податкового кодексу України (далі – ПКУ) [1]. Критерії визнання операції контрольованою, які застосовуються з 01 січня 2015 року, наступні:

- ✓ операції визнаються контрольованими, якщо обсяг операцій з одним контрагентом за календарний рік перевищує 1 млн.грн. (до 01.01.2015 р. вартісний критерій становив 50 млн. грн.);

- ✓ операції визнаються контрольованими, якщо загальний дохід платника податку перевищує 20 млн. грн. (до 01.01.2015 р. цей критерій був відсутній);

З 01 січня 2015 р. було виключено з-під контролю внутрішні операції (операції із резидентами-пов'язаними особами не підпадають під контроль).

Отже, з моменту запровадження трансфертного ціноутворення порядок визнання операцій контрольованими зазнав значних змін. Зміни торкнулися багатьох аспектів регулювання трансфертного ціноутворення з урахуванням міжнародного досвіду та покращення поєднання фіскальної та регулюючої функції оподаткування. [4]

Введення трансфертного ціноутворення призвело до необхідності складання відповідної звітності суб'єктами господарювання – платниками податку на прибуток. Так, платники податків, які протягом звітного періоду здійснювали контрольовані операції, зобов'язані подавати до контролюючих органів, інформацію про здійснені контрольовані операції одночасно з поданням декларації з податку на прибуток підприємств (*додаток ТЦ до декларації*). Крім того, платники податків, обсяг контрольованих операцій яких з одним контрагентом перевищує 5 млн. гривень (без ПДВ), зобов'язані подавати *Звіт про контрольовані операції*. Форма Звіту про контрольовані операції встановлюється центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну податкову і митну політику.

На підставі даних звітності контролюючі органи здійснюють податковий контроль за проведенням контрольованих операцій. Коротка характеристика

звітності про контрольовані операції, що запроваджується для звітування за 2015 рік, наведена на рис. 1.

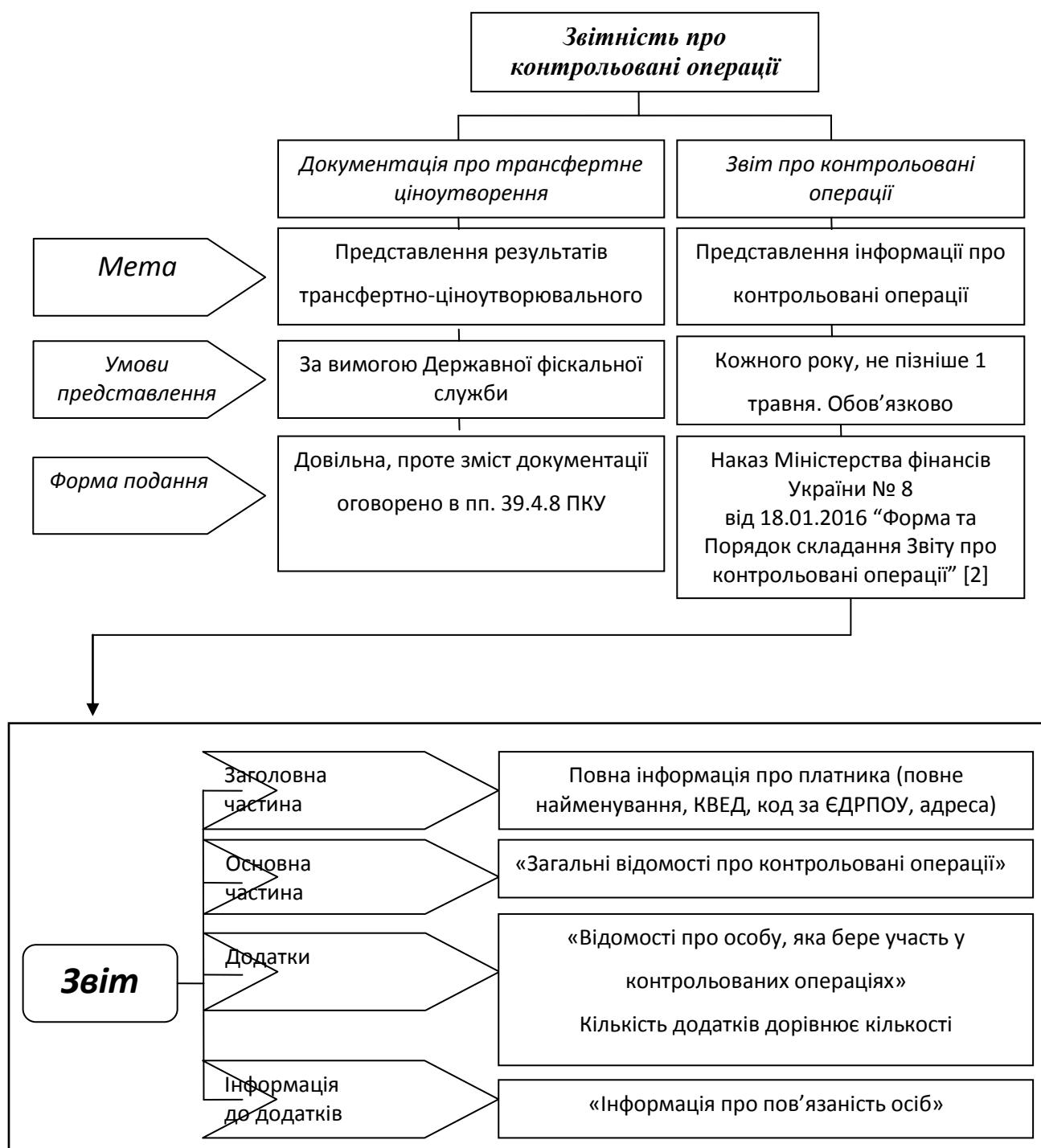


Рис. 1. Звітність про контрольовані операції¹

Отже, запроваджена система податкового контролю потребує своєчасного врахування змін та виконання вимог ПКУ щодо трансфертного ціноутворення. Перед працівниками, що несуть відповідальність за збір, обробку інформації про контрольовані операції та складання відповідної звітності, постає необхідність підвищення кваліфікації для забезпечення контролюючих органів відповідною та достовірною інформацією.

¹ Власна розробка

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України від 08.11.2014 № 2755- XVII – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
2. Про затвердження форми та порядку складання Звіту про контрольовані операції: Наказ Міністерства фінансів України від 18.01.2016 №8 – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0187-16>
3. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо трансфертного ціноутворення: Закон України від 04.07.2013р. № 408 – VII – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/408-18>
4. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо удосконалення податкового контролю за трансфертним ціноутворенням: Закон України від 28.12.2014 №72-VIII. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/72-19>

ДЕЯКІ ПРОПОЗИЦІЇ З УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Руденко С. Г.,

студентка групи Б-14 Харківського державного університету харчування та торгівлі

Науковий керівник: **Польова Т. В.,**

к.е.н., доцент, доцент кафедри економічного аналізу та статистики Харківського державного університету харчування та торгівлі

На етапі інтеграції економіки України до світового економічного простору суб'єкти прагнуть одержати релевантну інформацію про стан і використання основних засобів, які відіграють важливу роль у господарському процесі і мають значну питому вагу в загальній вартості майна [3, с. 40]. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває належна організація обліку, контролю та аналізу операцій з основними засобами.

Анализ трактувань поняття «основні засоби» у економічних джерелах свідчить про відсутність єдиної думки науковців. Мають місце дефініції різні за обсягом, змістом, деталізацією характерних рис [2, с. 153]. Визначення основних засобів за П(С)БО 7 також не вирішує усіх проблем віднесення об'єктів до їх складу. Значна номенклатура та багатоаспектність функцій, що виконуються основними засобами викликає необхідність їх класифікації для потреб управління, фінансування та обліку. На підставі дослідження чинних класифікацій основних засобів вважаємо за доцільне вилучити групу «Капітальні витрати на поліпшення земель» і вести їх облік серед інших необоротних активів (субрахунок 184), що ґрунтується на неможливості чітко сформулювати зміст інвентарного об'єкта такої групи, оскільки він не має матеріально-речової форми, що не властиво для основних засобів.

Розвиток ринкових відносин суттєво змінив мету облікової оцінки основних засобів. На сьогодні серед практиків існує думка, що при оцінці в умовах

інфляційних процесів застосування первісної вартості може призвести до негативних наслідків [4, с. 202]. Через неправильну оцінку виникає неточне обчислення сум зносу основних засобів, перекручування значень показників ефективності використання та прибутку. Вважаємо, що у поточному обліку основні засоби слід періодично переоцінювати за ринковою вартістю. Переоцінка за рахунок врахування інфляційних процесів та впливу науково-технічного прогресу забезпечує правильне відображення основних засобів в обліку і звітності.

У 2011 році наказом Мінфіну було внесено зміни до п.14 П(С)БО 7. Завдяки цьому підприємства отримали право збільшити первісну вартість основних засобів на суму витрат, пов'язаних з поліпшенням та ремонтом об'єкта, визначену у порядку, встановленому податковим законодавством. Проте, ми вбачаємо недолік у нормах п. 14, бо запропонований підхід вирішує проблему лише на перший погляд. Проте може призвести до перекручення даних фінансової звітності через необґрунтовану зміну вартості об'єктів (коли істотні поліпшення, що проводяться у першу чергу, – такі як добудова, дообладнання, модернізація – осідатимуть у витратах, а поточні ремонти з підтримання в робочому стані, навпаки, необґрунтовано збільшуватимуть вартість основних засобів), що навряд чи влаштує користувачів фінансової звітності. Враховуючи це пропонуємо з п. 14 вилучити відповідне речення про збільшення вартості основних засобів на суму витрат, пов'язаних з поліпшенням і ремонтом, визначену у порядку, встановленому податковим законодавством.

Ефективність облікового процесу пов'язана з порядком документування господарських операцій. Враховуючи важливість інформаційної змістовності первинних документів необхідна їх модифікація, яка полягає в усуненні показників, що втратили корисність і доповненні графами з необхідною сучасною інформацією [1, с. 51]. Вважаємо, що підвищить інформативність та аналітичність первинних форм з обліку основних засобів може універсальне джерело інформації щодо окремих об'єктів з моменту їх надходження на підприємство до моменту вибуття (наприклад, «Інвентарна картка – акт обліку руху основних засобів»).

Також потребує удосконалення відображення в обліку господарських операцій з основними засобами. Так, для раціонального ведення обліку розрахунків з постачальниками необоротних активів доцільно до субрахунку 685 «Розрахунки з іншими кредиторами» відкривати аналітичні рахунки за видами необоротних активів залежно від номенклатури об'єктів, що поступають на підприємство. З метою конкретизації відомостей, узагальнених на субрахунку 154 доцільно відкривати рахунки третього порядку залежно від джерел надходження об'єктів. Така деталізація буде корисною для внутрішньогосподарського обліку, а також в аналітичних цілях.

Згідно із Планом рахунків для обліку основних засобів, які не використовуються у господарських цілях та повинні бути реалізовані протягом року передбачено субрахунок 286 «Необоротні активи та групи вибуття, утримувані для продажу», але

він знаходиться у складі рахунку 28 «Товари», який використовується для обліку оборотних активів, а основні засоби обліковувати як запаси вважаємо необґрунтованим, тому для відображення зазначених активів пропонуємо застосувати субрахунок 109 «Інші основні засоби».

Список використаних джерел

1. Зюкова М. М. Удосконалення обліку та аналізу основних засобів (на матеріалах хлібопекарських підприємств Полтавської області) : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.04. / М. М. Зюкова. – Х., 2004. – 184 с.
2. Матушкіна М. П. Генезис категорії «основні засоби» як об'єкта бухгалтерського обліку / М. П. Матушкіна // Молодий вчений. – 2014. – №5(08). – С. 153-155.
3. Стратійчук В. М. Основні засоби та аналіз ефективності їх використання / В. М. Стратійчук, Н. М. Богацька // Молодий вчений. – 2013. – № 2(02). – С. 39-42.
4. Шуліка Ю. О. Удосконалення обліку й аудиту основних засобів на прикладі ДП «Гірник» / Ю. О. Шуліка, О. Г. Лищенко // Держава та регіони : Економіка та підприємництво. – 2010. – №4. – С. 201-205.

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Синьогуб М. В.,

студентка групи БО – 124 Черкаського державного технологічного університету

Науковий керівник: **Гриліцька А. В.,**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту Черкаського державного технологічного університету

В сучасних умовах господарювання при фінансово-господарській діяльності важливе значення підприємство приділяє основним засобам як головному елементу матеріально-технічної бази.

Основні засоби відіграють значну роль у процесі праці, так як вони у своїй сукупності утворюють виробничо-технічну базу і визначають виробничу потужність підприємства. Протягом тривалого періоду основні засоби надходять на підприємство і передаються в експлуатацію; зношуються в результаті експлуатації; піддаються ремонту, за допомогою якого відновлюються їх фізичні якості; переміщуються всередині підприємства; вибувають з підприємства внаслідок недоцільності подальшого застосування.

Тому питання раціональної організації обліку основних засобів є досить актуальним і привертає увагу як практиків, так і теоретиків.

Проблематику в обліку основних засобів вивчали такі науковці та фахівці: Л.В. Городянська, А.П. Панасенко, Т.А. Бутинець, Н.М. Ткаченко, В.Г. Швець та інші.

Згідно П(С)БО 7 основні засоби – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік) [1].

Основні засоби, як підвид та складова необоротних активів, відповідають всім законодавчо визначеним ознакам необоротних активів, проте від інших складових їх відрізняє матеріальна форма, стан, що характеризується придатністю до експлуатації, відсутністю біологічних перетворень. Вони не є заборгованістю, інвестиціями в інші підприємства, вартість основних засобів має бути вище законодавчо врегульованої вартісної межі [3].

Вивчення теоретичних положень, опублікованих праць вітчизняних і зарубіжних вчених свідчать, що облік засобів в останній час дещо ускладнився, а ряд проблем негативно впливають на процес управління виробництвом, знижуючи ефективність використання основних засобів. [2]

До проблем обліку основних засобів можна віднести: різні підходи до термінології та визначення сутності основних засобів у фінансовому обліку й системі оподаткування; проблема оцінки основних засобів; проблеми вдосконалення системи амортизації; проблеми підвищення інформативності первинних документів з обліку основних засобів; проблема інформаційного забезпечення управління матеріально-технічною базою.

Для вирішення найголовніших проблем можна запропонувати наступні шляхи подолання їх:

— вибір оптимальної за складом та обсягом облікової інформації, яка забезпечить реалізацію завдань, поставлених перед обліком основних засобів;

— удосконалення методики обліку надходження основних засобів у системі аналітичних рахунків, що дозволить спростити систему бухгалтерських записів;

— розробка та запровадження раціональних схем документообороту, що дозволять із найменшими затратами трудових, матеріальних та фінансових ресурсів забезпечити своєчасне виконання поставлених завдань;

— удосконалення методики обліку витрат на ремонти основних засобів, що підвищить ефективність управління витратами;

— розробка та запровадження раціональної технології вирішення облікових завдань, що забезпечить злагоджене функціонування облікового механізму.

Отже, важливе значення в дослідженні ефективності використання основних засобів відіграє оцінювання їх сучасного стану, забезпечення адекватної класифікації, виходячи із сучасних умов господарювання, та проведення об'єктивного аналізу.

Список використаних джерел

1. Верхоглядова Н.І., Жигульова К.В. Проблеми сучасного стану обліку

основних засобів: Стаття. ОКВНЗ «Інститут підприємства «Стратегія», м. Жовті Води, Україна, 2013.

2. Гарна С.О., Гончар В.О. Проблеми обліку основних засобів та шляхи їх вирішення: Стаття. Донбаський державний педагогічний університет, 2014.

3. Кудлаєва Н.В., Кравчук В.С. Проблеми обліку основних засобів: Стаття. Буковинський державний фінансово-економічний університет, 2015.

СТРАТЕГІЧНИЙ УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Суплякова О. В.,

студентка групи ОУП-502 Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана КНЕУ

Науковий керівник: **Ходзицька В. В.,**

к.е.н., доцент кафедри підприємницької діяльності Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана

В умовах ускладнення системи взаємозв'язків суб'єктів ринкового середовища зростають обсяги інформації, необхідної для здійснення ефективного управління діяльністю підприємства. Необхідні складові цієї інформації забезпечує система управлінського обліку. Запропоновані вченими у кінці 80-х років нові підходи до формування інформаційного забезпечення, яке якомога більше відповідає сучасному конкурентному середовищу ведення бізнесу призвели до виокремлення так званого стратегічного управлінського обліку [4].

Сучасний стан бізнес-середовища, взаємовідносини покупців, постачальників, інших дебіторів і кредиторів, мінливе економічне середовище засвідчує необхідність прогнозування декількох напрямків розвитку бізнесу. Невизначені умови функціонування висувають перед суб'єктами господарювання необхідність визначення своєї довгострокової стратегії, інформацію для розробки якої може надати стратегічний управлінський облік [2].

Стратегічний управлінський облік – це система обґрунтування управлінських рішень, орієнтована на зовнішнє середовище, яка повинна забезпечити компанії її конкурентну позицію відносно інших учасників ринку, на основі збору необхідної інформації про витрати, ціни, обсяги реалізації, ринкові частки, грошові потоки та наявні ресурси основних конкурентів [4].

Стратегічний управлінський облік є складовою системи управлінського обліку, він є важливою проміжною ланкою між обліковою системою підприємства та системою стратегічного менеджменту, формалізуючи інформаційні запити стратегічного характеру в систему показників стратегічно управлінської звітності для прийняття відповідних рішень. До складу його предмету входить внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства, він використовує власний методологічний інструментарій для формування і представлення інформації, необхідної для прийняття стратегічних управлінських рішень [1].

Необхідність формування облікового блоку стратегічного управлінського обліку зумовлена глобалізацією бізнесу, розвитком інформаційних технологій, мобільністю організаційної структури підприємства, зміною стилю і методів управління.

Реалії сьогодення такі, що сучасні організації повинні задовольняти умові гнучкості, швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища і бути здатними перебудувати не тільки свою власну організаційну структуру, але й структуру випуску. Все це вимагає від менеджменту компанії швидкого реагування в області прийняття стратегічних управлінських рішень.

Своєчасність інформації, її якість та прогнози використання у майбутньому, значною мірою впливає на прийняття правильних управлінських рішень, що надає змогу аналізувати альтернативні аспекти та сприяти можливості мінімізації витрат та максимізації прибутку в управлінні підприємницькою діяльністю підприємств. Ці важливі завдання може вирішити тільки гнучка, оперативна облікова система стратегічного управлінського обліку.

Умови господарювання сьогодення передбачають розподіл управлінського обліку на традиційний управлінський та вкрай необхідний стратегічний управлінський облік, кожен з яких використовує специфічну обліково-економічну базу та має особливі аспекти прийняття ефективних управлінських рішень.

Стратегічний облік представляє собою підсистему стратегічного управління підприємством, яка здійснює інформаційну підтримку процесу прийняття рішень шляхом збирання, реєстрації, аналізу, зберігання і передачі інформації про зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства з метою забезпечення його конкурентоспроможності у короткостроковій та довгостроковій перспективі. Саме забезпечення конкурентоспроможності підприємства у наш мінливий час, в умовах нестабільного економічного середовища, стає головною запорукою ефективного функціонування підприємства, а стратегічний управлінський облік стає одним з головних інформаційних базисів від якого залежить своєчасність, достовірність, надійність прийнятих управлінських рішень [3].

Список використаних джерел

1. Бруханський Р.Ф. Поняття стратегічного управлінського обліку [Текст]. – Інноваційна економіка 4 – 2014 [53].
2. Мошковська О.А. Концептуальні засади стратегічного управлінського обліку [Текст]. – Актуальні проблеми економіки №12 (138), 2012.
3. Рета М.В. Стратегічний управлінський облік: концептуальні засади та використання в системі підприємства [Текст]. – Вісник НТУ «КПІ». 2014. №64 (1106).
4. Ходзицька В.В., Івченко Л.В. Стратегічний управлінський облік в системі комплексного менеджменту суб'єктів господарювання [Текст]. – Облік і фінанси, №1 (63) □ 2014.

ОБЛІК ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ЗАПРОВАДЖЕННЯ МСФЗ В УКРАЇНІ

Тельпіс К. І.

студент гр. 54 ОЕФ Одеського національного економічного університету

Науковий керівник: **Кубік В. Д.**

ст. викладач кафедри бухгалтерського обліку та аудиту Одеського національного економічного університету

Потреба в якісній економічній інформації, що достовірно характеризує фінансові результати, стала невідкладною, особливо в умовах економічної кризи. Але, як свідчить практика, економічна інформація не завжди відповідає вимогам менеджменту. Тому подальше вивчення та вдосконалення методики обліку і визначення фінансових результатів діяльності підприємства є актуальним як для окремих вітчизняних підприємств, так і для економіки нашої країни в цілому. Сьогодні на кожному підприємстві на перше місце ставиться саме результат його діяльності. Саме від повноти та достовірності отриманої керівництвом інформації залежить адекватність прийнятих ними в тій чи іншій ситуації рішень. Формування результатів діяльності, як відомо, безпосередньо пов'язаний з доходами та витратами, які виникають у господарюючого суб'єкта, тобто вони являються визначальними складовими фінансових результатів. Тому їх облік у ринкових умовах набуває стратегічного значення для підприємства.[6, с. 60]

З огляду на це важливого значення набуває необхідність удосконалення обліку загалом й обліку доходів, витрат і фінансових результатів зокрема як найважливіших складових інформаційної системи підприємства. Питанням обліку фінансових результатів підприємства приділяють достатньо уваги як вітчизняні, так і зарубіжні вчені. На сучасному етапі існує багато проблем, пов'язаних з організацією обліку, контролю, формуванням та відображенням у фінансовій звітності результатів діяльності підприємства.

Основними складовими частинами фінансового результату підприємства є доходи та витрати, тому при розгляді актуальних проблем обліку фінансових результатів треба окремо звернути увагу на проблеми їх обліку. Методологічні засади формування інформації про витрати підприємства та її розкриття у фінансовій звітності визначає ПСБО 16 «Витрати». Критичний аналіз сукупності методичних засад щодо класифікації витрат засвідчив, що впродовж останніх років склався класичний підхід до їх застосування. Однак організація і методика обліку витрат потребує вдосконалення за окремими напрямками, зокрема: необхідність уточнення підходів щодо віднесення витрат до конкретної їх складової, уточнення і конкретизація класифікації та обліку витрат звітного періоду, витрат майбутніх періодів та інше. [7, с. 11] Методологічні засади формування та обліку доходів регулюються П(С)БО 15 «Дохід» та ПКУ. Порядок визнання доходів у різних нормативно-правових джерелах наведено в табл. 1.

Порядок визнання доходів у нормативно-правовій документації

Джерело	Порядок визнання	Примітка автора
1	2	3
НП(С)БО №1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [3], ПСБО 15 «Дохід» [4]	Доходи визнаються, як збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників), за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визнана	Національні стандарти обліку дають аналогічні визначення доходів, які слід визнавати лише у разі, якщо їх оцінка може бути достовірно визначена
МСБО (IASB) 18 «Виручка» [5]	Дохід (виручка) – це валове надходження економічних вигід протягом періоду, що виникає в ході звичайної діяльності суб'єкта господарювання, коли власний капітал зростає в результаті цього надходження, а не в результаті внесків учасників	Міжнародний стандарт фінансової звітності визнає дохід як виручку в результаті надходжень, що виникають у ході звичайної діяльності
Податковий Кодекс України. [1]	Доходи – загальна сума доходу платника податку від усіх видів діяльності, отриманого (нарахованого) протягом звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як на території України, й континентальному шельфі у виключній (морській) економічній зоні, так і за їх межами	ПКУ розширює порядок визнання доходів порівняно із бухгалтерськими стандартами, але не конкретизує порядок визнання доходів для цілей обліку та контролю
Господарський Кодекс України [2]	Прибуток (дохід) суб'єкта господарювання є показником фінансових результатів його господарської діяльності, що визначається шляхом зменшення суми валового доходу суб'єкта господарювання за певний період на суму валових витрат та на суму амортизаційних відрахувань	Визнання доходів в ГКУ ототожнюється із визначенням прибутку, що унеможливорює використання даного визначення в обліково-контрольній практиці підприємств

Аналізуючи визначення та порядок визнання доходів і витрат у Національних й Міжнародних стандартах обліку та фінансової звітності, слід зазначити, що вони не тотожні, незважаючи на процес адаптації вітчизняного бухгалтерського обліку до Міжнародних стандартів.

У зв'язку з наявністю проблем в сфері обліку фінансових результатів діяльності підприємства потрібно створити систему обліку і контролю фінансових результатів, спроможну задовольняти запити всіх користувачів облікової інформації, особливо потреби менеджменту.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України від 23.12.2010 р. № 2856-VI (2856-17) зі змінами та доповненнями. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV зі змінами та доповненнями. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» затв. Наказом МФУ № 73 від 07.02.2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» затв. наказом МФУ від 29.11.1999 р. № 290, з останніми змінами 09.12.2011р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>
5. МСБО (IASB) 18 «Виручка». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_025
6. Кубік В. Д. Проблеми обліку доходів на підприємстві у світлі застосування національних і міжнародних стандартів обліку / В. Д. Кубік // Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. – Одеса: Гельветика, 2013. – С. 60-63. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2079>
7. Ямборко Г.А. Визнання і класифікація витрат у системі бухгалтерського обліку // Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. – 2013. – №16. – С. 10-13.

ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДАННЯ ТА ПОДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Ткачук Г. О., Голик Г. О.,

студенти групи БОМ-103 Черкаського державного технологічного університету

Науковий керівник: **Гриліцька А. В.,**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку, аналізу і аудиту Черкаського державного технологічного університету

Фінансова звітність є структурованим фінансовим відображенням фінансового стану підприємства і операцій, що здійснюються ним. Розвиток ринкових відносин в Україні супроводжується змінами економічного, інформаційного і правового середовища. Відповідно до таких процесів змінюються цілі підприємств та значно підвищується роль інформаційного забезпечення в обґрунтовані управлінських рішень. В сучасних умовах для результативної діяльності кожному господарюючому суб'єкту потрібна інформація про економічних партнерів, які є конкурентами у відповідній сфері діяльності. Саме тому виняткова роль належить інформаційному забезпеченню в процесах управління. Вона спричинює підвищену увагу до бухгалтерської фінансової звітності як основного джерела інформації про майновий та фінансовий стан підприємства, а також результати його виробничо-господарської діяльності за звітний період.

Значний внесок у дослідження особливостей складання та подання фінансової звітності в Україні зробили Сопко В. А., Голов С. С., Пархоменко В. О., Зубілевич С. Я., Костюченко О. С., Горайнова Ю. С. та ін.

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [1] державне регулювання бухгалтерського обліку та фінансової звітності здійснюється Міністерством фінансів України. Тому, для отримання роз'яснень із вищезазначеної проблематики, а також у разі виникнення інших питань щодо складання та подання фінансової звітності, слід звертатися до вказаного відомства. Починаючи з першого кварталу 2013 року дещо змінено порядок подання фінансової звітності, а саме – фінансова звітність подається за формами(бланками нового зразка), що наведені у Національному положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затвердженому наказом Мінфіну від 07.02.2013 р. №73 [2]. Міністерство фінансів України наказом №433 від 28.03.2013 р. затвердило Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності [3], які можуть застосовуватися підприємствами, організаціями та іншими юридичними особами усіх форм власності (крім банків і бюджетних установ та підприємств, які відповідно до законодавства застосовують міжнародні стандарти фінансової звітності).

Першим звітним роком для підприємств, що створюються, вважається період з дати набуття прав юридичної особи до 31 грудня включно, а для тих, що набули цього права після 3 жовтня, – до 31 грудня наступного року включно (крім створених шляхом реорганізації). Зміни даних бухгалтерської звітності внаслідок їх перекидання, що належать як до поточного, так і до минулого року (після затвердження цієї звітності), провадяться у тому звітному періоді, в якому були виявлені перекидання відповідно до вимог П(С)БО 6.

НП(С)БО 1 не дає детального опису кожної статті Балансу і Звіту про фінансові результати. Це пов'язано з тим, що розробники нового стандарту прагнули максимально зблизити форми фінансової звітності з нормами МСФЗ, що може спричинити певні ускладнення для тих підприємств, які не використовують

міжнародні стандарти фінансової звітності, оскільки облік багатьох операцій за правилами П (С) БО не збігається з обліком згідно МСФЗ [4]. Отже, фінансова звітність повинна надавати можливість користувачам порівнювати:

- фінансові звіти підприємства за різні періоди;
- фінансові звіти різних підприємств.

Кожний елемент фінансових звітів повинен мати оцінку, за якою він відображається. Проблема вибору оцінки того чи іншого елемента фінансової звітності на практиці реалізується виключно на основі професійного судження бухгалтера-економіста чи іншої особи, наділеної повноваженнями управління. Від вибору оцінки елемента звітності залежить суть відображення інформації про актив, зобов'язання чи складової капіталу, а, отже, і рішення, яке приймається на її основі.

Також можна зазначити, що Н(П)СБО 1 – це черговий крок назустріч міжнародним стандартам фінансової звітності. Проте, даний стандарт в деяких моментах суперечить як вітчизняному законодавству в сфері регулювання бухгалтерського обліку, так і міжнародним стандартам. Тому вже сьогодні постає необхідність у внесенні змін в Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» та П(С)БО, що, цілком можливо, відбудеться вже в недалекому майбутньому.

Список використаних джерел

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV] : за станом на 16.01.2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення 15.11. 2013 р.).

2. Загальні вимоги до фінансової звітності [Національне положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 (Наказ МФУ від 07.02.2013 № 73)] : за станом на 09.08.2013 р. [Електронний ресурс]. – Джерело доступу:<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13> (дата звернення 16.11. 2013 р.)

3. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності. Наказ Міністерства фінансів України від 28.03.2013 №433 : за станом на 17.11.2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://www.auditcnt.com.ua/news/view_news.php?id=399 (дата звернення 17.11. 2013 р.)

4. Національне положення(стандарту) бухгалтерського обліку 1«Загальні вимоги до фінансової звітності» від 28 лютого 2013 р. за № 336/22868) [Електронний ресурс]. – Джерело доступу <http://zakon4.rada.gov.ua/>

5. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку (МСБО 1) Подання фінансової (звітності зі змінами станом на 1 січня 2012 року) [Електронний ресурс]. – Джерело доступу <http://www.minfin.gov>

МОЖЛИВОСТІ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Філенко А. В.,

студента групи БОСК-127 Черкаського державного технологічного університету

Науковий керівник: Гриліцька А. В.,

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку, аналізу і аудиту Черкаського державного технологічного університету

Головною складовою виробничого процесу в різних видах діяльності є готові вироби, виготовлені основними відділами, цехами підприємств і призначені для продажу стороннім замовникам, а також своїм непромисловим господарствам і власному капітальному будівництву.

Важливими завданнями обліку готової продукції та її реалізації є:

1. Вчасне і правильне відображення наявності й руху готової продукції.
2. Контроль за її зберіганням та дотриманням встановлених норм запасів на складах.
3. Вчасне оформлення документів на відвантаження продукції; контроль за платежами покупців за відправлену продукцію.
4. Контроль за дотриманням кошторису витрат і фінансовими результатами.

Відповідно до П(С)БО 9 «Запаси», готова продукція належить до запасів. Готова продукція – продукція (виріб, напівфабрикат, робота, послуга), що повністю закінчена обробкою на даному підприємстві, пройшла всі стадії технічного випробування якщо вимагають відповідні її особливості), відповідає технічним умовам і стандартам, не потребує подальшої обробки на цьому підприємстві і здана на склад. Крім випуску речової продукції (машин, обладнання тощо) підприємство може виконувати певні роботи для інших підприємств або надавати їм послуги. Наприклад, ремонтні роботи, перевезення вантажів своїм автотранспортом та інше [2]. Всі елементи виробничого процесу – сировина, матеріали, паливо тощо, які перебувають на різних стадіях технічного процесу, утворюють незавершене виробництво.

Готова продукція на промисловому підприємстві проходить такі операції:

- випуск продукції з виробництва і здача її на склади;
- зберігання продукції на складах підприємства;
- відпуск продукції на місці місцевим і відправка (відвантаження) іногороднім покупцям;
- відпуск продукції для внутрішніх потреб основних цехів, для збуту продукції (наприклад, тара власного виробництва) та ін.;
- реалізація продукції (одержання грошей від покупців за відпущену продукцію).

Для того, щоб позбутися розбіжностей в оцінці готової продукції, необхідно визначити відхилення між фактичною й умовною вартістю продукції після формування калькуляції, та скласти виправні проводки: Дт 26 «Готова продукція»;

Кт 23 «Виробництво» (якщо фактична собівартість готової продукції перевищує умовну вартість) або сторнувати такий запис.

Слід зазначити, що найбільша кількість помилок в обліку готової продукції при «паперовій» формі виникає на етапі перенесення даних з одного первинного документа до іншого, а також при складанні різноманітних довідок і звітів. Застосування автоматизованого обліку готової продукції дає змогу повністю позбутися помилок такого типу. Вирішення даної проблеми можливе лише при застосуванні автоматизованої форми обліку[4].

Впровадження в обліковий процес комп'ютерної техніки зумовило заміну паперових носіїв інформації технічними з наданням їм, згідно з Положенням про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку, юридичної сили. Автоматизація розрахункових операцій дасть можливість підприємствам заощаджувати свій час, а також гроші за реалізацію готової продукції будуть швидше і саме головне своєчасно перераховуватися з рахунка покупця на рахунок постачальника.

Для вдосконалення обліку готової продукції та її реалізації необхідно розмежовувати витрати на збут, котрі пов'язані з доведенням продукції до споживача та маркетингові витрати, які виникають у зв'язку з вивченням і стимулюванням попиту на продукцію.

Отже, на сьогодні залишається досить актуальною проблема дослідження можливостей програмного забезпечення для автоматизації бухгалтерського обліку готової продукції. Програмне забезпечення має бути досить функціональним та універсальним, тобто воно має враховувати специфіку галузевих особливостей конкретного підприємства. Кожне підприємство має вивчати потреби управлінських підрозділів, формувати оперативні дані у вигляді звітів і використовувати їх для покращення виробництва та реалізації готової продукції.

Список використаних джерел

1. Про електронні документи і електронний документообіг: Закон України від 22 травня 2003 року № 851 – IV.
2. Про електронний цифровий підпис: Закон України від 22 травня 2003 року № 852 – IV.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», затверджене наказом Міністерства фінансів України від від 20.10.1999 № 246, зі змінами та доповненнями. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>.
4. Юнчак Г.Г. Удосконалення обліку готової продукції та її реалізації

НАПРЯМИ СТРАТЕГІЧНОГО ПРОЦЕСИНГУ ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ходзицька В. В.,

к.е.н., доцент кафедри обліку підприємницької діяльності ДВНЗ «Київський економічний університет імені
Вадима Гетьмана»

Ефективне управління в умовах євро інтеграційних процесів в Україні неможливе без принципово ефективного та систематичного механізму прогнозування діяльності компанії на всіх рівнях.

Сьогодні діяльність менеджерів зосереджується на поточних справах, випускаючи з поля зору стратегічні завдання і цілі, зводиться лише до оперативного реагування на виникаючі проблеми, за яким не проглядається довгострокова мета діяльності організації. Як результат, такий підхід призводить до неефективності управління, не даючи досягати своїх головних цілей.

Основними показниками довго – та середньострокового стратегічного розвитку підприємств є :

- дисконтована економічна ефективність фінансових інвестицій в бізнес-план;
- динаміка показників фінансової стійкості, ліквідності, платоспроможності та рентабельності роботи підприємства на всіх етапах реалізації бізнес-плану;

Перерахунок поточних і майбутніх сум в еквівалентній вартості шляхом дисконтування дозволяє визначити цінність проектів на основі поточних і майбутніх витрат і результатів. Підраховані за кожний рік життя проекту, вони дисконтуються, а потім підсумовуються з метою одержання загального показника цінності проекту, на основі якого роблять висновок щодо прийнятності проекту.

Критерії, що використовуються в аналізі інвестиційної діяльності, можна підрозділити на дві групи в залежності від того враховується чи ні часовий параметр: 1) засновані на дисконтованих оцінках; 2) засновані на облікових оцінках. До першої групи відносяться критерії:

- чистий приведений ефект (Net Present Value, NPV);

Цей метод заснований на зіставленні величини вихідної інвестиції із загальною сумою дисконтованих чистих грошових надходжень, генерованих нею протягом прогнозованого періоду.

- індекс рентабельності інвестиції (Probability Index, PI);

На відміну від чистого приведенного ефекту індекс рентабельності є відносним показником: він характеризує рівень доходів на одиницю витрат, тобто ефективність вкладень – чим більше значення цього показника, тим вище віддача кожної гривні, інвестованої в даний проект.

- внутрішня норма прибутку (Internal Rate of Return, IRR);

Під внутрішньою нормою прибутку інвестиції розуміють значення коефіцієнта дисконтування r , при якому NPV проекту дорівнює нулю.

- модифікована внутрішня норма прибутку (Modified Internal Rate of Return, MIRR);
- дисконтований строк окупності інвестиції (Discounted Payback Period, DPP).

Цей метод, що є одним з найпростіших і широко використовуваних у світовій обліково-аналітичній практиці, не припускає тимчасової упорядкованості грошових надходжень. Алгоритм розрахунку строку окупності залежить від рівномірності розподілу прогнозованих доходів від інвестиції. Якщо доход розподілений по роках рівномірно, то строк окупності розраховується розподілом одноразових витрат на величину річного доходу, обумовленого ними. При одержанні дробового числа воно округляється убік збільшення до найближчого цілого. Якщо прибуток розподілений нерівномірно, то строк окупності розраховується прямим підрахунком числа років, протягом яких інвестиція буде погашена кумулятивним доходом.[1, с.441]

До другої групи відносяться критерії:

- строк окупності інвестиції (Payback Period, PP);
- коефіцієнт ефективності інвестиції (Accounting Rate of Return, ARR).

Економічне обґрунтування обраної стратегії є одним із найважливіших процесів для визначення доцільності впровадження стратегії у життя. Так як необдумане рішення може спричинити невиправну перешкоду для майбутнього зростання або, навіть, існування компанії.

Список використаних джерел

- 1.Друрі К. Управлінський і виробничий облік: Пер. з англ.; Підручник. – М.: ЮНІТІ-ДАНА, 2002.
- 2.Уорд Кит. Стратегический управленческий учёт / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. – 448 с.: ил.
- 3.Innes J. Strategic Management accounting, in tones, J (ed.). Handbook of Management accounting, Gee, Ch. 2., – 1998. – 968 p.
- 4.Cooper R., Kaplan R.S. Measure costs right: make the right decisions // Harvard Business Review. – 1988. – September/October – P. 96-103.
- 5.Simmonds K. Strategic management accounting // Management accounting. – 1981. – № 59(4). P. 26-29.
- 6.Simmonds K. Strategic management accounting for pricing: a case example // Accounting and Business Research. – 1982. – № 12(47). P. 206-214.
- 7.Simmonds K. The accounting assessment of competitive position // European Journal of Marketing, Organization and Society. – 1986. – № 12(4). P. 357-374.
- 8.Bromwich M. The case for strategic management accounting: the role of accounting information for strategy in competitive markets // Accounting. Organisation and Society. – 1990. – № 1. P. 27-46.
- 9.Lord B.R. Strategic management accounting: the emperor`s new clothes? // Management Accounting Research. – 1996. – № 7(3). – P. 347-366.

10. Хорнгрен Ч.Т., Фостер Дж. Бухгалтерський облік: управлінський аспект: Пер. з англ./Під ред. Я. В. Соколова. – М.: Фінанси і статистика, 2001.

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Хоменко Я. С.,

студентка групи БОСК-127 Черкаського державного технологічного університету

Науковий керівник: **Гриліцька А. В.,**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку, аналізу і аудиту Черкаського державного технологічного університету

При здійсненні господарюючими суб'єктами виробничо-фінансової діяльності основною метою є досягнення позитивного фінансового результату та пошук шляхів його збільшення. Основою для правильного визначення фінансового результату є науково обгрунтована організація та методика їх обліку. Але у сучасних умовах існує ряд проблем, які пов'язані саме з обліком фінансових результатів, в результаті цього здійснюються викривлення облікових даних [1].

Великий внесок у розробку теорії і методики обліку внесли такі вітчизняні вчені, як Ф. Ф. Бутинець, Л. М. Кідрацька, В. М. Жук. Питаннями з проблем обліку фінансових результатів займались також і зарубіжні вчені, такі, як В. Е. Керімов, Є.П. Козлова, В.Р. Захар'їн.

Сучасний етап бухгалтерського обліку в Україні характеризується рядом проблем відносно узгодженості синтетичного та аналітичного обліку фінансових результатів діяльності підприємства та правильне розмежування між доходами та витратами підприємства, в результаті чого здійснюватиметься і правильне визначення фінансових результатів діяльності підприємства.

Перш за все, основною проблемою бухгалтерського обліку фінансових результатів є неузгодженість між прийнятою класифікацією видів діяльності підприємства та субрахунками рахунку 79 «Фінансові результати». Відповідно до НП(с)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» «Звіт про фінансові результати» розподіляє діяльність на основну, операційну, фінансову, інвестиційну та іншу діяльність. Тому для приведення обліку доходів, витрат і фінансових результатів до єдиної системи важливо звести вищевказану класифікацію з врахуванням визначень передбачених національними стандартами щодо видів діяльності [3].

Так, згідно з визначенням інвестиційної діяльності доходи і втрати від участі в капіталі (рахунок 72 «Дохід від участі в капіталі» і 96 «Втрати від участі в капіталі» відповідно), які на сьогоднішній день відносяться до результатів фінансової діяльності, доцільно віднести до результатів інвестиційної діяльності. Проаналізувавши структуру «Інших фінансових доходів» (рахунок 73) можна зробити висновок, що «Дивіденди одержані» (субрахунок 731) та «Відсотки

одержані» (субрахунок 732) належать до результатів інвестиційної діяльності, оскільки є частиною прибутку отриманого від інвестицій.

Рахунки 74 «Інші доходи» та 97 «Інші витрати» майже в повному складі відносяться до інвестиційної діяльності. Такий висновок підтверджується визначенням інвестиційної діяльності та Інструкцією про застосування Плану рахунків, в якій сказано, що рахунок 74 «Інші доходи» призначено для обліку доходів, які виникають в процесі основної діяльності, але не пов'язані з операційною та фінансовою діяльністю підприємства. Рахунок 97 «Інші витрати» призначено для обліку витрат, що виникають в процесі основної діяльності (крім фінансових витрат), але не пов'язані з виробництвом або реалізацією основної продукції (товарів) та послуг, а також витрат страхової діяльності. Тому потрібно перейменувати, рахунок 74 на «Доходи від інвестиційної діяльності» та 97 «Витрати від інвестиційної діяльності» [2].

Разом з тим, субрахунок 745 «Дохід від безоплатно одержаних активів» доцільно відображати у складі доходів від фінансових операцій. У зв'язку з цим також правомірно було б виділити зі складу рахунків 744 «Дохід від неопераційної курсової різниці» та 974 «Витрати від неопераційної курсової різниці» курсові різниці пов'язані з фінансовою діяльністю і обліковувати їх в складі рахунку 73 «Інші фінансові доходи» та рахунку 95 «Фінансові витрати».

Одним із напрямків удосконалення обліку фінансових результатів слід вважати ділення рахунку 79 «Фінансові результати» на наступні субрахунки: 791 «Результат операційної діяльності»; 792 «Результат фінансової діяльності»; 793 «Результат інвестиційної діяльності»; 794 «Результат іншої діяльності». При цьому слід зауважити, що таким чином надається конкретна класифікація доходів та витрат, які належать до різних видів діяльності [4].

Також можна вважати, що більш обґрунтованим є підхід, коли структура Звіту про фінансові результати відповідає розподілу діяльності на операційну, фінансову та інвестиційну, який використовується у Звіті про рух грошових коштів. Такий підхід виправданий з економічної точки зору, оскільки співставлення показників доходів та витрат за джерелами та напрямками їх утворення дає можливість виявити найбільш прибуткові господарські операції.

Отже, запропоновані зміни в обліку доходів і витрат зроблять суттєвий поступ у вдосконаленні обліку фінансових результатів підприємства України різних форм власності. Який саме шлях обрати, має вирішувати саме підприємство, а це залежить від того, який вид діяльності займає найбільшу питому вагу. Усі ці нюанси слід в першу чергу зазначити в обліковій політиці підприємства.

Таким чином, проведені дослідження з удосконалення обліку фінансових результати діяльності підтверджують необхідність запровадження єдиних класифікаційних ознак і більшої конкретики обліку доходів, витрат.

Список використаних джерел:

- 1.Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський фінансовий облік:підручник/ Ф.Ф. Бутинець. – Житомир:Рута, 2001. – 672с.
- 2.Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку, активів, капітали, зобов'язань і господарський операцій підприємств і організацій, затв. наказом МФУ від 30.11.99р. № 291
- 3.Національне положення стандартів бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності" від 07.02.2013р. № 73
- 4.Пирець Н.М. Особливості обліку фінансових результатів згідно з національними та міжнародними стандартами/ Н.М. Пирець, Я.Б. Панфілова// Економічний простір. – 2012. – № 62. – 228 – 234 с.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ АУДИТУ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Царук В. О.,

студент групи Оа-11СП Львівського національного аграрного університету

Науковий керівник: **Прокопишин О. С.**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту Львівського національного аграрного університету

Задля успішного розвитку аудиту в Україні нині необхідно вирішити низку проблем. Надзвичайно актуальним питанням на сьогодні є аудит на фондовому ринку України. Отож, доцільно розглянути окремі його організаційні аспекти через призму новацій чинного законодавчого та нормативно-правового забезпечення.

Ведення Реєстру аудиторських фірм здійснюється відповідно до рішення НКЦПФР від 25 жовтня 2012 року № 1519 «Про затвердження Порядку ведення реєстру аудиторських фірм, які можуть проводити аудиторські перевірки професійних учасників ринку цінних паперів» (із останніми змінами і доповненнями від 25.03.2014 р. № 340) [4]. У цьому контексті варто відзначити, що аудиторська фірма може проводити аудиторські перевірки професійних учасників ринку цінних паперів винятково за наявності чинного Свідоцтва та після внесення її до Реєстру. Результати діяльності аудиторських фірм, що проводять аудит на фондовому ринку України, невтішні.

Вважаємо, що різке зменшення кількості українських аудиторських фірм упродовж 2012–2013 рр., спричинене: кризовими явищами в економіці України, а відтак – різким зниженням кількості замовлень на проведення аудиту; введенням із 2012 року обов'язковості застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) публічними акціонерними товариствами, банками і страховиками України, а також підприємствами низки галузей, перелік яких затверджує Кабінет міністрів України.

У цьому контексті також важливо відзначити:

1. Лист Аудиторської палати України від 28.02.2014 р. № 01-01-25/95 [1], у

якому Аудиторська палата України (АПУ) пропонує НКЦПФР скасувати вимоги щодо навчання працівників аудиторських фірм, які призвели до подорожчання аудиторських послуг.

2. Рішення НКЦПФР від 05.11.2013 р. № 2514 «Про визначення Методичного центру з питань бухгалтерського обліку та аудиту на фондовому ринку»[5]. Ідеться про: порядок подачі до Екзаменаційної комісії Українського інституту розвитку фондового ринку документів для участі у кваліфікаційному іспиті фахівців з питань фондового ринку; документів для складання іспиту з питань фінансового моніторингу професійних учасників ринку цінних паперів; навчання та атестації фахівців з питань фондового ринку; роботи екзаменаційних комісій та проведення кваліфікаційних іспитів фахівців для атестації фахівців з питань фондового ринку; організації професійної підготовки відповідальних працівників за проведення внутрішнього фінансового моніторингу професійних учасників ринку цінних паперів [4].

3. Рішення НКЦПФР від 08 жовтня 2013 р. № 2187 «Вимоги до аудиторського висновку...» [6]. Тут визначено основні вимоги до формату та структури аудиторського висновку (звіту незалежного аудитора) щодо річної та проміжної фінансової звітності [2; 6].

4. Рішення НКЦПФР 24.10.2013 р. № 2439 «Про схвалення проекту рішення «Про затвердження змін до Положення про особливості організації та проведення внутрішнього аудиту (контролю) в професійних учасниках фондового ринку»[7]. Важливо зазначити, що створення та функціонування служби внутрішнього аудиту в професійних учасниках фондового ринку є реальною та нагальною потребою, позаяк такий підрозділ має бути в компанії власним контролюючим органом задля здійснення прозорості, чесної та законної діяльності професійного учасника. Саме з метою координування такої роботи Комісія і підготувала відповідне положення в новій редакції, що регламентує порядок та принципи створення підрозділу чи посади із внутрішнього аудиту в компанії – професійного учасника фондового ринку [2].

Отже, сфера аудиту фондового ринку України нова, недостатньо досліджена науковцями, проте активно розвивається та вдосконалюється. Про це свідчать зокрема новації в аудиті після переходу на Міжнародні стандарти фінансової звітності.

Список використаних джерел

1. Лист Аудиторської палати України від 28.02.2014 р. № 01-01-25/95 «Щодо вимог Порядку ведення реєстру аудиторських фірм, які можуть проводити аудиторські перевірки професійних учасників ринку цінних паперів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FN000609.html.

2. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nssmc.gov.ua/>.

3. Офіційний сайт Українського інституту розвитку фондового ринку Київського національного економічного університету [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.usmdi.org/index.php>.

4. Рішення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 25 жовтня 2012 року № 1519 «Про затвердження Порядку ведення реєстру аудиторських фірм, які можуть проводити аудиторські перевірки професійних учасників ринку цінних паперів» (із останніми змінами і доповненнями від 25.03.2014 р. № 340) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z2213-12>.

5. Рішення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 05.11.2013 р. № 2514 «Про визначення Методичного центру з питань бухгалтерського обліку та аудиту на фондовому ринку» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nssmc.gov.ua/user_files/law/18459/1384448001.doc.

6. Рішення НКЦПФР 08 жовтня 2013 року № 2187 «Вимоги до аудиторського висновку, що подається до Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку у складі документів для реєстрації випуску та проспекту емісії окремих видів цінних паперів, звіту про результати розміщення акцій (крім цінних паперів інститутів спільного інвестування)» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nssmc.gov.ua/user_files/law/18439/1384161891.rar.

7. Рішення НКЦПФР 24.10.2013 р. № 2439 «Про схвалення проекту рішення «Про затвердження змін до Положення про особливості організації та проведення внутрішнього аудиту (контролю) в професійних учасниках фондового ринку» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pard.ua/uploads/files>.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РЕЗЕРВУ СУМНІВНИХ БОРГІВ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Чорноморець М. В.,

студентка групи БО-124 Черкаського державного технологічного університету

Науковий керівник: **Гриліцька А. В.**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту Черкаського державного технологічного університету

Будь-яке діюче підприємство не може обходитися без заборгованостей. Це можуть бути короткострокові і довгострокові, дебіторські або кредиторські заборгованості. Щодня ці заборгованості трансформуються, але є такі, що залишаються в обліку надовго: сумнівні та безнадійні борги. На сьогоднішній день фігурує чимало актуальних нерозв'язаних проблем, пов'язаних з обліком дебіторської заборгованості. Через це облік дебіторської заборгованості, контроль за своєчасним її погашенням та запобіганням безнадійним боргам посідає особливе місце у колі завдань та функцій управління. Це відповідно обумовлює безперервний

перегляд нормативних актів і регламентуючих документів, створення нових шляхів удосконалення організації та методики обліку розрахунків з дебіторами.

Проблемам обліку дебіторської заборгованості та формуванню резерву сумнівних боргів присвячено ряд праць зарубіжних та вітчизняних учених: Ф. Ф. Бутинця, О.М. Кияшка, Н. М. Семенова, Л. А. Некрасенко, І. А. Бланка, О. Д. Заруби, М. Г. Чумаченка та ін. Зважаючи на результати та не зменшуючи важливість вже проведених досліджень, варто звернути передусім увагу на резервування сумнівних боргів, який постає в ролі обачного механізму впливу на стабілізацію діяльності підприємства. Значимої актуальності приймають також питання обліку довгострокової дебіторської заборгованості згідно з П(С)БО 10 "Дебіторська заборгованість" та резерву сумнівних боргів з метою узгодження даних бухгалтерського і податкового обліку; відсутність в обліку деталізації та співвідношення різних видів дебіторської заборгованості у загальній їх структурі. Вимагають розгляду питання списання безнадійної дебіторської заборгованості.

Для прийняття управлінських рішень вагому роль має повнота і об'єктивність інформації, щодо нарахування та обліку резерву сумнівних боргів. Режим бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості та її відтворення у фінансовій звітності регулюються П(С)БО 10 "Дебіторська заборгованість" та 13 "Фінансові інструменти". Варто зауважити, що сутність дебіторської заборгованості окреслена у цих стандартах неоднаково. За П(С)БО 10 сумнівним боргом є поточна дебіторська заборгованість, щодо якої існує невпевненість її погашення боржником. Поточна дебіторська заборгованість є фінансовим активом (крім придбаної заборгованості та заборгованості, призначеної для продажу) і включається до балансу за чистою реалізаційною вартістю [2]. Для об'єктивного визначення чистої реалізаційної вартості дебіторської заборгованості за товари (роботи, послуги) і розраховується резерв сумнівних боргів. Отже, розмова йде як про заборгованість дебіторів до дати погашення, так і про заборгованість дебіторів, що передбачена для перепродажу. Згідно з п.4 П(С)БО №13 "Фінансові інструменти" дебіторська заборгованість, не визначена для перепродажу, це – дебіторська заборгованість, що створюється внаслідок подання коштів, продажу інших активів, робіт, послуг, безпосередньо боржникові та не є фінансовим активом, призначеним для перепродажу(спекуляцій) [3]. За вимогами П(С)БО 10 і П(С)БО 13 до дебіторської заборгованості, яка на дату балансу оцінюється за чистою реалізаційною вартістю, зараховувати таку, що з'являється в результаті відвантаження продукції, товарів, робіт, послуг, виплати авансів та надання позик.

Внесення змін в діюче законодавство заохочуватиме створення підприємствами цього резерву. Дійсність показує, що більшість підприємств, звітність яких є обов'язковою, не створюють резерву сумнівних боргів, адже: суми, які резервуються, не включаються до валових витрат у податковому обліку, що, в свою чергу, не позначається на зменшенні податку на прибуток [1]; підприємства не хочуть здійснювати додаткові трудові витрати на створення цього резерву.

Отже, впровадження нової ефективної моделі обліку дебіторської заборгованості, призведе до уникнення загрози неплатоспроможності і зменшення показників ліквідності, внаслідок одержання об'єктивної та своєчасної інформації для прийняття найліпших управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. №2755-VI, змінами і доповненнями [Електронний ресурс] // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/>

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 "Дебіторська заборгованість": Наказ Міністерства фінансів України від 08.10.99 р. №237 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0725-99>

3. Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 13 "Фінансові інструменти": Наказ Міністерства фінансів України від 30 листопада 2001 р. № 559 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z1050-01>

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Шмигельська О. С.,

студентка групи ОУП-502 Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана КНЕУ

Науковий керівник: **Ходзицька В. В.,**

к.е.н., доцент кафедри підприємницької діяльності Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана

В зв'язку з сучасними євроінтеграційними процесами посилюється необхідність розроблення і впровадження стратегії, яка дасть змогу оперативно і адекватно реагувати на зміни в зовнішньому середовищі. Впровадження стратегічного управлінського обліку на підприємствах забезпечує якісне прийняття рішень вищим менеджментом підприємства, оскільки він оцінює критичні чинники успіху підприємства, аналізує конкурентів, розуміння їх можливих альтернативних стратегій тощо.

Стратегічний управлінський облік – це система управлінського обліку, спрямована на прийняття стратегічних управлінських рішень” [1, с. 508].

Визначення стратегії як процесу – це прийняття рішення щодо того, як розвивати бізнес загалом та його окремі сектори, як протидіяти конкурентам, яке місце займати на ринку тощо, але функція стратегічного управлінського обліку не обмежується лише його зовнішньою спрямованістю.

Напрямок сучасного підприємства до інтеграції у світове товариство призводить до необхідності формувати облікову інформацію підвищеної якості та корисності.

Стратегічний управлінський облік здійснює інформаційну підтримку прийняття управлінських рішень у всіх п'яти взаємопов'язаних процесах стратегічного менеджменту.

Роль стратегічного управлінського обліку полягає у формулюванні стратегічних напрямів, постановці стратегічних цілей та задач, оцінка сильних і слабких сторін підприємства, узгодження їх з можливостями, наданими клієнтами, і загрозами, представленими конкурентами, у розробленні форм стратегічної звітності, у використанні відповідних методів і прийомів, що залежать від стратегічного позиціонування підприємства, у оцінюванні результатів діяльності та зміні стратегічного плану або методів його реалізації.

В сучасному євроінтеграційному середовищі головною відмінною рисою стратегічного обліку стає те, що пріоритетним напрямком формування інформації в його системі є задоволення інформаційних потреб стратегічного менеджменту.

Ефективність впровадження стратегічного обліку на підприємстві, як необхідного елементу системи управління конкурентоспроможності підприємства, зумовлюється двома ключовими факторами: 1) формуванням загальної системи стратегічного менеджменту підприємств, що потребує переосмислення сучасних підходів до управління; 2) наявності фахівців, які зможуть забезпечити впровадження та функціонування системи стратегічного обліку на вітчизняних підприємствах.

Для стратегічного управління характерні ознаки, такі як визначення параметрів поведінки суб'єкта господарювання на довготривалу перспективу, високий рівень невизначеності, висока ціна, глобальний характер наслідків прийнятих стратегічних рішень. Тому для вибору різного роду стратегій, здійснення розрахунків, складання прогнозів, планування результатів важливим є стратегічний аналіз, роль якого у процесі управління особливо зростає за умов невизначеності майбутніх змін внутрішнього і зовнішнього економічного середовища підприємства, обмеженості ресурсів та необхідна для координації роботи і підтримання стійких конкурентних стратегічних позицій. З огляду на зміст, предмет і методику, стратегічний аналіз діяльності суб'єкта господарювання передбачає певні напрямки досліджень, зокрема: аналіз середовища діяльності підприємства; аналіз цілей, мотивацій, інтересів; аналіз можливостей; аналіз наслідків тощо [3, с. 207].

Управлінський облік сприяє здійсненню організаційної роботи шляхом створення і вдосконалення ефективної системи обміну інформацією та пов'язує обліковий процес із управлінням підприємством на його шляху до успішної реалізації стратегії.

Список використаних джерел

1. Голов С.Ф. Управлінський облік. Підручник [Текст]. – К.: Лібра, 2006. – 704 с.

2. Зозуляк М.М. Взаємозв'язок управлінського обліку та аналізу в контексті стратегічного управління підприємством. – Економічний аналіз. 2015 рік. Том 19. № 2.
3. Мних, Є. В. Економічний аналіз [Текст]: підручник. – К.: Знання, 2011. – 630с.
4. Рета М.В. Стратегічний управлінський облік: концептуальні засади та використання в системі підприємства. – Вісник НТУ «ХПІ». 2014. № 64 (1106).
5. Шевчук В.Р. Стратегічний управлінський облік як система інформаційної підтримки конкурентної стратегії підприємства – Видавництво Львівської політехніки № 722 (2012).



СЕКЦІЯ 3

**ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ
ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЄВРО ІНТЕГРАЦІЙНИХ
ПРОЦЕСІВ**

25 лютого 2016 р.

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ

СУТНІСТЬ БОРГОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Агрес О. Г.,

к. е. н., в. о. доцента кафедри фінансів і кредиту Львівського національного аграрного університету

Боргова політика України – це сукупність дій, пов'язаних із здійсненням запозичень, обслуговуванням і погашенням державного боргу, інших правочинів з державним боргом, а також з регулюванням зовнішніх корпоративних запозичень, які спрямовані на оптимізацію умов залучення позик, забезпечення своєчасного і повного виконання боргових зобов'язань, зменшення видатків бюджету на обслуговування боргу при утриманні допустимого рівня боргових ризиків, на підтримання економічно безпечного розміру державного і зовнішнього сукупного боргу [3, с. 4].

У структуру боргової політики держави включено бюджетний дефіцит і державний борг. Доцільно визначити суть кожного елемента.

Державний борг є важливим макроекономічним важелем регулювання економіки держави, дає змогу втілити обрану економічну стратегію, залучити кошти для вирішення важливих економічних питань та реалізації проєктів. Тому наявність державного боргу не лише у країн із перехідною економікою, а й у високорозвинених країнах має свої об'єктивні причини.

Бюджетний дефіцит і величина державного боргу є найважливішими показниками стану економіки, тому даній проблемі традиційно відводиться велика увага. Бюджетний дефіцит і державний борг тісно взаємопов'язані.

Бюджетний дефіцит – це сума, на яку в даному році видатки бюджету перевищують його доходи. Він відображає певні зміни в національній економіці, у відтворювальному процесі, фіксує результати цих змін.

Нарощення бюджетного дефіциту, коли заборгованість уряду накопичується, приводить в економіці до появи і зростання державного боргу. А його потрібно сплачувати з відсотками.

Згідно Бюджетного кодексу України державний борг визначають як загальна сума заборгованості держави, яка складається з усіх випущених і непогашених боргових зобов'язань держави, включаючи боргові зобов'язання держави, що вступають в дію в результаті виданих гарантій за кредитами, або зобов'язань, що виникають на підставі законодавства або договору [2, с.44].

Основою формування державного боргу є державні позики, що визначаються як кредитні відносини, у яких позичальником чи кредитором є держава або місцеві органи влади. Державні позики є однією з форм залучення грошових коштів на покриття державних видатків і мають соціальний зміст, що визначається природою і функціями даної держави. Державні запозичення характеризуються тим, що тимчасово вільні грошові кошти населення, підприємств, організацій залучаються для фінансування дефіциту державного бюджету через випуск і реалізацію облігацій та інших видів цінних паперів. Державні позики вперше з'явилися в

докапіталістичних формаціях у рабовласницькому суспільстві і мали надзвичайний характер.

Державний борг має економічно обґрунтовані межі. Розмір боргу характеризує стан фінансів держави та економіки у цілому та визначає на скільки є ефективним функціонування урядових структур. Доходи бюджету є джерелом покриття державного боргу. Тож можна сказати, що величина боргу це ніщо інше, як взяті авансом податки, які допомагають розраховуватись з кредитами з виплатою певного відсотку [1, с. 156].

В реаліях української економіки державний борг тісно пов'язаний із економічною безпекою держави, адже поглиблює виникнення не лише фінансових, а й соціально-політичних проблем. Його економічна суть найбільш повно розкривається через виконання наступних двох функцій: фіскальна (залучення потрібних коштів для покриття бюджетного дефіциту); регулятивна (регулювання обсягів грошової маси шляхом проведення НБУ операцій купівлі-продажу державних цінних паперів). Зазначене потребує формування дієвої та ефективної системи управління державним боргом.

Об'єктивним наслідком кредитного співробітництва України з міжнародними фінансово-кредитними інституціями є формування зовнішнього боргу держави перед відповідними установами, який є частиною валового зовнішнього боргу країни.

Таким чином, стратегічною метою державної боргової політики України має стати залучення фінансових ресурсів для ефективної реалізації програм інституційного та інвестиційного розвитку країни із одночасним забезпеченням стабільного співвідношення державного боргу до ВВП. Важливим завданням стратегічного управління державним боргом є також пошук оптимального співвідношення між борговим та податковим фінансуванням бюджетних видатків.

Стрімке зростання зовнішнього боргу спричинить погіршення показників бюджетної безпеки, негативно впливатиме на стан платіжного балансу та інвестиційну привабливість країни, загрожуватиме стабільності грошово-кредитного та валютного ринків.

Для вирішення проблем накопичення державного боргу України та подолання негативних тенденцій боргової ситуації потрібно насамперед скоротити обсяги дефіциту державного бюджету України, що і є основною причиною зростання державного боргу, та визначити єдину спільну методику його розрахунку та обчислення.

З усього вищесказаного можна зробити висновок, що державний бюджет та його дефіцит є важливими питаннями сучасності, що стосуються економічної сторони життя країни. Вони потребують детального обговорення та аналізу.

Список використаних джерел

1. Абрамова Е. С. Проблемні країни ЄС / Е. С. Абрамова – К.: Іффа, 2007. – С.156-157.
2. Боринець С. Я. Моделі організаційного забезпечення управління державним боргом: світовий досвід та перспективи для України / С. Я. Боринець, Л. Могилко // Банківська справа. – 2012. – № 4. – С. 43–51.
3. Федоров В. А. Державний борг як ознака сучасної держави / В. А. Федоров // Актуальні проблеми держави і права. – 2009. – Вип. 50. – С. 444-452.

ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У РОЗВИНЕНИХ КРАЇНАХ

Барбосова Ю. С.,

студентка групи СКБФК-21 Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Науковий керівник: **Осадчук Ю. М.,**

викладач кафедри фінансів Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Обсяг іноземних інвестицій є одним із показників, що характеризує економічний розвиток країни, її конкурентоспроможність, ступінь інтеграції країни у світове співтовариство.

Для комплексного аналізу умов раціонального використання інвестицій застосовується категорія інвестиційного клімату. Під цим терміном розуміється «система правових, економічних, соціальних та інших умов здійснення інвестиційної діяльності в конкретній країні, що роблять істотний вплив на рівень прибутковості і ризику інвестицій».

Розвинені країни мають сформовану економічну та політичну ситуацію, що забезпечує достатній захист іноземних інвестицій. Крім того їх чітка законодавча база цих країн гарантує відсутність дискримінації іноземних компаній: можливість утворення нових компаній, одержання прибутки, врегулювання конфліктів [1, с.3].

Але в умовах нестабільної економічної ситуації транснаціональні корпорації не поспішають вкладати свої кошти або звільняються від зарубіжних активів, замість того, щоб значно розширювати свою діяльність на міжнародному рівні.

Основною проблема інвесторів на сучасному етапі є їх невизначеність, яка пов'язана низкою передбачуваних факторів ризику, зокрема обумовлених кризою єврозони. Крім того виникає багато макроекономічних питань щодо рівня зайнятості, масштабів міжнародної торгівлі і зростання ВВП.

Вперше за весь час в 2014 році країни, що розвиваються, отримали більше ПІІ, ніж розвинені країни. Частка ПІІ на країни, що розвиваються, збільшилася до 52%, в той час, як на розвинені країни припало лише 42% всього обсягу ПІІ. З двадцяти найбільших одержувачів ПІІ в 2014 році дев'ять є країнами, що розвиваються [2].

Заходи державної політики розвинених країн у сфері іноземного інвестування мають відповідати масштабам й напрямкам ринкової трансформації. Необхідно

враховувати сукупність внутрішніх і зовнішніх, суб'єктивних та об'єктивних факторів, що можливо тільки за наявності дієвої системи державного регулювання, а також відповідного науково-методичного й фундаментального забезпечення.

Для створення більш сприятливого інвестиційного клімату органам державного управління необхідно усунути причини можливих невдач проведеної політики, здатних справити негативний вплив на інвестиційний клімат. Це вимагає прийняття таких заходів, як підвищення довіри до політики, зміцнення впевненості компаній у доцільності інвестицій; зміцнення довіри з боку суспільства, необхідного для здійснення заходів щодо вдосконалення політики; забезпечення відповідності заходів політичного характеру місцевих умов [3, с.67].

Покращення інвестиційного клімату збільшить довіру інвесторів до країни, до дій держави в економіці, дасть «сигнал» для довготривалого інвестування.

Список використаних джерел:

1. Білій А. Хронологічний огляд розвитку міжнародної інвестиційної діяльності [Текст] / А. Білій, Д. Гайдай // Стратегія економічного розвитку країн в умовах глобалізації. – 2013. – №3. – С. 3-4.
2. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/category/>
3. Якубовський С. О. Транснаціональні корпорації: особливості інвестиційної діяльності: навч. посібник [Текст] / За ред. С. О. Якубовського, Ю. Г. Козака – Київ : ЦУЛ, 2006. – 488 с.

СТРАТЕГІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ

Бородай А. О.,

студентка групи ФК-12-1 Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського

Науковий керівник: **Ховрак І. В.,**

к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського

Банківські установи, які є невід'ємною складовою фінансової системи країни, здатні впливати на різні сфери національної економіки: фінансову, інвестиційну, виробничу та інші. На думку вчених [1, с. 348], поглиблення процесів фінансової глобалізації, розширення асортименту фінансових послуг, розвиток інформаційних та інноваційних технологій, консолідація банківського капіталу за умов значної нестабільності національної економіки вимагають ефективного управління банківськими установами з метою забезпечення фінансової стійкості кожного окремого банку та гарантування надійності та фінансової безпеки всієї системи в цілому. Тому теоретичні та практичні аспекти формування та реалізації стратегії забезпечення фінансової безпеки банківської установи є актуальними.

Стратегія є концептуальною основою діяльності банківської установи, дозволяє досягати визначних пріоритетних цілей щодо забезпечення фінансової безпеки на основі оптимального розподілу банківських ресурсів. Також важливо визначити характер взаємодії банку із внутрішніми та зовнішніми зацікавленими особами, здатними ініціювати загрози. На нашу думку, ефективна стратегія дозволить підвищити платоспроможність, ліквідність та фінансову стійкість банківської установи, що, в свою чергу, забезпечить зростання прибутковості діяльності та підвищить конкурентоспроможність на ринку банківських послуг. Особливості процесу розробки та реалізації даної стратегії представлено на рис. 1.



Рис. 1 Концептуальна схема формування та реалізації стратегії забезпечення фінансової безпеки банківської установи

Отже, стратегія забезпечення фінансової безпеки банківської установи має передбачати розробку системи заходів протидії негативного впливу потенційних загроз з врахуванням впливу як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Також при розробці стратегії важливо враховувати стадії життєвого циклу банківської установи.

Список використаних джерел

1. Khovrak I. V. Estimating the level of financial safety in banking institutions / I. V. Khovrak, M. V. Petchenko // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 2 (164). – С. 347-354.

ВПЛИВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ І ФІНАНСОВУ БЕЗПЕКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Васюхник Т. М.

студентка групи ОА-51 Львівського національного аграрного університету

Науковий керівник: **Миرونчук З. П.**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту Львівського національного аграрного університету

В сучасному світі інвестування, перерозподіл капіталу, у великій мірі залежить від фінансової звітності. Фінансова звітність як вершина бухгалтерського обліку є своєрідною мовою бізнесу, про це заявляв Василь Леонт'єв на початку минулого століття, у 60-ті роки з трибуни ООН говорив президент Кенеді і це взяли за озброєння передові країни світу. Суть успішної капіталізації компаній Google, Facebook та інших, у значній мірі пов'язана з професійним відношенням до складання і презентації фінансової звітності.

Міжнародні стандарти фінансової звітності, на які переходить Україна дозволяють і нашим підприємствам, їх бухгалтерам і фінансистам досягати своїм професіоналізмом подібних результатів. Але вітчизняні підприємства, в тому числі і аграрного сектору таких можливостей не використовують, в тому числі і через відсутність їх наукового адаптування до вітчизняних реалій [1. с.248].

Багато вчених науковців присвячували свої дослідження питанню інвестиційної привабливості та фінансової безпеки сільськогосподарських підприємств, проте дослідження цих проблем в контексті врахування впливу фінансової звітності на інвестиційну привабливість і фінансову безпеку не проводились.

У даному випадку запозичення методів, методик, інструментів, принципів фінансової та бухгалтерської спеціалізації, дозволяє значно посилити наукове забезпечення у вирішенні проблеми фінансової безпеки та інвестиційної привабливості [2. с.153].

Необхідно більш ретельно проводити дослідження даних проблем, а також розробити методологічні підходи та методичні інструменти посилення інвестиційної привабливості та фінансової безпеки сільськогосподарських підприємств за рахунок облікової політики та фінансової звітності (фінансово-облікових технологій) та професіоналізму бухгалтерів і фінансистів. Вивчення стану представлення у фінансовій та іншій економічній звітності інвестиційної привабливості та фінансової безпеки аграрних підприємств засвідчує наступне [3. с.258].

У порівнянні з розвинутими країнами структура балансів наших підприємств є деформованою та інвестиційно непривабливою з причин непередставлення ряду важливих капіталів (рис.1).

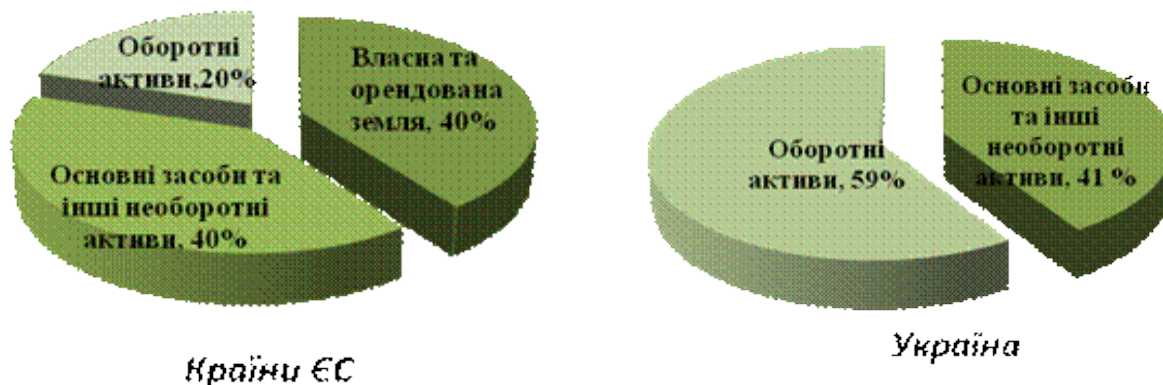


Рис. 1. Відображення капіталу (активів) у фінансовій звітності

Як видно з рисунку в країнах ЄС земля, як власна так і орендована, в структурі активів займає 40%, тоді як у вітчизняних балансах вона взагалі відсутня. З іншої сторони існуюча фінансова та статистична звітність несе загрози для фінансової безпеки галузі в цілому та підприємств зокрема. Для вирішення проблем інвестиційної привабливості та фінансової безпеки необхідне застосування нових обліково-фінансових технологій. Інститутом обліку і фінансів НААН розроблені такі технології у вигляді методологічних підходів та методичних рекомендацій, що включені у програмний продукт САРА (*Certified Agricultural Professional Accountant*- Сертифікований професійний бухгалтер АПВ) [4. с.14].

Економічні служби підприємств, в особах бухгалтерів і фінансистів, не менше ніж виробнича сфера (агрономи, зоотехніки) можуть впливати та інвестиційну привабливість і фінансову безпеку за рахунок освоєння інноваційних обліково-фінансових технологій, як це є у розвинутих країнах.

На рівні підприємств застосування новітніх обліково-фінансових технологій дозволяє разом з посиленням фінансової безпеки значно збільшити інвестиційну привабливість.

Список використаних джерел

1. Барановський О.І. Фінансова безпека: [монографія]/ О.І.Барановський. – К.: Фенікс, 2000.–338с.
2. Бланк І. А. Управління фінансовою безпекою підприємства / І. А. Бланк. – К.: Ніка-Центр, Ольга. – 2004. – 784 с.
3. Інвестиційна привабливість аграрно-промислового виробництва регіонів України / П.Т.Саблук, М.І.Кісіль, М.Ю.Коденська та ін.; За ред. М.І.Кісіля, М.Ю.Коденської. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 478с.
4. Лупенко Ю.О. Фінансування інвестицій в сільськогосподарське виробництво / Ю.О.Лупенко, Є.І.Лупенко // Економіка АПК. – 2010. – №10. – С.122-125. 8.Папехін

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОРТФЕЛЯ ЦІННИХ ПАПЕРІВ БАНКУ

Глушишина Ю. І.,

студентка групи СКБОА-21 Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Науковий керівник: **Осадчук Ю. М.**,

викладач кафедри фінансів Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Формування портфелю цінних паперів для комерційного банку має досить велике значення, оскільки, надає йому можливість вирішення специфічних інвестиційних завдань. За допомогою портфелю цінних паперів може здійснюватися управління банківською ліквідністю, компенсація кредитного ризику за портфелем банківських позик, географічна диверсифікація активів, забезпечення гнучкості банківського портфелю активів за умови високої ліквідності на ринку цінних паперів, досягнення оптимального співвідношення між ризиком і доходом [2].

В умовах ринкової економіки, що розвивається, усе більше зростає інтерес до питань інвестиційної діяльності комерційних банків. Інвестиційні операції банку – це діяльність, пов'язана з вкладенням грошових та інших ресурсів у цінні папери, статутні фонди, нерухомість, колекції, дорогоцінні метали, коштовності, ринкова вартість яких здатна зростати, приносячи банку доходи. Необхідність інвестиційних операцій пов'язана з розширенням дохідної та клієнтської бази банку і створенням структури їхнього комплексного обслуговування, зміцнення конкурентної позиції банку на ринках та зниженням загального ризику банківської діяльності.

Розроблення інвестиційної політики банку є досить складним і важливим процесом для формування портфелю цінних паперів.

Портфель цінних паперів банку є сукупністю усіх придбаних банком цінних паперів, паїв та вкладень в інші компанії, які здійснені за рахунок коштів, що перебувають у розпорядженні банку, з метою отримання доходів у вигляді відсотків, дивідендів, прибутків від перепродажу та інших прямих і непрямих доходів. Портфель цінних паперів формується відповідно до принципів ризиковості, прибутковості, безпечності [3].

Розрізняють такі основні види портфелів цінних паперів банку: операції з цінними паперами в торговому портфелі; операції з цінними паперами в портфелі на продаж; операції з цінними паперами в портфелі до погашення; інвестиції в асоційовані та дочірні компанії.

Проаналізувавши портфелі цінних паперів банків в Україні, варто зазначити, що найбільшу питому вагу складають торгові цінні папери. За результатами 2015 року обсяги торгових цінних паперів та цінних паперів в портфелях банків на продаж збільшились на 49,41% (5,77 млрд. грн.) та на 13,32% (8,91 млрд. грн.). Аналізуючи

ж цінні папери в портфелі банку до погашення можна відзначити, що не було чіткої тенденції до збільшення [1].

За 2015 рік найбільшу частку в портфелі банку займають цінні папери на продаж, а найменшу інвестиції в асоційовані і дочірні компанії.

Очевидно, що структура ринку цінних паперів впливає на процес формування та якісний склад портфеля цінних паперів комерційних банків.

Список використаних джерел:

1. Дані фінансової звітності банків України [Електронний ресурс]: за даними сайту Національного банку України. – Режим доступу: http://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=64097
2. Куц О. О. Аналіз динаміки та структури портфелю цінних паперів комерційних банків України [Електронний ресурс] / О. О. Куц // Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=860>
3. Процес формування портфеля цінних паперів [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://buklib.net/component/option,com_jbook

ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ В КРАЇНАХ З ПЕРЕХІДНОЮ ЕКОНОМІКОЮ: ІНСТИТУЦІЙНИЙ ПІДХІД

Головченко О. Р., Тарасюк К. В.,

студенти групи 45-ЕП Первомайського політехнічного інституту НУК ім. адмірала Макарова

Науковий керівник: **Філіпішина Л. М.,**

к.е.н., доцент кафедри економіки і організації виробництва Первомайського політехнічного інституту Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова

В області сучасних економічних досліджень іноземні інвестиції відносяться до одного з найбільш дискусійних питань. Наявність безлічі точок зору з проблеми суті, форм, ролі іноземних інвестицій в економічному розвитку країн указує на важливість і актуальність вивчення даного питання. Проблема ролі іноземного капіталу в проведенні інституціональних перетворень у країнах з перехідною економікою відноситься до числа недостатньо розроблених в економічній літературі. Об'єктивна тенденція приєднання країн з перехідною економікою до міжнародної системи руху капіталу та використання закономірностей світового досвіду в залученні іноземного капіталу належить до характерних рис сучасного етапу розвитку.

До позитивних рис залучення іноземного капіталу слід віднести вищий рівень заробітної плати, що надається багатонаціональними фірмами своїм філіям у країні-реципієнтови інвестицій. Наприклад, в Угорщині і Ірландії робочі отримують додаткову компенсацію, яка складає 53 % від сукупного рівня заробітної плати в промисловості, причому такі дочірні компанії складають 13 % і 16 % відповідно від загального числа фірм-виробників. Іноземні фірми витрачають значні засоби на

розвиток НІОКР, які досягають 12 % у США, близько 20 % у Франції і 40 % у Великобританії. Оцінюючи внесок менеджера у діяльність сучасної компанії, зарубіжні вчені Е. Хаген, Р. Мерріс прийшли до висновку, що максимізації прибутку більше не є мотивом його ефективної діяльності. Єдиною метою менеджера є забезпечення максимізації темпів зростання виробництва [2].

Зниження рівня продуктивності, нерозвиненість ринкового механізму, розрив економічних зв'язків, як результат відставання в розробці і застосуванні новітніх технологій у виробництві, відносяться до визначальних чинників, типових для даної інституційної системи. На зниження інвестиційної привабливості в країнах СНД впливає відсутність історичних традицій у функціонуванні ринкових відносин, які визначають правила і норми поведінки економічних суб'єктів.

Ефективний економічний порядок означає знаходження стійкої відповідності між індивідуальними і суспільними результатами економічної діяльності. Раціональне функціонування цілісної інституційної системи досягається шляхом забезпечення правових гарантій суб'єктам суспільства. Дослідження різних інституційних напрямів підтверджує необхідність комплексної розробки загального синтетичного підходу. У загальному випадку він повинен ґрунтуватися на найбільш значущих методологічних принципах усіх розглянутих вище концепцій. Пануюча система прав власності визначає форми використання обмежених ресурсів і способи отримання доходу в економічній системі. Інститути розрізняються залежно від визначення прав власності і їх використання. При раціональному визначенні прав власності вони створюють стимули для працівників. У разі невизначеності інститутів мотивація діяльності економічного суб'єкта знижується. Визначаючи мотивацію економічної діяльності, Д. Норт писав: «Країни третього світу бідні унаслідок наявності інституційних обмежень, що існують у формі виплат за політичну і економічну діяльність, що не заохочує виробничу діяльність» [3].

У країнах СНД існуюча система прав власності не забезпечує економічні стимули для ефективної роботи. Неузгодженість системи майнових прав, невизначеність, високі трансакційні витрати перешкоджають іноземним інвесторам вкладати капітали до України. До типових якостей сучасних організаційно-економічних структур суспільства в країнах з перехідною економікою відносяться бюрократія, корупція і панування олігархічних груп [1].

Діяльність держави по отриманню додаткової ренти від використання економічних ресурсів привела до ліквідації конкуренції. Як наслідок, окремі економічні агенти прагнуть дістати доступ до отримання такого прибутку, що приводить до втрати значної частини національного багатства. На рівні держави відсутній механізм регулювання потоків ресурсів, товарів і послуг. Держава не забезпечує ефективне функціонування цілісної економічної системи. Нормативні акти і закони в такому суспільстві не виконують функцій контролю і нагляду правомірністю поведінки підприємця. Відсутність нових двосторонніх міжнародних угод є причиною існування правової нестабільності в суспільстві. Часті зміни урядів

ведуть до втрати упевненості, стабільності при ухваленні рішень іноземними інвесторами. Вивчення і систематизація інституційних теорій інвестицій дозволяє розширити традиційні рамки дослідження, включивши інституційний чинник. На зміну односторонньому підходу багатьох західних учених, що трактують інвестиції з техніко-економічних позицій, прийшло нове їх інституційне розуміння, що включає норми, правила поведінки суб'єктів, інститути тощо.

Список використаних джерел

1. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність: Навч. пос. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 376 с.
2. Пересада А. А. Інвестування: Навч. посібник / Київський національний економічний ун-т. – К.: КНЕУ, 2004. – 252 с.
3. Прямі іноземні інвестиції в Україну [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2009/zd/ivu/ivu_u/ivu0409.html>.
4. Соціально-економічні показники розвитку України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <<http://www.mfa.gov.ua/georgia/ua/10887.htm>>.

КРЕДИТНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Гринишин О.

студентка групи Фін – 11 СП Львівського національного аграрного університету

Науковий керівник: **Верзун А. А.**

к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту Львівського національного аграрного університету

Формами фінансово-кредитного забезпечення діяльності сільсько-господарських підприємств є самофінансування, кредитування та бюджетне фінансування. З огляду на специфіку сільськогосподарського виробництва, кредитування – це важливе та вагоме джерело фінансування господарської діяльності. Без використання кредитних ресурсів сільськогосподарським підприємствам практично неможливо здійснювати свою діяльність з дотриманням технологічних вимог.

Нажаль, фінансово-кредитні установи з невеликою охотою кредитують галузь сільського господарства. Руда Л.О. стверджує, що сільське господарство є кредитомісткою галуззю і залучення кредитних ресурсів є просто необхідне для його нормального функціонування. Проте сільськогосподарським підприємствам порівняно з підприємствами інших галузей важче отримати доступ до кредитних ресурсів внаслідок таких причин як: низька рентабельність та нестабільний рух готівки в сільському господарстві, дефіцит ліквідних гарантій, високі процентні ставки, незначна кількість філій комерційних банків у сільській місцевості та інші. Це загальна слабкість та обмежений характер фінансового ринку України [1, с. 192].

В свою чергу Г. Пиріг, серед факторів, які стримують розвиток банківського кредитування сільського господарства вказує і відсутність практики страхування

неповернення кредитів, а також високі відсоткові ставки, відсутність ліквідної застави, нерозвиненість ринку застави коштів для банків, відсутність надійного позичальника, відсутність гарантій повернення кредиту, високий рівень витрат банків із надання послуг, відсутність практики страхування неповернення кредитів тощо [2, с. 106-107].

Витрати сільськогосподарських підприємств матеріалізують у собі спожиті джерела фінансування господарської діяльності. Дослідивши частку кредитних ресурсів у собівартості продукції, ми встановимо їх роль у фінансуванні господарської діяльності сільськогосподарських підприємств.

Таблиця 1.

Місце кредитних ресурсів у фінансово-кредитному забезпеченні діяльності сільськогосподарських підприємств Львівської області*

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	201 3 р.	201 4 р.	2014 р. до 2010 р., (+,-)
Витрати на виробництво продукції сільського гос-подарства, млн.грн.	1048,1	1400,8	1873,9	2357	3600,7	2552,6
Загальний обсяг кредит-них ресурсів, всього, млн. грн	178,6	238,6	361,9	383,8	449,7	271,1
Частка кредитних ресурсів у витратах на виробництво продукції сільського гос-подарства, %	17,0	17,0	19,3	16,3	12,5	-4,5
Коефіцієнт автономії	0,51	0,47	0,41	0,36	0,34	-0,17

* Джерело: За даними Головного управління статистики у Львівській області та Департаменту агропромислового розвитку ЛОДА

Аналізуючи результати розрахунків проведених у наведеній таблиці ми можемо зробити висновок про те, що частка кредитних ресурсів у структурі витрат на фінансування виробництва продукції сільського господарства є незначною та скорочується протягом періоду дослідження.

У 2010 р. за рахунок кредитних ресурсів, як джерела фінансово-кредитного забезпечення господарської діяльності сільськогосподарських підприємств, фінансувалось 17 % витрат на виробництво продукції сільського господарства. У 2014 р. цей показник знизився на 4,5 пункти та становив лише 12,5 %. Найбільшу частку кредитні ресурси у структурі джерел фінансування становили у 2012 р. – майже п'яту частину.

Разом з тим, з таблиці ми бачимо, що коефіцієнт автономії протягом періоду дослідження зменшується. Коефіцієнта автономії (фінансової незалежності) – показує, яку частину у загальних вкладеннях у підприємство складає власний капітал. Він характеризує фінансову незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування його діяльності. Оптимальне значення більше 0,5.

Це вказує на те, що частка власних джерел фінансування також скорочується. Тобто ми спостерігаємо чітку тенденцію на скорочення фінансово-кредитного забезпечення операційної діяльності сільськогосподарських підприємств за рахунок власних джерел фінансування та кредитних ресурсів. Аналіз відкритих джерел економічної інформації, літературних джерел дозволяє зробити висновок і про значне скорочення бюджетних витрат на розвиток АПК.

Виходячи з вище наведеного можемо зробити висновок про те, що фінансування діяльності значною мірою здійснюють за рахунок постачальників сировини та матеріалів, тобто поточних зобов'язань. Широко при цьому використовуються комерційне (товарне) кредитування та постачання необхідних сировини та матеріалів під вексельні зобов'язання.

Враховуючи вище наведене, вважаємо за необхідне сформулювати ефективну систему кредитного забезпечення сільськогосподарських підприємств, яка враховуватиме світовий досвід та вітчизняні вимоги.

Список використаних джерел

1. Руда О.Л. Банківське кредитування як один із видів забезпечення інвестиційно-інноваційного розвитку агроформувань / О.Л. Руда // Фінансовий простір. – 2014. – № 3 (15). – С. 191-195.
2. Пиріг Г.І. Удосконалення кредитних відносин в аграрному секторі економіки / Г.І. Пиріг // Економіка АПК. – 2004. – № 1. – С. 106–109.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ БАНКІВСЬКИХ РИЗИКІВ

Мовчан Т. А.,

магістрант, гр. МГБс-1-15 Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

Демчук Н. І.,

д.е.н., професор кафедри фінансів та банківської справи

Суперечність, що виникає між мотивованим прагненням банків до ризику і бажанням знизити ступінь ризику, згладжується шляхом створення системи управління ризиком та прийняттям таких управлінських рішень, які будуть результативними. Це передбачає оцінку величини та ймовірності ризику до проведення банківських операцій або угод. В умовах ринку, проблема оцінки банківських ризиків набула особливої актуальності, викликала підвищений інтерес у багатьох сучасних економістів, які займаються дослідженням категорії «ризик», і банкірів зокрема. В період Великої депресії 1930-х рр. А. Маршалл і А. Пігу,

прихильники нового розуміння ринкової економіки і пов'язаних з нею ризиків, запропонували свою теорію, засновану на тому, що підприємець (банк) діє в умовах невизначеності. Його прибуток є величина змінна і випадкова. При укладенні господарських угод, договорів (кредитних, депозитних) підприємця цікавлять дві речі: розмір очікуваного прибутку і величина його можливих коливань. Виходячи з цієї теорії суть оцінки банківського ризику полягає у визначенні рівня небезпеки потенційно можливої, імовірної втрати розміщених в активні операції грошових ресурсів або недоотримання доходу в порівнянні з варіантом, який розрахований на раціональне використання ресурсів у консервативному вигляді банківської діяльності, наприклад, розміщення ресурсів у державні цінні папери. Може мати місце додаткова витрата, через що зменшиться прибуток. Або при колишніх витратах дохід виявиться нижче очікуваного, і в цьому випадку прибуток так само, як і в першому варіанті, буде менше розрахункової величини. Розмір ризику підприємницької діяльності в класичній теорії ототожнюється з математично розрахованими сумами втрат, які можуть мати місце за результатами прийнятого управлінського рішення[1,2]. Розвиток підходів Ф. Х. Найта в області чисельної оцінки ризиків знайшло своє продовження в теорії раціонального вибору Дж. фон Неймана і О. Моргенштерна і в теорії оцінки уподобання станів К. Ерроу. Спільність їх підходів в тому, що вони пов'язують невизначеність з відсутністю будь-якого способу розподілу ймовірностей і вона не піддається об'єктивному або суб'єктивному вимірюванню. Тим не менш, незважаючи на умовність і деяку спірність таких формулювань, вони створили передумови для математичної бази по кількісному вимірюванню і моделюванню ризиків, зокрема, з використанням теорії ймовірностей.

За Ф. Найту, ризик – це вимірна невизначеність: підприємець може передбачати або вгадати деякі основні параметри, результати, умови своєї справи в майбутньому. Цю позицію підтримує інший американський економіст Дж. Ф. Синки, стверджуючи, що ризик є результатом невизначеності майбутнього, на його думку, проблематично вимірювати те, що не можна точно визначити[3].

Незважаючи на те що фактор ризику став сферою глибоких досліджень, наукових рекомендацій про те, як слід визначати ймовірність результату управлінських рішень щодо ризикових операцій, немає[4].

Кредитний і процентний ризики в банківській сфері, а також ризик інфляційних втрат до теперішнього часу не можуть бути точно обраховані, хоча наукових дискусій, думок, публікацій на цю тему більш ніж достатньо. Узагальнення наукових праць, що стосуються оцінки величини ризику, дозволяє виявити ряд закономірностей, характерних для точок зору різних вчених-економістів [5].

Ю. А. Соколов і Н. А. Амосова пропонують оцінювати конкретні види банківських ризиків з використанням фінансових інструментів та їх співвідношення між собою, слідуючи вимогам Центрального банку щодо дотримання економічних нормативів [6].

Дж. К. Ван Хорн оцінку ризику обмежує визначенням ризиковості інвестиційних проектів як відхилення потоку грошових коштів для даного проекту від очікуваного. Враховуючи, що банки активно здійснюють інвестиційну діяльність, рекомендації цього економіста могли бути корисні, але вони зводяться до встановлення стандартного відхилення, щоб оцінити ймовірність появи події, тобто інвестиційний проект з більш високим стандартним відхиленням є більш ризикованим з усіх інших варіантів.

Закордонні науковці, пропонують оцінювати ризик з використанням показників середнього значення досліджуваної випадкової величини, дисперсії, середньоквадратичного відхилення, коефіцієнта варіації і розподілу ймовірності досліджуваної випадкової величини. Як правило, акцент робиться на оцінці ймовірного результату діяльності, наприклад інвестиційної, тобто величині очікуваного прибутку, але ніяк не розміру ризику можливих втрат [7].

Список використаних джерел

1. Севрук, В. Т. Банковские риски [Текст] / В.Т. Севрук. – М. : Дело, 1995 – 72 с.
2. Аналіз банківської діяльності [Текст]: навч.-метод. посібник / Парасій-Вергуненко І. М.; Мін-во освіти і науки України, КНЕУ. – К. : КНЕУ, 2013. – 347 с.
3. Сало, І. В. Фінансовий менеджмент банку [Текст] : навч. посіб. / І. В. Сало, О. А. Криклій. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2007. – 314 с.
4. Банківські ризики: теорія та практика управління [Текст] / Л. О. Примостка : монографія. Мін-во освіти і науки України, КНЕУ. – К. : КНЕУ, 2007. – 450 с.
5. Управління банківськими ризиками [Текст] : навчальний посібник / Л. О. Примостка; КНЕУ. – К. : КНЕУ, 2007. – 600 с.
6. Анализ банковских рисков. Система оценки корпоративного управления и управления финансовым риском [Текст] / Ю.А. Соколов, Н.А. Амосова. – М. : Весь мир, 2013 – 304 с.
7. Кредитний ризик комерційного банку [Текст] : навч. посіб. / В. В. Вітлінський, О. В. Пернарівський. Я. С. Наконечний.– К. : Знання, КОО, 2012. – 251 с.

КОГНИТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЦЕНТРАЛЬНЫХ БАНКОВ

Пархоменко Ю. В.,

магістрант, гр. МгБс-1-15, Днепропетровский государственный аграрно-экономический университет

Демчук Н. И.,

д.э.н., профессор кафедры финансов и банковского дела

В начале XXI в. главный теоретический вызов для экономической науки представляет собой теория денег, банковского кредита и финансовых рынков. Безусловно, общественные отношения, связанные с деньгами, представляют собой наиболее абстрактный и сложный для понимания тип общественных отношений, а

это означает, что порождаемое ими социальное знание является предельно общим, сложным и труднодоступным для исследователя. В силу этого систематическая агрессия, которую правительства и центральные банки осуществляют в этой сфере, – это самый опасный и вредный тип государственной агрессии. Интеллектуальное отставание денежной и банковской теории от других экономических дисциплин оказало существенное негативное влияние на развитие мировой экономики. Несмотря на все жертвы, принесенные ради того, чтобы перестроить западные экономики после кризиса 1970-х годов, были в точности воспроизведены старые ошибки, порожденные дефектами финансового и денежного управления, что неизбежно приведет к новому масштабному экономическому спаду [3;4].

То, что корни нынешних злоупотреблений в области денежной и финансовой политики следует искать в экономической политике второй половины 1980-х годов, когда у власти в США и Великобритании находились правительства, которые принято считать консервативно-либертарианскими, еще больше подчеркивает важность теоретического осмысления этой проблемы. Принципиально важно, чтобы современные лидеры, придерживающиеся похожих взглядов осознали, что с идеалом свободного общества по-настоящему совместима только одна денежная и банковская система. Нужна целая программа исследований, чтобы выяснить, какой должна быть денежная и банковская система неинтервенционистского общества [1].

Для современной банковской системы характерны две фундаментальные особенности: во-первых, эта система – регулируемая (причем наряду с саморегулированием имеет место централизованное регулирование со стороны центрального банка), во-вторых, рыночная (конечным результатом деятельности кредитных институтов является реализация банковских услуг на рынке в условиях усиливающейся конкуренции).

Центральный банк в любом государстве занимает особое место в кредитно-финансовой системе. Значение центрального банка состоит в том, что он несет ответственность за проведение денежной политики и стабильность банковской системы в целом. Под инструментами денежно-кредитной политики экономисты понимают операции и способы, при помощи которых центральный банк может изменять банковские резервы, денежную массу и объемы кредитования экономики [2]. В основной набор таких инструментов входят: 1) операции на открытом рынке; 2) рефинансирование банков и процентные ставки по операциям центрального банка; 3) резервные требования; 4) депозитные операции; 5) прямые количественные ограничения.

Список использованных источников

1. Анализ и оценка банковской деятельности (на основе отчетности, составленной по российским и международным стандартам) / Под ред. Г.Н. Щербаковой. – М.: Вершина, 2006. -464 с.

2. Аналіз банківської діяльності [Текст]: навч.-метод. посібник / Парасій-

Вергуненко І. М.; Мін-во освіти і науки України, КНЕУ. – К. : КНЕУ, 2013. – 347 с.

3. Сало, І. В. Фінансовий менеджмент банку [Текст] : навч. посіб. / І. В. Сало, О. А. Криклій. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2007. – 314 с.

4. Банки и небанковские кредитные организации и их операции: Учебник / Под ред. Е.Ф. Жукова. – М.: Вузовский учебник, 2004. – 491 с.

ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Дячук С. В.,

студентка групи ФК-21 Луцького національного технічного університету

Науковий керівник: **Іщук Л. І.,**

к.е.н., доцент кафедри фінансів Луцького національного технічного університету

На сьогодні на підприємствах України майже відсутні дослідження методів щодо вдосконалення механізму підвищення продуктивності праці. Тому актуальною є проблема низької продуктивності праці і неефективного використання трудових ресурсів на підприємстві.

Вагомий внесок у дослідження категорії «продуктивність праці» зробили такі вчені-економісти: М. Блауг [1], О.К. Харченко, Ю.М. Рубінський, М.Д. Прокопенко, Д.П. Богиня, О.Є. Германова, О.М. Уманський, П. Друкер, Д.С. Сінкта ін [2].

Важливим аспектом поліпшення продуктивності є визначення шляхів ефективного планування підвищення продуктивності праці на основі вивчення теоретичних і практичних чинників роботи організації в умовах сучасного економічного становища в Україні.

Продуктивність праці – це показник результативності доцільної діяльності працівників, яка вимірюється кількістю роботи (продукції, послуг), виробленої за одиницю часу. Продуктивність праці характеризує здатність працівників створювати своєю працею товари й послуги. Для вимірювання продуктивності праці застосовуються три методи: вартісний, натуральний і трудовий, що відрізняються одиницями вимірювання обсягу роботи. Вартісний метод вимірювання дозволяє порівнювати продуктивність праці працівників різних професій, кваліфікацій, однак недоліком цього методу є вплив на показники кон'юнктури ринку та інфляції. Натуральний метод вимірювання продуктивності праці застосовується за умови виробництва однорідної продукції. Різновидом натурального методу є умовно-натуральний метод, за умов якого обсяг роботи виражається в умовних одиницях однорідної продукції. В основі трудового методу закладено вимірювання обсягів продукції за допомогою умовної трудомісткості виробництва або продажу продукції.

Однією з головних та найважливіших загальногосподарських та галузевих функцій в умовах сучасних ринкових відносин у нашій державі є раціональне використання трудових ресурсів на всіх рівнях національної економіки, що

сприятиме виготовленню конкурентоспроможної продукції, покращенню економічної діяльності і зростанню прибутків працівників.

Необхідно відзначити, що продуктивність праці робітників може коливатися в достатньо широкому діапазоні (за Робертом І. Ноланом від 50% до 135% у порівнянні із нормативом, причому 120% – рівень, на який орієнтує матеріальна мотивація; 135% продуктивність – досягається при максимальній напрузі сил працівниками). Таким чином, потрібно поєднання матеріальних та нематеріальних стимулів, що забезпечують сучасні методи мотивації і стимулювання працівників, які успішно використовуються у світовій практиці.

Працівники в Україні недоотримують оплату за працю, порівняно з продуктивністю самої праці. Роботодавці зацікавлені у дешевій робочій силі, але якби вони прагнули до заміни застарілого обладнання, впровадження нових технологій, то праця давала б великі прибутки, які б за досить короткий термін змогли покрити витрати, які понесли роботодавці на покращення умов праці. Важливим аспектом у процесі підвищення продуктивності праці є мотивація працівників до виготовлення високоякісної продукції [3].

Отже, виробництво кожної галузі підприємства залежить від низки факторів: кадри, праця та оплата праці. Система стимулювання продуктивності праці на підприємстві заснована на принципі збільшення прибутковості та співвідношення оплати праці до кваліфікації працівника підприємства. Тому актуальність виходу України із кризи та побудови конкурентоспроможної економіки потребує глибоких досліджень проблем підвищення продуктивності праці у суспільстві на усіх рівнях економіки.

Список використаних джерел

1. БлаугМарк. Економічна теорія в ретроспективі / БлаугМарк пер. з англ. І. Дзюб. – К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2010. – 670 с.
2. <http://irbis-nbuv.gov.ua>
3. <http://eztuir.ztu.edu.ua/6222/1/41.pdf>

АНАЛІЗ РОБОТИ ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Євтушик Я. Ю.,

студент групи Фін-24сп Львівського національного аграрного університету

Науковий керівник: **Колодій А. В.,**

к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту Львівського національного аграрного університету

Сьогодні Пенсійний фонд України – найбільш розгалужена фахова структура, яка здійснює багатогранну діяльність щодо пенсійного забезпечення громадян України, а також одна з найпотужніших інституцій в державі, яка акумулює і розподіляє значні за обсягом кошти.

Щодо самої роботи Пенсійного фонду, то 2015 рік хоч і був напруженим, але позитивних результатів досягнуто практично по всіх напрямках роботи. На пенсійні виплати було спрямовано понад 262 млрд. грн., що на 8,2 млрд. грн. (або на 9,1%) більше, у порівнянні з 2014 роком; із них власні надходження склали близько 170 млрд. грн.



Рис.1 Основні показники виконання бюджету Пенсійного фонду України за січень-вересень 2015 року

Органами ПФУ було проведено авансове фінансування січневих пенсій 2016 р. у розмірі 14 млрд. грн. Крім того, Фонду вдалось сформувати перехідний залишок коштів на поточний рік у сумі 800 млн. грн. У зв'язку зі зміною прожиткового мінімуму з 949 грн. до 1074 грн. з 1 вересня, на 13 % (125 грн.) зросла сума підвищень для пенсіонерів, що отримували виплати у мінімальному розмірі. Кількість громадян, яким здійснювались перерахування пенсій сягнула 11 млн. осіб. Загалом, середнє збільшення пенсійної виплати склало 89,8 грн. [1].



Рис. 2 Структура власних надходжень Пенсійного фонду України за січень-вересень 2015 року

Понад 960 тис. пенсіонерів, які переселились з непідконтрольних територій Донецької та Луганської областей забезпечено фінансування на суму 29,4 млрд. грн. Також зросла і чисельність нових пенсіонерів на 400 тисяч. І на сьогоднішній день загальна кількість пенсіонерів сягає 12 млн. осіб.

Варто відзначити що протягом року, органи Фонду здійснили комплекс заходів, спрямований на вдосконалення своєї роботи:

- запроваджено нові стандарти обслуговування громадян;
- розпочато запровадження централізованої системи призначення та виплати пенсій;
- розпочато удосконалення структури органів Пенсійного фонду шляхом об'єднання окремих районних управлінь (279 територіальних (районних) управлінь об'єднано у 121).

Мета оптимізації – покращення якості управління в пенсійній системі, зменшення адміністративно-управлінського персоналу та адмінвидатків.

Пріоритетами роботи Пенсійного фонду України у 2016 році визначено:

- забезпечення стабільного фінансування та своєчасної виплати пенсій, збалансування бюджету Пенсійного фонду.
- подальше реформування пенсійної системи.
- покращення якості обслуговування громадян, системи надання послуг.
- впровадження ефективних технологій адміністрування пенсійної системи, зменшення адміністративних видатків.
- підвищення прозорості пенсійної системи.

Пенсійне забезпечення – питання, яке турбує людей різного віку. Тих, хто вже вийшов на заслужений відпочинок, у практичному аспекті: щоб отримувати гроші вчасно і в повному обсязі. А тих, кому до цього ще далеко, хоча б у теоретичному: чого слід чекати й на що сподіватися.

На нашу думку, з часом пенсійна система стане потужним джерелом довготривалих інвестицій в економіку країни. А це, в свою чергу сприятиме збільшенню зайнятості, зростанню доходів громадян і зміцненню фінансової бази пенсійної системи.

Список використаних джерел:

1. Пенсійний фонд України: офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pfu.gov.ua>
2. Перспективи розвитку недержавного пенсійного забезпечення в Україні / С. Л. Лондар, Л. П. Лондар. – // Фінанси України : наук.-теорет. та інформ.-практ. журн. М-ва фінансів України. – 2011. – №9.
3. Шевченко О. С. Пенсійне забезпечення як складова інституту соціального захисту населення : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.01 «Гроші, фінанси і кредит» / О.С. Шевченко. – К., 2009. – 22 с.
4. Стожок Л. Г. Загальнообов'язкове державне пенсійне страхування в системі

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ЯК НАЙВАЖЛИВІША СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Ковальчук А. В.

аспірант, ст. викладач кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки Харківського Навчально-наукового інституту ДВНЗ «Університет банківської справи»

Негативні зрушення в економіках країн світу та малопередбачувані дестабілізаційні процеси, що спостерігаються останнім часом, сприяли зростанню інтересу багатьох науковців до проблем забезпечення системи фінансової безпеки, індикаторів та критеріїв її оцінки, механізмів управління системою фінансової безпеки на підприємстві.

Теоретичними дослідженнями у сфері фінансової безпеки підприємств, а також окремими теоретичними аспектами, необхідними для формування системи фінансової безпеки займалися такі вчені, як Барановський О.І., Бердар М., Бланк І.О., Горячева К.С., Кудрицька Ж. В., Лаврова Ю.В., Папехин Р. С., Пойда-Носик Н., Чібісова І.В., Івашина Є.М. та ін. У роботах даних науковців приділяється увага дослідженню понять економічної та фінансової безпеки підприємства, розглядаються їх складові та індикатори оцінки їх стану.

Поняття «економічної безпеки» зустрічається у працях багатьох науковців, проте вони мають різну сутність та характеристику і всі вони виходять із поняття «безпека», що в перекладі з грецької означає «володіння ситуацією».

Наприклад, М.І. Камлик дає таке визначення поняття «економічної безпеки»: стан розвитку суб'єкта господарювання, який характеризується стабільністю економічного та фінансового розвитку, ефективністю нейтралізації негативних факторів і протидії їх впливу на всіх стадіях його діяльності» [3, с. 9].

С.І. Ніколаюк, Д.Й. Никифорчук характеризують економічну безпеку підприємства як стан юридичних, виробничих відносин і організаційних зв'язків, матеріальних і інтелектуальних ресурсів, щодо яких гарантується стабільність функціонування, фінансовокомерційний успіх, прогресивний науковотехнічний і соціальний розвиток [5, с. 15].

На думку Могільного А.І., поняття економічної безпеки підприємства ґрунтується на «забезпеченні стану життєдіяльності, при якому реалізуються його основні інтереси, воно захищено від внутрішніх та зовнішніх загроз і дестабілізуючих чинників» [4, с.9].

Враховуючи різноманітність та багатогранність різновидів понять «економічної безпеки», найбільш повним та комплексним, на нашу думку, є визначення Т.Васильцева, який пропонує під економічною безпекою підприємства розуміти такий стан функціонування, при якому підприємство та його продукція є

конкурентоспроможними на ринку, а також одночасно гарантується: найбільш ефективно використання ресурсів, інтелектуального та кадрового потенціалу; стабільність функціонування та прогресивність розвитку; можливість протистояти негативним впливам зовнішнього та внутрішнього середовища його функціонування [1, с. 18].

В цілому, І.О. Дмитрієв, А.О. Близнюк виділяють три основні підходи до їх визначення, а саме системний, ресурсний та функціональний [2]. Так, прихильники системного підходу розглядають підприємство як зваємопов'язану сукупність підсистем, відповідно до чого і виокремлюють ряд складових економічної безпеки, а саме: технологічну; ресурсну; фінансову; соціальну і т.п. [6].

На відміну від системного підходу, прихильники ресурсного акцентують увагу на тому, що підприємство у своїй діяльності використовує певну сукупність корпоративних ресурсів. При такому підході до складових економічної безпеки підприємства відносять: безпеку капіталу, безпеку персоналу, безпеку технології та інформації, безпеку техніки та обладнання, безпеку прав тощо.

Функціональний підхід найбільш поширений і передбачає виокремлення у складі економічної безпеки складових, ґрунтуючись на їх функціональній спрямованості. У межах даного підходу економічна безпека з таких складових як:

- фінансова, що покликана забезпечити досягнення найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів;
- технікотехнологічна, яка відображає рівень відповідності технології, що використовується на підприємстві, сучасним світовим аналогам;
- інтелектуальна та кадрова, яка полягає в збереженні та розвитку інтелектуального потенціалу суб'єкта господарювання;
- інформаційна, головне завдання якої полягає в забезпеченні ефективного інформаційно-аналітичного супроводу господарської діяльності;
- правова, головне завдання якої полягає у всебічному правовому забезпеченні діяльності підприємства, виконанні діючого законодавства тощо [6].

Отже, можна сказати, що фінансова безпека є невід'ємною складовою економічної безпеки та являється індикатором її дієвості, тому що саме фінансова сторона діяльності будь-якого підприємства є основою його розвитку. Ця характеристика з'явилася в результаті аналізу вітчизняних та зарубіжних підприємств, що приділяють увагу поняттям фінансової та економічної безпеки та підтверджують їх роль у стабільній діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. Васильців Т.Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізм зміцнення: монографія. – Львів: Вид"во ТзОВ "Ліга Прес", 2008. – 385 с.
2. Дмитриев И.А. Определение перечня составляющих экономической безопасности предприятия / И.А. Дмитриев, А.О. Близнюк // Экономика, менеджмент, предпринимательство. Сборник научных статей Восточнoукраинского

національного університета імені В.Даля. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eme.ucoz.ua>.

3. Камлик, М.І. Економічна безпека підприємницької діяльності. Економіко-правовий аспект [Текст] : навч. посіб. / М. І. Камлик. – К. : Атіка, 2005. – 432 с.

4. Могильный А.И. Основы безопасности бизнеса / А.И. Могильный, В.Н. Бесчастный, Ю.О. Винокуров. Донецк: Регион, 2000. – 130 с.

5. Ніколаюк, С. І. Безпека суб'єктів підприємницької діяльності [Текст] : курс лекцій / С. І. Ніколаюк, Д. Й. Никифорчук. – К. : КНТ, 2005. – 320с.

6. Пашнюк Л.О. Економічна безпека підприємства: сутність, складові та фактори забезпечення / Л.О. Пашнюк // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – № 22. – С. 48-50.

АКТУАРНІ РОЗРАХУНКИ У СИСТЕМІ ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ

Колодій А. В.

к.е.н., доцент кафедри фінансів та кредиту Львівського національного аграрного університету

Будь-яка страхова система опирається на актуарні розрахунки, і система пенсійного страхування – не виняток.

Актуарій – від латинського "actuarius" спочатку означало службовець відділу запису актів громадянського стану, а пізніше це поняття закріпилося за визначеною професійною ознакою групи працівників страхової системи [2, с. 4]. Сучасне значення поняття "актуарій" – фахівець зі страхової справи, який займається розробкою наукових методів обрахунку тарифних ставок, резервів, премій, розміру страхового ризику тощо, що набирає сьогодні актуальності [3, с.85].

Проведення прогнозних і перспективних розрахунків щодо подальшого вдосконалення пенсійної системи України, визначення концепції та головних напрямів розвитку є запорукою її існування.

Основною метою здійснення актуарних розрахунків є розроблення ефективної пенсійної моделі, яка повинна бути повністю адаптованою до макроекономічних, історичних, соціальних і демографічних особливостей України, а також сприяти збереженню та повноцінному використанню накопичених державних пенсійних зобов'язань.

Актуарні розрахунки прогнозують фінансові потоки, оцінюють фінансові зобов'язання, дають довгостроковий прогноз стану та стабільності пенсійної системи, аналіз коротко- і довгострокових фінансових наслідків будь-яких змін у цій системі.

Пенсійний фонд безумовно має певну зовнішню залежність фінансового характеру. Доходи незайнятих категорій населення є похідними від оплати праці зайнятих у економіці і значною мірою залежать від досягнутого в ній рівня. Оскільки повністю уникнути ризиків неможливо, то ними можна і треба свідомо керувати, пам'ятаючи про те, що всі види ризиків взаємопов'язані і що їхній рівень

постійно змінюється під впливом соціально-економічних факторів у країні. Реальність зазначених прогнозів можливо буде оцінити лише з часом, а покращення їх залежить від стабільного зростання економіки і поліпшення демографічної ситуації в країні.

Мета проведення актуарних розрахунків – отримання фінансового аналізу коротко- і довгострокових наслідків функціонування системи загальнообов'язкового державного пенсійного страхування. Для проведення актуарних розрахунків використовують різні моделі прогнозування. Основою для всіх служать дві головні складові:

- демографічні показники: прогнози демографічної ситуації, рівнів народжуваності, смертності та зайнятості (безробіття) населення, чисельності населення працездатного віку;
- макроекономічні показники: прогнози темпів зростання фонду оплати праці; рівня інфляції; темпів зростання реальної середньої заробітної плати; розмір прожиткового мінімуму для непрацездатних осіб та мінімальної зарплати [1].

Спочатку всі розрахунки проводяться за умови незмінності чинного законодавства. А потім окремо прогнозуються тривалість та наслідки подій, передбачені проектами змін до пенсійного законодавства.

У 2015 р. над такими розрахунками працювали експерти Світового банку, USAID, НДІ Міністерства соціальної політики України та ряд інших. Були проведені прогнозні актуарні розрахунки щодо оцінки впливу законодавчих ініціатив Уряду України з пенсійної реформи на фінансовий стан та основні параметри пенсійної системи у короткостроковій та довгостроковій перспективі.

За результатами розрахунків, експерти зробили певні висновки щодо оцінки перспектив розвитку пенсійної системи [1]:

1. Чисельність пенсіонерів стосовно застрахованих осіб у довгостроковій перспективі становитиме 95-97%, тобто майже 1:1, а за песимістичним прогнозом – більше 130%. На сьогодні чисельність пенсіонерів становить 12,2 млн осіб, кількість застрахованих осіб – 11 млн.

2. Якщо нині внески сплачують близько 65% зайнятих, відповідно, у майбутньому майже 40% людей пенсійного віку можуть не одержати право на страхові пенсії. Отже, зростатимуть видатки на виплату державної соціальної допомоги особам літнього віку, які не здобули право на страхову пенсію.

3. Чинний механізм індексації/перерахунку призначених пенсій дає можливість швидко досягти бездефіцитності бюджету Пенсійного фонду України вже у 2019-2020 роках.

4. У довгостроковій перспективі загальні стандарти для пенсіонерів поступово погіршуються як наслідок сучасного механізму індексації пенсій, який не забезпечує підтримку купівельної спроможності і нівелює диференціацію їх розмірів залежно від страхової участі.

5. Коефіцієнт заміщення в солідарній системі вже на початку 2030-х років

знижується до 22-25%, а у довгостроковій перспективі навіть теоретично не перевищує 30%.

6. За умови запровадження накопичувальної системи пенсійного страхування, участі в ній усіх громадян до 35 років та припущення добровільної участі громадян віком від 35 до 55 років, коефіцієнт заміщення пенсій з другого рівня у нових пенсіонерів у довгостроковій перспективі становитиме 8% у жінок і 12% у чоловіків. Отже, сумарний коефіцієнт заміщення з дворівневої системи (тобто з солідарної та накопичувальної разом) може досягти 38-48%.

Також, потрібно зазначити, що заходи пенсійної реформи необхідно узгоджувати з напрямками реформувань у інших сферах, зокрема з фіскальною реформою.

Список використаних джерел

1. Дяченко С. Актуарні розрахунки та їхній вплив на реформування системи пенсійного страхування / С. Дяченко // Вісник Пенсійного фонду України. – 2015. – № 8 (158). – С.5-8.

2. Основи актуарних розрахунків: [навч.-метод. пос.] / За ред. гол. Українського товариства актуаріїв І.О. Ковтуна. – К.: Алерта, 2004. – 328 с.

3. Толуб'як В. С. Актуарні розрахунки в системі пенсійного забезпечення: теоретико-організаційний аспект / В. С. Толуб'як // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 18. – С. 84-88.

СУТНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Кошеваров А. М.

аспірант Міжнародного університету бізнесу і права, м. Херсон, Україна

Основним середовищем діяльності процесів глобалізації є світова економіка, а саме – виробництво, обмін, споживання, підприємництво на національному та всесвітньому рівнях. Процес глобалізації економічної системи розгортається в певних формах, що властиві тільки їй та дедалі чіткіше виявляється у збільшенні обсягів та диверсифікації структури зовнішньоекономічної діяльності, у міжнародних інвестиціях, у міграціях робочої сили, у зростанні використання технологій, інновацій та інше. Глобалізація економічної діяльності розвивається в основних напрямках: міжнародна торгівля; міжнародний рух факторів виробництва, міжнародні фінансові операції. Роль національних ринків змінюється, тому що відбувається орієнтація на світовий ринок, зростають умови конкуренції, національні виробники намагаються підвищити ефективність виробництва для якіснішого задоволення потреб внутрішнього ринку. Глобалізація економіки включає в себе інституційні, організаційні, технологічні елементи, що дозволяють працювати як єдине ціле у світовому масштабі. Важко заперечувати прогресивні сторони глобалізації: формування нового виробничого укладу і моделі трудових відносин, розширення виробничої демократії і стимулювання виробництва тощо.

Економічна глобалізація має наступні переваги: підвищується продуктивність праці, зростають ринки збуту продукції та торгівля відбувається на взаємовигідній основі, процвітає економія на масштабах виробництва тощо. Негативним є те, що виробничі потужності переносяться в країни, що розвиваються; переваги від глобалізації розподіляються нерівномірно; збільшується розрив у рівнях доходів та посилюється навантаження на екосистему у світі. Для економічної глобалізації характерне усунення бар'єрів у міжнародній міграції виробничих факторів, універсалізація методик підприємницької практики, уніфікація споживчих переваг, формування глобального інформаційного простору. Зростання ролі глобалізаційних процесів в економіці кожної держави є закономірним особливо в епоху з високим рівнем інтернаціоналізації та розвитку товарообміну. Кардинальні зміни відбуваються в системі транскордонних потоків товарів, послуг, формуванні механізму зовнішньоекономічної діяльності завдяки проведенню її лібералізації.

Україна крок за кроком вступає у систему світового економічного простору. Від процесу її проходження залежить розвиток та динаміка торгівлі зовнішньої, розвиток держави в економічному та соціальному напрямках як складової світової економіки. В умовах глобалізації своєчасна та ефективна адаптація підприємства до змін ринкового середовища є необхідною умовою його підтримки конкурентоспроможного стану, а досягнення встановленої мети є запорукою успіху діяльності будь-якого підприємства. Глобалізаційний розвиток економіки країни за векторами, в тому числі і за євроінтеграційним зумовлюють необхідність удосконалення, а за деякими аспектами й зміни адаптації функціонування сільськогосподарських підприємств до умов глобалізації, що є актуальним на сьогодні. Сьогодні питання про розвиток сутності поняття адаптації в зовнішньоекономічній сфері та особливості їх прояву, на жаль, залишаються дискусійними і досить заплутаними. Щоб оцінити переваги розвитку зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві повною мірою необхідно змістовне осмислення всього багажу наукових поглядів на адаптацію. Тому приділимо цим питанням більше уваги.

Більшість вчених розглядають адаптацію, як механізм економічних і соціальних регулювань, що дозволяють системі зберігати (змінювати) напрям і темп розвитку незалежно від впливу зовнішніх чинників, вважаючи, що її слід використовувати у тому випадку, коли підприємство має можливість розробити сам механізм економічних і соціальних регулювань та в разі, якщо вплив зовнішніх чинників не є значним і не загрожує існуванню підприємства. Погоджуємося з тим, що таке визначення адаптації вважається універсальним, використовується підприємствами будь-якої галузі при виникненні змін у зовнішньому середовищі та у самому підприємстві, які впливають на його діяльність. [1].

Багато авторів порівнюють поняття адаптації з поняттям гнучкості. Гнучкість – здатність виробничої системи пристосовуватись до різних змін виробничих ситуацій [2]. Але адаптація є більш ширшим поняттям, бо охоплює процеси пристосування

всередині виробничої системи, а також процеси взаємозв'язків виробництва із зовнішнім середовищем [3]. Гнучкість показує на скільки узгоджено можуть співіснувати підприємства в економічній системі, є одним з механізмів розвитку та реалізації гармонізації діяльності на підприємстві. Гармонізація економічних процесів представляє собою якісну сторону економічної системи, що допомагає підприємству ефективніше функціонувати в умовах ринкової нестабільності. Тому пропонуємо чітко розмежовувати такі взаємопов'язані поняття як пристосування, гнучкість, гармонізація та адаптація [4].

Підприємство повинно адаптуватися до умов глобалізації та ринку, чітко визначати свою позицію по відношенню до конкурентів на зовнішньому ринку та знаходитися в гармонії з ним. Визначення позиції щодо збуту продукції, прийняття рішень про розширення асортименту продукції, що експортуватиметься, знаходження нових клієнтів за кордоном – є частиною основних задач, які підприємство повинно вирішувати в ході реалізації адаптації сільськогосподарського підприємства до умов глобалізації.

Сам механізм адаптації підприємства до умов глобалізації представляє собою сукупність конкретних форм зв'язків, система правових, організаційно-управлінських та фінансово-економічних важелів, які забезпечують ефективну взаємодію національних народногосподарських структур із світовими з метою підвищення соціально-економічних показників в господарській діяльності підприємства, що закономірно виникає між початком і кінцем зовнішньоекономічних процесів. Тобто, чим більше механізм адаптації сільськогосподарського підприємства буде пристосований до умов глобалізації, тим ефективніше розвиватиметься зовнішньоекономічна діяльність цього підприємства. Особливістю механізму адаптації сільськогосподарських підприємств є те, що вона практично співпала з періодом активної глобалізації світової економіки. Для удосконалення механізму адаптації сільськогосподарського підприємства до умов глобалізації важливим постає питання з'ясування сутності функції адаптації та визначення тих обставин, наскільки вона відповідає вимогам світового ринку.

Список використаних джерел:

1. Борсук А.М. Гармонізація механізму розвитку міжнародного товарного обміну. / А.М. Борсук // *Materialy VI mezinarodni vedecko-prakticka conference "Efektivni nastroje modernich ved – 2010"* (27 dubna – 05 kvetna 2010 roku). – Praha: Publishing House "Education and Science", 2010. – Dil 1. *Ekonomicke vedy*. – S. 64-66.
2. Бричко А.М. Заходи гармонізації відносин сільськогосподарських підприємств в умовах фінансової кризи / А.М. Бричко // *Матеріали II Всеукраїнської заочної наукової конференції „Актуальні питання сучасної економіки”* (20-21 січня 2011 р.) – Умань, 2011. – С. 34-35.
3. Бричко А.М. Конкурентоздатність як фактор адаптації сільськогосподарських підприємств до умов глобалізації / А.М. Бричко // *Вісник СНАУ. Серія: Економіка та*

менеджмент. – 2012. – № 11(54). – С. 117-121.

4. Геєць В.М. Пріоритети національного економічного розвитку в контексті глобалізаційних викликів: Моногр.: у 2-х ч. – Ч. 2 / [за ред. В.М. Геєця, А.А. Мазаракі]. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – С. 6-14.

ОПТИМИЗАЦИЯ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКА

Кузнецов Д. М.

студент группы Ф-41 Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Научный руководитель: **Новикова И. Н.**,

старший преподаватель кафедры банковского дела, анализа и аудита Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Текущая экономическая ситуация в Беларуси требует особого внимания к имеющимся ресурсам и направлениям их использования. Перед вложением средств необходимо точно определить, насколько выгодным будет инвестирование. Этот тезис всегда актуален для бизнеса, в том числе и для банковских учреждений, поскольку состав и структура кредитного портфеля оказывает огромное влияние на финансовый результат банка.

Под кредитным портфелем банка понимают непогашенную задолженность по всем кредитам банка на конкретную дату. Для более подробного анализа кредитный портфель разделяют на:

- клиентский кредитный портфель, который содержит обязательства по кредитам, которые выданы юридическим и частным лицам;
- чистый кредитный портфель, который включает клиентский кредитный портфель, а также межбанковские и государственные кредиты;
- валовый кредитный портфель, который содержит чистый кредитный портфель и резервы на случай потерь по выданным кредитам.

Под оптимизацией кредитного портфеля банка понимается выбор наиболее подходящего соотношения элементов кредитного портфеля по уровню доходности, риска и ликвидности для достижения целей кредитной политики банка. Для оптимизации кредитного портфеля по уровню риска, доходности либо ликвидности, главным образом используется диверсификация по различным критериям, к которым можно отнести размер кредита, его срок, валюту, либо по отраслевому признаку.

Диверсификация кредитного портфеля по размеру предусматривает собой исключение зависимости от особо крупных клиентов. Большинство зарубежных банков применяют ограничение, согласно которому одному клиенту может выдан кредит в размере, не превышающем 10-25% от собственного капитала банка.

Особенность работы банков заключается и в том факте, что для эффективной работы банковского учреждения необходимо, чтобы сроки по предоставленным кредитам соответствовали срокам по депозитам. Так, по данным Национального

банка Республики Беларусь доля активов, подверженных кредитному риску в общей величине активов составляет более 75% и имеет тенденцию роста. Причем доля проблемных кредитов в них находится на уровне 5%, что соответствует мировой практике. Эта ситуация привела к росту фактически созданных резервов белорусскими банками по активам, подверженным кредитному риску на 35% [1].

Уровень процентного риска банка зависит от чувствительности активов и пассивов к изменению процентных ставок на рынке. Определение степени влияния изменения процентных ставок на чистый процентный доход может осуществляться с помощью оценки дюрации. Процентный риск банка возрастает при опережении роста дюрации активов по сравнению с ростом дюрации обязательств. Так, по данным Национального банка Республики Беларусь дюрация активов банковского сектора имеет тенденцию снижения, а дюрация обязательств – тенденцию роста. Таким образом, нормализованный дисбаланс дюраций активов и обязательств банковского сектора за год снизился на 0,08 и составил 0,29. Положительный нормализованный дисбаланс дюраций вызывает изменение экономической стоимости банка в сторону, противоположную изменению процентных ставок. Это свидетельствует о снижении процентного риска банковского сектора экономики.

С учетом происходящей девальвации белорусского рубля особое внимание банки стали уделять диверсификации своего кредитного портфеля по видам валют. Это осуществляется в целях минимизации кредитного риска, связанного с неблагоприятным изменением валютного курса по сделкам.

Диверсификация по отраслям заключается в предоставлении кредитов клиентам, которые ведут свою деятельность в различных отраслях экономики. Наиболее целесообразно привлекать клиентов, которые ведут дела в отраслях, которые наименее подвержены кризисным явлениям.

Следует отметить, что органы банковского надзора различных стран, при оценке системы анализа и контроля процентного риска банка и уделяют особое внимание качеству управления и ее организационной структуре.

Список использованных источников:

1. Банковский сектор Республики Беларусь: аналитический обзор Национального банка Республики Беларусь // [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.nbrb.by/publications/banksector/bs_20150701.pdf.

СУЧАСНИЙ СТАН БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ

Лизак М. П.,

студент групи Фін-4 Львівського національного аграрного університету

Науковий керівник: **Агрес О. Г.,**

к.е.н., в. о. доцента кафедри фінансів і кредиту Львівського національного аграрного університету

В Україні, як і в інших країнах з перехідною економікою, наявність успішно працюючого фінансового сектору, зокрема банківського, є необхідною умовою створення ефективної ринкової економіки. Це пов'язано з його провідним значенням у забезпеченні рівня накопичень та інвестицій, які необхідні в умовах росту економіки.

Для підвищення ефективності інвестицій необхідне існування міцної банківської системи і фінансових ринків. Завдання банківської системи не зводиться лише до забезпечення фінансових розрахунків між економічними агентами. Вона повинна сприяти створенню умов для акумулювання накопичень усіх економічних агентів і перетворенню їх на інвестиції [1].

Враховуючи нестабільність політичної ситуації в окремих регіонах України, забезпечення безперебійної та ефективної роботи банківської системи в поточних умовах вимагає від банкірів не тільки обережності та виваженості в прийнятті рішень, а й уміння швидко реагувати мінливе зовнішнє середовище і ухвалювати рішення в умовах великої кількості факторів невизначеності.

Загострення ситуації в банківській системі триває. І, незважаючи на спроби українських банкірів її якось прикрасити, очевидні тенденції й факти свідчать про протилежне. Банки продовжують потерпати від нестачі ліквідності, яка є вкрай необхідною для відновлення повноцінного кредитування населення та економіки. Не менша проблема – валютна нестабільність, і поступове розкручування спіралі девальвації, яка створює напругу на валютному ринку, складнощі з виконанням імпортних контрактів, формує необґрунтований попит на валюту з боку населення. На все це накладається загальна макроекономічна деградація, і, як наслідок "стиснення" банківського сектору, відхід із нього інвесторів і поява нових проблемних банків.

Крім того, нестабільна політична ситуація в країні спровокувала відтік депозитів, обсяг яких скоротився за січень на 2,3%. А також попит на валюту: за перший місяць поточного року населення придбало в банках \$1,5 млрд. [3]. І хоча за різними прогнозами в українській економіці 2015 року все буде відносно спокійно, а зростання ВВП навіть може досягти 2-3%, ризики дестабілізації банківської системи досить високі.

Не поліпшують операційне середовище й окремі інциденти в ряді південних і східних регіонів країни, зважаючи на те, що деякі з них є активними споживачами банківських послуг. Так, частка кредитного портфеля позичальників Донецької області становить 6,2% від загального портфеля банківської системи, Одеської – 4,8%, Харківської – 3,3%.

На думку НАБУ, одним з істотних ризиків на даний момент є можливе погіршення платоспроможності ряду позичальників, пов'язане зі складною політичною та економічною ситуацією. Тому, для підтримки якості кредитних портфелів банкам необхідно в першу чергу направити зусилля на роботу з

позичальниками Кримського регіону, а також приділити увагу моніторингу фінансового стану підприємств-експортерів, які працюють з країнами СНД.

Список використаних джерел

1. Герасимович А.М. Аналіз банківської діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studentbooks.com.ua/content/view/292/54/1/2/>
2. Косова Т. Д. Центральний банк і грошово-кредитна політика: навч. посіб. / за ред. Косової Т. Д., Папаїки О. О. – К. : «Центр учбової літератури», 2011. – 328 с.
3. Мороз А. М. Національний банк і грошово-кредитна політика / А. М. Мороз, М. Ф. Пуховкіна // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ukrkniga.org.ua/ukrkniga-text/18/9/.

ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ І ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Луценко О. В.

студентка групи БО-28 Хмельницький торговельно-економічний коледж КНТЕУ

Науковий керівник: **Гриценко О. М.**

к.е.н., викладач вищої категорії, викладач-методист Хмельницького торговельно-економічного коледжу Київського національного торговельно-економічного університету

Необхідність оцінки та прогнозування фінансового стану викликана збитковістю та неплатоспроможністю значної кількості підприємств, незадовільною структурою їх капіталу. Реальне відображення фінансового стану підприємства ускладнюється недосконалими методичними підходами до його оцінки. Ці проблеми є актуальними для підприємств України незалежно від їх організаційно-правових форм та форм власності.

Фінансовий стан – це важлива характеристика підприємства, яка відображає результати господарської діяльності та визначає його фінансову спроможність. Результати аналізу фінансового стану дозволяють формувати відповідну фінансову політику та розробляти заходи, направлені на підвищення ефективності використання фінансових ресурсів суб'єктів господарювання.

Прогнозування ж фінансового стану підприємства є інструментом усунення невизначеності, яка виникає внаслідок прийняття управлінських рішень щодо мобілізації та розміщення фінансових ресурсів; дозволяє обґрунтувати доцільність фінансування та підвищити рівень ефективності управління активами підприємства; дає змогу виявити здатність підприємства до сталого функціонування у майбутньому періоді. Отже, вирішення питань, пов'язаних з удосконаленням існуючих та розробкою нових методичних підходів до аналізу і прогнозування фінансового стану підприємства, набуває особливого значення.

Значення прогнозного аналізу фінансового стану полягає в тому, що він дозволяє завчасно оцінити фінансову ситуацію з позиції її відповідності стратегії розвитку

підприємства з урахуванням зміни внутрішніх і зовнішніх умов його функціонування. В основі побудови прогнозованої моделі лежить прогноз обсягу продажів і необхідного обсягу ресурсів.

Зазвичай виділяють чотири методи прогнозування фінансового стану суб'єкта господарювання:

- екстраполяція;
- метод термінів оборотності;
- метод бюджетування;
- метод попередніх (прогнозованих) балансів.

При використанні першого методу виходять із припущення про існування прямого зв'язку між оборотним капіталом і обсягом продажів, що може бути виражено за допомогою простого коефіцієнта (відношення чистого оборотного капіталу до обсягу продажів) або за допомогою рівняння зв'язку:

$$Y = a + bX,$$

де, a – постійна величина чистого оборотного капіталу;

b – коефіцієнт регресії, що відбиває ступінь залежності оборотного капіталу від обсягу продажів.

Знаючи величину цих коефіцієнтів і прогнозований обсяг продажів, можна визначити потребу в чистому оборотному капіталі.

Однак цей метод досить спрощений, тому що враховує єдиний фактор – обсяг продажів, тоді як рівень потреби в короткостроковому фінансуванні багато в чому залежить від терміну оборотності запасів, дебіторської і кредиторської заборгованості.

Другий метод прогнозування величини чистого оборотного капіталу заснований на вивченні тривалості фінансового циклу: період оборотності запасів плюс період оборотності дебіторської заборгованості мінус період оборотності кредиторської заборгованості, помножений на одинденний оборот реалізації.

Наприклад, планований обсяг реалізації продукції-150 млн грн, термін складування запасів – 50 днів, термін кредиту постачальників – 30 днів, термін погашення дебіторської заборгованості – 35 днів. У підсумку потреба у власному оборотному капіталі становитиме:

$$(50 + 35 - 30) \times 150 : 360 = 22,9 \text{ млн. грн.}$$

Однак і цей метод має свої недоліки, тому що терміни оборотності не є нормативними, а змінюються під впливом різних факторів і тому, у свою чергу, вимагають прогнозування й уточнення.

Метод бюджетування заснований на плануванні надходження і витрат коштів, у тому числі й від основної, інвестиційної і фінансової діяльності. Розрахунок відхилень між надходженням і виплатами показує плановану зміну коштів і створює основу для прийняття відповідних управлінських рішень. Прогнозування грошових потоків дозволяє визначити розміри надлишку чи недостатності готівки в обороті

підприємства. Реальність прогнозів надходження і витрати коштів залежить від ступеня їхньої невизначеності.

Одним з методів фінансового прогнозування є **складання прогнозного звіту про прибутки і збитки і прогнозний баланс**.

Прогнозна звітність може складатися на кінець кожного місяця, кварталу, року. Вона дозволить установити й оцінити зміни, що відбудуться в активах підприємства і джерелах їхнього формування в результаті господарських операцій на планований період.

Прогнозний баланс може складатися на підставі системи планових розрахунків усіх показників виробничо-фінансової діяльності, а також на підставі динаміки окремих статей балансу і їхніх співвідношень. Велику допомогу при розробці прогнозованої фінансової звітності і моделей фінансового стану підприємства можуть надати комп'ютерні програми з фінансового моделювання.

Зіставлення прогнозних значень статей балансу з фактичними на кінець звітного періоду дозволить установити, які зміни відбудуться у фінансовому стані підприємства, що дасть змогу вчасно внести корективи в його виробничу і фінансову стратегію.

Список використаних джерел

1. Прогнозування фінансового стану і платоспроможності суб'єкта господарювання – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://westudents.com.ua/glavy/178/17865-182-prognozuyvannya-finansovogo-stanu-platospromojnost-subkta-gospodaryuvannya.html>

2. Клементьєва О.Ю. Прогнозування інвестиційної привабливості підприємств в Україні (на прикладі хімічних підприємств м. Дніпродзержинськ) // Стан і проблеми трансформації фінансів та економіки регіонів у перехідний період. Зб. наук. праць 2-ої Міжнародної науково-практичної конференції 22-23 квітня 2004 року у Хмельницькому інституті бізнесу. – Хмельницький, ТОВ НВП “Еврика”, 2004. – С. 74-77.

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Манащук Я.,

студентка групи БФК-41 Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Науковий керівник: **Олійник А. В.,**

викладач кафедри фінансів, обліку та аудиту Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Головна мета фінансової діяльності зводиться до одного стратегічного завдання – збільшення активів підприємства. Для цього воно повинно постійно підтримувати

платоспроможність і рентабельність, а також оптимальну структуру активу і пасиву балансу.

Загальна оцінка фінансового стану підприємства базується на системі показників, які характеризують структуру джерел формування капіталу і його розміщення, рівновагу між активами підприємства і джерелами їх формування, ефективність і інтенсивність використання капіталу, платоспроможність і ліквідність.

Для цього слід більш повно використовувати виробничі потужності підприємства, скоротити простої машин, обладнання, робочої сили, матеріальних фінансових ресурсів, більш ефективно реагувати на кон'юнктуру ринку, змінюючи у відповідності з його вимогами асортимент продукції і цінову політику. Прискорити оборотність капіталу можливо за рахунок скорочення понаднормових запасів і періоду інкасації дебіторської заборгованості. Все це дозволить збільшити прибуток, поповнити оборотний капітал і досягти більш стійкої платоспроможності підприємства [2, с.438].

Отже, для забезпечення платоспроможного стану підприємства можна запропонувати і вирішити наступні основні задачі:

- 1) відновлення прибутковості основного виду діяльності;
- 2) збалансування руху коштів.

Слід зазначити, що ці задачі є тактичними і їх реалізація дозволить уникнути кризової тенденції. Для підтримки (забезпечення) платоспроможності підприємства необхідно ставити і вирішувати задачі стратегічної спрямованості, а саме: досягнення конкурентоспроможності підприємства; ефективне вкладення власних і позикових засобів; збільшення обсягів діяльності і освоєння нових ринків збуту продукції; зниження ризиків утрати платоспроможності.

Для досягнення або відновлення прибутковості пропонується: по-перше, зберегти досягнуті обсяги виробництва і реалізації продукції; по-друге, прискорити оборотність активів; по-третє, знизити заборгованість.

Основними завданнями у процесі реалізації тактичних напрямів забезпечення платоспроможності виділено відновлення прибутковості основного виду діяльності і збалансування руху коштів. Відновлення прибутковості є комплексним завданням при забезпеченні платоспроможності підприємства у кризовий період.

З метою ефективного управління грошовими потоками та фінансовою діяльністю підприємства в цілому доцільно вводити в практику розрахунок системи показників грошових потоків як вимірників фінансової стійкості, платіжної стабільності та нормальної платоспроможності. Для того, щоб підвищити оперативність і покращити якість управління, а також щоб постійно вдосконалювати методи управління, потрібно забезпечувати керівників своєчасною і об'єктивно необхідною інформацією зовнішнього і внутрішнього характеру, яку б вони використовували при виробленні та прийнятті управлінських рішень [3, с.510].

Одним із ефективних напрямів підтримки платоспроможності є застосування факторингових операцій як без заставного кредитування, що дозволяє постачальнику передати банку права на вимагання платежу з покупця.

Мета досягнення підприємством платоспроможного стану буде здійснена за дотриманням таких умов: виконання плану за надходженням ресурсів і їх раціональним використанням; досягнення запланованих показників; використання фінансових ресурсів за критерієм оптимальності.

Програма зниження витрат, що реалізується на підприємстві під час проведення комплексу інновацій (реструктуризації) дозволяє знизити собівартість продукції [1, с.294].

Для покращення показників платоспроможності підприємства можна запропонувати такі заходи:

1. З метою підвищення показників ліквідності та платоспроможності підприємства пропонується ввести управління запасами підприємства з метою оптимізації запасів матеріалів, незавершеного виробництва та готової продукції.

2. Аналіз активів підприємства дозволив виявити негативне явище збільшення дебіторської заборгованості підприємства.

3. Крім того для більш підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємству необхідно планувати свою фінансову діяльність та контролювати виконання фінансових планів.

Звідси слідує висновок, що вирішення проблеми підвищення фінансової стійкості і ліквідності підприємства, що аналізується та збільшення наявності власних коштів є реальним і можливим перш за все за рахунок подальшого збільшення обсягу реалізації продукції, розмірів прибутку та підвищення рівня прибутковості.

Література

1. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств [Текст] : навчальний посібник / М. Я. Коробов. – 3-є вид., перероб. і доп. – Київ : Знання : КОО, 2012. – 294 с.

2. Лень В. С. Стандарти бухгалтерського обліку України [Текст] : Навчальний посібник / В. С. Лень – Київ : Центр учбової літератури, 2009. – 438 с.

3. Почекутов М. П. Оцінка реальної ліквідності активів підприємства [Текст] / М. П. Почекутов // Фінансовий менеджмент. – 2005. – № 4. – С. 4-7.

ПОДАТКОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЯК ОДИН ІЗ ЕЛЕМЕНТІВ ДЕРЖАВНОГО ПОДАТКОВОГО МЕХАНІЗМУ

Мединська Т. В.,

к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту Львівської комерційної академії

Малець А. Т.,

аспірант кафедри фінансів і кредиту Львівської комерційної академії

Для реалізації державою податкової політики необхідний відповідний податковий механізм, що є сукупністю правил, форм і методів оподаткування, починаючи від планування податків і закінчуючи складанням податкової звітності. Проблема формування і функціонування податкового механізму як економічної категорії із загальнотеоретичних позицій є доволі складною і багатогранною. У сучасній економічній літературі відсутня єдність думок стосовно змісту податкового механізму, функцій, що реалізуються ним, його структурних параметрів і елементного складу [1, с. 51].

Так, підсумувавши міркування та судження вчених-економістів, до елементів податкового механізму можна віднести:

- ✓ податкове планування;
- ✓ податкове законодавство;
- ✓ податкове регулювання;
- ✓ податковий контроль.

У Податковому Кодексі України (далі – ПКУ), не розкривається суть податкового механізму та відсутня будь-яка стаття чи глава, які визначали б риси та функції податкового механізму, натомість окремі правові норми та елементи, що його регулюють, відображені у різних главах чи статтях і часто не різняться ґрунтовним і виразним змістом.

Зосередимо нашу увагу на одному із елементів державного податкового механізму, а саме податковому регулюванні. Отож, на думку авторів фінансово-економічного словника, “податкове регулювання – це заходи непрямого впливу на економіку та соціальні процеси через зміну податків, податкових ставок, податкових пільг, зниження чи підвищення загального рівня оподаткування, відрахувань до бюджету” [2, с. 480]. Погоджуємося із твердженням науковців, зниження рівня оподаткування стимулює виробництво та інвестиційні процеси, а підвищення – стримує їх.

Ю. Іванов вважає, що під податковим регулюванням слід розуміти свідомий, активний і цілеспрямований вплив держави на учасників економічних відносин за допомогою засобів та інструментів податкової політики для досягнення бажаних соціально-економічних результатів [3, с. 41]. Саме через податкову політику, засвідчує автор, держава не тільки формує джерела фінансування суспільно необхідних витрат, реалізуючи фіскальну функцію податків, але й забезпечує створення потрібних передумов до структурної перебудови національної економіки

та її зростання. Тобто регулююча функція податків виступає основою податкового регулювання.

Так, на думку І. Фокіної, податкове регулювання економіки, як основний елемент податкового механізму, покладено в основу довгострокових стратегічних цілей держави, спрямованих на забезпечення економічної стабільності та стимулювання економічного зростання [4, с. 7]. На нашу думку, цільовий напрям податкового регулювання, як гнучкого методу державного регулювання, залежить від конкретних соціально-економічних умов що склалися. Наприклад, стимулювання інвестиційної та інноваційної активності суб'єктів господарської діяльності, заходи податкової політики, спрямовані на детінізацію економіки й легалізацію об'єктів оподаткування тощо.

Узагальнюючи все вищезазначене, можна вважати, що основними завданнями податкового регулювання як елемента податкового механізму є: створення загального податкового клімату для розвитку чи припинення діяльності підприємств, забезпечення сприятливих умов оподаткування з метою стимулювання пріоритетних галузей та регіонів чи застосування стримуючої фіскальної державної політики.

Список використаних джерел:

1. Мединська Т.В. Податковий механізм як економічна категорія та його елементи / Т.В. Мединська // Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції: матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу і аспірантів (12-13 травня 2015 р.) / [ред. кол. : П.О. Куцик, Б.Б. Семак, Г.І. Башнянин, В.В. Апопій В.В., І.В. Сирохман та ін.]. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2015. – С. 51-52.
2. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк – Львів: Видавництво ДНУ “Львівська політехніка”, 2005. – 714 с.
3. Іванов Ю.Б. Функції податків та податкове регулювання / Ю.Б.Іванов // Формування ринкової економіки в Україні. –2009. – № 19. – С. 36-43.
4. Фокіна І. В. Формування механізму податково-субсидіарного регулювання вугільної промисловості: Автореф. дис....канд. екон. наук за спец. 08.07.01 – Економіка промисловості. –Донецьк, 2006. –22 с.

ЄВРОПЕЙСЬКА ПРАКТИКА ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

Мединська Т. В.,

к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту Львівської комерційної академії

Черевата Р. Ю.,

аспірант кафедри фінансів і кредиту Львівської комерційної академії

Економічний спад в останні роки справив негативний вплив на рівень життя населення України, що відображається в існуванні значних верств громадян, реальні доходи яких не досягають прожиткового мінімуму; населення деструктуровано (фактично відсутній середній клас); відбувається різке розшарування із зростанням розриву в доходах, що спричиняє більше напруження в суспільстві, ніж низький рівень доходів основної маси громадян.

В умовах обраного європейського вектору розвитку національної економіки, чималий вплив має система оподаткування доходів суспільства (зокрема громадян). Отож важливим є розгляд питань європейської практики та її впровадження з метою вдосконалення податкової системи доходів громадян.

У європейських країнах податок з доходів громадян називається «personal income tax» (PIT), в Україні – податок з доходів фізичних осіб (далі – ПДФО).

Варто сконцентрувати увагу на динаміці мінімальних заробітних плат серед європейських країн та в Україні за 2010 – 2015 рр., що відображено на рис. 1.

За даними рис. 1, бачимо, що найвища мінімальна заробітна плата серед аналізованих європейських країн у Польщі – 409,53\$, також усі європейські країни з 2010 по 2015 роки підвищували розміри заробітних плат, чого не можна сказати про українські реалії.

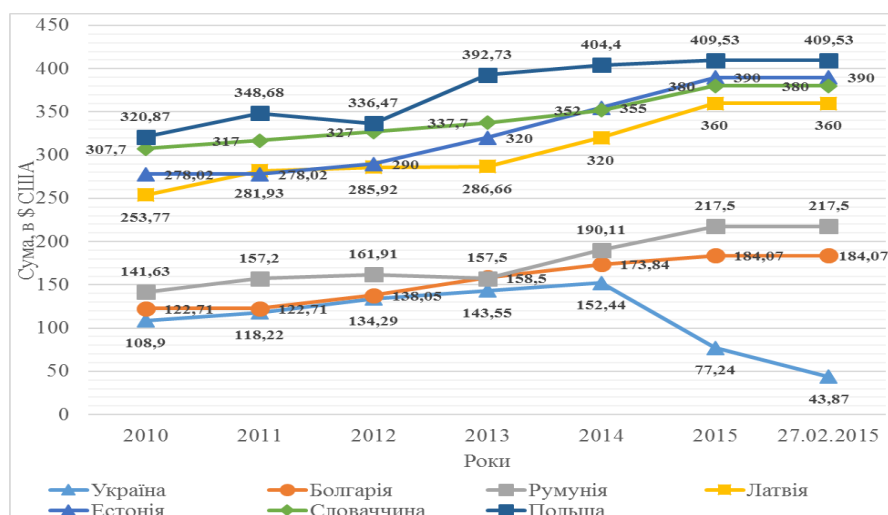
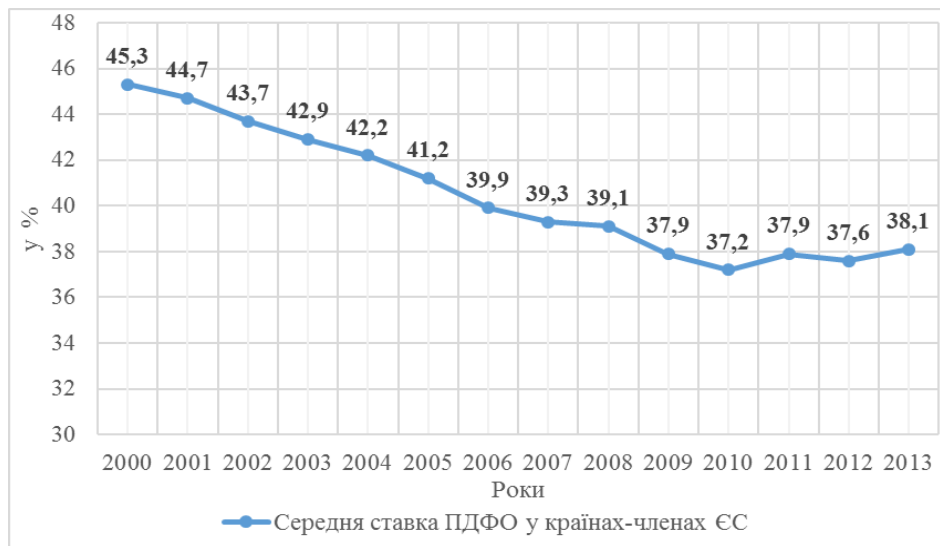


Рис. 1. Динаміка мінімальних заробітних плат серед європейських країн та в Україні за 2010 – 2015 рр.*Складено за даними [1]

В Україні у 2014 році через окупацію та військові дії курс долара виріс утричі, через що й розмір заробітної плати знизився до 77,24\$, а на початку 2015 року аж до 43,87\$. На курс гривні та розмір мінімальної заробітної плати в доларах США вплинули такі чинники: валютні спекуляції, бездіяльність НБУ, неналежна увага влади до «міцності» національної грошової одиниці. Розглянемо як змінювалися ставки податку на доходи фізичних осіб у країнах-членах ЄС за 2000-2013 рр. на рис. 2.



Як видно з рис. 2, з 2000 року по 2010 роки, середня ставка податку на доходи фізичних осіб знижувалася від 45,3% до 37,2%, лише у 2013 році спостерігалось незначне її підвищення до 38,1%. Скорочення ставок даного податку відбувається не ізольовано, а є частиною збалансованих дій, які можуть передбачати зниження рівня оподаткування для малозабезпечених платників або ж заходи компенсації втрати доходів.

Рис. 2. Середня ставка податку на доходи фізичних осіб у країнах-членах ЄС за 2000-2013 рр. *Складено за даними [2]

Якщо порівняти ставки ПДФО в Україні, то на перший погляд видається, що ставки 15% і 20% із заробітної плати є невисокими, однак в Україні відсутній диференційований підхід до платників цього податку, існує проблема ухилення від оподаткування доходів, що є однією з найгостріших проблем, що виокремлює її з-поміж більшості європейських країн. На масштаби ухилення від сплати податків впливає високий рівень податкових ставок, нерівномірний розподіл податкового навантаження, порушення принципу рівності платників перед законом, складність і недосконалість законодавства, зокрема податкового, недотримання норм законів, неефективність державної бюджетної політики.

Тому, обираючи інтеграцію у європейський простір, вітчизняній системі оподаткування доходів населення необхідно враховувати досвід країн ЄС, де при формуванні бази та ставки даного податку враховується фінансово-майнова нерівність

громадян та диференціація доходів працюючого населення.

Список використаних джерел:

1. SME Performance Review : European Commission : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/index_en.htm.
2. ANNUAL REPORT ON EUROPEAN SMEs 2012/2013 : European Commission : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/analysis/review/index_en.htm.

ПРОБЛЕМИ НАПОВНЕННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В УКРАЇНІ

Островська В.,

студентка групи БФК-41 Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Науковий керівник: **Олійник А. В.,**

викладач кафедри фінансів, обліку та аудиту Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

В Україні триває процес становлення національної фінансової системи, Важливою складовою якого є відродження місцевих фінансів.

Характерними ознаками стану місцевого самоврядування на сьогодні є відсутність належного матеріального та фінансового, кадрового та іншого ресурсного забезпечення необхідного для виконання завдань і повноважень органів місцевого самоврядування, криза житлово-комунального господарства, систем соціальної інфраструктури, поглиблення диспропорцій у соціально-економічному стані територіальних громад і регіонів.

У зв'язку з тим, що держава, не лише формує практично всю законодавчу базу щодо формування доходів місцевих бюджетів, а також визначає обсяги доходів і розрахункові показники, обсяги трансфертів, її роль у формуванні доходів місцевих бюджетів зростає з кожним роком [2].

Постійне прагнення до самостійності місцевих бюджетів, до подальшого розвитку та зміцнення місцевого самоврядування вимагає більшої фінансової незалежності та життєздатності органів місцевої влади. Рівень розвитку країни та зростання добробуту населення безпосередньо залежать від зростання сильної місцевої влади, яка здатна забезпечувати належне фінансування закладів освіти, культури, охорони здоров'я, вирішувати проблеми та відстоювати інтереси населення, тощо. Дія інституту місцевого самоврядування є нормою демократичного розвитку країни, що передбачає широку автономію населення у вирішенні питань самоврядного розвитку. Все це є фундаментальною умовою для децентралізації бюджетних коштів, як однієї з моделей функціонування міжбюджетних відносин [3].

На сьогодні в Україні проблеми, пов'язані з незалежним функціонуванням місцевих бюджетів як самостійних мають наступний вигляд:

По-перше, недостатність коштів для фінансування розвитку місцевого самоврядування. У бюджетній системі кожної країни для своєчасного виконання покладених функцій та завдань місцеві органи влади повинні володіти достатнім обсягом фінансових ресурсів. Відповідно до законодавства України вони наділені необхідною ресурсною базою, володіють низкою повноважень у частині розпорядження наявними коштами, земельними ділянками, іншими об'єктами комунальної власності. Однак фактично ж фінансові можливості територіальних громад є істотно обмеженими, не відповідають встановленим нормам забезпечення соціальних гарантій та зумовлюють значні касові розриви при виконанні місцевих бюджетів. При цьому найвагомим джерелом фінансових ресурсів місцевого самоврядування є доходи місцевих бюджетів.

До основних джерел доходів місцевих бюджетів належать податкові надходження, кошти, отримані від власних засобів муніципального утворення, які створюються за рахунок діяльності підприємств та організацій, що знаходяться у власності територіальних громад, та оплата за послуги, які надають органи місцевого самоврядування, а також місцеві позики. Співвідношення цих основних джерел у структурі місцевих фінансів визначає ступінь самостійності місцевих бюджетів.

Однак, протягом багатьох років в Україні існують проблеми формування дохідної частини місцевих бюджетів, серед них – брак коштів органів місцевої влади та нестабільність надходжень.

По-друге, зростання частки міжбюджетних трансфертів у складі доходів місцевих бюджетів та високий ступінь централізації фінансових ресурсів у державному бюджеті країни.

Через постійну нестачу ресурсів органи місцевої влади мають ще одну проблему – це висока частка міжбюджетних трансфертів у складі доходів місцевих бюджетів. Надходження місцевих бюджетів наполовину складаються з трансфертів із державного бюджету, через що органи місцевого самоврядування втрачають реальну здатність здійснювати управління соціально-економічним розвитком територій.

Постійне зростання офіційних трансфертів та загальнодержавних податків у доходах місцевих бюджетів не тільки роблять місцеву владу повністю залежною від дій та рішень центрального уряду, але й суперечить європейським та загальносвітовим тенденціям розвитку місцевого самоврядування. Також знижується ініціативність у мобілізації коштів та пошуку власних резервів наповнення місцевих бюджетів.

По-третє, незначна частка власних дохідних джерел у доходах місцевих бюджетів. Самостійність бюджетів можлива лише за наявності достатніх власних дохідних джерел. Недостатність власних стабільних доходів значно обмежує вплив місцевих органів влади на соціально-економічний розвиток територій [1].

Таким чином, успішний розвиток процесу становлення місцевих фінансів в Україні можливий лише за умови проведення низки заходів, результатом яких має стати формування нової, сучасної організації як державної влади, так і місцевого самоврядування, перебудова неефективних фінансово-бюджетної та податкової систем країни.

Література

1. Булій Н. О. Проблеми забезпечення фінансової самостійності місцевих бюджетів України [Електронний ресурс] / Режим доступу: // <http://www.rusnauka.com>.
2. Буряченко А. Є. Удосконалення фінансового механізму місцевих бюджетів [Текст] / А. Є. Буряченко, М. П. Палій // Фінанси України. – 2008. – № 8. – С.13-18.
3. Сунцова О. О. Місцеві фінанси: Навчальний посібник [Текст] / О. О. Сунцова – Київ : Центр навчальної літератури, 2005. – 560 с.

КОНЦЕПТУАЛЬНА СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА БАЗІ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ

Петченко М. В.

к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського

В умовах глобалізації та розвитку інформаційної економіки дослідження процесів формування та збільшення обсягів інвестиційних ресурсів, моніторингу та управління їх вартістю становиться все більш актуальними.

Найважливішим фактором, здатним збільшити ринкову вартість підприємств та обсяг прибутків від реалізації бізнес-проектів, а також обмежити різноманітні ризики господарської діяльності, є якість і ефективність використання інвестиційних ресурсів. Одним із сучасних підходів щодо оцінки ефективності використання інвестиційних ресурсів та виконання інвестиційних проектів є застосування вартісно-орієнтованих показників. Вартісний підхід, на думку вчених дозволяє адекватно відобразити економічну ефективність інвестиційної діяльності, її фінансову успішність, а також пропонує єдиний критерій ефективності для всіх зацікавлених осіб.

Враховуючи значні теоретичні здобутки, лише близько 5 % вітчизняних підприємств розраховують вартісно-орієнтовані показники, а близько 30 % – взагалі не розраховують середньозважену вартість капіталу і не застосовують ставку дисконтування як в процесі вартісно-орієнтованого управління, так і для оцінювання інвестиційних проектів. Значною перешкодою у підвищенні інвестиційної активності є те, що 16 % підприємств не проводять оцінку інвестиційної діяльності [2].

Також особливістю управління інвестиційними процесами в Україні є

ігнорування підприємствами передових інструментів прийняття управлінських рішень, які широко застосовуються у розвинутих країнах [1].

Відповідно виникла необхідність у розробці концептуальної схеми управління інвестиційною діяльністю підприємства, що базується на вартісно-орієнтованому підході (рис. 1).



Рис. 1. Концептуальна схема управління інвестиційною діяльністю підприємства, що базується на вартісно-орієнтованому підході

А також варто відновити співпрацю наука-виробництво, яка б дозволила поєднати теоретичні напрацювання вітчизняних вчених з практичним управлінським досвідом з обов'язковим урахуванням найновітніших світових досягнень в сфері менеджменту та забезпечити високий рівень ефективності інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств.

При цьому, вартісно-орієнтований підхід є ключовим інструментом в трансформації системи управління.

Управління інвестиційною діяльністю підприємства, що базується на вартісно-орієнтованому підході, повинно відповідати ряду вимог:

- забезпечення кількісної оцінки витрат на інвестиційну діяльність;
- прозорість та зручність використання;
- універсальність;
- забезпечення вибору найкращого інвестиційного проекту для реалізації з декількох альтернативних;
- можливість оцінки впливу внутрішніх та зовнішніх ризиків.

Як видно з рис. 1, процес управління інвестиційною діяльністю підприємства включає такі етапи, як: передінвестиційний, безпосереднє інвестування та постінвестиційний етап. Успішність управління досягається за допомогою ґрунтовних та всеохоплюючих підготовчих процедур. При цьому, основними суб'єктами управління виступають інвестиційні та топ-менеджери, а об'єктами управління – окремі інвестиційні проекти.

Отже, процес управління інвестиційною діяльністю підприємства, що базується на вартісно-орієнтованому підході, передбачає поліпшення стратегічних і тактичних управлінських рішень за рахунок концентрації загальних зусиль власників, топ-менеджерів і персоналу при реалізації інвестиційних проектів, а також шляхом формування вартісного мислення. Використання у практиці вартісно-орієнтованого підходу дозволить забезпечити стабільне зростання вартості підприємства в результаті здійснення інвестиційної діяльності.

Список використаних джерел

1. Терещенко О. О. Вартісно-орієнтований контролінг – інноваційний ресурс управління корпоративними фінансами / О. О.Терещенко // Фінанси України. – 2011. – № 11. – С. 77-88.
2. Федорович Р. Необхідність використання вартісних методів в управлінських технологіях / Р. Федорович, І. Серединська // Галицький економічний вісник. – 2013. – №3 (42). – С. 60-72.

ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ РОЗРАХУНКІВ ТА КРЕДИТУ В ТРАНСКОРДОННИХ ОПЕРАЦІЯХ

Піскор Н. М.,

студентка 4 курсу, спеціальність «Міжнародний бізнес», Факультет міжнародної політики, менеджменту та бізнесу, Ужгородський національний університет

Науковий керівник: **Курей О. А.**

к.е.н., доцент кафедри міжнародного бізнесу, логістики та менеджменту

За сучасних умов розширення процесів глобалізації зростає роль транскордонного співробітництва регіонів, відкриваються нові можливості для активізації господарської діяльності на периферійних територіях і підвищення їх конкурентоспроможності. Транскордонне співробітництво є необхідною умовою ефективного процесу європейської інтеграції, що ґрунтується на співпраці регіонів

сусідніх держав і має властивість прискорювати процеси вирівнювання якості життя населення прикордонних територій, приводити її до середньоєвропейського рівня та сприяти досягненню вільного переміщення товарів, капіталів і людей через кордони.

Диверсифікація міжнародних фінансових і валютних відносин на зламі XX і XXI ст. пов'язана з необхідністю здійснення грошового забезпечення господарських зв'язків, які значно розширилися й поглибилися під впливом інтернаціоналізації та глобалізації виробництва й обміну. Тому надзвичайної актуальності набувають дослідження інструментів оплати та кредиту в транскордонних операціях.

Обмін товарами та послугами між різними державами активізується, що викликає постійне зростання обсягів обігу капіталів, руху кредитних ресурсів, трансфертних платежів, цінних паперів, боргових зобов'язань та інших фінансових інструментів, а отже, формування міжнародних фінансових операцій для надання та споживання фінансових послуг [4, с. 372]. Фінансові операції (трансакції) можуть зумовлюватися як грошовими платежами (розрахунки, трансфери тощо), так і рухом капітальних ресурсів (лізинг, траст, кредит, франчайзинг та ін.), що потребують визначеної форми міжнародних розрахунків [2, с. 102].

Виходячи з особливої ролі, яку вони відіграють у реалізації зв'язків між державами, міжнародні розрахунки пов'язані з безготівковим обміном однієї національної валюти на іншу; забезпечують відносини із зарубіжними країнами у зовнішньоторговельній, туристичній, культурній, дипломатичній та інших сферах діяльності; регулюються національними та міжнародними законодавчими й нормативними актами, банківськими правилами та звичаями; виступають об'єктом уніфікації та впливу динаміки валютних курсів [1, с. 112]. Форми міжнародних розрахунків, які розроблені міжнародною практикою, є захисними методами від валютних ризиків і відрізняються одна від одної механізмом, ступенем гарантованості і формою участі в розрахунках банків.

Зростаюча інтернаціоналізація виробництва змушує економічних суб'єктів активно виходити на світовий ринок, що нерідко пов'язано з необхідністю залучення позикових коштів. Тому світову економіку сьогодні неможливо уявити без міжнародного кредиту. Міжнародний кредит є основою фінансування експортних та імпорتنих операцій. При цьому умови кредитування експорту є важливим чинником конкурентної боротьби окремих фірм і держав за ринки збуту [3, с. 202], а глобалізація економіки і розширення регіональної інтеграції прискорила розвиток середньострокового та довгострокового міжнародного кредитування на основі використання таких форм, як міжнародний факторинг, міжнародний форфейтинг, міжнародний лізинг, емісія боргових цінних паперів та ін. [5, с. 86].

У зовнішньоекономічних операціях міжнародний кредит сприяє процесу накопичення капіталів; прискорює процес реалізації товарів, послуг, інтелектуальної власності у всесвітньому масштабі, розсуваючи межі розширеного відтворення; забезпечує перерозподіл фінансових ресурсів між сторонами-учасниками; сприяє

економії витрат обігу в сфері міжнародних розрахунків; здійснює регулювання економіки [6, с.129].

Усі форми міжнародних розрахунків вимагають від учасників зовнішньоекономічної діяльності обопільної довіри. Найчастіше наявність такої довіри, яка, зокрема, обумовлюється і входження суб'єктів до єдиного євроінтеграційного утворення з однаковими правилами фінансової діяльності, зумовлює використання у міжнародних розрахунків банківського переказу та акредитиву, рідше – інкасової форми розрахунків.

Таким чином, у світі формується цілодобово діючий міжнародний фінансовий механізм, який є ефективним інструментом управління міжнародними фінансовими потоками та сприяє налагодженню постійних ділових зв'язків між партнерами з різних країн і розвитку інтеграційних процесів, зокрема, і на Європейському континенті.

Список використаних джерел

1. Боринець С.Я. Міжнародні валютно-фінансові відносини: Підручник / С.Я.Боринець. – 3-є вид., стер. – К.: Тов-во “Знання”, КОО, 2001. – 305с.
2. Дахно І.І. Міжнародна економіка: Навч. посіб. / І.І.Дахно. – К.: МАУП, 2003. – 296с.
3. Круглов В.В. Основи міжнародних валютно-фінансових і кредитних відносин: підручник / В.В.Круглов. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 360с.
4. Кудряшов В.П. Курс фінансів: Навч. посіб. / В.П.Кудряшов. – К.: Знання, 2008. – 431с.
5. Лагутін В.Д. Кредитування: теорія і практика: Навч. посіб. / В.Д.Лагутін. – К.: Знання, 2000. – 215с.
6. Тюріна Н.М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч.посіб. / Н.М.Тюріна. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 408с.

НЕОБХІДНІСТЬ ОЦІНКИ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Покинсьбрда О. А.,

студент групи Фін-24сп Львівського національного аграрного університету

Науковий керівник: **Колодій А. В.,**

к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту Львівського національного аграрного університету

Платоспроможність – це один з показників, що характеризує фінансовий стан підприємства. Під платоспроможністю підприємства слід розуміти його здатність в строк і в повному обсязі задовільняти платіжні вимоги постачальників продукції, вносити платежі в бюджет, повертати кредити, проводити оплату праці персоналу. Від того як партнери виконують свої зобов'язання перед підприємством, залежить чи зможе підприємство регулярно і своєчасно погашати свої борги.

Аналіз платоспроможності необхідний не тільки для підприємства для оцінки і

прогнозування фінансової діяльності, а він також є дуже важливим для банків, тобто перш ніж видавати кредит, банк повинен бути переконаний у кредитоспроможності позичальника. Особливо важливо знати при наданні партнеру комерційного кредиту чи відстрочки платежу його фінансові можливості [4, с.125].

Платоспроможність впливає на виконання виробничих планів і забезпечення потреб виробництва необхідними ресурсами. Тому платоспроможність є спрямована на забезпечення планомірного надходження і витрачання грошових ресурсів, виконання правильних розрахунків, досягнення раціональних пропорцій власного і позикового капіталу і найбільш ефективного його використання.

Для того щоб в умовах ринкової економіки підприємство змогло вижити і не допустити свого банкрутства, треба добре знати, як правильно керувати фінансами, якою повинна бути структура капіталу, яку частку повинні займати власні кошти, а яку позикові.

Головною метою оцінки платоспроможності є своєчасне виявлення і усунення недоліків у фінансовій діяльності, а також пошук резервів для покращення фінансових можливостей підприємства.

При цьому необхідно виконувати такі завдання як прогнозування можливих фінансових результатів, розробка конкретних заходів та оцінювати виконання плану.

Оцінкою платоспроможності підприємства займаються не лише керівники і відповідні служби підприємства, але і його засновники та інвестори. Банки проводять аналіз платоспроможності підприємства для оцінки умов кредитування, визначення ризику кредитування, постачальники – для своєчасного отримання платежів, фіскальні органи – для виконання плану надходження коштів до бюджету. Відповідно до цього аналіз поділяється на внутрішній та зовнішній. Внутрішній аналіз проводиться службами підприємства для забезпечення нормального функціонування підприємства, отримання максимального прибутку і запобігання банкрутства, а зовнішній аналіз проводиться інвесторами, постачальниками, контролюючими органами для вигідного вкладання коштів і виключення ризику витрат [2, с.528].

Основними джерелами інформації для оцінки платоспроможності підприємства служать бухгалтерський баланс (форма № 1), звіт про фінансові результати (форма № 2), звіт про рух капіталу (форма № 4), а також дані первинного і аналітичного бухгалтерського обліку [5, с.144].

До основних способів покращення платоспроможності підприємства ми можемо віднести такі як: підвищення продуктивності праці, зниження матеріальних витрат, розширення ринку збуту продукції та залучення інвестицій [7, с.3].

Отже, для здійснення ефективної діяльності будь-якому підприємству необхідно проводити аналіз своєї діяльності, щоб була можливість виявити недоліки своєї роботи та вжити заходів щодо їх ліквідації. Якщо підприємство платоспроможне та фінансово стійке, то воно має перевагу перед іншими підприємствами в залученні

інвестицій, в отриманні кредитів, у виборі постачальників та кваліфікованих працівників. Своєчасне і повноцінне виявлення проблем фінансів підприємства дозволяє здійснити комплекс заходів, що дозволяють запобігти можливого його банкрутства.

Список використаних джерел:

1. Брижань І. Контролінг в системі інструментів забезпечення платоспроможності підприємства: Економіка і регіони [Текст] Ірина Брижань. – Полтава, 2009 – 55-60 с.
2. Головка І. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник [Текст] Ірина Головка. – Київ, 2006 – 528 с.
3. Ізмайлова К. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник [Текст] Кіра Ізмайлова. – Київ, 2000 – 152 с.
4. Кучер С. Платоспроможність і ліквідність аграрних підприємств: Фінанси України [Текст] Сергій Кучер. – Київ, 2005 – 120-126 с.
5. Кононенко О. Аналіз фінансової звітності: Фактор [Текст] Оксана Кононенко. – Харків, 2002 – 144 с.
6. Лахтіонова Л. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання: Монографія [Текст] Людмила Лахтіонова. – Київ, 2004 – 387 с.
7. Татушко М. Аналіз платоспроможності та напрямки її покращення: Економіка підприємства [Текст] М. Татушко. – Чернівці, 2012 – 3 с.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ ЯК ОСНОВНА СКЛАДОВА РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ БАНКУ

Рушанян О. С.,

студентка групи ФК-11-1 Хмельницького національного університету

Науковий керівник: **Матвійчук Л. О.,**

к.е.н., доцент кафедри фінансів та банківської справи Хмельницького національного університету

Успішна діяльність банку в цілому великою мірою залежить від обраної стратегії управління ризиками. Мета процесу управління банківськими ризиками полягає в їх обмеженні або мінімізації, оскільки повністю уникнути ризиків неможливо. Управління банківськими ризиками, як правило, спрямоване на забезпечення отримання банком відповідної винагороди за прийняття ризиків.

Основним елементом ефективної корпоративної культури ризик-менеджменту, в тому числі кредитного, є розуміння керівництвом та кожним із співробітників банку поставлених цілей та способів їх досягнення.

Кредитний менеджмент виступає ключовим напрямом банківського менеджменту. У загальному розумінні, він уявляє собою діяльність, пов'язану з наданням, управлінням, контролем та безпекою процесу кредитування.

Кредитний ризик-менеджмент повинен базуватися на ідентифікації кредитного ризику, його плануванні, прогнозуванні, нормуванні, лімітуванні та регламентації, створення спеціальних процедур та технологій контролю, постійного моніторингу.

В цілому, систему кредитного ризик-менеджменту можна представити як сукупність підходів, методів, технологій, інструментів, моделей, сценаріїв та управлінських рішень, застосування яких при ефективній організації управління кредитним ризиком забезпечує якість кредитної діяльності, що в свою чергу впливає на фінансову стабільність банківських установ.

Процес управління кредитним ризиком в кожному банку має свої особливості. Найпростішою системою управління кредитним ризиком є механізм, який складається з таких етапів:

- розробка кредитної політики;
- управління кредитним портфелем;
- управління процедурою кредитування, до складу якої включаються такі процеси як створення кредиту, схвалення кредиту, управління кредитом та закриття кредиту [2, с. 112].

Управління кредитним ризиком – це цілеспрямований процес, кінцевою метою якого є мінімізація ймовірності настання ризику та зменшення його впливу на діяльність банківської установи. Система кредитного ризик-менеджменту представлена на рисунку 1 [3, с. 186].



Рисунок 1 – Методологічні складові системи кредитного ризик-менеджменту

Слід відмітити, що кредитний ризик-менеджмент охоплює усі стадії кредитування від часу розгляду заявки до завершення розрахунків та прийняття рішення про відновлення кредитування.

Головне завдання системи управління кредитним ризиком полягає у забезпеченні фінансової стійкості та надійності діяльності банку.

Дієвими способами зниження рівня кредитного ризику в системі ризик-менеджменту банку є:

- постійний контроль з боку банку за виконанням необхідних співвідношень і обов'язкових нормативів;

- диверсифікації портфеля позичок банку, розподіл та регулювання структури його розмірів;

- створення ефективних механізмів оцінки кредитоспроможності позичальників банку;

- проведення постійних заходів з прогнозування економічної кон'юнктури для коригування кредитної політики банку;

- використання систем страхування, що забезпечує створення резервів для нейтралізації збитків, які спричинені дією ризиків.

Отже, для вирішення проблеми зниження рівня кредитних ризиків банку важливо застосовувати ефективну систему управління кредитним ризиком для мінімізації можливих витрат, пов'язаних із кредитною діяльністю.

Список використаних джерел

1. Бабаніна Н. В. Удосконалення системи управління кредитним ризиком банківської установи / Н. В. Бабаніна // Економічні науки. – 2015. – № 14. – С. 116 – 119.

2. Дзюблюк О. В. Механізм забезпечення якості кредитного портфеля й управління кредитним ризиком банку в період кризових явищ в економіці / О. В. Дзюблюк // Журнал європейської економіки. – 2010. – № 1. – С. 108–124.

3. Зверяков О. М. Система кредитного ризик-менеджменту та її вплив на антикризову стійкість банківських установ / О. М. Зверяков // Економічний форум. – 2013. – № 4. – С. 184 – 188.

РОЛЬ ПРИБУТКУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКУ

Руцишин Н. М.

к.е.н., доцент кафедри фінансово-економічної безпеки та банківського бізнесу Львівської комерційної академії

Притула Н. М.

аспірант кафедри фінансово-економічної безпеки та банківського бізнесу Львівської комерційної академії

Банківська безпека є одним з основних елементів банківського менеджменту, яка має багатофункціональний і комплексний характер. Від ефективності її організації залежать всі напрями банківської діяльності, та їх результативність, а саме одержання прибутку.

Основним критерієм ефективності безпеки банківської діяльності є стабільність фінансового й економічного розвитку банку. Під фінансовою складовою безпеки банківської діяльності слід розуміти комплекс заходів із досягнення максимально можливої платоспроможності та стійкості комерційного банку, ліквідності його балансу, ефективної структури капіталу й найбільш прибуткових напрямів його вкладень, що одержується шляхом чіткого стратегічного та тактичного планування, аналізу та запобігання загрозам фінансового характеру [1].

Згідно тверджень М. М. Єрмошенка і О. І. Барановського основна мета фінансової безпеки банку полягає в безперервній і стійкій підтримці стану, який характеризується збалансованістю і стійкістю до впливу зовнішніх і внутрішніх загроз [1; 5]. Фінансова безпека банку визначається стабільністю і стійкістю фінансового стану банку, ступенем ефективності фінансово-економічної діяльності, рівнем контролю за зовнішніми і внутрішніми ризиками, рівнем достатності власного капіталу, ступенем захищеності інтересів акціонерів [1; 2; 4; 6; 8].

Забезпечення фінансової безпеки банків передбачає виконання таких завдань: ідентифікацію ризиків і пов'язаних з ними потенційних небезпек; визначення індикаторів фінансової безпеки банку; впровадження системи діагностики та моніторингу стану фінансової безпеки; розробку заходів, спрямованих на забезпечення фінансової безпеки банку як в короткостроковому, так і в довгостроковому періодах, контроль та аналіз їх виконання; ідентифікацію загроз банку і корегування індикаторів залежно від зміни стану зовнішнього середовища, цілей і завдань банку [7, с. 11].

Фінансову безпеку розглядають як сукупність умов, за яких потенційно небезпечні для фінансового стану банку дії чи обставини попереджені чи зведені до такого рівня, за якого вони не здатні завдати шкоди встановленому порядку його функціонування, збереженню й відтворенню майна та інфраструктури і перешкодити досягненням банком статутних цілей; стан захищеності фінансових інтересів банку, його фінансової стійкості й прибутковості, а також середовища, в якому він функціонує.

Таким чином, фінансова безпека банків є важливим інструментом для досягнення їх комерційної мети – збільшення прибутку, накопичення капіталу, захисту їх від ризиків, а також зміцнення позицій на ринку банківських послуг.

До об'єктів фінансової безпеки банку входить прибуток, який є головною метою підприємницької діяльності. Водночас, прибуток банку є критерієм ефективності фінансової діяльності. Індивідуальний рівень прибутку банку в порівнянні з іншими банками характеризує ступінь вміння (підготовленості, досвіду, ініціативності) менеджерів успішно здійснювати фінансову діяльність в умовах ринкової економіки. Середній рівень прибутку банків по банківській системі характеризує ринковий та інші зовнішні чинники, які визначають ефективність діяльності і є основними регуляторами «переливу» капіталу в системі з більш ефективним його використанням. При цьому капітал переміщується, як правило, в ті сегменти ринку,

що характеризуються значним обсягом незадоволеного попиту, а це сприяє більш повному задоволенню суспільних та особистих потреб.

Прибуток є основним внутрішнім джерелом формування капіталу банку, який забезпечує його розвиток [3]. В системі джерел формування капіталу, прибутку належить головна роль. Чим вищий рівень генерування прибутку банку в процесі його діяльності, тим менші потреби банку в залученні фінансових коштів із зовнішніх джерел, а при інших рівних умовах тим вищий рівень самофінансування його розвитку, забезпечення реалізації стратегічних цілей цього розвитку, підвищення конкурентної позиції банку на ринку. При цьому, на відміну від інших внутрішніх джерел формування капіталу банку, прибуток є постійно відтворюваним джерелом.

Важливо підкреслити, що прибуток є головним джерелом зростання ринкової вартості банку [3]. Здатність вартості капіталу до самозростання забезпечується шляхом капіталізації частини отриманого банком прибутку, тобто його спрямуванням на приріст активів. Чим вищі сума та рівень капіталізації отриманого банком прибутку, тим більшою мірою зростає вартість його активів, а відповідно і ринкова вартість банку в цілому, яка визначається при його продажу, злитті, поглинанні та в інших випадках.

Прибуток є основним захисним механізмом, який захищає банк від загрози банкрутства. Хоча загроза банкрутства існує і в умовах прибуткової діяльності банку, але банк набагато швидше виходить з кризового стану при високому потенціалі генерування прибутку. За рахунок капіталізації отриманого прибутку може бути швидко збільшена частка високоліквідних активів, тобто відновлена платоспроможність; збільшена частка власного капіталу при відповідному зниженні обсягу залучених засобів, тобто підвищена фінансова стійкість; сформовані відповідні резервні фінансові фонди.

Отже, в умовах ринкової економіки отримання прибутку та забезпечення рентабельної діяльності – це необхідні чинники існування будь-якого банку та забезпечення його фінансової безпеки. Прибуток характеризує стійкість банківської установи. Він необхідний для створення адекватних резервних фондів, стимулювання персоналу і керівництва до розширення та вдосконалення операцій, скорочення витрат і підвищення якості послуг, що надаються, і, зрештою, для успішного проведення наступних емісій і відповідного збільшення капіталу, який дає змогу розширити обсяги і поліпшувати якість наданих послуг.

Список використаних джерел:

1. Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізм забезпечення): монографія/ О. І. Барановський. – К. : КНЕУ, 2004. – 759 с.
2. Барановський О. І. Банківська безпека: проблема виміру / О. І. Барановський // Економіка і прогнозування. – 2006. – № 1. – С. 7–26.
3. Водолазська О.А. Банківські операції: навчальний посібник / О.А. Водолазська,

М.В. Головачук. – К.: Знання, 2004. – 324 с.

4. Герасимов, П. А. Экономическая безопасность банка: концептуальный подход / П. А. Герасимов // Банковские услуги. – 2006. – № 4. – С. 20–30.

5. Єрмошенко, М. М. Економічні та організаційні засади забезпечення фінансової безпеки підприємства: препринт наукової доповіді / М. М. Єрмошенко, К. С. Горячева, А. М. Ашуєв. – К. : Національна академія управління, 2005. – 78 с.

6. Зубок, М. І. Безпека банківської діяльності: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / М. І. Зубок. – К. : КНЕУ. – 2003. – 154 с.

7. Фінансова безпека банківської діяльності: навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни “Безпека банків” / [уклад. С. М. Побережний, О. Л. Пластун, Т. М. Болгар] ; Державний вищий навчальний заклад “Українська академія банківської справи Національного банку України”. – Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2010. – 112 с.

8. Хитрін, О. І. Фінансова безпека комерційних банків / О. І. Хитрін // Фінанси України. – 2004. – № 11. – С. 118–124.

РЕАЛІЇ МІЖНАРОДНОГО ОПОДАТКУВАННЯ ТА ЗМІНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Руцишин Н. М.

к.е.н., доцент кафедри фінансово-економічної безпеки та банківського бізнесу Львівської комерційної академії

Галько Н. В.

аспірант кафедри фінансово-економічної безпеки та банківського бізнесу Львівської комерційної академії

Основи сучасної системи міжнародного оподаткування сформувалися після закінчення Другої світової війни та тривалий період не зазнавали суттєвих змін. Проте останнім часом міжнародні бізнес-групи поширили практику активного та інколи агресивного використання неузгодженості податкових систем окремих юрисдикцій та преференційних положень податкових конвенцій з метою максимального зниження податкового навантаження на свою діяльність.

До конкретних прикладів агресивної податкової поведінки платників податків, можна віднести такі:

1) мережа кав'ярень Starbucks за 14 років свого існування в Сполученому Королівстві отримала прибуток в розмірі 3 млрд фунтів стерлінгів, а сума сплачених податків склала лише 8,5 млн. [1];

2) протягом 2009-2013 років компанія McDonald's перевела частину свого прибутку у Люксембург, недоплативши таким чином податковим органам інших держав близько 1 млрд. євро [5];

3) за результати розслідування Єврокомісії компанію Apple звинуватили у використанні дочірніх підприємств в Ірландії, з метою уникнення сплати податків з доходів, які генерувались за межами США протягом 2004 – 2012 років. В результаті цього компанія недоплатила податку на прибуток в розмірі 8 млрд дол. [6];

4) компанія Google мала ефективну ставку корпоративного податку лише у розмірі 2,6 % при доході, отриманому поза межами США, в 8,1 млрд. дол. США за 2012 р., оскільки скеровувала майже всі закордонні прибутки до дочірньої компанії на Бермудських островах, де не стягується корпоративний податок взагалі [4].

Як наслідок з метою вирішення проблем глобальної податкової невизначеності на світовому рівні розпочато низку ініціатив, які передбачають посилення адміністрування, інформаційну прозорість та визначення єдиних правил гри для платників податків.

У 2012 році країни Великої двадцятки порушили питання щодо зміни існуючих правил міжнародного оподаткування з метою підвищення їх ефективності та забезпечення практичної реалізації права країн на належне використання своїх податкових прав. Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) у відповідь на такий заклик підготувала та опублікувала 12 лютого 2013 року Звіт з питань розмивання бази оподаткування та переміщення доходів (Addressing Base Erosion and Profit Shifting (BEPS)). За дорученням країн Великої двадцятки, 19 липня 2013 року ОЕСР опублікувала План заходів з протидії BEPS, який передбачає масштабну перебудову існуючої системи транскордонного оподаткування.

BEPS відрізняється від попередніх спроб ОЕСР радикально реформувати міжнародну податкову систему єдиним розумінням, досягнутим на рівні урядів значної кількості країн, щодо існування нагальної потреби в розробці спільного глобального плану скоординованої протидії ухиленню від оподаткування чи його заниженню як на рівні національних економік, так і на міжнародному рівні.

Планом дій сформульовано 15 заходів, які згруповано за шістьма ключовими напрямками:

1. Оподаткування у сфері електронної комерції;
2. Відновлення узгодженого міжнародного режиму оподаткування;
3. Відновлення реального (дієвого) змісту міжнародних стандартів та порядку використання податкових пільг;
4. Забезпечення відповідності трансфертних цін утворенню вартості (доходу);
5. Забезпечення прозорості та підвищення стабільності та прогнозованості оподаткування;
6. Необхідність якнайшвидшого запровадження узгоджених підходів [3].

У результаті мають бути викоренені поширені схеми ухилення від оподаткування. Заходи, передбачають запровадження для транснаціональних компаній: сплати місцевих податків з будь-якого прибутку від продажів, що здійснюються в країні; розкриття контролюючим органам відомостей про розподіл прибутку, продажів та податків по країнах; блокування переведення ними нематеріальних активів з високою вартістю (наприклад, інтелектуальної власності та торгових брендів) до низькоподаткових юрисдикцій, фактично не пов'язаних з діловою активністю; підвищення вимог до відкриття іноземних представництв (філій) транснаціональних компаній; внесення змін до законодавства для

нейтралізації податкових переваг від використання складних фінансових інструментів тощо.

Окрім BEPS вплив на міжнародне оподаткування здійснило й затвердження Радою Європейського Союзу (ЄС) 27 січня 2015 року змін до Директиви про материнські та дочірні компанії. Згідно з новими вимогами, пільги з переведення дивідендів між материнськими і дочірніми компаніями, що знаходяться в різних країнах Євросоюзу не будуть застосовуватися, зокрема, якщо корпоративна структура визнається економічно необґрунтованою. Структура розглядається економічно необґрунтованою в тому випадку, коли відсутня економічна доцільність здійснюваних операцій, окрім єдиної мети – отримання податкових пільг.

Виконання світовою економічною спільнотою зазначених ініціатив, безумовно, вплине та приведе до суттєвих змін умов здійснення та оподаткування зовнішньоекономічних операцій підприємств, що входять до складу груп, для переважної більшості країн світу [2].

Вітчизняні підприємства мають бути готовими до таких змін, щоб не знизити конкурентоспроможності на міжнародних ринках. Слід завчасно розпочати оцінку потенційних наслідків міжнародних ініціатив для глобальних ланцюгів постачання, ефективної податкової ставки групи підприємств, а також репутаційних ризиків тощо.

Список використаних джерел

1. Алиева Н. Как крупные мировые корпорации уклоняются от уплаты налогов или двойной голландско-ирландский сэндвич [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://offshorewealth.info/tax-planning/c26-tax-planning/tax-evasion-big-companies/>
2. Мішин М., Курілов Є. Трансфертне ціноутворення та План дій BEPS 18.04.2014, № 16 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/6995>.
3. Action Plan on Base Erosion and Profit Shifting (Russian version) [Електронний ресурс]. – OECD Publishing, 2014. – 56 р. – Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264201262-ru>.
4. Bergin, T. Google Paid \$55 Million In UK Taxes On \$5.5 Billion Sales In 2012 / Reuters [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.huffingtonpost.com/2013/09/30/google-taxesoverseas_n_4016714.html.
5. Tom Fairless. EU to Announce Probe Into McDonald's Tax Affairs / The Wall Street Journal [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wsj.com/articles/eu-to-announce-probe-into-mcdonalds-tax-affairs-1449064624>
6. Adam Satariano. Apple May Be on Hook for \$8 Billion in Taxes in Europe Probe / BloombergBusiness [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bloomberg.com/news/articles/2016-01-22/google-paid-apple-1-billion-to-keep-search-bar-on-iphone>

ПРІОРИТЕТНИЙ РОЗВИТОК ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕГІОНУ

Савицька Оксана Іванівна,

аспірант кафедри фінансів, Українська академія банківської справи, м. Суми

Одна із головних проблем сьогодення в економічному просторі є належне фінансове забезпечення підприємств та регіонів, що безпосередньо впливає на рівень соціально-економічного розвитку конкретного регіону та країни в цілому. Проте на сьогоднішній день відсутнє чітке розуміння даного поняття та трактування його зустрічається в різних формах, оскільки найчастіше науковці висвітлюють свою точку зору спираючись на формуючу та розподільчу роль фінансів у соціально-економічному розвитку. Основні підходи до розуміння сутності категорії «фінансове забезпечення» наведено в таблиці 1.

Таблиця 1 – Підходи до визначення сутності поняття «фінансове забезпечення»

Автор	Визначення поняття
В. І. Оспішев [7]	Основний метод фінансового впливу на соціально-економічний розвиток, який регулюється на основі відповідної системи функціонування, яке може здійснюватися в трьох формах: самофінансування, кредитування, зовнішнє фінансування.
В. М. Опарін [4]	Реалізується на основі відповідної системи фінансування, яке може здійснюватися через самофінансування, кредитування та зовнішнє фінансування.
Г. Б. Погрішук [5]	Включає такі складові як: мета, завдання, функції, методи, джерела, обсяги фінансових ресурсів, а також діяльність як держави, так і суб'єктів господарювання, що пов'язана з мобілізацією і використанням цих ресурсів.
В. М. Родіонова [6]	Покриття витрат за рахунок фінансових ресурсів, що акумулюються суб'єктами господарювання і державою. Формами фінансового забезпечення виділяє самофінансування, кредитування й державне фінансування, а інструментами механізму фінансового забезпечення склад і структуру його джерел.
І. С. Козій [1]	Передбачає формування та використання фінансових ресурсів підприємств за допомогою оптимізації співвідношення всіх його форм і дає змогу створити такі обсяги фінансових ресурсів господарської діяльності, від яких підприємство мало б змогу функціонувати не тільки беззбитково, але і підвищувати ефективність діяльності та зміцнювати економіку

	країни загалом.
О. І. Москаль [2]	Сукупність економічних відносин, що виникають з приводу пошуку, залучення і ефективного використання фінансових ресурсів та організаційно-управлінських принципів, методів і форм їх впливу на соціально-економічну життєдіяльність територіальних одиниць та господарських суб'єктів.
Д. С. Олійник [3]	Організація через визначення обсягу фінансових ресурсів, науково обґрунтованого їх прогнозування, створення фінансових резервів і нормативно-правового забезпечення.

Узагальнюючи вищенаведені визначення, можемо дійти висновку, що під фінансовим забезпеченням розуміється система фінансових відносин, які здійснюються за допомогою залучення та використання фінансових ресурсів [8]. Фінансове забезпечення є актуальним для різних суб'єктів починаючи від окремого громадянина, підприємства та закінчуючи міжнародними організаціями. Проте нами зосереджена увага саме на рівні регіону, що на думку багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців є рушійною силою для зростання економічного та соціального розвитку конкретної території та країни в цілому, що робить її конкурентоспроможною у світовому просторі.

Для максимальної акумуляції та ефективного використання доступних фінансових ресурсів, створення відповідних умов, що сприятимуть соціальному розвитку та розширеному відтворенні важливим є проведення децентралізації. Дана реформа дозволить на рівні регіону забезпечувати розвиток культури, спорту, туризму, середньої освіти, охорони здоров'я, займатися розробленням дієвих планів регіонального розвитку, що в цілому буде зосереджено на покращенні рівня життя населення та ефективній діяльності економічних суб'єктів господарювання.

В сучасних умовах фінансове забезпечення регіону має розглядатися як сукупність фінансових ресурсів, які формуються та використовуються суб'єктами регіональної соціально-економічної системи для забезпечення виробничо-економічної діяльності, виконання соціальних функцій, досягнення стійкості регіонального розвитку.

Варто відзначити, що існуюче фінансове забезпечення регіону є неефективним, оскільки спостерігається гостра нестача фінансових ресурсів та низька ефективність їх використання, що спрямовані як правило, на здійснюється фінансування поточних витрат. Удосконалений механізм фінансового забезпечення регіону повинен забезпечити сприятливі умови для вирішення поставлених завдань, щодо розбудови соціально-економічного розвитку території, гарантуючи вигідність інвестиційної та інноваційної діяльності, підтримку сприятливих умов розвитку та поширення вітчизняних виробництв і технологій.

Література

1. Козій І. С. Місце і значення фінансового забезпечення в структурі фінансового механізму / І. С. Козій // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – №18. – С. 223–229.
2. Москаль О. І. Фінансове забезпечення розвитку агропромислового виробництва регіону (на матеріалах Чернівецької області): автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.04.01 – Фінанси, грошовий обіг і кредит / О. І. Москаль : Ін-т аграр. економіки УААН. – К. : 2001. – 16 с.
3. Олійник Д. С. Фінансове забезпечення розвитку сільськогосподарського виробництва : автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.04.01 – Фінанси, грошовий обіг і кредит / Д. С. Олійник : Ін-т аграр. економіки УААН. – К., 2003. – 17 с.
4. Опарін В. М. Фінанси (загальна теорія) : навчальний посібник / В. М. Опарін. – К. : КНЕУ, 2002. – 240 с.
5. Погрішук Г. Б. Фінансове забезпечення охорони навколишнього природного середовища : автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.04.01 – Фінанси, грошовий обіг і кредит / Г. Б. Погрішук : Тернопільський ДЕУ. – Тернопіль : 2005. – 19 с.
6. Финансы / В. М. Родионова, В. Я. Вавилов, Л. И. Гончаренко [и др.] ; ред. В. М. Родионова. – М. : Финансы и статистика, 1993. – 432 с.
7. Фінанси: навчальний посібник / О. П. Близнюк, Л. І. Лачкова, В. І. Оспіщев [та ін.] ; ред. І. В. Оспіщев. – К. : Знання, 2006. – 415 с.
8. Фролов, С. М., Чоботар О.І. Сутність фінансового забезпечення та його місце у зовнішньоекономічній діяльності підприємств / С. М. Фролов, О. І. Чоботар // Економіка та держава. – 2014. – № 9. – С. 6-9.

ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНИХ ТА МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ

Савчук Н.С.

студентка групи МОА-61, Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Науковий керівник: **Піхняк Т.А.**,

к.е.н., завідувач кафедри фінансів, обліку та аудиту Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Розвиток ринкових відносин в Україні супроводжується змінами економічного, інформаційного і правового середовища. Відповідно до таких процесів змінюються цілі підприємств та значно підвищується роль інформаційного забезпечення в обґрунтуванні управлінських рішень. В сучасних умовах для результативної діяльності кожному господарюючому суб'єкту потрібна інформація про економічних партнерів, які є конкурентами у відповідній сфері діяльності. Саме тому виняткова роль належить інформаційному забезпеченню в процесах управління. Вона спричинює підвищену увагу до бухгалтерської фінансової звітності як основного джерела інформації про майновий та фінансовий стан

підприємства, а також результати його виробничо–господарської діяльності за звітний період.

Основним призначенням фінансової звітності є використання для прийняття управлінських рішень, оскільки саме звітність надає повну, правдиву та неупереджену інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та рух коштів підприємства. В умовах реформування вітчизняної системи бухгалтерського обліку з метою її орієнтації на Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та фінансової звітності й прийняття Податкового кодексу України значно зростає управлінська орієнтація фінансової звітності, однак розширюється її фіскальна спрямованість.

Сьогодні існує ряд проблем, пов'язаних із формуванням та відображенням у фінансовій звітності інформації про активи, власний капітал, зобов'язання, доходи, витрати і фінансові результати у контексті з Міжнародними стандартами фінансової звітності.

Поштовхом до впровадження МСФЗ в Україні стало прийняття Кабінетом Міністрів України "Програми реформування системи бухгалтерського обліку із застосуванням міжнародних стандартів" [6]. Дане впровадження викликане тим, що українські стандарти не відповідали повною мірою потребам сучасних користувачів фінансової звітності – інвесторів, акціонерів, фінансових інститутів та ін.

Міжнародні стандарти фінансової звітності на даний момент є ефективним інструментом підвищення прозорості і зрозумілості інформації, яка розкриває діяльність суб'єктів господарювання, створює достовірну базу для визнання доходів і витрат, оцінки активів і зобов'язань, яка надає можливість об'єктивно розкривати і віддзеркалювати існуючі фінансові ризики. У суб'єктів, які складають звітність за МСФЗ, значно зростає можливість залучити додаткові джерела капіталу та бізнес-партнерів, які допоможуть забезпечити економічне зростання і процвітання. У свою чергу суб'єкти, використовуючи МСФЗ, мають доступ до інформації про фінансовий стан потенційних партнерів, що слугує додатковим інструментарієм при їх виборі [4].

МСФЗ сьогодні – це об'єктивна реальність, єдиний підхід до ведення бухгалтерського обліку в усьому світі, що має велике практичне значення для складання фінансової звітності [7]. Фінансову звітність за міжнародними стандартами регулюють стандарти, одним з яких є МСБО 1 "Подання фінансової звітності". Його метою є визначення основ подання фінансових звітів загального призначення суб'єкта господарювання для забезпечення зіставності та порівняння їх за попередні періоди, а також з фінансовими звітами інших суб'єктів господарювання [3].

Фінансова звітність за міжнародними стандартами складається за загальними принципами МСБО [5].

З прийняттям Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затвердженого наказом Міністерства фінансів України № 73 від 07.02.2013 р. [4], відмінено дію П(С)БО 1, 2, 3, 4,5, що

регламентували порядок складання Балансу, Звіту про фінансові результати, Звіту про рух грошових коштів та Звіту про власний капітал.

Критерії порівняння фінансової звітності за П(С)БО та МСФЗ наведенні у таблиці 1.

Таблиця 1.

**Порівняння фінансової звітності за П(С)БО та МСФЗ
[розроблено автором самостійно]**

Критерій	МСФЗ	П(С)БО
Визначення фінансової звітності	Структуроване представлення фінансового положення і фінансових результатів діяльності організації	Це бухгалтерська звітність, що містить інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів за звітний період
Склад фінансової звітності	Повний комплект фінансової звітності включає: звіт про фінансовий стан на дату закінчення періоду; звіт про прибутки та збитки за період; звіт про зміни в капіталі за період; звіт про рух грошових коштів; примітки, що складаються з короткого огляду основних принципів облікової політики та іншої пояснювальної інформації	Фінансова звітність складається з таких компонентів: баланс; звіт про фінансові результати; звіт про рух грошових коштів; звіт про власний капітал; примітки до звітів. Фінансовий звіт для СМП складається з таких компонентів: баланс та звіт про фінансові результати. Окремі форми звітності встановлені для банків та бюджетних установ
Звітна дата	Дата для фінансової звітності за МСФЗ не є фіксованою	Дата, станом на яку необхідно скласти звітність, є фіксованою
Грошовий вимірник	У будь-якій валюті	У грошовій одиниці України
Подання додаткової інформації, супутньої фінансової звітності	Крім фінансової звітності, багато підприємств представляють фінансовий огляд керівництва, у якому описуються і пояснюються основні характеристики фінансових результатів та фінансового стану підприємства, а також основні ситуації невизначеності, з якими воно зіштовхується	Не подається

Згідно чинного законодавства України, національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку, визначені у них принципи та методи ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності не повинні суперечити міжнародним стандартам фінансової звітності.

З 1 січня 2012 року МСФЗ стають обов'язковими для застосування низкою вітчизняних суб'єктів господарювання, а також можуть бути використані при підготовці фінансової звітності всіма іншими.

У цілому між цими стандартами більше схожості, ніж відмінностей, оскільки П(С)БО в Україні розроблялися відповідно до МСФЗ. Порівняльний аналіз нормативної бази бухгалтерського обліку і формування фінансової звітності за

національними та міжнародними стандартами дає підстави стверджувати, що між ними існує певна узгодженість, яка полягає в тому, що окремі стандарти мають однакову мету, призначення, спільні назви [3].

Таким чином, Н(П)СБО 1 – це черговий крок назустріч міжнародним стандартам фінансової звітності. Проте, даний стандарт в деяких моментах суперечить як вітчизняному законодавству в сфері регулювання бухгалтерського обліку, так і міжнародним стандартам.

Отже, переваги складання фінансової звітності за міжнародними стандартами дійсно є, і вони незаперечні для більшості користувачів фінансової звітності. МСФЗ можна розцінювати як інструмент глобалізації економіки і світових господарських зв'язків. Принципи, закладені в порядок формування звітності згідно МСФЗ, роблять її адекватнішою і здатною відобразити реальний майновий стан організації. У зв'язку з цим цінність МСФЗ важлива не тільки для іноземних, але й для національних інвесторів також.

Список використаних джерел

1. Жолнер І. В. Фінансовий облік за міжнародними та національними стандартами: Навчальний посібник [Текст] / І. В. Жолнер. – Київ : НУХТ, 2012. – 335 с.

2. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" // [Електронний ресурс] // Верховна Рада України [сайт]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>

3. Золотарьова Я. С. Звітність за міжнародними стандартами: новації у формуванні балансу [Текст] / Я. С. Золотарьова, Г. О. Германчук // Економічні науки. Сер. : Облік і фінанси. – 2013. – Вип. 10(3). – С. 257-261.

4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://buhgalter911.com/Res/NPSBO/NPSBO1.asp> © Buhgalter911.com

5. Моніторинг учасників фондового ринку → МСФЗ [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.nssmc.gov.ua/activities/monitoring/ifrs>

6. МСБО 1 "Подання фінансових звітів" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minfin.gov.ua.

7. Про затвердження Програми реформування системи бухгалтерського обліку із застосуванням міжнародних стандартів : Постанова КМУ від 28 жовтня 1998 р. № 1706 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/КР981706.html.

8. Пузанова А. І. Особливості складання фінансової звітності за міжнародними та національними стандартами в Україні [Текст] / А. І. Пузанова // Управління розвитком. – 2012. – №3. – С. 125-127.

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ФАКТОРИ, ЩО НА НЕЇ ВПЛИВАЮТЬ

Семиліт І. В.

Студентка групи МгФК-1-15 Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

Науковий керівник: **Павленко О. П.**

к.е.н., доцент кафедри фінансів та банківської справи Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

В сучасних умовах господарювання всі підприємства України функціонують у економічних умовах, які постійно змінюються. Проте не лише вплив факторів зовнішнього середовища негативно впливає на діяльність підприємств, а й відсутність забезпечення відповідного рівня фінансової стійкості. Позитивні значення показників фінансової стійкості є підґрунтям для нормального функціонування підприємств і поступового зростання їх економічного потенціалу. Управління фінансовою стійкістю є одним із основних елементів фінансового менеджменту на підприємстві, необхідною передумовою стабільного розвитку підприємства. Тому саме зараз, у час підвищення процесів глобалізації в економіці, забезпечення фінансової стійкості та управління нею є одним із пріоритетних завдань.

Проблеми фінансової стійкості на підприємстві вивчали відомі вітчизняні та закордонні вчені: Крухмаль О.В., Цал-Цалко Ю.С., Савицька Г.В., Базилінська О. Я., Привалов В. П., Шаблиста Л. М., Коваленко В. В., Павловська О. В., Фролова Т. О., Ковальов А. І. та ін. Аналіз праць вказаних авторів показав, що разом з достатньою глибокою спрацьованістю, має місце дискусійність а також суперечливість підходів.

Метою дослідження є визначення поняття категорії «фінансова стійкість» та вивчення впливу показників та сукупності сучасних факторів на управління фінансовою стійкістю підприємства. Багато вчених розглядали поняття фінансової стійкості як невід'ємної складової фінансового стану успішно діючого підприємства. У кожного науковця свій підхід до визначення сутності фінансової стійкості. Нижче наведено визначення фінансової стійкості представлене різними авторами. Крухмаль О.В. вважає, що фінансова стійкість передбачає здатність системи протистояти зовнішнім факторам впливу [3]. Ковальов А.І, Привалов В.П. вважають що це фінансова незалежність підприємства, тобто здатність маневрувати власними коштами, достатня фінансова забезпеченість безперебійного процесу діяльності [2].

На нашу думку, найточнішим і найповнішим визначенням фінансової стійкості підприємства є наступне: властивість підприємства, яка відображає в процесі взаємодії зовнішніх і внутрішніх факторів впливу досягнення стану фінансової рівноваги і здатність не лише утримувати на відповідному рівні протягом деякого часу основні характеристики діяльності підприємства, але і функціонувати і розвиватися.

Враховуючи думку численних авторів, а також матеріали довідників, можна назвати визначальні внутрішні фактори впливу на фінансову стійкість підприємства:

- 1) галузева належність суб'єкта господарювання;
- 2) структура продукції (послуг), що випускається, її частка в загальному платоспроможному попиті;
- 3) розмір сплаченого статутного капіталу;
- 4) розмір і структура витрат, їх динаміка у порівнянні з прибутком;
- 5) стан майна і фінансових ресурсів, включаючи запаси й резерви.

Суттєво впливають на підприємство взагалі й фінансову стійкість зокрема і зовнішні фактори: 1) економічні умови господарювання; 2) політична стабільність; 3) техніка і технологія; 4) платоспроможний попит споживачів; 5) економічна і фінансово – кредитна законодавча база; 6) соціальна і екологічна ситуація в суспільстві; 7) податкова політика; 8) рівень конкурентної боротьби; 9) розвиток фінансового і страхового ринку [1].

Фінансова стійкість підприємства може бути визначена такими показниками як: коефіцієнт автономії, коефіцієнт фінансової залежності, коефіцієнт концентрації залученого капіталу, коефіцієнт заборгованості, коефіцієнт фінансового левериджу, коефіцієнт маневреності власних коштів, коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів, коефіцієнт фінансової стійкості, коефіцієнт фінансового ризику, коефіцієнт забезпеченості оборотних активів.

На сьогоднішній день найбільше впливають на фінансову стійкість підприємства економічні та фінансові чинники. Вони можуть зумовити виникнення кризових явищ, банкрутство і ліквідацію підприємства. Необхідно зауважити, що на сучасному етапі розвитку економіки України фінансова стійкість багатьох підприємств істотно погіршилася. Основними чинниками цього є фінансово-економічна криза в Україні, зростання інфляції, нестабільна державна податкова і кредитна політика. Нестабільність економічної ситуації в Україні зумовлює погіршення інвестиційного клімату в державі. Значний вплив на фінансову стійкість підприємств справляє також зовнішньоекономічна політика держави, яка охоплює експортну та імпорتنу політику. Така політика повинна бути спрямована на створення сприятливих умов для українських товаровиробників на світовому ринку.

Отже, можна сказати, що процес забезпечення фінансової стійкості має бути націлений на мінімізацію негативного впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність підприємства; створення передумов ефективної реалізації запланованих дій.

Список використаних джерел

1. Базилінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: Навчально-методичний посібник. – К.:2013. – 328 с.
2. Ковальов А.І., Аналіз фінансового стану підприємства. – 2 вид., Перабо., Доп. / А.І. Ковальов, В.П. Привалов. – М.: Центр економіки і маркетингу, 2015. – 188 с.

3. Крухмаль О.В. Антикризове управління в забезпеченні фінансової стійкості банківської системи / Крухмаль О.В., Коваленко В.В.// Монографія. Суми: УАБС НБУ, 2014. – 198с.

ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДУ І СТРУКТУРИ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Симчич Х. В.,

студентка групи 462 Львівської комерційної академії

Науковий керівник: **Мединська Т. В.,**

к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту Львівської комерційної академії

Успішність діяльності будь-якого підприємства залежить від ефективності використання його активів. Адже активи – це ресурси, які контролюються підприємством, їх використання зазвичай забезпечує отримання прибутку.

Важливе значення має процес планування активів на наступний період. Проте перед здійсненням планування активів на майбутній період необхідно визначити їх стан на сучасному етапі та в порівнянні з минулими періодами, що забезпечить адекватність процесу планування. Дане питання вже досліджувалось вченими-економістами, проте не існує єдиного алгоритму аналізу складу і структури активів підприємства в процесі їх планування. Це завдає чимало труднощів під час ведення господарської діяльності керівникам підприємств та працівникам, що займаються обліком та аналізом активів [2, с. 536]. Крім того кожне підприємство має свої особливості формування активів, зокрема це стосується лісових господарств, адже ліси відіграють важливу роль у вирішенні питань з охорони навколишнього середовища.

Метою даного дослідження є визначення особливостей складу і структури оборотних активів на прикладі Державного підприємства (ДП) «Коломийське лісове господарство».

Будь-які активи підприємства складаються з необоротних та оборотних активів. Тому найточніше загальну структуру активів характеризує коефіцієнт співвідношення оборотних і необоротних активів, який обчислюють як співвідношення оборотних активів до необоротних. Значення даного показника більшою мірою зумовлено галузевими особливостями кругообігу коштів аналізованого підприємства [1, с. 48].

Склад і структура оборотних активів не є сталими показниками. Вони змінюються як за роками, так і протягом року залежно від зміни характеру діяльності підприємства, особливостей формування запасів і витрат [3].

Лісові господарства мають певні особливості у складі активів, тому доцільно та важливо буде провести їх аналіз на прикладі ДП «Коломийське лісове господарство», а розрахунки подамо у табл. 1 та охарактеризуємо показники.

Таблиця 1

Аналіз складу і структури оборотних активів
ДП «Коломийське лісове господарство» за 2012-2014 рр.*

Найменування показників	2012 р.		2013 р.		2014 р.		Відхилення (-/+)	
	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %	2013-2012 рр.	2014-2013 рр.
Оборотні активи, усього в т. ч:	17 84,0	32, 87	12 14,0	23, 76	19 67,0	32, 9	- 570,0	75 3,0
Запаси	12 37,0	22, 79	84 0,0	16, 44	13 04,0	21, 8	- 397,0	46 4,0
Поточні біологічні активи	49, 0	0,9 0	57, 0	1,1 2	66, 0	1,1	8,0	9,0
Дебіторська заборгованість, усього в т. ч:	39 3,0	7,2 4	25 3,0	4,9 5	41 2,0	6,9	- 140,0	15 9,0
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги (чиста реалізаційна вартість)	36 6,0	6,7 4	24 2,0	4,7 4	28 1,0	4,7	- 124,0	39, 0
Грошові кошти та їх еквіваленти	99, 0	1,8 2	58, 0	1,1 4	5,0	0,1	- 41,0	- 53,0
Інші оборотні активи	6,0	0,1 1	6,0	6,0 0	18 0,0	3,0	0,0	17 4,0
Вартість активів	54 27,0	10 0,0	51 09,0	10 0,0	59 70,0	10 0,0	- 318,0	86 1,0

*Складено за даними [4]

Як бачимо з табл. 1, найбільшу частку в оборотних активах займають запаси. Причому спостерігається збільшення до 464,0 тис. грн. порівнюючи 2014 р. і 2013 р. Збільшення запасів є позитивним явищем, оскільки це призведе до отримання прибутку у майбутньому. Основні асортименти, що заготовляються в ДП «Коломийське лісове господарство»: круглі лісоматеріали – 59% (в т. ч. рудстійка-3%, дрова технологічні-16%, дрова паливні-25%).

Другою за значенням групою оборотних активів є дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги. У 2012 р. їх питома вага становила 6,74%, а у 2014 р. знизилася до 4,7%. Це негативно впливає на ефективність використання оборотних активів і призводить до збільшення вартості їх залучення. Збільшення дебіторською заборгованості відбулося тому, що частина покупців були неплатоспроможними, і також підприємство вело необачну кредитну політику стосовно покупців.

Упродовж даних періодів відбулося зменшення грошових активів в абсолютному виразі і за питоною вагою (від 1,82% до 0,1%), що в свою чергу зменшує грошові кошти, утруднює поточні розрахункові операції. До зменшення грошових активів призвело, те що підприємство закупляло нові саджанці (біологічні активи), та станки для переробки деревини.

Відмінною ознакою лісових господарств від інших підприємств, є те що вони у своєму розпорядженні мають багаторічні насадження, тобто біологічні активи. З табл. 1, можна спостерігати збільшення біологічних активів у порівнянні 2012 р. до 2013 р. на 8,0 тис. грн., а у 2014 р. до 2013 р. на 9,0 тис. грн. Дана ознака є позитивною, оскільки дозволяє підприємству ефективно працювати. ДП «Коломийське лісове господарство» задовольняє потребу в деревині Коломийського, Снятинського, Горденківського адміністративних районів.

Отже, на основі проведеного аналізу структури та динаміки активів ДП «Коломийське лісове господарство» можна стверджувати, що потреба в деревині задовольняється на 60% в тому числі на власні потреби 100%. Покриття дефіциту деревини проводиться за рахунок лісів міжгосподарського лісгоспу та інших лісокористувачів.

Лісове господарство в економіці району посідає значне місце. Основні напрямки його розвитку – це комплексне виконання лісовідновних, лісозаготівельних, лісгосподарських, рекреаційних та інших заходів, спрямованих на раціональне використання лісових ресурсів. Також підприємство займається бджільництвом, збирання грибів і лікарської сировини. Мисливська фауна в лісах ДП «Коломийське лісове господарство» представлена кабанями, козулями, зайцями та лисицями. Полювання носить спортивний характер.

Крім задоволення потреб народного господарству деревині і продукції побічних лісових користувань, лісові насадження мають важливе природоохоронне і рекреаційне значення. Межуючи з сільськогосподарськими угіддями, вони пом'якшують негативну дію вітрів, зменшують коливання температур, стимулюють ерозійні процеси, регулюють стік дощових і талих вод, підвищують цим врожайність зернових. Значна перевага необоротних активів, свідчить про вибрану інноваційну стратегію на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: навчальний посібник / О.Я. Базилінська – К.: – Центр учбової літератури, 2013. – С. 48-49.
2. Мних Є.В. Фінансовий аналіз : підручник / Є.В. Мних, Н.С. Барабаш. – К. : Київ. КНТЕУ, 2014. – 536 с.
3. Науковий журнал «Молодий вчений» : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/ua/archive/27/#>
4. Фінансова звітність ДП «Коломийське лісове господарство» за 2012-2014 рр.

НЕТРАДИЦІЙНІ ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Содома Р. І.,

к.е.н., старший викладач кафедри фінансів та кредиту Львівського національного аграрного університету

В сучасних умовах відпрацьовуються різні механізми фінансування

сільськогосподарських підприємств для того, щоб фінансовий ринок міг задовольнити їх різноманітні потреби за цільовим призначенням і вартістю. Доступність фінансових ресурсів для сільськогосподарських товаровиробників впливає на збільшення обсягів виробництва, активізує підприємницьку ініціативу та сприяє підвищенню конкурентоспроможності аграрних підприємств. В сільському господарстві пристосовуватися до економічних умов є вкрай важко, тому визначальним є фінансовий протекціонізм, який передбачає комплекс заходів із стимулювання фінансово-кредитних установ до надання кредитів на більш вигідних умовах для сільськогосподарського підприємства. Сучасні кредитні установи використовують у своїй практиці нетрадиційні форми кредитування, гарантування, розвивають страхування.

В сільському господарстві доцільно здійснювати факторингові операції, форфейтування і фінансовий лізинг. Серед них у світовій практиці найбільш поширений факторинг. Основною причиною цьому є поширена передоплата за товари і послуги, що надаються товаровиробникам сільськогосподарської продукції. Адже сутність факторингу відображена в тому, що факторингова компанія (а вона найчастіше є дочірньою фірмою великого банку) купує у своїх клієнтів їхні платіжні вимоги до покупців на умовах оплати 80-90% вартості відфактурованих поставок та сплати решта частини за вирахуванням комісійних і процентів за кредит. На даному етапі економічного розвитку АПК запровадження факторингових операцій буде успішним у тих сільськогосподарських підприємствах, які займаються експортом своєї продукції.

Для імпортерів, сільськогосподарських підприємств, дуже вигідним буде застосування операції форфейтування. Це властиве прискорення обороту капіталу, тобто отримання коштів відразу після відвантаження продукції чи надання послуг, відкриття доступу до міжнародних кредитів, мінімізація ризиків діяльності підприємства (ризик коливання відсоткових ставок, ризик платоспроможності боржника тощо).

Невід'ємною складовою функціонування сільськогосподарського підприємства є співпраця з лізинговими компаніями, які купують предмети довгострокового кредитування і надають їх в оренду (на 5-8 років і більше) сільськогосподарському підприємству, яке поступово сплачує лізинговій компанії вартість взятого в оренду майна. Відповідно, лізинг допоможе частково подолати труднощі щодо оновлення сільськогосподарської техніки та зміцнення матеріально-технічної бази в господарствах.

Новим для підприємств агропромислового комплексу є кредитування із застосуванням складських свідоцтв, особливо в часи відсутності заставного майна. Складська квитанція підтверджує право власності на зерно, що передано на зберігання, визначає кількість і якість зданого зерна, термін і спосіб зберігання, плату за зберігання та зобов'язання складу повернути зерно власнику [1, с.3].

Кредитно-страхові відносини являються складовою системи кредитного забезпечення сільського господарства і показують доцільність залучення страхових компаній, які мають великі можливості з розподілу не лише виробничих ризиків потенційних позичальників, а й фінансових ризиків кредиторів. Це є певний крок у страхуванні кредитних ресурсів, який забезпечує повернення коштів банку і надає впевненість сільськогосподарським товаровиробникам. Страхові компанії виступають основними постачальниками довгострокових капіталів на фінансових ринках [2].

Отже, на сьогоднішній день ще існує проблема інформованості сільськогосподарських товаровиробників стосовно банківських послуг, які призначені для зниження витрат підприємств і тим самим підвищення економічної та фінансової ефективності. Більш активне користування нетрадиційними банківськими послугами дозволило б значно покращити ситуацію у аграрному секторі України.

У ринкових умовах банківські установи мають стати активними учасниками і партнерами у кредитуванні сільськогосподарських підприємств. Тому в умовах розвитку ринкових відносин необхідно сприяти поширенню використання таких важливих для сільськогосподарських підприємств видів кредиту як довгострокові, факторингові, форофейтингові, лізингові, застосування складських свідоцтв та використання страхових послуг.

Підсумовуючи вище викладене, можна зробити висновок, що механізми кредитування аграрного сектору, залежать від спільних дій аграріїв, держави, фінансово-кредитних установ. Додаткові кошти банківського та небанківського сектора дозволять розвинути конкурентоспроможне сільськогосподарське виробництво України.

Список використаних джерел

1. Кредитування з використанням складських свідоцтв: особливості та процедури //Фінансовий ринок України. – 2006. – №8. – С.3-7.
2. Матеріали сайту Ліги страхових організацій України – 2015 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://uainsur.com>

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТОКУ КРЕДИТУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Солтис І. В.

Студентка групи Мо-61 Львівського національного аграрного університету

Науковий керівник: **Колодій А. В.**

к.е.н., доцент кафедри фінансів та кредиту Львівського національного аграрного університету

На сьогоднішній день перед сільськогосподарськими товаровиробниками в Україні гостро постає проблема фінансування власного бізнесу. Насамперед це

зумовлено станом економічної та політичної ситуації в країні, а відповідно виникає недостатність кредитних ресурсів для забезпечення розширеного відтворення та розвитку сільського господарства, висока вартість банківських кредитів, складність процедур одержання кредитів, неможливість надання у заставу земельних ділянок сільськогосподарського призначення або прав оренди на них, відсутність гарантійного механізму при залученні кредитів.

Дослідженням проблеми розвитку та удосконалення кредитних відносин в аграрній сфері займаються Андрійчук В.Г., Алексійчук В.М., Гончаренко В.В., Дем'яненко М.Я., Доманчук Т.Г., Дудар Т.Г., Дусановський С.Л., Зіновчук В.В., Крисальний О.В., Лайко П.А., Малік М.Й., Месель-Веселяк В.Я., Мороз А.М., Паламарчук В.О., Поплавський В.Г., Примостка Л.О., Саблук П.Т., Саблук Р.П., Стельмащук А.М., Чухно А.А., Яремчук І.Г. та інші вчені.

Станом на жовтень 2014 року в аграрний сектор було залучено 8,8 млрд. грн., що на 2,9 млрд. грн. менше ніж у 2013 році. При цьому співвідношення між коротко-, середньо- та довготерміновими позиками практично не змінилося. Короткострокові кредити становили 6,1 млрд. грн., середньострокові – 1,8 млрд. грн., довгострокові – лише 894 млн. грн. Аналіз стану економіки України в першому кварталі 2015 року свідчить про те, що сільське господарство майже повністю зникло з переліку бюджетоутворюючих галузей країни. [3]

При річній ставці 20-25% українські фермери не мають можливості взяти кредит на розвиток свого господарства. Для порівняння в країнах ЄС кредитна ставка – 5-10%. При компенсації 2/3 кредитної ставки ми маємо можливість вийти на європейський показник 5-10%, які реально сплачувати сільськогосподарським виробникам. [2]

На підтримку українських фермерських господарств в 2015 році за бюджетною програмою «Надання кредитів фермерським господарствам» передбачалося виділити 25,6 млн. грн., а також виділити 3,8 млн. грн. за програмою «Фінансова підтримка заходів в агропромисловому комплексі на умовах фінансового лізингу». За програмою «Збільшення статутного капіталу НАК «Украгролізинг» для закупівлі технічних засобів для АПК з наступною передачею їх на умовах фінансового лізингу» держава планувала виділити в 2015 році 54 млн. грн..

Для вирішення проблеми із кредитуванням в 2015 році на території України стартував проект від Світового банку «Аграрні розписки». В ньому беруть участь сільськогосподарські виробники із трьох областей: Вінницька, Черкаська та Харківська. З метою збільшення доступу до фінансових ресурсів, а також зменшення ризиків при кредитуванні сільськогосподарських виробників проект допомагає кредиторам більш ефективно фінансувати аграрний сектор, впроваджує аграрні розписки, як інструмент, забезпечений заставою, висвітлює можливості страхування для зменшення ризиків сільськогосподарських товаровиробників та кредиторів. [1]

Аналізуючи досвід провідних країн у вирішенні проблеми із кредитуванням сільськогосподарських виробників можемо сказати, що найкориснішим вважається досвід США та країн Західної Європи, де в результаті вироблення та впровадження державних програм сільськогосподарські виробники мають реальну можливість отримати кошти від багатьох фінансових установ. У США кредитне забезпечення поєднується з системою державної фінансової підтримки розвитку аграрного сектора економіки. Налічується більше 800 банків та асоціацій, які складають групу кредитних закладів. Важливу роль у наданні кредитів для сільського господарства Німеччини відіграють ощадні каси, що є переважно державними інститутами, які надають середньострокові та довгострокові кредити. Для України позитивним моментом буде перейняти досвід функціонування Сільськогосподарського рентного банку Німеччини. Діяльність його полягає у наданні міжрегіональних, пільгових та державних кредитів.

Головними напрямками щодо стабілізації механізму кредитування сільськогосподарських підприємств є комплекс заходів з боку держави та банківської системи через збільшення обсягів фінансової підтримки через механізм здешевлення кредитів. Важливим, на нашу думку, також є посилення контролю над розподілом та використанням фінансових ресурсів. Варто також брати до уваги досвід провідних країн у системі фінансування та підтримки фермерських господарств. Пропонуємо розширити масштаби проекту Світового банку «Аграрні розписки», а також створити прототип Сільськогосподарського рентного банку Німеччини в Україні, котрий би надавав кредити під європейську кредитну ставку 5-10% тільки тим підприємствам, які б виконували вимоги щодо платоспроможності, ліквідності, рентабельності підприємства.

Список використаних джерел

1. «Аграрні розписки як новий вид кредитування сільського господарства в Україні». // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.vin.gov.ua/web/vinoda.nsf/web_alldocs/DocДЕПА3СКЛК
2. Вдовенко Л. О. Необхідність аграрних підприємств у кредитному забезпеченні/ Л. О. Вдовенко// Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2011. – Вип. 2. – Ч. 1. – С. 94–98.
3. «Обсяги кредитування агросектору знизились на 32%»». // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/news/2015/02/12/527916/>

ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА – СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Степанов Д.С.

Аспірант, Міжнародний університет бізнесу і права, м. Херсон

Сучасні процеси глобалізації вимагають від України якомога активнішого входження в міжнародну торговельну систему. В ситуації, коли експорт є одним з

найважливіших важелів розвитку окремих галузей національної економіки, стає дедалі очевидніше, що неможливо ефективно діяти в системі міжнародної торгівлі, не маючи повноправного членства у Світовій організації торгівлі. Очевидно, що в сфері реформування економіки нашої держави першочерговим є вирішення питань поглиблення структурної перебудови промислового виробництва, пожвавлення інвестиційних процесів, підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

Розглядаючи економічну сутність капіталу підприємства, слід зазначити такі його характеристики:

1. Капітал підприємства є основним фактором виробництва. В економічній теорії виділяють три основних фактори виробництва, які забезпечують господарську діяльність підприємств: капітал; земля та інші природні ресурси; трудові ресурси. У системі даних факторів виробництва капіталу відводиться пріоритетна роль, оскільки він об'єднує всі фактори в єдиний виробничий комплекс.

2. Капітал характеризує фінансові ресурси підприємства, які забезпечують дохід. У даній своїй якості капітал може виступати ізольовано від виробничого фактора – у формі позикового капіталу, який забезпечує формування доходів підприємства не у виробничій (операційній), а у фінансовій (інвестиційній) сфері його діяльності.

3. Капітал є головним джерелом формування добробуту його власників. Капітал забезпечує необхідний рівень добробуту його власників як у поточному, так і в перспективному періодах. Капітал, який накопичується, повинен задовольнити потреби його власників у перспективному періоді, тобто формує рівень майбутнього їх добробуту.

4. Капітал підприємства є головним виміром його ринкової вартості. У даній якості, перш за все, виступає власний капітал підприємства, який визначає обсяг його чистих активів. У сукупності з іншими, менш значимими факторами, формується база оцінки ринкової вартості підприємства;

5. Динаміка капіталу підприємства є важливим барометром рівня ефективності його господарської діяльності. Здатність власного капіталу до зростання високими темпами характеризує високий рівень формування і ефективний розподіл прибутку підприємства, його спроможність підтримувати фінансову рівновагу за рахунок внутрішніх джерел.

6. У процесі виробничого використання функціонування капіталу підприємства характеризується постійним кругообігом. У процесі кругообігу капітал підприємства проходить три стадії. На першій стадії капітал у грошовій формі інвестується в операційні активи, перетворюючись у виробничу форму. На другій стадії виробничий капітал у процесі виробництва продукції перетворюється в товарну форму, включаючи і форму виробничих послуг. На третій стадії товарний капітал, у міру реалізації виробничих товарів і послуг, перетворюється в грошовий капітал. Однією із важливих передумов ефективного управління капіталом підприємства є оцінка його вартості.

Вартість капіталу – це ціна, яку підприємство платить за його залучення з різних джерел. Концепція такої оцінки виходить із того, що капітал має відповідну вартість, яка формує рівень операційних та інвестиційних витрат підприємства. При цьому вона не зводиться тільки до визначення ціни капіталу, який залучається, а визначається цілий ряд напрямів господарської діяльності підприємства в цілому. Отже, розглянемо основні сфери використання показника вартості капіталу в діяльності підприємства: вартість капіталу підприємства є мірою прибутковості операційної діяльності. Вартість капіталу характеризує частину прибутку, який повинен бути сплачений за використання сформованого чи залученого нового капіталу для забезпечення випуску і реалізації продукції; показник вартості капіталу використовується як критерій у процесі здійснення реального інвестування. Перш за все, рівень вартості капіталу конкретного підприємства виступає як дисконтна ставка, за допомогою якої сума чистого грошового потоку приводиться до теперішньої вартості у процесі оцінки ефективності окремих реальних проектів; вартість капіталу підприємства є базовим показником формування ефективності фінансового інвестування. Оскільки критерії цієї ефективності задаються самим підприємством, то при визначенні оцінки прибутковості окремих фінансових інструментів базою порівняння виступає показник вартості капіталу; показник вартості капіталу підприємства виступає критерієм прийняття управлінських рішень щодо використання оренди (лізингу) чи придбання у власність виробничих основних засобів; показник вартості капіталу в розрізі окремих його елементів використовується у процесі управління структурою цього капіталу на основі механізму фінансового левериджу; рівень вартості капіталу підприємства є важливим виміром рівня ринкової вартості даного підприємства.

В останні роки підприємства сільгоспмашинобудування працюють в умовах гострого дефіциту фінансових засобів на розвиток, фактичної відсутності перехідних нормативних запасів матеріалів і комплектуючих виробів. Особливо погіршується стан підприємств через загальну кредиторську заборгованість, що була сформована в основному в результаті реалізації політики обвального падіння економіки держави поза залежністю від структури сформованих у галузі потужностей і систем галузевої й міжгалузевої кооперації.

Список використаних джерел:

1. “Аграрный сектор Украины”, информационно-аналитический портал: www.agroua.net
2. “Амбар”, новости АПК, инвестиции и проекты, кадры, разработки: www.ambar.narod.ru
3. “Агро-Web-Украина”, сельскохозяйственный портал: www.awu.kiev.ua

МІЖБЮДЖЕТНІ ВІДНОСИНИ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Суцук Юлія Сергіївна, Кашперська Ольга Віталіївна

Хмельницький кооперативний коледж Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Існування міжбюджетних відносин об'єктивно зумовлене суспільною потребою у перерозподілі бюджетних ресурсів від бюджетів економічно і соціально розвинутих адміністративно-територіальних одиниць на користь бюджетів тих регіонів, які менше забезпечені, або більше потребують на певний час коштів.

Бюджетний кодекс України трактує міжбюджетні відносини як відносини між державою, АРК та територіальними громадами щодо забезпечення відповідних бюджетів фінансовими ресурсами, необхідними для виконання функцій, передбачених Конституцією та законами України [1].

Вчені-економісти визначили дві основні мети міжбюджетних відносин, сутність яких розглянуто в таблиці 1.

Таблиця 1

Мета здійснення міжбюджетних відносин

Мета	Зміст
Основна	полягає у встановленні справедливого та неупередженого розподілу публічних фінансів, забезпеченні відповідності між повноваженнями на здійснення видатків, закріплених законодавчими актами України за бюджетами, та бюджетними ресурсами, які повинні забезпечувати виконання цих повноважень
Стратегічна	полягає у сприянні соціально-економічного розвитку регіонів для забезпечення фінансової стабільності всієї країни

Джерело: [2, с.81].

Головний інструмент міжбюджетних взаємовідносин – трансферти.

Міжбюджетні трансферти – кошти, які безоплатно і безповоротно передаються з одного бюджету до іншого і поділяються на такі види:

- базову дотацію;
- субвенції;
- реверсну дотацію;
- додаткові дотації [2, с.82].

Розрізняють дві основні моделі міжбюджетних відносин: централізовану та децентралізовану. Централізована модель характерна для соціалістичних країн спричинює зосередження управління в одних руках тим самим спричинює нехтування інтересами окремих громадян і соціальних груп. Але така модель містить і позитивні риси: єдність організації управління, підвищення організуючої

здатності командної економіки, спрямування фінансових ресурсів на прискорення досягнення встановлених цілей.

Децентралізована модель міжбюджетних відносин є ознакою економічного розвитку держави на демократичних засадах, сприяє розвитку і стійкості інститутів ринкової економіки, має певні принципи: невтручання держави в бюджетний процес муніципалітетів і регіонів; чітке розмежування видаткових повноважень між різними рівнями управління; цілеспрямований розвиток фінансової автономії місцевого самоврядування; незалежність від форми державного устрою. Дана модель характерна для більшості розвинутих країн світу, але вона має також ряд недоліків, одним із яких є ускладнення координації дій уряду для досягнення макроекономічних цілей і забезпечення балансу фінансових можливостей у державі.

В Україні було прийнято децентралізовану модель міжбюджетних відносин, що істотно підвищило питому вагу місцевих бюджетів. Але сучасна модель взаємовідносин бюджетів має всі ознаки централізованої бюджетної системи, приблизно 60% бюджетних видатків здійснюються з Державного бюджету України, що свідчить про значну централізацію бюджетних коштів [3, с.67].

У 2015 році у зв'язку із суттєвими змінами в питання бюджетного вирівнювання, склад міжбюджетних трансфертів суттєво змінився (табл. 2).

Таблиця 2

Аналіз складу та структури міжбюджетних трансфертів на 2015 р.

<i>№ з/п</i>	<i>Міжбюджетні трансферти</i>	<i>тис. грн.</i>	<i>Питома вага, %</i>
1	Базова дотація	5 357 985,4	2,87
2	Реверсна дотація	3 644 169,9	1,95
3	Освітня субвенція	43 443 228,3	23,31
4	Медична субвенція	46 177 023,6	24,78
5	Інші дотації та субвенції	87 717 857,8	47,09
6	Всього	186 340 265,2	100

Джерело: складено автором за даними [4]

Так, на 2015 рік заплановано трансфертів на суму 186 340 265,2 тис. грн. Особливістю міжбюджетних відносин у 2015 році є нові моделі фінансового забезпечення місцевих бюджетів, запроваджені змінами до Бюджетного кодексу України, прийнятий законом від 28 грудня 2014 року. Головною відмінністю нової системи вирівнювання є скасування дотації вирівнювання і запровадження реверсної, базової та інших субвенцій. Цими змінами впроваджується механізм, за якого держава шляхом передачі спеціальних субвенцій бере на себе відповідальність щодо фінансового забезпечення поточних видатків установ медичної та освітньої сфери, що належать до повноважень місцевих бюджетів. З урахуванням зазначених змін частка інших дотацій та субвенцій складає 47,09% або 87 717 857,8 тис. грн. і є найбільшою серед усього трансфертів. Базова дотація складає 2,87% та найменшу частку на 2015 рік складає реверсна дотація 1,95% або 3 644 169,9 тис.грн. Із

загального та спеціального фонду державного бюджету 23,31% займає освітня субвенція. На 2015 рік заплановано 46 177 023,6 тис. грн. на медичну субвенції, яка складає 24,78% усього трансфертів. Таким чином, обсяг коштів базової дотації разом з новими субвенціями на 10,85% більший за минулорічний обсяг дотації вирівнювання. На відміну від попередніх років зростання обсягів міжбюджетних відносин відбувалося за нижчими, ніж доходів місцевих бюджетів. Це передусім пов'язано з затримкою розробки і затвердження нових порядків надання низки трансфертів.

Графічне зображення структури міжбюджетних трансфертів у 2015 році зображено на рис. 1.

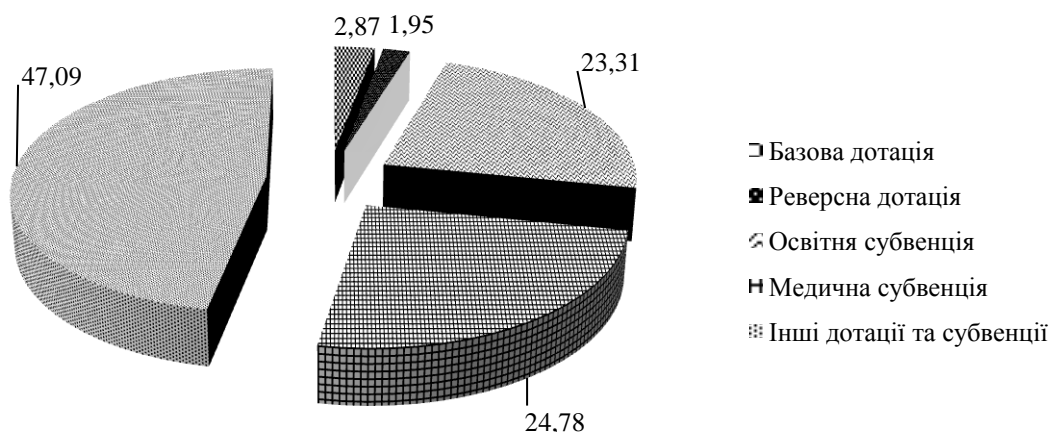


Рис. 1. Структура міжбюджетних трансфертів на 2015 рік

На сучасному етапі розвитку міжбюджетні відносини виступають важливими фіскальними чинниками формування доходів і видатків місцевих бюджетів. Дефіцит фінансових ресурсів на місцевому рівні, невідповідність їхніх обсягів, функціям та завданням, які покладаються на місцеві органи влади, надають проблемам розвитку та вдосконалення міжбюджетних відносин особливого значення.

Сучасними найгострішими проблемами у сфері міжбюджетних відносин є:

1. Невідповідність між зобов'язаннями за видатками місцевих бюджетів та джерелами фінансування.
2. Нерівномірне співвідношення «дотація-субвенція» у структурі трансфертів, переважаюча частка дотацій та субвенцій на соціальний захист.
3. Нормативна нерегульованість забезпечення видатків на соціальні потреби.
4. Диспропорції співвідношення обсягів першого і другого кошика доходів місцевих бюджетів.
5. Неefективна децентралізація бюджетної системи [5, с. 124].

Реформування системи міжбюджетних відносин повинно передбачати реалізацію окремих заходів за такими цілями.

1. З метою встановлення відповідності між видатками та доходами місцевих бюджетів:

- активізувати економічну та господарську діяльність місцевих органів влади на підвладній території з метою збільшення частки власних та закріплених джерел доходів у місцевих бюджетах і зменшення частки трансфертів;

- запровадити державні гарантії фінансового забезпечення виконання делегованих повноважень місцевими органами;

- покласти в основу політики фінансового вирівнювання критерій зацікавлення бюджетів-донорів віддавати кошти, залишаючи певну частку сум перевиконання доходів у розпорядженні місцевих органів влади.

2. З метою удосконалення формули розподілу обсягів міжбюджетних трансфертів:

- внести зміни до формули розподілу обсягу міжбюджетних трансфертів щодо використання індексів відносних видаткових потреб;

- спростити показники та окремі формули, що використовуються при обчисленні міжбюджетних трансфертів;

- встановити мораторій на внесення змін до формули мінімум упродовж одного бюджетного року.

3. З метою раціоналізації структури трансфертів:

- забезпечити пріоритетність надання цільових субвенцій;

- застосовувати вибіркового механізму фінансування окремих проектів, ініційованих місцевими органами влади.

4. З метою впорядкування механізму забезпечення соціальних видатків:

- встановити жорстку відповідність між фінансуванням видатків, які спрямовані на вирішення питань місцевого значення і не враховуються при розрахунку обсягу міжбюджетних трансфертів, і обсягом власних доходів місцевих бюджетів;

- покласти в основу бюджетного вирівнювання нормативи соціальних стандартів надання громадянам суспільних послуг [6, с. 93].

Література

1. Бюджетний кодекс України № 2456-VI від 08.07.2010 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua>.

2. Власюк Н. І. Основні напрями реформування міжбюджетних відносин в Україні [Текст] / Н.І. Власюк // Науковий вісник НЛТУ України. – Вип. 22.8 Львів. – 2012. – С.179–183.

3. Кравченко В. І. Місцеві фінанси України [Текст] / В. І. Кравченко. – Київ : Знання, КОО, 1999. – 487 с.

4. Про Державний бюджет України на 2015 рік: Закон України від 28.12.2014 р. № 80-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/80-19>.

5. Цимбаленко Я. В. Шляхи реформування міжбюджетних відносин в Україні [Текст] / Я. В. Цимбаленко // Держава та регіони Серія : Державне управління – 2010. – №1. – С.121-126.

6. Щецов А. Н. Сучасні умови реформування міжбюджетних відносин [Текст] / А. Н. Щецов // Держава та регіони Серія : Державне управління – 2010. – №2. – С. 91-98.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

Східницька Г. В.,

к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту Львівського національного аграрного університету

Трансформаційні перетворення на шляху до соціально орієнтованої ринкової економіки України вимагають становлення такої системи оподаткування доходів фізичних осіб, елементи якої б відповідали сучасним принципам оподаткування, визначеним цілям економічної політики, світовим тенденціям та будувалися з урахуванням існуючих соціально-економічних умов. В сучасних ринкових умовах його стратегічними завданнями є реалізація фіскального і регулюючого потенціалу особистого податкового оподаткування.

Важливого значення набуває теоретичне обґрунтування і практична реалізація фіскального потенціалу оподаткування доходів фізичних осіб, який є найістотнішою складовою податкового потенціалу регіону в цілому і характеризує його податкові можливості, а також реалізація регулюючого потенціалу оподаткування особистих доходів, під яким слід розуміти здатність впливати на рівень життя громадян шляхом застосування соціальної пільги та прогресивного оподаткування, що забезпечить зниження податкового навантаження для малозабезпечених верств населення та його поступове підвищення для заможних громадян. Таким чином, необхідним є проведення двоступеневої оцінки стану справляння податку з доходів фізичних осіб шляхом обчислення не тільки фактичного рівня сплати, а й потенційного. Комплекс організаційних, правових та економічних заходів спрямований на використання наявних і прихованих можливостей справляння податків з особистих доходів представляє собою фіскальний потенціал оподаткування доходів фізичних осіб [5, С. 26-35].

Податок на доходи фізичних осіб відіграє значну фіскальну роль, але головною проблемою даного податку є те, що він не є нейтральним і соціально справедливим. Аналіз проведених розрахунків можна побачити в табл.1.

Таблиця 1

Структура доходів Зведеного бюджету України 2012-2014 рр., млрд. грн. [6, С. 50].

Доходи	Зведений бюджет			Відхилення 2014 р.
	2012 р.	2013	2014 р.	

		р.		до 2012 р., (+ / -)
Податкові надходження	360,6	354,0	367,5	6,9
Неподаткові надходження	80,9	85,0	80,6	-0,3
Доходи від операцій з капіталом	3,0	1,6	2,0	-1,0
Офіційні трансферти	0,2	1,5	5,4	5,2
Цільові фонди	0,8	0,7	0,5	-0,3

Із аналізу структури доходів Зведеного бюджету України видно, що податкові надходження займають одне із важливих місць в доходах бюджетів України. Це можна пояснити їх фіскальною роллю, тобто податкові надходження забезпечують наповнення доходної частини того чи іншого бюджету на 70-85%.

Аналізуючи дані табл. 1, можемо стверджувати, що загальний обсяг податкових надходжень впродовж 2012-2014 рр. залишається стабільно значущим, хоча в розрізі окремих податків спостерігається суттєве їх зростання. Подібна ситуація спостерігається із обсягами офіційних трансфертів, які суттєво зростають впродовж аналізованого періоду і є додатковим джерелом доходів Зведеного бюджету України. Фіскальне значення податку на доходи фізичних осіб можна прослідкувати проаналізувавши динаміку надходжень його платежів до Зведеного бюджету України (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка надходження податку і збору на доходи фізичних осіб до Зведеного бюджету України за 2010-2014 рр., млрд. грн. [6, С. 50-52].

Показники	2010р.	2011р.	2012р.	2013р.	2014р.	Відхилення 2014р. до 2010р., (+ / -)
Податкові надходження, млрд.грн.	234,4	334,7	360,6	354,0	367,5	133,1
Податок та збір на доходи фізичних осіб, млрд.грн.	51,0	60,2	68,1	72,1	75,2	5,8
Питома вага податку на доходи фізичних осіб у доходах зведеного бюджету, %	21,8	18,0	18,9	20,4	20,5	-1,3

Як свідчать дані табл. 2, обсяг податкових надходжень до бюджету постійно зростає. Так, у 2010 р. він становив 234,4 млрд. грн., у 2011 р. – 334,7 млрд. грн., 2012 р. – 360,6 млрд. грн., 2013 р. – 354 млрд. грн., 2014 р. – надійшло 367,5 млрд. грн. Питома вага податку і збору на доходи фізичних осіб у доходах зведеного бюджету України у 2010 році становила 21,8% і це впродовж аналізованого періоду є найбільшим значенням у структурі податкових надходжень. Починаючи з 2011 року його частка поступово знизилась, досягнувши рівня 18,0 % і в подальшому періоді простежується тенденція до збільшення частки податку на доходи фізичних осіб у доходах зведеного бюджету України. Аналізуючи загальну ситуацію спостерігаємо незначне (1,3%) зменшення питомої ваги податку і збору на доходи фізичних осіб у 2010-2014 рр. що символізує про стабільність надходжень цього прямого податку до Зведеного бюджету України (рис. 1).

Рис. 1. Динаміка надходжень податку та збору на доходи фізичних осіб за

2010-2014 рр.

Таким чином, слід зазначити, що враховуючи тенденції до зростання надходжень від податку на доходи фізичних осіб все ж необхідно вдосконалити механізм його нарахування. На сьогоднішній день багато уваги приділяється проблемам пропорційного оподаткування доходів громадян адже використання даної пропорційної ставки податку на доходи фізичних осіб на протязі останніх років не підтвердило вихідні передумови відмови від прогресивної шкали – помітного збільшення доходів та масового виведення їх з тіньового сектора не відбулося.

Це пов'язане з тим, що пропорційна система, хоч би якою справедливою вона не видавалась, не може забезпечити рівномірність податкового навантаження, гарантувати принцип нейтральності податку за значного діапазону доходів [1, С. 7-8; 2, С. 30-34].

Підсумовуючи вище викладене можна зробити висновки, що основними напрямками вдосконалення оподаткування доходів фізичних осіб є відмовлення від спроб суто фіскального підходу до наповнення бюджету. Основним критерієм має слугувати максимізація функції суспільного добробуту; виправлення недоліків чинного законодавства щодо оподаткування доходів фізичних осіб, включаючи порушення існуючої ієрархії доходів. Для цього слід замінити податкову соціальну пільгу на неоподатковуваний мінімум доходів громадян (у розмірі, не меншому ніж прожитковий мінімум), що змусить уряд дотримуватись його законодавчо встановленого розміру, встановленого на відповідний бюджетний рік, або хоча б поетапно до нього наближатися,

та відновити економічну суть цього терміну, якою є мінімальна сума видатків на просте

відтворення спроможності людини до праці; система оподаткування доходів громадян має бути прогресивною (яка вже діє в Україні), однак прогресія повинна бути розрахована таким чином, щоб ураховувати реальний, наявний у цей час діапазон доходів громадян; реформування оподаткування доходів фізичних осіб має відбуватися в комплексі з реформуванням усього податкового навантаження на фонд оплати праці, щоб мати оптимальне податкове навантаження й повну легалізацію доходів громадян.

Отже, можна впевнено стверджувати, що оподаткування доходів населення в Україні потребує перебудови, яка має базуватися на використанні передового зарубіжного досвіду (Німеччини, США), а не зводиться до копіювання моделі оподаткування інших країн. Економіка кожної держави має свої особливості, які варто враховувати при побудові ефективної податкової системи. Звичайно, держави з високим рівнем розвитку економіки при оподаткуванні доходів громадян вирішують завдання, які не є ключовими для українського суспільства. Це пов'язано з тим, що рівень

розвитку нашої економіки значно нижчий від розвинених країн, проте, спираючись на їхній досвід, можна вмонтувати певні світові здобутки в українську систему оподаткування..

Важливим завданням, яке необхідно вирішити для змін оподаткування доходів фізичних осіб у майбутньому, є визначення фактичного розподілу доходів громадян України з урахуванням тіньової складової їхніх доходів.

Список використаних джерел

1. Декларування доходів фізичними особами у 2014 р. за наслідками звітного 2013 р. / Т. Добродій, начальник відділу розгляду письмових звернень платників Департаменту оподаткування доходів фізичних осіб ДФСУ // Праця і зарплата. – 2014. – №7. – с. 8-9

2. Демиденко Л.М. Оподаткування доходів громадян: досвід США та України / Л. М. Демиденко // Фінанси України. – 2013. – № 9. – С. 30-34.

3. Державна податкова служба України. – Офіційний сайт. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sta.gov.ua>

4. Податковий кодекс України: чинне законодавство із змінами і допов. на 02 грудня 2010 року: (Відповідає офіц. текстові) – К.: Алерта; ЦУЛ, 2011. – 424с.

5. Рябчук О.Г. Аналіз фіскальної функції податку з доходів фізичних осіб. Тенденції та перспективи розвитку податкової системи України: матеріали науково – практичної конференції. / О. Г. Рябчук. – Ірпінь: НУДПСУ, 2010 – С. 26-35.

6. Статистичний щорічник України за 2014 рік : стат. збірник– Державна служба статистики України. – Київ: ТОВ „Видавництво „Консультатнт”, 2015. – С. 50-52.

СУТНІСТЬ ДЕФІНІЦІЇ «МАТЕРІАЛЬНІ ОБОРОТНІ АКТИВИ»

Твердохліб К. О.,

аспірант, асистент кафедри економічного аналізу та статистики Харківського державного університету харчування та торгівлі

В системі заходів, направлених на підвищення ефективності роботи підприємства і укріплення його фінансового стану, важливе місце займають питання раціонального використання матеріальних оборотних активів, які складають значну частку оборотних активів. Проблеми покращення використання цього виду активів стали ще більш актуальними в умовах формування ринкових відносин. Інтереси підприємств потребують повної відповідальності за результати своєї виробничо-фінансової діяльності. Оскільки фінансовий стан підприємств знаходиться в прямій залежності від стану оборотних активів і передбачає вимір затрат з результатами господарської діяльності, підприємства зацікавлені в раціональній організації матеріальних оборотних активів – організації їх руху з мінімально можливою сумою для отримання найбільшого економічного ефекту.

Аналіз економічної літератури українських і зарубіжних авторів засвідчує, що між її авторами існують розбіжності щодо точного визначення сутності матеріальних оборотних активів та їх складу, оскільки науковці часто ототожнюють поняття «матеріальні оборотні активи» з іншими економічними категоріями. Треба зазначити, що це призводить до зниження ефективності процесу управління матеріальними оборотними активами, яке проявляється в погіршенні основних показників ділової активності, фінансової діяльності та інвестиційної привабливості підприємства.

Досліджуючи аналітичну оцінку структури оборотних активів і частку того виду оборотних активів, яка становить найбільшу значущість для конкретного підприємства (підприємства певної галузі), В.В. Ковальов виділяє групу матеріальних оборотних активів і визначає її як виробничі запаси [1, с. 310]. Виробничі запаси автор розглядає в широкому аспекті і відносить до них не тільки предмети праці (сировину, матеріали, тощо), з яких виробляється продукція, а й незавершене виробництво, готову продукцію, товари для перепродажу.

Інший підхід мають учені Є.В. Мних і Н.С. Барабаш. Поточні матеріальні активи вони розглядають як запаси, видовою структурою яких є виробничі запаси (предмети праці), запаси незавершеного виробництва, готової продукції та товарів [2, с. 125].

Н.В. Тарасенко має інший погляд відносно складу матеріальних оборотних активів. До виробничих запасів він відносить тільки сировину, основні та допоміжні матеріали, паливо, напівфабрикати, які є складовою матеріально – технічного постачання і виокремлює окремо незавершене виробництво, готову продукцію, товари. При цьому виробничі запаси вважає синонімом матеріальних ресурсів [4, с. 137, 236].

Савчук В.П. в цілому під товарно – матеріальними запасами вбачає активи підприємства, які будуть продані на протязі одного року або будуть використані з метою вироблення і реалізації продукції підприємства [3, с. 59]. Тобто науковець звужує складову товарно-матеріальних запасів до товарів та виробничих запасів.

Автори праці «Теория бухгалтерского учета» зазначають, що традиційно запаси визнаються оборотними засобами (активами), оскільки можуть бути трансформовані у гроші в межах одного операційного циклу. До категорії запасів відносять товари, передбачені для продажу, готову продукцію, основні і допоміжні матеріали, що використовуються на протязі одного виробничого циклу. [5, с. 360].

Деякі вчені відносять виробничі (матеріальні) запаси, незавершене виробництво і витрати майбутніх періодів до виробничого потенціалу підприємства. При цьому зазначають, що перелічені статті складаються з реальних активів, що характеризують виробничу потужність підприємства.

Неоднозначне трактування відносно включення до матеріальних оборотних активів і товарів (продукції) відвантажених. В бухгалтерському обліку відвантажени

товари відображаються як заборгованість покупців або замовників за надані їм продукцію, товари, роботи або послуги.

В літературних джерелах з бухгалтерського обліку і аналізу у більшості під матеріальними ресурсами розуміють предмети праці. Так, в бухгалтерському обліку матеріальними ресурсами називають виробничі запаси, які є складовою частиною матеріальних оборотних активів.

На нашу думку, цей підхід потребує уточнення до визначення сутності матеріальних ресурсів. Справа в тому, що такі матеріальні активи, як готова продукція і товари, придбані для подальшого продажу, не є ресурсами. Спірними є питання віднесення до матеріальних ресурсів незавершеного виробництва та напівфабрикатів власного виробництва. Якщо розглядати їх як предмети праці, на які направлена праця людини, і вони є складовими продукту, що виробляється, тоді можна їх враховувати як поточні матеріальні ресурси у складі виробничих запасів.

Список використаних джерел

1. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры. – М. : Финансы и статистика, 2002, – 560с. : ил.;
2. Мних Є.В. Економічний аналіз: підручник / Є.В. Мних. К. : Знання, 2011. – 630 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
3. Савчук В.П. Финансовый анализ деятельности предприятия (международные подходы). Учебное пособие. vps@a-teleport.com. 14.07.04.
4. Тарасенко Н. В. Економічний аналіз [Текст]: навч. посібник для студ. вищ. закладів освіти / Н. В. Тарасенко. -ж 4-те вид., стер. – Л.: Новий Світ-2000, 2008. – 344 с. – ISBN 966-7827-31-3.
5. Хендрексен Э.С. Теория бухгалтерского учета: [пер. с англ.] / Э.С. Хендрексен, М.Ф. Ван Бреда; под ред. проф. Я.В. Соколова. – М.: Финансы и статистика. 2000. – 576 с.

ВПЛИВ ЗМІН ВАЛЮТНОГО КУРСУ НА БАНКІВСЬКИЙ СЕКТОР

Томашевська О. В.,

студентка групи Мо-61 Львівського національного аграрного університету

Науковий керівник: **Томашевський Ю. М.**

к.е.н., в.о. доцента кафедри фінансів і кредиту Львівського національного аграрного університету

Валютний курс є одним з найголовніших макроекономічних показників. Через курс національної валюти Центральний банк впливає на стан платіжного балансу країни, а також використовує його як інструмент монетарної політики. Валютний курс відображає взаємодію національної та світової економік, регулює діяльність багатьох економічних сфер. Проте зміни валютного курсу не завжди є явищем позитивним і можуть призвести до непередбачуваних наслідків у різні сфери

економіки. На сьогодні ця проблема є досить актуальна і потребує дослідження цієї проблеми та порівняння теперішнього досвіду з попередніми роками.

В Україні криза банківської системи також стала наслідком надмірної кредитної експансії. Високі темпи кредитування української економіки стали можливими завдяки збільшенню сум зовнішніх запозичень на світових фінансових ринках. Грошові ресурси за межами країни за вказаний період були значно дешевшими, ніж на внутрішньому ринку, тому банки нарощували свої борги.

Ураховуючи стабільну цінову ситуацію в країні, Національний банк України в поточному році вжив комплекс заходів, спрямованих на підтримку процесів економічного зростання шляхом стимулювання кредитної діяльності банків. Зокрема, було знижено облікову ставку та ставки за кредитами рефінансування, активно проводились операції з підтримки ліквідності банківської системи через надання кредитів рефінансування та операції з купівлі цінних паперів, запроваджено гнучкіші вимоги до формування банками обов'язкових резервів. Також було удосконалено монетарні механізми та інструменти, у тому числі було збільшено терміни можливої підтримки ліквідності банків, а також підвищено дієвість облікової ставки.

Отже, за результатами проведеного дослідження щодо тенденції змін валютного курсу гривні, для недопущення надмірних курсових стрибків є необхідність:

- посилення ролі НБУ в процесах курсоутворення шляхом як активних валютних інтервенцій, так і підвищення жорсткості правил торгівлі на валютному ринку;
- розвитку механізмів управління гнучким валютним курсом з метою недопущення його різких стрибків і збереження оптимальної динаміки реального обмінного курсу гривні шляхом зниження темпів інфляції;
- зміни концепції регулювання руху капіталів у напрямі зняття обмежень на приплив капіталу і посилення контролю за його відпливом.

Для досягнення вищезазначених цілей першочерговими заходами для стабілізації ситуації на валютному ринку необхідні такі заходи:

- перехід до нового сценарію регулювання НБУ валютного курсу, основними ознаками якого має стати концентрація зусиль на створенні належних інституційно–організаційних умов для розвитку ринкових засад курсоутворення, раціональнішого використання валютних коштів, посилення мотивації суб'єктів валютних відносин до підтримання збалансованих валютних позицій;
- встановлення жорсткого контролю за коштами, які отримують банки через канал рефінансування;
- суттєве посилення ролі валютних обмежень у системі валютного регулювання НБУ до моменту стабілізації ситуації на ринку;
- заборона надання кредитів в іноземній валюті позичальникам, які не мають валютних доходів;
- заборона будь-яких розрахунків на території України в іноземній валюті.

Разом з тим девальвація і ревальвація обмінного курсу гривні може використовуватися регулятивними органами влади як ефективний інструмент для покращення торговельного балансу країни і підвищення її конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Список використаних джерел

1. Возьний К. Інфляція і девальвація: макроекономічні взаємозв'язки та залежності /К. Возьний // Економіка України. – 2010. – № 11. –С.35–46.
2. Габуєв О. Китай не знайшов євросоюзників / О. Габуєв, В. Соловйов // Комерсант. – 2010. – № 171. – с. 6
3. Козак Ю.Г. Міжнародна економіка: Навчальний посібник. – 2-е вид., перероб. та доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2004, – 672 с.
4. Мозговий О.М. Міжнародні фінанси: Навч. посіб.. – К.: КНЕУ, 2005. – 557 с.
5. Славук М.І. Гроші та кредит: Підручник. – К.: КНЕУ, 2001. – 599 с.
6. http://www.ufin.com.ua/analit_mat/poradnyk/106.htm
7. <http://zsas.zhitomir.org/ru/content/чирка-дм>
8. http://buklib.net/component/option,com_jbook/task,view/Itemid,36/catid,154/id,5602/
9. <http://www.info-library.com.ua/books-text-4431.html>
10. <http://finance.liga.net/banks/2010/12/20/articles/19636.htm>
11. <http://www.creditdeposit.com.ua/Inflation/2011/all>
12. <http://old.niss.gov.ua/Monitor/november08/16.htm>

БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Уланова А. П.,

студентка групи Ф-23 Харківського державного університету харчування та торгівлі

Науковий керівник: **Горошанська О. О.,**

к.е.н., доцент кафедри економічного аналізу та статистики Харківського державного університету харчування та торгівлі

Розвиток ринкових відносин неможливий без ефективно функціонуючого банківського сектору, який є центром фінансової системи і завдяки якому реалізуються зв'язки між всіма учасниками і складовими частинами господарського механізму економіки держави.

Дослідження показали, що протягом останніх років розвиток банківської системи відбувається у дуже складних умовах. Особливо слід відзначити значну девальвацію гривні, спад в економіці, військові дії у східному регіоні та анексія АР Крим, недостатній рівень корпоративного управління. Унаслідок зростання рівня негативно класифікованої заборгованості банки були змушені створювати значні резерви за активними операціями, що неминуче негативно вплинуло на рівень капіталізації банківських установ та їх прибутковість. Зростання валютних ризиків

для українських банків внаслідок наявності короткої відкритої валютної позиції та високого рівня доларизації стало потенційною загрозою стійкості банківської системи [1, 3].

На даний момент керівництво країни здійснило низку кроків щодо очищення та оздоровлення фінансового сектору взагалі, і банківської системи зокрема. В першу чергу це стосується прийняття законів щодо збільшення вимог до капіталу банків, посилення корпоративного управління в банках, сприяння капіталізації та реструктуризації банків, посилення відповідальності пов'язаних із банком осіб. Не менш важливими є реорганізація НБУ з посиленням ролі ключових регуляторних функцій, створення комітетів фінансової стабільності та монетарної політики. Створенню передумов стабільного розвитку економіки України, перетворенню фінансового сектору України у конкурентоспроможне середовище з інвестиційно-інноваційним кліматом сприятиме Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року, реалізація якої розпочалась у проектних групах відповідно до стандартів управління проектами [2].

Подальша стабілізація банківської системи України, на наш погляд, потребує розв'язання низки завдань як у монетарній сфері, так і сфері банківського нагляду. Серед них особливо слід відзначити: 1) використання Національним банком в якості операційних орієнтирів монетарної політики чистих міжнародних резервів та чистих внутрішніх активів, а також обсягу монетарної бази; 2) посилення ролі облікової ставки; 3) посилення підзвітності та зв'язків НБУ з ринком та громадськістю з метою їх орієнтування щодо інфляційних очікувань та прийняття рішень; 4) підвищення рівня капіталізації банків; 5) посилення відповідальності керівників банків, власників, інших пов'язаних осіб за діяльність, що призводить до неплатоспроможності банків; 6) проведення оцінки якості активів банків з метою визначення потреби в додатковій капіталізації банківських установ; 7) подальше очищення банківської системи від фінансових установ, які є неплатоспроможними, здійснюють відмивання грошей та не дотримуються вимог законодавства; 8) створення скоординованої системи позасудової реструктуризації кредитів та сприяння добровільній реструктуризації валютних іпотечних кредитів.

Список використаних джерел

1. Банківська система 2015: виклики та перспективи // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=14741673>
2. Банківська система України – III квартал 2015 року // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.credit-rating.ua/img/st_img/AS/2015/01.12.2015/Banking_System_11_2015_.pdf
3. Ганзюк С.М. Фінансові результати комерційних банків в умовах політичної нестабільності // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.in.ua/pdf/11_2015/26.pdf

ВИДИ ЕКОЛОГІЧНИХ ПОДАТКІВ ТА ЇХ ЧАСТКА В ЗАГАЛЬНОМУ ОБСЯЗІ ОПОДАТКУВАННЯ ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

Харчук С. В.,

студентка групи ФКС-11 Луцького національного технічного університету

Науковий керівник: **Іщук Л. І.,**

к.е.н., доцент кафедри фінансів Луцького національного технічного університету

Екологічні податки застосовуються у всіх економічно розвинутих країнах. Скандинавські країни почали впроваджувати екологічні податки з другої половини 80-х років ХХ ст. у зв'язку з переходом до економічних методів управління охороною навколишнього середовища. У 90-х роках екологічні податки почали використовуватися більшістю країн Західної Європи.

У цілому по ЄС частка таких податків в сукупному ВВП країн-членів збільшилася з 2, 6% у 1980 р. до 2, 9% в 1994 р. Подальші зростання були пов'язані з розширенням складу членів ЄС. У 27 країнах ЄС у 2014 р. екологічні податки склали 6,2% від ВВП.

Частка екологічних податків в загальному обсязі оподаткування в різних країнах може значно відрізнятися.

Частка екологічного податку складає: в США – 3, 2%, Швейцарія – 4, 7%, Канада – 4, 5%, Німеччина – 4, 9%, Франція – 5, 4%, Нідерланди – 5, 5%, Греція, Нова Зеландія – 6, 1%, Японія – 6, 5%, Фінляндія – 7, 3%, Іспанія – 7, 5%, Великобританія – 8, 2%, Італія – 9, 0%, Португалія – 11, 5%, Ірландія – 11, 9% [1].

Директорат по податкам і митним зборам Європейської комісії розподілив екологічні податки на сім груп за сферами використання:

- енергетичні податки (на моторне паливо, на енергетичне паливо, на електроенергію)
- транспортні податки (податки на пройдені кілометри, щорічний податок з власників, акцизи при купівлі автомобіля);
- плата за забруднення (емісія забруднюючих речовин в атмосферу і викиди у водні басейни)
- плата за розміщення відходів на звалищах та їх переробку;
- податки на викиди речовин, що призводять до глобальних змін (руйнування озонового шару);
- податок на шумовий вплив;
- плата за використання природних ресурсів.

Найбільш поширеними в країнах Європи є транспортні та енергетичні податки. Так енергетичні податки складають 72% від загальної величини екологічних податків в ЄС, а транспортні податки – 23%.

Екологічні податки та збори деяких країн ЄС

Великобританія – збір за паливо;

– акциз на автомобілі;

- збори з авіапасажирів;
- податок на звалища;
- збір за зміну клімату;
- податок на будівельні матеріали.

Німеччина – екологічні податки (спеціальний податок на фінансування навколишнього середовища, податок на захист навколишнього середовища) ;

- система зборів для підтримки якості навколишнього середовища (плата за забруднення води) ;

- збори на продукти (надбавка до ціни продукту, виробництво або споживання якого забруднює довкілля) ;

- торгівля квотами.

Польща – плата за забруднення повітря, води, скидання стічних вод, утилізацію твердих відходів, вирубку лісу; плата за продукцію, що не відповідає екологічним стандартам.

Словенія – плата за скидання стічних вод;

- податок за викиди вуглецю; податок на виробництво електроенергії; податок на транспортні засоби.

Латвія – плата за забруднення повітря, води;

- плата за відходи;
- плата за видобуток корисних копалин;
- плата за продукцію, яка шкодить довкіллю.

Литва – цільова плата за забруднення природи; нецільові податки за використання окремих видів природних ресурсів.

Чехія – плата за викиди в атмосферу;

- плата за продукцію з використанням хлорфторвуглецю;
- плата за забруднення води;
- плата за діяльність, пов'язану зі знищенням відходів;
- податок на шумове забруднення (оподатковуються аеропорти) [2].

Аналіз основних видів екологічних податків та зборів деяких країн ЄС свідчить про їх різноманітність, а відтак про різний ефект, який може бути отриманий від їх застосування. Це важливо враховувати при впровадженні та удосконаленні екологічного оподаткування в Україні. Впровадження конкретного виду екологічного податку потребує детального розгляду досвіду розвинутих країн, отриманих ними результатів, а також порівняння їх досвіду для визначення закономірностей та особливостей дії того чи іншого податку.

Варто також зазначити, що надмірна кількість екологічних податків не тільки викликає невдоволення платників податків, але й знижує ефективність такої податкової системи. Всі типи екологічних податків і платежів функціонують більш ефективно, якщо вони досить зрозумілі для природо користувачів і не створюють таких умов у фінансовій діяльності компаній, які необґрунтовано підвищують конкурентоспроможність одних за рахунок інших.

Список використаних джерел

1. Экологические налоги [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://rusfinans.com/osobennosti-nalogooblojeniya-v-stranah-evropeiskogo-soyza/ekologicheskienalogi.php>
2. Основи стійкого розвитку: навч. посібн. / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. Г. Мельника. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 654 с.
3. Фінансовий облік 2: навч. посібн. / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Ткаченко Н.М. – К.: Алерта, 2014. – 456 с.

СТРАХУВАННЯ ВРОЖАЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КУЛЬТУР: ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Хомишинець Н. Б.,

студентка групи Фін-2 маг/бак, Львівського національного аграрного університету

Науковий керівник: **Томашевський Ю. М.**

к.е.н., в.о. доцента кафедри фінансів і кредиту Львівського національного аграрного університету

Страховання виступає як один з найдієвіших елементів фінансової системи, який має забезпечувати захист майнових прав та інтересів суб'єктів господарювання у сільському господарстві. Оскільки виробництво сільськогосподарської продукції найбільшою мірою залежить від природно-кліматичних умов, які суттєво впливають на якість та обсяги одержаного врожаю, нагальною в цих умовах стає необхідність страхування сільськогосподарських культур від несприятливих погодно-кліматичних умов.

Аграрний потенціал України з кожним роком приваблює все більше і більше іноземних інвесторів та банківського сектору. За даними 2011 – 2014 рр., кредитні портфелі банків в сільському господарстві – найменш збиткові, в порівнянні з іншими галузями економіки. У вказаний період показники «проблемних» кредитів в сільському господарстві знаходилися на рівні 5%. Загальний об'єм виробництва сільськогосподарської продукції Україні складає біля 10% в структурі ВВП країни, що суттєво впливає на її економічні показники і наповненість бюджету. Це пояснюється тим, що сільське господарство – єдина галузь економіки, яка не постраждала під час кризи 2008 року. Починаючи з цього періоду в сільському господарстві України спостерігається стабільний ріст, а середня рентабельність виробництва уже кілька років підряд залишається на рівні 19-20%, і продовжує поступово збільшуватися, досягаючи понад 30% в окремих господарствах.

Проте, сучасний стан розвитку системи страхування в Україні, поки що не завжди дозволяє ефективно й якісно виконувати функції зменшення фінансових втрат через настання ризиків. В даній галузі, і надалі, існує ряд проблем, які заважають розвитку системи страхування врожаю сільськогосподарських культур. Зокрема, страхові послуги, які пропонуються страховиками сільськогосп, не завжди якісно захищають інтереси страхувальників, а інформація про порядок і умови

страхування часто є важкодоступною і неповною. Більшість тарифних ставок, які використовуються страховиками не збалансовані актуарно, тобто не відображають об'єктивну вартість збитків та ймовірність настання таких ризиків. Умови договорів страхування враховують більшою мірою інтереси страховиків. Страховики не дотримуються часових та технологічних термінів, чим порушують принципи ведення страхового бізнесу.

Страхуванням урожаю сільськогосподарських культур займається незначна кількість страхових компаній України, а тому частка такого страхування у загальному страховому портфелі коливається від 0,5 до майже 36,0%. При цьому, незважаючи на законодавчо-гарантоване державне субсидування, фактичний рівень підтримки з боку держави незначний, а в 2009-2014 роках взагалі відсутній.

Отже, варто серйозно оцінити ситуацію та вжити необхідних заходів. Відновлення субсидійованого агрострахування може суттєво підштовхнути ринок України до розвитку. Важливо, щоб цей процес був прозорим і зрозумілим для всіх учасників ринку. Так це працює в більшості країн, де страхування аграрних ризиків розвивається та покриває більше 50% всього виробництва. Досвід проведення страхування в ринково-розвинених країнах показує, що сільське господарство в цих країнах постійно отримує фінансову підтримку з боку держави. Відповідної підтримки з боку держави потребує і вітчизняний аграрний страховий ринок. Саме завдяки фінансовій, правовій та організаційній допомозі держави, сільськогоспвиробникам вдасться підняти рівень розвитку сільського господарства на вищий рівень та забезпечити безперебійне та якісне виробництво продовольства в державі. Страхування може стати однією з важливих умов гарантування економічної безпеки і стабілізації фінансового стану виробників сільськогосподарської продукції.

Список використаної літератури

1. Агрострахование в Украине: Анализ работы и перспективы развития – [Електронний ресурс]. – Режим доступу :URL http://www.agroinsurance.com/ru/agribusiness_insurance/?pid=2496. – Назва з екрану.
2. Гудзь О. Є. Страхування агроризиків та напрями розвитку агрострахування в Україні / О. Є. Гудзь // Економіка АПК. – 2006. – №8. – С. 72-76.
3. Лайко П. А. Страхування природно-кліматичних ризиків у рослинництві: монографія / П. А. Лайко, С.Д. Пушак // К. : ННЦ Інститут аграрної економіки, 2009. – 320 с.
4. Пушак С. Д. Індексне страхування сільськогосподарських культур / С. Д. Пушак // Наук. вісник Нац. аграр. ун-ту. – 2006. – Вип. 102. – С. 292 – 297.
5. Навроцький С. А. Шляхи вдосконалення сільськогосподарського страхування / С. А. Навроцький // Вісник Київського нац. ун-ту ім. Т.Шевченка : Сер. Економіка. – 2002. – № 60-61. – С. 66-67.

6. Смоленюк Р.П. Актуальні питання страхового захисту в сільському господарстві / Р. П. Смоленюк // Регіональні перспективи: наук.-практ. журнал. – Полтава. 2001. №2-3 (15-16), – С. 91 – 93.

7. Шолойко А.С. Класичні та індексні страхові продукти для галузі рослинництва / А.С. Шолойко // Облік і фінанси АПК. – 2009. – № 3. – С. 161 – 165.

ОСОБЛИВОСТІ ДІАГНОСТИКИ ПРОБЛЕМНИХ СИТУАЦІЙ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Шавлак Марина Андріївна

студентка групи 52-БС ФА та ПБ Харківського навчально-наукового інституту Державного вищого навчального закладу «Університету банківської справи»

Науковий керівник: **Мусієнко Олена Миколаївна,**

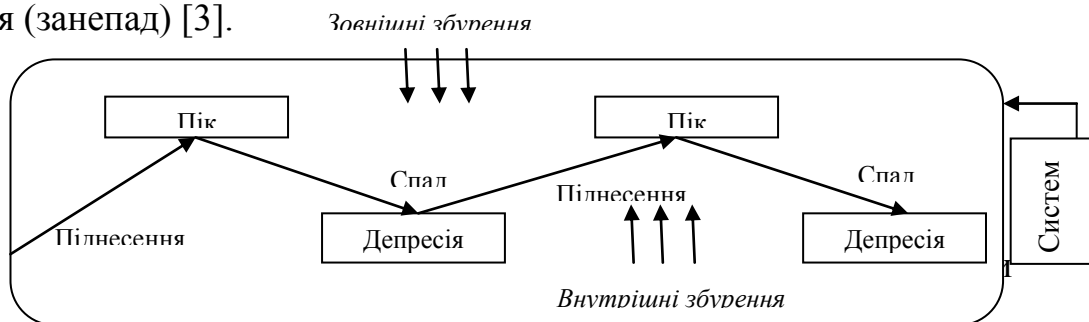
к.е.н., доцент кафедри банківської справи

Для ефективного регулювання банківської діяльності необхідно постійно проводити діагностику діяльності банківського сектору, відслідковуючи динаміку зміни як інтегральних критеріїв його діяльності, так і складових показників, та в результаті виявлення проблемної ситуації, або навіть за наявності тільки сигналів щодо їх можливої появи, негайно сповіщати відповідні структурні одиниці банківського сектору про можливість погіршення у відповідному напрямі.

Проведення діагностики проблемних ситуацій банківської системи має проводитись із застосування сучасного інструментарію, який базується на використанні дієвого математичного апарату та інформаційних технологій, що дозволяє із високою достовірністю ідентифікувати симптоми, що вказують або можуть вказувати на певні негативні тенденції у зміні тих чи інших індикаторів діяльності системи.

Метою дослідження є розкриття сутності проведення діагностики проблемних ситуацій банківської системи України як процесу та побудова алгоритму проведення діагностики проблемних ситуацій.

Банківська система України має тісний взаємозв'язок із загальними циклами економіки, маючи при цьому власні цикли розвитку відповідно до теорії економічних циклів, серед яких економісти виділяють (рис. 1): піднесення, пік, спад та депресія (занепад) [3].



Банківська система може перейти до циклу «спад» свого розвитку за певних внутрішніх обставин, які пов'язані з якістю керування, некомпетентністю

персоналу, помилками під час прийняття рішень, низькою якістю організації ведення банківського бізнесу окремими банками, неефективною нормативно-законодавчою базою, яка регламентує функціонування банківського сектора держави тощо [1].

Тому актуальними стають завдання ідентифікації загрозливих симптомів, що можуть сприяти небезпечному розвитку окремих банківських установ, груп банків за класифікацією НБУ, банківського сектора та банківської системи в цілому. Метою такої ідентифікації через проведення відповідної діагностики проблемних ситуацій банківської системи для забезпечення розвитку національної економіки є створення умов до вчасного реагування на негативні симптоми.

Існують такі етапи проведення діагностики банківської системи:

1) Оцінка поточного стану економічної системи та його змін порівняно з попереднім періодом, під час якого здійснюється аналіз динаміки показників; визначається припустимий рівень зниження показників; з'ясовуються причини зниження показників; оцінюється ступінь критичності проблем;

2) Визначення причин, що призвели до зміни фінансового стану економічної системи, під час якого уточнюються причини; надаються рекомендації з поліпшення стану системи.

3) Розробка програми дій на майбутнє, під час якого з'ясовується методологічна база вирішення проблеми; обираються більш дієві методи; нормалізується фінансова діяльність системи й підвищується її ефективність [2].

Процес діагностики забезпечується за допомогою математичного моделювання та інформаційних технологій, що дозволяє не тільки продіагностувати банківську систему у ретроспективі та на поточний момент часу, але й прогнозувати майбутній стан, причому за допомогою моделювання різних сценаріїв розвитку подій на основі сценарного підходу [1].

Даний інструментарій неодмінно має бути як в арсеналі регулятора банківської діяльності, так і в арсеналі кожного банку для моделювання різного роду проблемних ситуацій, що можуть виникати або вже виникають на мікрорівні, пошуку шляхів покращення цих ситуацій та майбутнього запровадження превентивних заходів щодо недопущення погіршення ситуації.

Отже, проведення діагностики проблемних ситуацій банківської системи сприяє запобіганню та попередженню необоротних кризових явищ, визначенню точного діагнозу, дозволяє запобігти погіршенню ситуації та запровадити превентивні заходи на основі адекватних та коректних управлінських рішень щодо недопущення негативних тенденцій розвитку банків, банківського сектора, банківської системи та національної економіки в цілому.

Список використаних джерел

1. Самородов Б.В. Аналіз та визначення сутності управління фінансовим розвитком банку / Б.В. Самородов // зб. наук. праць «Фінансово-кредитна діяльність:

проблеми теорії та практики». – Харків : ХІБС УБС НБУ, 2012. – Вип. 1 (12). – С. 66–75.

2. Терлецька Ю.О. Діагностика підприємства як нова управлінська технологія / Ю.О. Терлецька, А.Я.Аксентійчук // Вісник ЧТЕІ. Економічні науки. – Вип. I (45). – Чернівці, 2012. – С.182–187

3. Чернишов В.В. Фінансова діагностика як система забезпечення фінансової стійкості підприємства / В.В. Чернишов // Економіка розвитку. – 2012, № 1 (61). – С. 111–113.

ПРОБЛЕМА ЗОВНІШНЬОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Шкваровська Я. Г.

студентка 3 курсу групи 9 ФМТП

Науковий керівник: **Зубко О.В.**

к.е.н., ст. викл. кафедри міжнародної економіки Київського національного торговельно-економічного університету

Недостатність фінансових ресурсів в окремих країнах сучасної міжнародної економічної системи обумовлює потребу в зовнішніх запозиченнях. Ці запозичення формують зовнішній борг, нераціональне управління яким може призвести до розбалансованості економічної системи та зростання її вразливості до негативних зовнішньоекономічних факторів. Проте, за умов ефективного використання отриманих кредитів, зовнішній борг стає основним джерелом забезпечення реалізації пріоритетних проектів та завдань соціального та економічного розвитку країни, інструментом інституційних перетворень та міжнародної інтеграції. Саме ці аспекти посилюють актуальність як самої проблеми, так і пошуку шляхів удосконалення його управління.

Проблема надмірної зовнішньої заборгованості є актуальною практично для всіх країн світу. Причому, мова йде не просто про критичний рівень зовнішньої заборгованості по відношенню до ВВП, а про перевищення його значення в 1,5 – 2 рази. Прикладами є Японія – 242,3%, Греція – 174%, Італія – 133,1%, Україна – 127,4%. Набагато спокійнішу ситуацію демонструють «чисті» борги країн світу, так за вирахуванням всієї дебіторської заборгованості, кредиторська заборгованість Франції складає лише 16 млрд. дол. США, Японії – 28 млрд. дол. США, Німеччини – 186 млрд. дол. США [2].

Політика зовнішніх запозичень виявила себе більш ефективною саме в тих країнах, де зрозуміли, що лише при стійкому економічному зростанні держава буде здатна накопичувати необхідні ресурси та спрямовувати їх як для збалансованого розвитку, так і для забезпечення платоспроможності[3, с. 36]. На жаль, український уряд упродовж останніх років проводив невважену боргову політику, що сформувало високий рівень залежності вітчизняної економіки від зовнішніх боргів.

У період 2007-2015 рр. зовнішня заборгованість України збільшилась з 54,5 млрд. дол. США до 126,3 млрд. дол. США відповідно. По відношенню до ВВП цей показник у 2007 р. складав 50,6%, а вже у 2015 р. сягнув 127,1% [1]. Це спричинило розвиток гальмуючих процесів на усіх рівнях соціально-економічного життя країни.

Узагальнюючи вищенаведене, можна зробити висновок, що Україна обрала для себе «боргозалежну модель», орієнтовану на споживання. «Завдяки» такій орієнтації, наша країна стала «лідером» серед європейських країн не лише за глибиною економічного падіння, але й за нарощуванням боргів, коли лише за два роки консолідований державний борг країни зріс з 20% ВВП (на кінець 2008р.) до 40% ВВП (на кінець 2010р.). Тобто, замість пошуку внутрішніх економічних джерел, які дозволили б стимулювати залучення ПІІ, сприяли б розвитку підприємництва та зростанню конкурентоспроможності, Україна надала перевагу борговим коштам для поточного латання дірок і розривів в своїй макроекономічній системі, не маючи жодної стратегії ефективного використання зовнішніх ресурсів [3, с. 38].

Таким чином, поточна економічна ситуація в Україні виразно демонструє, що одним із найвпливовіших факторів, який серйозно гальмує можливість виходу вітчизняної економіки з глибокої кризи, є зростання до загрозливих параметрів зовнішньої заборгованості. Залучення іноземних коштів на досить не вигідних умовах поряд із нераціональним їх використанням перешкоджають можливості довгострокового економічного зростання країни та руйнують її фінансову безпеку. Тому необхідним є поліпшення управління зовнішнім боргом та способів його обслуговування, оскільки тільки результативна політика зовнішніх запозичень може допомогти підвищенню рівня боргової безпеки, дозволити знизити державний дефіцит бюджету та сприяти стійкої економічної міцності країни.

Список використаних джерел

1. Офіційне інтернет – представництво Національного банку України. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/>
2. Офіційний сайт Міжнародного Валютного Фонду. – Режим доступу: <https://www.imf.gov/>
3. Сіденко В. Борги: час брати і час віддавати. Глобальні тенденції та виклики для України. / В.Сіденко, В.Юрчишин, К.Маркевич // Аналітична доповідь. – Київ: Заповіт, 2015. – 72 с.



СЕКЦІЯ 4

**ТЕОРЕТИЧНІ І ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОГО
ТОВАРОЗНАВСТВА**

25 лютого 2016 р.

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ

БЕЗПЕЧНІСТЬ ТА ЯКІСТЬ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ КИЇВСЬКОГО РЕГІОНУ

Гнедич В. І.

викладач вищої категорії, викладач-методист Технологічно-економічного коледжу Білоцерківського НАУ

У сучасних умовах гострої конкурентної боротьби розвинуті країни світу сприймають якість продукції як обов'язкову вимогу їх комерційного успіху та джерело національного збагачення. Якість визначає престиж держави, є основою для задоволення потреб кожної людини та суспільства. Тому діяльність підприємства з підвищення та забезпечення якості продукції в умовах ринкової економіки має стати пріоритетною.

Основні положення якості продуктів харчування визначаються Законом України «Про безпечність та якість харчових продуктів» від 23 грудня 1997 р. № 771/97-ВР [1], згідно якого стаття 1 дає визначення «якості харчового продукту як ступеня досконалості властивостей та характерних рис харчового продукту, які здатні задовольнити потреби (вимоги) та побажання тих, хто споживає або використовує цей харчовий продукт».

На сучасному етапі розвитку України одним із основних напрямів комерційної діяльності підприємства є безпека та якість продукції. Для підвищення і визначення необхідного рівня якості на підприємстві створюється система управління якістю.

Особливої актуальності набуває проблема якості для продукції підприємств харчової, зокрема хлібопекарської галузі. Адже, від якості та безпечності продуктів харчування в значній мірі залежить життя та здоров'я людей.

Хлібобулочні вироби мають значну перевагу перед іншими продуктами у споживчому кошику. хліб є головним компонентом харчування і важливим соціальним продуктом, це закономірно, населення України – споконвічний хліборобський народ, його традиційно-побутова культура ґрунтувалася на цінностях хліборобської праці, культі землі та її родючості.

На Білоцерківському хлібокомбінаті – дочірньому підприємстві ПАТ «Київхліб» дбайливо ставляться до традицій і зберігають класичні схеми хлібопечення: у приготуванні українського хліба використовується натуральна молочно-кисла закваска. Цей процес довготривалий і вимагає дотримання певних умов температури та часу. У цьому закладена суть традиційної технології: завдяки багатогодинному процесу приготування в тісті накопичуються смакові й ароматичні речовини, хліб виходить смачний і корисний. Відчуваючи соціальну відповідальність за свій продукт місцевий хлібокомбінат зберігає традиційну технологію виробництва хліба і не використовує харчові добавки.

Декілька років тому у селі Крушинка Васильківського району введено в експлуатацію новий хлібокомбінат під брендом ТМ «Кулинич», – це унікальний виробничий комплекс, який не має аналогів в Україні та у вітчизняній хлібопекарській галузі. Проектна потужність Київського обласного

хлібопекарського комплексу 250 тонн продукції на добу. Асортимент готової продукції дуже широкий – від хліба різних видів до кондитерських виробів та заморожених продуктів. В торгівельній мережі міста на прилавках присутня продукція даного підприємства. За зовнішній виглядом – звичайні батон і хліб «Український», але споживачі звернули увагу на різницю в якості хлібобулочних виробів.

В процесі вивчення споживчого попиту на хлібобулочні вироби даних виробників маркетингологи Білоцерківського хлібокомбінату спостерігали певні нарікання покупців на нову продукцію ТМ «Кулинич»: – батон не ріжеться, а кришиться, він позбавлений природного смаку, не пропечений. Ознайомившись із маркуванням, поданому на упаковці товару, у складі одного з виробів виявлено поліпшувач борошна, в іншому маргарин. Солідні виробники не використовують такі інгредієнти у рецептурі.

Останнім часом в Україні реалізовано ряд заходів щодо поліпшення ситуації у сфері якості. Впроваджуються системи управління якістю відповідно до ДСТУ ISO 9001 на підприємствах та центральних органах влади, реформується існуюча інфраструктура забезпечення якості, розробляються та оновлюються стандарти, приймаються необхідні законодавчі акти.

Ефективним інструментом підвищення якості продукції вітчизняних підприємств слід вважати впровадження та сертифікацію систем управління якістю за моделями, регламентованими міжнародними стандартами ISO серії 9000. До пакету документів входять стандарти ISO 9000, ISO 9001, ISO 9004, ISO 19011, які формують узгоджену серію стандартів на системи управління якістю, що сприяє взаєморозумінню в національній та міжнародній торгівлі. У стандартах ISO 9001 встановлено вимоги до систем управління якістю, за ним здійснюється і сертифікація систем.

На рівень якості й конкурентоспроможності продукції впливає багато різнопланових чинників. Досягти необхідного рівня якості та конкурентоспроможності реалізованих на відповідних ринках товарів можна різними способами, скоординованими в часі і просторі.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про безпечність та якість харчових продуктів» від 23 грудня 1997 р. № 771/97-ВР з наступними змінами і доповненнями.
2. Бутинець Ф. Ф. Економічний аналіз – Житомир: ПП «Рута», 2007
3. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: Навч. посібник для студ. вузів. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 381 с.
4. Костенко Т. Д. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства : навч. посіб. / Костенко Т. Д., Підгора Є. О., Рижиков В. С., Панков В. А., Герасимов А. А., Ровенська В. В. – К. : Центр навч. літ-ри, 2005. – 400 с.

5. Криницька О. О. Якість – головний критерій оцінки товарів та продукції, – 2010 р.

ГЕНЕТИЧНО-МОДИФІКОВАНІ ПРОДУКТИ – СТАН ТА ПРОБЛЕМИ: УКРАЇНСЬКИЙ ВИМІР

Гнедич В. І.

викладач вищої категорії, викладач-методист Технологічно-економічного коледжу Білоцерківського НАУ

В сучасних умовах нових наукових відкриттів стали вже звичним явищем такі терміни як генетика та селекція, вони вже не викликають подиву. Людство зацікавлене у нових відкриттях, але інколи не довіряє та просто не знає, що робитиме з цим новим. Головним чином ця ситуація стосується трансгенної або як ще її називають генномодифікованої продукції сільськогосподарства. Виробництво такої продукції вже багато років широко практикується за кордоном, і хоча час від часу виникають деякі протиріччя з цього приводу остаточно визначено – генномодифікована продукція має право на існування. В Україні це питання стоїть дуже гостро і викликає занепокоєння, як у сільськогосподарського виробника, так і в можливих споживачів цієї продукції.

Генна інженерія – молода технологія, створена для поліпшення характеристик живих організмів шляхом пересадки в них чужого генетичного матеріалу, наприклад ДНК риби в помідор (щоб не підмерзав) чи бактерії в картоплю (щоб жук не їв). Дана новітня технологія викликає як науковий, так і споживчий інтерес і зумовлює вибір напряму дослідження.

Науковий світ у своєму ставленні до генної інженерії поділився на дві категорії: тих хто вважає, що ГМП небезпечні для людського організму, і на тих, які наполягають, що всі побоювання по відношенню до ГМП звичайний страх перед невідомим раніше. Але, що стосується інформаційної підтримки даного напрямку технології та реалізації політики держави у сфері продовольчої безпеки зазначений аспект висвітлено не достатньо.

Метою цієї статті є висвітлення і донесення до споживачів існуючих гіпотез, фактів, обґрунтованих висновків відомих вчених і дослідників щодо цього питання; розкриття стану і розвитку проблеми на сьогоднішній день; спонукання споживачів до власної думки і раціонального підходу при виборі продуктів харчування, викладення законодавчого регулювання цього питання в Україні та світі, а також показати ставлення звичайних людей до модифікованих продуктів.

Основними об'єктами генної інженерії в світі є соя, кукурудза, картопля. Шляхом генної інженерії можливе підвищення врожайності на 40-50%. За останні 5 років земельні площі використовувані під трансгенні рослини збільшилися з 8 млн. га до 46 млн. га.

Слід зазначити, жодна нова технологія не була об'єктом такої пильної уваги учених усього світу. Усе це обумовлено тим, що думки вчених про безпеку

генетично модифікованих джерел харчування розходяться. Немає жодної наукового факту проти використання трансгенних продуктів.

В останній час дуже актуальною стала тема вживання в їжу генетично модифікованих продуктів. Хочемо ми того чи ні, але кожний з нас вже з'їв неабияку порцію трансгенних продуктів. Генетично модифіковані інгредієнти (ГМІ) містяться не тільки в цілому ряду овочевих культур, але і в ковбасах, сосисках, м'ясних консервах, пельменях, сирі, йогуртах, кашах, цукерках, шоколаді і навіть дитячому харчуванні, тобто в звичайних повсякденних продуктах, присутніх на наших столах; генетично модифікованою є майже вся соя, що виробляється світовою агроіндустрією. Істотну частку ГМП складають злакові культури, рис, фруктові рослини. Список генно-модифікованих рослин стрімко розширюється, і, ймовірно, незабаром простіше буде називати рослини, в які поки не були введені такі модифікації. Наприклад, рис отримав ген людини, що відповідає за склад жіночого молока, який робить його більш ситним.

Найчастіше трансгени зустрічаються у м'ясних, молочних продуктах, кондитерських виробках. Відсоток вмісту ГМО в продуктах коливається від 0,5% до 30%. Це продукти і вітчизняного виробництва також. Бо українські виробники користуються сировиною, яку вони привозять з-за кордону, і вона містить ГМО. Також вони використовують генетично модифіковану сою, яку вирощують в Україні. До того ж, на територію країни ввозять такі продукти. На сьогодні Україна не контролює вміст ГМО ні в тих продуктах, які ввозяться до нас, ні в тих, які виробляються в Україні.

Українці досі не знають, що насправді їдять. Генетично модифіковані продукти дешевші, ніж натуральні, до того ж, імпорт харчових продуктів на територію України практично безконтрольний

Цю проблему не варто перебільшувати з тієї причини, що в даний час реальної альтернативи ГМП практично не існує. Неконтрольоване споживання генетично модифікованих продуктів може мати непередбачувані наслідки в майбутньому. Щоб повністю зрозуміти всі ризики вживання в їжу трансгенних продуктів, повинно пройти декілька десятків років і змінитися декілька поколінь, що харчувалися ГМП.

Кабінет Міністрів обмежив імпорт продуктів з підвищеним вмістом ГМО. Згідно з постановою, харчові продукти, а також косметика і ліки, що ввозяться в Україну мають проходити екологічну експертизу на кордоні. Це допоможе врегулювати питання транс генних продуктів в Україні.

Список використаних джерел

1. Димань Т.М. Генетично модифіковані джерела харчових продуктів «Молочное дело», 2007 № 10. – с. 14 – 17; № 11. – с. 20 – 25
2. Дымань Т.Н. Нанотехнологии в пищевом производстве «Молочное дело», 2007. – № 12 . – с. 8 – 10

3. Дьяченко Д.В. Биотехнологические пищевые продукты «Мясное дело», 2004. – № 4. – с. 16 – 17
4. Малигін В.Д. «Основи експертизи продовольчих товарів», 2008. – с. 73 – 93, 93 – 155
5. Пономарев П.Ф. «Загроза здоров'ю посилюється?» «Харчова переробна промисловість», 2015. – № 10. – с. 10 – 11

СТАН РИНКУ СЛАБОАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ В УКРАЇНІ

Голь А. О.

студентка групи ТТП-4-4 Національного університету харчових технологій

Науковий керівник: **Рябченко Н. О.**,

к.т.н., доцент кафедри експертизи харчових продуктів Національного університету харчових технологій

Слабоалкогольні напої (САН) – досить новий продукт порівняно з традиційним алкогольним асортиментом. Ринок слабоалкогольних напоїв в Україні почав активно розвиватися з середини 1990-х років. До кризового 2008 р. на ринку спостерігалось постійне зростання, і багато виробників міцних алкогольних і безалкогольних напоїв, почали виробництво слабоалкогольних напоїв в Україні [1, ст. 112]. Однак в 2008 р. багато з них були змушені скоротити виробництво САН і навіть вивести торгові марки з ринку. У 2009–2013 рр. спостерігалось поступове зростання і відновлення обсягів виробництва і продажів. У 2013 р. слабоалкогольних напоїв було реалізовано 6229,7 тис. дал в натуральному вираженні, а в першому півріччі 2014 р. порівняно з першим півріччям 2013 р. обсяги продажів САН збільшилися на 3,9%.

Слабоалкогольні напої позиціонуються і націлені на молодь, адже саме молодь швидко і активно реагує на різноманітні нововведення і новинки ринку, що дозволяє новим продуктам проникати на ринок.

На ринку України представлена велика різноманітність торгових марок слабоалкогольних напоїв, проте всі вони зосереджені в руках 5 національних компаній, яким належить більше 90% всього ринку в натуральному вираженні [2, ст. 165]. ГК «Нові продукти» – лідер ринку, який контролює близько 60% всього ринку. Торгові марки компанії – слабоалкогольні напої «Shake», «King's Bridge», «Roger's», «Creamel», «Revo Alco», енергетичні напої «Revo Energy», «Pit Bull», «Non Stop». Частки ринку по торговим маркам має такий розподіл: 27,7% – ТМ «Revo», 17,5% – «Shake», 10,8% – «King's Bridge», 0,48% – «Roger's», 0,15% – «Creamel».

Корпорація «Оболонь» – випускає класичні слабоалкогольні напої «Бренді-кола», «Ром-кола», «Джин-Тонік», «Віскі вишня», нові слабоалкогольні напої «Ice Life» і «Rio де Мохіто». Частка компанії «Оболонь» на ринку САН – близько 25%. У 2014 р. досягненням компанії стало те, що з появою нової ТМ «Rio де Мохіто», їй вдалося всього за рік завоювати 5,2% споживачів.

ТОВ «Кримська горілчана компанія» випускає на український ринок бренд «LONGmixER». Частка компанії на українському ринку – близько 5%.

IBB Regent house London – випускає енергетичний напій ТМ «Ягуар» і забезпечує компанії частку на ринку 4,5%.

Компанія «Росинка» – випускає слабоалкогольні напої «Шоколад», «Фейхоа», «Фруктовий фізз», «Горілка лимон», «Горілка журавлина», «Бренді кава», «Біанко», «Мохіто». Частка компанії на українському ринку становить 4%.

Імпорт слабоалкогольних напоїв в Україну перевищує експорт даної продукції в 7 разів. У 2014 р. в порівнянні з 2013 р. і експорт, і імпорт збільшилися. У 2014 р. в Україні було експортовано слабоалкогольних напоїв на 22,5 млн. грн., що практично в 2 рази більше, ніж в 2013 р.

Найбільше з України експортується слабоалкогольних напоїв у Росію – майже половина всього експорту (48,8%), в Білорусь – майже третина експорту (26,7%) і Молдову – 12,2%. При цьому 59% всього експорту – це слабоалкогольні напої з концентрацією спирту 7%, а 34% – САН з концентрацією 5%.

Найбільше слабоалкогольних напоїв завозиться з Росії – 73,2%, частка Італії, Німеччини, Білорусі, Франції, Угорщини та Бельгії в структурі імпорту коливається від 1,9 до 5,4%.

Імпорт САН, також як і споживання, має сезонний характер – велика частина поставок припадає на квітень-вересень. Найменше імпортується САН в січні-лютому. Близько 59% всього імпорту – це САН міцністю 7%, 31% – більш міцні слабоалкогольні напої, решта – менш міцні напої.

За прогнозами експертів, обсяг ринку САН в 2016 році при збереженні сформованої ситуації складе 8,6 млн. дал. При цьому, якщо підвищення податкового тиску на галузь САН збільшиться, це може призвести до негативних наслідків – зниження кількості гравців ринку, зупинки виробництва, переходу бізнесу в тінь і, як наслідок, скорочення доходів бюджету.

Список використаних джерел

1. Алексеева О.М. Экономические аспекты рынка слабоалкогольных напитков / О.М. Алексеева // Журнал ринок слабоалкогольных напитков. – 2010. – № 1. – С. 112-114.
2. Бревнов А. А. Тенденции развития рынка слабоалкогольных напитков / А. А. Бревнов, Н. В. Яблонская // Вісн. Сум. держ. ун-ту. Сер.: Економіка. – 2013. – № 2. – С. 163–169.

ВИВЧЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА, ВСТАНОВЛЕННЯ РІВНЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ (НА ПРИКЛАДІ ПП «КАСАТКА УК»)

Мелечко А. О.

студент групи ТМ-31 Луцького кооперативного коледжу ЛКА

Економічні перетворення, які відбуваються в Україні, мають на меті поступову інтеграцію українських підприємств до системи міжнародних економічних зв'язків, з одного боку, і залучення іноземних підприємців до діяльності в Україні – з другого. Значимість таких зв'язків у розвитку країн, у тому числі й України, постійно зростає. Очевидним є той факт, що зовнішньоекономічна діяльність кожної країни є важливою умовою її економічного зростання. Особливо це актуально за сучасних умов, коли набувають інтенсивного розвитку процеси міжнародної економічної інтеграції, транснаціоналізації, міжнародного поділу праці, глобалізації світового господарства.

Зовнішньоекономічна діяльність сприяє розвитку перспективних напрямів експортного потенціалу; саме за рахунок зовнішньоекономічної діяльності наша країна вирішує проблему нестачі енергоносіїв, новітніх машин та устаткування, технологій, деяких товарів народного споживання

Результати дослідження. Суб'єкт зовнішньо-економічної діяльності **ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО «КАСАТКА УК»**. Підприємницька діяльність розпочата в 2014р. Організаційно-правова форма – приватне підприємство. Вид економічної діяльності за КВЕД – 46.38 Оптова торгівля іншими продуктами харчування, у тому числі рибою, ракоподібними та моллюсками.

Це невелика торгова фірма, яка динамічно розвивається та займається зовнішньо-економічною діяльністю – імпортом риби та продажем її покупцям, територіальне місцезнаходження яких Волинська та сусідні області.

Обсяг реалізації в 2014 році склав: у кількісному виразі 317,3 тон, у вартісному 5794,3 тис. грн., в I кв. 2015 року відповідно 163,4 т та 3937,0 тис. грн. Кількість працівників – 5 чол.

ПП «КАСАТКА УК» сплатило у державний бюджет у 2014р. при ввезенні на митну територію України – 883,1 тис. грн. ПДВ та 65,5 тис. грн. мита. В I кв. 2015р. ці показники становили відповідно 632,4 тис. грн. та 101,7 тис. грн. Тобто на прикладні одного малого підприємства можна побачити, які значні кошти сплачують підприємства-імпортери до бюджету.

Стратегія розвитку підприємства – ввійти в групу лідерів українського ринку торгівлі рибою. Підприємство займається зовнішньо-економічною діяльністю, тому зареєстроване у Волинській митниці Державної фіскальної служби України.

Конкурентоспроможність товару – це перевага його на ринку, яка забезпечує успішний збут в умовах конкуренції. Конкурентоспроможність товару характеризується параметрами якості і ціни споживання.

Основне джерело формування товарних ресурсів ПП «КАСАТКА УК»- імпорт риби.

Основні постачальники ПП «КАСАТКА УК» EESTI TRAAALPUUGI UHISTU (Таллін, Естонія), Pelagic Trade Limited (Шотландія), AS KAJAX FISHEXPORT (Таллін, Естонія).

ПП «КАСАТКА УК» самостійно і за власний рахунок доставляє товар автомобільним транспортом із складів постачальників. Перевізниками є як вітчизняні транспортні та транспортно-експедиційні підприємства, так і перевізники-нерезиденти.

Поставка товару ПП «КАСАТКА УК» проходить на умовах FCA у відповідності з Міжнародними правилами Інкотермс 2010.

Конкурентоспроможність імпортованих товарів на ринку України падає.

В 2016 році обсяги імпорту будуть надалі знижуватися. Це пов'язано, по-перше, із різким зниженням курсу гривні. По-друге, Національний Банк з метою стабілізації курсу гривні запровадив адміністративні обмеження, що ускладнило доступ імпортерів до купівлі іноземної валюти.

По-третє, з лютого 2015р. стягують тимчасовий, строком на 12 місяців, додатковий імпортовий збір із товарів, які ввозяться на митну територію України в митному режимі імпорту (тобто для вільного обігу на митній території України), незалежно від країни їхнього походження за ставками:

- 10% для товарів, що класифікуються у 1-24 товарних групах згідно із УКТЗЕД;
- 5% для товарів, що класифікуються у 25-97 товарних групах згідно із УКТЗЕД.

Ціна риби зростає. На фоні падіння купівельної спроможності населення попит на рибу знижується. Крім того, імпорт товарів потребує значного вкладення фінансових ресурсів. По-перше, постачальники відвантажують товар на умовах попередньої оплати. По-друге, придбання іноземної валюти банком відбувається на четвертий робочий день після оформлення заявки на купівлю валюти та перерахування гривневих коштів для купівлі. По-третє, час на доставку товару, розмитнення (сплата ПДВ і мита) та отримання експертного висновку, оскільки риба – продукт харчування. Тобто проміжок часу від перерахування гривневих коштів для купівлі валюти до отримання документів для можливості реалізації риби складає в середньому 14 днів. Тому для нашого підприємства, яке працює трохи більше року та не має значних фінансових ресурсів особливо важливо вибрати правильну цінову та асортиментну політику.

Виллову морської риби в Україні немає, що означає наявність постійного попиту на неї. На сьогодні обсяг споживчого ринку України 660-710 тис. тонн. З яких більше 85% імпорт. Споживання риби на душу населення в нашій країні склало 14,3 кг. За рекомендацією Всесвітньої організації охорони здоров'я людині необхідно споживати не менше 19 кг риби на рік. Виходячи з цього, споживчий ринок України повинен становити близько 900 тис. тонн.

У зв'язку з від'єднанням Криму виллов і виробництво вітчизняної риби може скоротитися ще більше. У свою чергу обсяг імпортованої продукції на даному ринку

може збільшитися до 95%. В той же час в Україні є достатньо ресурсів, щоб розвивати аквакультуру і збільшувати споживання вітчизняної рибної продукції.

Ситуація у вітчизняній рибній галузі у зв'язку з відходом Криму серйозно ускладниться. Так, у 2013 році Україна виловила 216 тис. т риби. 84 тис.т риби було виловлено в Азово-Чорноморському басейні. З них 52 тис. т виловили кримські рибалки. Також океанічним флотом України у Севастополі було виловлено 98 тис. т – це 100% всього вилову України в Світовому океані. Таким чином, 150 тис. т – це частка кримських рибалок, тобто дві третини всього вітчизняного вилову.

З вищенаведеного можна зробити висновок: не дивлячись на стрімке подорожчання, на морську рибу буде зберігатися стабільний попит через відсутність аналогів в Україні та недостатній розвиток промислового рибальства та вирощування аквакультури в Україні.

Основні конкуренти: Товариство з обмеженою відповідальністю "Кліон"; Товариство з обмеженою відповідальністю-фірма "Лазорчик"; Товариство з обмеженою відповідальністю "Торговий Дім "Компанія Рікон", ТОВ «Міжнародна група морепродуктів», ТОВ «Рибний Світ Компані».

Конкурентна перевага ПП «КАСАТКА УК» – це нижча ціна, ніж в конкурентів.

Структура продажу товарів в 2015р. ПП «КАСАТКА УК» відображена в таблиці 1.

Таблиця 1.

Структура продаж в 2015р.

№ п /п	Перелік товарів	Обсяг продаж,т
1	Кілька морожена	76,8
2	Кілька пряного посолу	31,4
3	Оселедець морожений	73,9
4	Салака морожена	76,8
5	Скумбрія морожена	19,0
6	Філе оселедця	38,7
7	Хек морожений	0,7
Всього		317,3

Як бачимо, асортимент риби орієнтований на покупців з невисоким рівнем доходу. Правильність такої стратегії формування товарних ресурсів на сьогоднішній день підтверджує ситуація в країні: через глибоку девальвацію гривні і падіння ВВП ціни ростуть високими темпами. Середня заробітна плата в Україні в грудні 2014 року становила 4012 грн., в січні 2015 року 3455 грн., в лютому 3633 грн., в березні 3863 грн., в квітні 3988 грн. З початку року споживчі ціни виросли на 37,1%. Тобто рівень середньої заробітної плати в 2015р. у порівнянні з 2014р. знизився на 24 грн., а ціни зросли на 37,1%. Тобто реальні доходи населення значно знизились. На долю українців в останній рік випали різке подорожчання комунальних послуг, зростання

вартості паливно-мастильних матеріалів, ріст цін на послуги зв'язку, продукти та ліки. Непередбачувана ситуація в країні змусила багатьох взяти курс на економію.

Висновки.1. Розширити коло постачальників та покупців, що дозволить оптимізувати умови поставки або продажу товару. Важливим кроком у формуванні товарних ресурсів на сьогоднішній день є, наприклад, можливість відтермінування оплати за поставлений товар постачальнику;

2. Поступово розширяти асортимент товарів. В умовах нестачі фінансових ресурсів це можуть бути недорогі види риби – хек, нототенія, мойва та ін. При дотриманні умов зберігання запаси риби можуть зберігатись більше року без втрати показників якості;

3. Враховуючи ймовірність збільшення обсягів вирощення та вилову вітчизняної риби, вводити в асортимент рибу, вирощену в Україні, яка значно дешевша від імпоротної (лящ, короп, окунь, щуку, судак, сом, товстолоб, бичок та ін.). Торгівля цими видами риби в літні місяці може бути прибутковою, так як це сировина для в'яленої та копченої риби, яка користується вищим попитом влітку, ніж солена риба;

4. Розвиток логістики та транспортно-складського господарства. Це допоможе розширити продажі на нові території. Потужна матеріально-технічна база зміцнює конкурентоспроможність підприємства та підвищує довіру покупців та постачальників, позитивно впливає на імідж фірми;

5. Залучення недорогих інформаційних ресурсів для реклами підприємства, що може привести до збільшення товарообігу.

Список використаних джерел

1. Правила Інкотермс – 2010.
2. Митний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
3. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/>
4. Шершун А.А. Митні правила в Україні: Підручник/ А.А.Шершун. – Х.:Факт, 2013. – 512 с.

БЕЗПЕКА СПОЖИВАННЯ ТОВАРІВ: ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ

Петик Анастасія Віталіївна,

студентка групи GRS1 – В14; Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка

Науковий керівник: **Боднарчук Т.Л.,**

к.е.н., асистент кафедри економіки підприємства Кам'янець-Подільського національного університету імені І. Огієнка

На сьогодні, в Україні споживчий ринок ставить такі вимоги до безпеки товарів та послуг, а саме: попередження фальсифікації продукції та використання неякісних

матеріалів й комплектуючих у її виробництві, достовірне інформаційне забезпечення комерційної діяльності, підвищення професійності та компетентності торгових працівників (товарознавців, експертів, менеджерів, маркетингологів тощо). Це вимагає звернення до міжнародного досвіду забезпечення безпеки споживання та підведення рівня виробництва споживчої продукції до світових норм і стандартів.

У загальному трактуванні, під якістю та безпекою товарів слід розуміти сукупність споживчих властивостей і характеристик товару, які надають йому здатності задовольняти обумовлені потреби та не шкодять здоров'ю людини та навколишньому середовищу.

На даний час у світовій практиці використовуються «сім прав споживачів»:

1) право вибирати товар для задоволення своїх основних потреб в умовах достатньої різноманітності пропозицій за конкурентними цінами;

2) право на безпеку товарів та їх функціонування в точній відповідності з пропозицією продавця (виробника);

3) право на інформацію про найбільш важливі властивості товарів, способи продажу, гарантії, що допомагає споживачеві зробити розумний вибір або прийняти рішення;

4) право на захист від недоброякісних товарів та відшкодування збитків, пов'язаних з їх використанням;

5) право бути вислуханим та отримати допомогу в захисті своїх інтересів від державних і громадських органів;

6) право на отримання споживчої освіти, яка полегшує споживачу прийняти рішення;

7) право на здорове навколишнє середовище, яке не представляє загрози.

Як видно, принцип безпеки споживання лежить в основі гарантованих міжнародним законодавством прав покупців. Аналогічні вимоги затверджено й національним законодавством, зокрема, Закон України «Про захист прав споживачів» закріпив право на безпеку товарів робіт і послуг для здоров'я; право на належну якість товарів, які купують, виконуваних робіт і надаваних послуг; право на відшкодування збитку і судовий захист прав і інтересів споживача; передбачив механізм захисту споживачів, права яких порушені при продажі недоброякісних товарів або при неналежному виконанні робіт і наданні послуг [2].

Обравши євроінтеграційну стратегію розвитку, Україна стала на шлях впровадження західноєвропейських стандартів у систему національного виробництва, що є беззаперечною умовою підвищення безпеки споживання. Зокрема, ще у 2011 році на Європейському форумі щодо правового забезпечення безпеки продукції було прийняте рішення щодо участі України у реалізації західноєвропейських програм захисту прав споживачів, що дасть можливість доступу сповіщальної інформації системи запобігання продажу небезпечної продукції RAPEX, загальноєвропейської бази даних споживчих і професійних продуктів, європейської системи нагляду за ринком (ICSMS) і віртуального

загального робочого простору європейських установ (CIRCA) [1].

За результатами періодичного ринкового нагляду, який проводиться органами виконавчої влади, в Україні в середньому близько 35% продукції бракується та знімається з реалізації. Серед найпоширеніших порушень на вітчизняному споживчому ринку слід відмітити такі: відсутність супровідних документів щодо якості та безпеки, відсутність інформації про товар, невідповідність вимогам нормативних документів, вичерпаний термін придатності тощо [3].

Це свідчить про те, що на сьогодні особливої уваги потребує проблема моніторингу та контролю якості й безпеки імпортової продукції, яка подекуди ввозиться без належної супровідної документації та сертифікатів відповідності у разі їхньої обов'язкової наявності. У цьому випадку важливо врахувати досвід західноєвропейських країн, які використовують диференційовану систему механізмів захисту внутрішнього ринку від продукції, якість та безпека якої не відповідає вимогам ЄС. Це різноманітні технічні та екологічні вимоги, санітарні та фітосанітарні норми, маркетингові стандарти тощо.

З метою забезпечення безпеки товарів (робіт, послуг) уже загаданий законодавчий акт передбачає обов'язкову та добровільну сертифікації окремих видів товарів. Сертифікат відповідності чи свідоцтво про визнання відповідності, що видаються на: харчові продукти та супутні матеріали, призначені для реалізації на внутрішньому ринку України; продовольчу продукцію вітчизняного виробництва, призначену для експорту. Реалізація товарів (зокрема імпортних), виконання робіт і надання послуг без сертифікату відповідності, підтверджуючого їх відповідність обов'язковим вимогам стандартів з безпеки, законодавством заборонена.

Список використаних джерел

1. Плахтій Ю.Р. Ризики у сфері захисту прав споживачів / Ю.Р. Плахтій, Р.І. Байцар // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Сер. : Автоматика, вимірювання та керування. – 2013. – №753. – С. 123-129. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULP_2013_753_21

2. Про захист прав споживачів : Закон України : за станом на 01.01.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.

3. Репін А. Права споживачів: реалії сьогодення / А. Репін // Профспілкові вісті. – 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.psv.org.ua/arts/suspilstvo/view-896.html>

ПРОВІДНІ ТОРГОВЕЛЬНІ МЕРЕЖІ У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ СВІТУ

Присяжна М. І.,

студентка групи СКБТП-11 Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Науковий керівник: Павлова М. Б.

старший викладач кафедри товарознавства, комерційної діяльності та митної справи Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

У сучасних умовах показовим відображенням загальних тенденцій розвитку роздрібною торгівлі у контексті прояву глобалізаційних тенденцій у світовій економіці виступає діяльність міжнародних торговельних мереж, серед яких дослідницька компанія Deloitte щорічно виділяє 250 найбільших провідних компаній, що здійснюють суттєвий вплив на характер конкурентної боротьби у секторі продажу товарів кінцевим споживачам і визначають тенденції та напрями подальших змін у ньому.

На середину 1990-х рр. припав початок періоду активної експансії торговельних мереж з розвинених країн Європи та США у першу чергу на ринки Східної та Центральної Європи, Латинської Америки та перетворення їх на індикаторів розвитку ринку роздрібною торгівлі [2].

Процес глобалізації має сильний вплив на розвиток роздрібною торгівлі. Так, в 2000-х роках фокус торгових мереж був зроблений на країни Східної Європи, які в цей період приєднувалися до Європейського союзу. У 2001 році Китай вступив до Світової організації торгівлі, що відкрило нові можливості для вільної торгівлі. Потім активний розвиток отримав ритейл в країнах БРІК (Бразилія, Росія, Індія і Китай), а після цього на арену вийшли країни Середньої Азії та Південної Америки. Сьогодні можна вже говорити про те, що Африка зробила перший крок у стадії розвитку ритейлу.

Аналіз динаміки розвитку останніх років торгових мереж Європи показує активну інтернаціоналізацію підприємств роздрібною торгівлі. У ситуації зростаючої конкуренції діючі учасники ринку виробляють свої стратегії ринкових взаємодій, на підставі яких можна розглянути динаміку розвитку роздрібних мереж. Великі європейські торговельні мережі, стикаючись з проблемою розширення свого бізнесу, впевнено виходять на закордонні ринки. Стратегії розвитку роздрібних мереж, як правило, формуються через взаємодію з конкурентами і постачальниками, вибір торгового формату і території покриття. В Євросоюзі торгові мережі контролюють 70-75% роздрібного товарообігу (всі інші роздрібні точки: маленькі магазини, павільйони, кіоски тощо займають не більше 4% ринку) [5].

Експерти консалтингової компанії Jones Lang LaSalle проаналізували роботу 250 міжнародних торгових мереж в 57 країнах Європи і представили в звіті «Destination Europe 2013» основні висновки дослідження. Вибираючи регіони для імпорту товару, міжнародні торговельні мережі керуються принципами географічної

спорідненості та близькістю менталітетів. Так, італійські бренди дуже розвинені в Німеччині та Іспанії, британські – в Німеччині, а також активно виходять на територію Росії. Лондон визнано найпопулярнішим містом Євросоюзу серед основних торговельних операторів – там працюють 235 мереж з 250 вивчених[4].

В країнах Західної Європи найбільшими торговими мережами є: у Франції – «Carrefour», «Casino Group» і «Auchan»; в Німеччині – «Aldi», «Metro Group» і «Rewe (Selgros)»; в Великобританії – «Tesco»; в Голландії – «Ahold» (табл.1).

У Німеччині на частку п'яти найбільших мереж припадає 80% частки ринку, у Франції – понад 85%, у Великобританії – 60%. Ці цифри підтверджують, наскільки серйозна роль міжнародних мереж в сучасній роздрібній торгівлі. На основі дослідження діяльності ритейлерів в різних країнах світу виявлено, що спочатку основна частка інвестицій ритейлерів традиційно припадала на такі країни як Франція, Німеччина, Великобританія, пізніше до цієї групи країн додалися – Іспанія, Португалія, а з середини 1990-х років інтерес з'явився до країнам Центральної Східної Європи – Чехії, Угорщини, Польщі [5].

Таблиця 1

Торгова виручка лідируючих європейських торгових мереж,
млрд. євро (2013)

Рейт инг	Назва торгової мережі	Торгова виручка (Європа)	Загальна торгова виручка
1	«Tesco» (Великобританія)	65,2	89,2
2	«Carrefour» (Франція)	56,2	76,8
3	«Aldi» (Німеччина)	55,0	66,0
4	«Rewe» (Німеччина)	49,7	49,7
5	«Metro Group» (Німеччина)	45,4	66,7
6	«Edeka» (Німеччина)	45	45
7	«Auchan» (Франція)	41	47

Джерело: консалтингове агентство «Deloitte», 2013 рік

У європейській роздрібній торгівлі можна виділити наступні структурні тенденції: посилення домінування роздрібних торговців над постачальниками; зростаюча частка ринку утримується великими розгалуженими роздрібними багатогалузевими магазинами і спостерігається відповідна втрата частки ринку незалежними і кооперативними роздрібними торговцями; підвищення рівня концентрації ринку; технічна перевага великих роздрібних операторів за рахунок ефекту масштабу, що забезпечує високу прибутковість.

Також на ринках окремих країн світу, що розвиваються, протягом останніх років було сформовано потужні національні мережі, діяльність яких складає суттєву конкуренцію багатонаціональним торговельним структурам, визначаючи необхідність зростання виваженості та обґрунтованості прийняття ними рішень щодо виходу на нові ринки [2].

Список використаних джерел

1. Ахмедзянова Р. М. Международный опыт развития розничных торговых сетей // Вестник ТюмГУ. – 2014. – №8. – С.85-92.
2. Кавун О. О. Провідні торговельні мережі у контексті глобалізації роздрібної торгівлі світу// Бізнес Інформ. – 2013. – №12. – С.66-72.
3. Ринок роздрібної торгівлі в Україні [Проект дослідження підприємницької діяльності] / Міжнародна фінансова корпорація. – К. : Міжнародна фінансова корпорація, 2003. – 137 с.
4. Ритейл в Европе – результаты исследования. URL: http://www.retail.ru/article/all_retail/retail_europe/
5. Попенкова Д.К. Динамика развития международных торговых сетей в современных условиях // Экономика. Управление. Культура (ГУУ). – 2012. Выпуск 19. М.: 2012. – с. 99-103. – 0,3 п.л.
6. Смирнов М. Дискаунтер – это дорого // Русская Германия. – 2012. – № 11. URL:http://www.rg-rb.de/index.php?option=com_rg&task=item&id=5972.

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У СФЕРІ ПОСЛУГ

Храбрин Марія,

студентка групи GRS1 – В14 Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка

Науковий керівник: **Боднарчук Т. Л.,**

к.е.н., асистент кафедри економіки підприємства Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка

Нині споживчим громадським організаціям належить провідна роль у справі пропаганди споживчих знань у суспільстві, захисті населення від монополістів і несумлінних виробників, вирішенні питання безпечного виробництва, пропаганді ідей раціонального споживання і розв'язанні проблеми взаємодії людини і навколишнього середовища [1].

Метою є задоволення основних потреб людей, зокрема справедливий розподіл природних ресурсів між світовим населенням, доступ громадськості до інформації та участь у процесі ухвалення рішень, зменшення цін на продукцію до прийняттого рівня, формування соціально-відповідального бізнесу, вироблення загальноєвропейської та світової стратегії енергозбереження тощо. Захист прав споживачів завжди був пріоритетним напрямом європейської політики. Починаючи з 1975 року європейським Співтовариством розпочато процес гармонізації діяльності окремих країн-членів ЄС в даному напрямі, що було закріплено договірним порядком, а саме Амстердамським Договором. Окремі держави Співтовариства можуть передбачати і більш суворі правила щодо безпеки та якості

продукції, але вони зобов'язані заявити про це Європейській Комісії [6]. Відповідно до статті 95 Європейського Договору країни-учасники зобов'язані забезпечити «високий рівень захисту» і, таким чином, діє заборона пониження або погіршення захисту споживачів в ЄС. Організаційні питання захисту споживачів в ЄС з 1999 р. належать до компетенції. Генеральної Дирекції охорони здоров'я та захисту споживачів (SANCO) [3]. Особливу підтримку Європейської Комісії отримали Європейські центри споживачів, які створені у всіх країнах-членах ЄС. Поряд з ними існують так звані «погоджувальні» центри, які вирішують в позасудовому порядку спори та конфлікти між споживачами та виробниками товарів і послуг незалежно від країни походження товару. Вони полегшують споживачеві не тільки отримання нормативно-правової інформації, а й полегшують практичне вирішення суперечок з постачальниками та виробниками кінцевої продукції і послуг з інших країн-членів Співтовариства[2]. Характерний приклад політики захисту споживачів можна привести зі сфери забезпечення безпеки продуктів харчування. Останні скандали з шкідливими для здоров'я продуктами харчування загострили дану проблему і знизили впевненість споживачів у повній безпеці продуктів. Тому забезпечення найвищих європейських стандартів з безпеки продовольства стало головною і пріоритетною політикою Європейської Комісії [4].

З метою виконання нової політики було створено відповідне Європейське Відомство з безпеки продуктів харчування, що дозволило організаційно забезпечити даний процес спостереження та аналізу. Цим Відомством була введена «Система швидкого попередження» (RASFF) щодо швидкого реагування в разі наявності для споживачів небезпеки, що міститься в продуктах харчування або кормах [3;4].

Рух споживачів набув всесвітнього поширення. Надзвичайного впливу він отримав у США, Японії, Європі. Активну позицію в відстоюванні інтересів і прав споживачів займають створений у 1960 році Консьюмерський Інтернаціонал, що об'єднує нині майже 270 організацій зі 110 країн світу, Європейське бюро спілок споживачів (1962) інші впливові міжнародні організації. Гарантом захисту споживачів є Організація Об'єднаних Націй. Ефективний соціально-політичний і законодавчо-правовий механізм захисту прав споживачів створено в США. Саме США є розробником концепції та багатьох практичних дій у сфері захисту прав споживачів. Ще у 1899 р. у країні було організовано Національну лігу споживачів, яка, власне, була першим великим консьюмерським об'єднанням у світі, а утворений у 1936 р. Союз споживачів США став моделлю для формування консьюмерських організацій в інших країнах. Сьогодні він налічує понад 5 млн членів і є найбільшим та найвпливовішим об'єднанням споживачів у світі із річним бюджетом близько 100 млн дол [5].

Висновок: США, Японія та Європа невпинно рухаються у напрямку застосування концепції "абсолютної відповідальності виробника" за якість виробленої продукції. Ці країни активно розробляють і ухвалюють закони з найрізноманітніших сфер правового захисту інтересів і прав споживачів. Отже, у

розвинених країнах світу сформовано ефективну систему захисту прав споживачів, яка, по-перше, виключає можливість диктату виробників, по-друге, захищає споживачів від обману з боку недобросовісних торговельних фірм; по-третє, фірми-виробники несуть юридичну відповідальність за випуск і розповсюдження небезпечної для споживачів продукції.

Список використаних джерел

1. <http://www.usipr.kiev.ua>
2. Журнал "Громадянське суспільство"
3. <http://spojivach.info/akzent/1955-europa-dosvid.html>.
4. <http://pidruchniki.com>.
5. <http://www.consumerinfo.org.ua>.
6. <https://uk.wikipedia.org>

«ВИКОРИСТАННЯ РОСЛИННОЇ СИРОВИНИ У ВИРОБНИЦТВІ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ»

Черноус Мирослава

студентка Хмельницького кооперативного торговельно-економічного коледжу

Науковий керівник: **Зінчук Т.М.**

За підсумками першого півріччя 2015 року виробництво хлібобулочних виробів в Україні склало 646,5 тис. тонн, що на 13,6% менше, ніж за аналогічний період 2014 року.

Основними причинами, які призвели до скорочення, стали: зростання цін на хлібобулочні вироби, що відбувається в умовах зниження доходів населення, скорочення чисельності населення і втрата частини виробничих потужностей внаслідок військової агресії РФ і окупації частини території країни російсько-терористичними військами.[3]

Ще однією проблемою є погіршення екологічної ситуації в Україні, яке супроводжується забрудненням навколишнього середовища, продовольчої сировини і харчових продуктів токсичними речовинами та радіонуклідами, вимагає, крім забезпечення безпеки продуктів харчування, також здійснення профілактичних заходів. Пріоритетна роль у створенні й випуску продуктів оздоровчого та профілактичного призначення належить хлібопекарській галузі, оскільки хлібобулочні вироби є найбільш поширеними харчовими продуктами, які споживаються щодня всіма групами дитячого і дорослого населення [4]

Ця проблема потребує пошуку нової додаткової сировини для внесення їх у хлібобулочні вироби з профілактично-лікувальною метою.

Музалевська Р.С. і Батуріна Н.А. (2003) дослідили можливість використання продуктів перероблення деяких лікарських рослин як добавок у виготовленні булочних виробів (плоди бузини чорної, трава м'яти перцевої і чебрецю). Ними встановлено, що порошки лікарських рослин у концентрації 0,5 і 1 % до маси

борошна позитивно впливають на якість продукції. Вироби набувають приємного аромату і присмаку добавки. Підвищення концентрації порошоків чебрецю і м'яти до 1,5-3 % призводить до появи слабкої гіркоти у смаку.

У виробках з додаванням настоїв плодів бузини чорної помітне злегка рожеве забарвлення м'якушки. Використання порошоків і настоїв лікарських рослин як добавок у виготовленні булочних виробів сповільнює процес черствіння, подовжує строк зберігання, перешкоджає процесу пліснявіння [5]

У хлібопекарське виробництво інтенсивно впроваджуються біологічно активні компоненти рослинної природи функціонального призначення з метою запобігання тих або інших захворювань. Значна увага приділяється росторопші плямистій (Пащенко Л.П., Саніна Т.В., 2005). Беручи до уваги хімічний склад плодів росторопші і високу біологічну активність її складових, роблять висновок про перспективу її використання в хлібопекарському виробництві як біологічно активної харчової добавки. Розроблені рецептури і технології виробництва лікувально-профілактичних виробів з додаванням плодів жмиху розторопші, що містять харчові волокна, поліненасичені жирні кислоти, жиророзчинні і вітаміни групи В та флавоноїди.

Для випікання бездріжджового хліба запропоновано в якості основи застосовувати хмельову композицію (Федіна Н., 2005). Автор вважає, що хліб на хмелю проявляє не тільки добрий оздоровчий ефект, а й має високі споживні властивості. Він довго не черствіє і навіть після тривалого зберігання не втрачає своїх смакових якостей.

Відомо, що настій конюшини лучної містить фенольні сполуки, які мають антисептичну і антиоксидантну дію. Вміст флавоноїдів в настої квіток конюшини становить 0,015%, активність каталази – 0,102 мг H₂Про₂/г настою.

Результати досліджень антимікробної активності настою квіток конюшини, на основі якого готували сироп, показали, що настій більшою мірою володіє бактерицидною дією, спрямованим проти актиноміцетів *Micrococcus luteus* і деяких типових штамів цвілевих грибів [10].

Готують також екстракти чистотілу, або люцерни, або соку з плодів обліпихи (ягоди розмивають, відокремлюючи рідку фракцію від твердої – шроту, і змішують з цукром у співвідношенні 1:1,5) [8].

Дослідження показали, що при внесенні даних екстрактів спостерігається підвищення питомого об'єму та формостійкості готових виробів. Проте, слід пам'ятати, що збільшення дозування добавок знижує споживчі властивості хліба, зокрема призводить до потемніння його м'якушки.

Таким чином, на підставі отриманих даних пробних лабораторних випічок ми дійшли висновку про доцільність використання екстрактів конюшини, люцерни, чистотілу та соку обліпихи як рецептурних інгредієнтів для виготовлення хліба пшеничного.

Список використаної літератури

- 1 Ставицький О. В. Державне управління підприємствами хлібопекарської галузі України та напрями підвищення ефективності їх діяльності. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dy.nauka.com.ua>
2. Опря О. А. Розвиток ринку хлібобулочних виробів: Автореф. дис. канд. економ. наук. – Київ, 2006. – 13 с.
3. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>
4. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://minagro.gov.ua>
5. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>
6. Шегда А. В. Динаміка основних засобів та зміна їх структури на підприємствах хлібопекарської галузі [Електронний ресурс] / Шегда А. В., Пашнюк Л. О. // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Економіка. – 2009. – Вип. 107/108.– С.10–15. – Режим доступу: <http://ecatalog.univ.kiev.ua>
7. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.psv.org.ua>
8. Скопенко Н. С. Інноваційний розвиток хлібопекарської галузі України: основні напрями, проблеми, ризики [Електронний ресурс] / Н. С. Скопенко. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua>
9. Смутко А. М. Проблеми розвитку хлібопекарського виробництва в Україні та шляхи їх подолання [Електронний ресурс] / А. М. Смутко. – Режим доступу: <http://conftiarv.at.ua>
10. Ладико І. Ю. Аналіз стану підприємств хлібопекарської промисловості України [Електронний ресурс] / Ладико І. Ю., Ладико Л. М. // Збірник наукових праць. Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. – Режим доступу: <http://eme.ucoz.ua>



СЕКЦІЯ 5

МЕНЕДЖМЕНТ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

25 лютого 2016 р.

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ

SUCCESSFUL SECRETS OF MANAGEMENT STYLE

Abraham Usman Habib

4th year Student, Faculty of Economics and Management

Supervisor: **Inna Mazii,**

Senior Lecturer of Economics Department Sumy National Agrarian University

As at the end of 2015, Apple was considered to be the best company in the world. It's producing the best products on earth, and delivering record-breaking earnings results. Apple holds the top spot for the eighth year in a row. In February 2015, Apple became the first company in the world, to hit more than \$700 billion in market value [1].

It's not an accident that Apple is the best company in the world. It has, and operate a pretty organized management style to get it to where it is today. Most companies use a hierarchy to define the roles within an organization. A hierarchy demonstrates who reports to whom. From the top executive to the lowest level worker, it is a way to break down the structure into smaller divisions or departments.

Apple doesn't do things that way. In fact, Apple's hierarchy might remind you of a small business. the late Steve Jobs, the founder of Apple, liked to keep management simple. He did not like layers of high-level people, and the company keeps the same management style. It was Jobs' contention that having layers of management took the focus off of the task at hand, and that task, in his opinion, was designing and building the best products on the planet. Even after his death, much remains the same. Instead, Jobs appointed people to do what they do best. Rather than promoting people because of their tenure, he preferred to have the right people in each position [2].

Another reason Apple structures the organization this way is to hold everyone accountable as individuals rather than as departments. Apple doesn't like large teams because they feel that the members tend to focus on what others are doing rather than their own tasks. Smaller teams of about 100 people or fewer managed by a team leader are preferred. By having smaller teams, everyone becomes accountable for their actions.

Unique Secret keys of successful management style

1. Concentrate your best people on your most important project: In order for an enterprise to achieve success over its competitors, it should concentrate her best workers, in important projects.

2. Hold Individuals Accountable: D.R.I. 'Directly Responsible Individuals' are a key phrase at Apple. What it means is that for every product, or feature, there is someone that can be held responsible for its success or failure. Apple doesn't have committees, Late Steve Jobs mentioned that, "At Apple you can find out exactly who is responsible." There is no room for excuses.

3. Hire the best people you can: An enterprise must do her best in getting the best people for the job. It is actually not the high number of employees an enterprise has, that guarantee her success in the market, but getting the circle little with the best on the job.

4. Don't promote people just for the sake of promoting them: At most companies, employees who do well in their job are looking for promotions. But most profitable is giving people raises and keeping them in job where they excel.

It is definitely the goal of every enterprise to reduce risk and get a return from Investments. But most enterprise fail to use the right management style as listed above, that is why most enterprise does better than the other. Some styles, as listed above for instance, are more people-oriented, while others tend to focus on a project or product. Organizations should employ management styles that are people oriented, goal-oriented and task-oriented in order to foster motivation of the workforce, esprit de corps, commitment of employees to goal attainment and increase the effectiveness of private enterprises.

References

1. Jay Yarow Apple Management Lessons Every Company Should Steal. – Feb.15. – 2012.// <http://www.businessinsider.com/how-to-run-your-company-like-apple-2012-2#>.
2. Management Styles and Organizational Effectiveness: by Nwadukwe, Uche. C http://www.aijcrnet.com/journals/Vol_2_No_9_September_2012/23.pdf

ОЦІНКА ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Авраменко А. В.,

студентка групи МУП-111 Чернігівського національного технологічного університету

Науковий керівник: **Кичко І. І. ,**

доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці Чернігівського національного технологічного університету

Сучасні зміни в економіці країни та світу, спричинили суттєві зміни динаміки у такій важливій галузі, як легка промисловість. За оцінками експертів ринок одягу та взуття входить в 20 найрозвинутіших ринків України, українці витрачають на взуття та одяг приблизно третину свого місячного доходу, що перевищує показники в країнах Західної Європи [2]. Найбільш дієвим способом виявити потенційні можливості і професійні якості працівників є система оцінки персоналу, яка дає нам інформацію щодо працівників, рівня їх знань, відповідності даній посаді, що в цілому позитивно вплине на окремі показники роботи підприємства, а з часом і на загальний розвиток легкої промисловості в країні.

На даний час існує велика кількість проблем розвитку легкої промисловості в Україні найголовнішими являються: зменшилась кількість державних підприємств, а приватним держава не допомагає в розвитку; застаріле обладнання; низький рівень інвестування в дану галузь[6].

Легка промисловість одна з найбільш потрібних галузей промисловості, яка при нормальному функціонуванні могла б надати велику кількість робочих місць.

Середня кількість працівників 2014 році в еквіваленті відповідного виду діяльності складає 65,4 тис. осіб, а у відсотковому відношенні 3,3% [7].

Оцінка діяльності працівників легкої промисловості дає можливість врахувати навчання, стимулювати працівників до більш ефективної роботи, поповнювати вчасно та регулярно кадровий резерв тощо. Загальноприйнятими напрямками оцінки персоналу є: оцінка кваліфікації, результатів роботи, особистих якостей.

Оцінка діяльності працівників на підприємствах легкої промисловості в різних формах управління існує завжди, це є необхідним для ефективної кадрової роботи, з моменту прийому робітника до його звільнення. Хоча оцінка інколи проводиться не планомірно і хаотично, що і призводить до недостовірності зібраної інформації. Для того щоб весь комплекс оцінок та кадрових завдань у процесі управління підприємствами легкої промисловості був правильним кадрова служба підприємств повинна виконувати такі завдання[4]: розробка методів і процедур, які використовуються під час оцінки працівників легкої промисловості; впровадження системи оцінки діяльності найманих кадрів (виявлення потреб в оцінці на фабриках по виготовленню тканин, речей; визначення критеріїв до кожного працівника в залежності займаного робочого місця); дотримання процедури проведення оцінки робочих показників; збирання і обробка отриманої інформації.

Оцінка роботи працівників дасть змогу виділити проблеми в управлінні персоналом легкої промисловості в частині [5]:

1) підбір і розстановка персоналу – керівники прагнуть зекономити гроші шукають працівників серед наявного персоналу, але це не завжди правильне рішення, їх професійні вміння можуть не відповідати займаній посаді;

2) перепідготовка, підвищення кваліфікації працівників керівного складу – за допомогою оцінки персоналу оцінимо наявний рівень знань та вмінь і зможемо збільшити загальні і спеціальні знання;

3) поліпшення управління колективом – оцінка буде сприяти поліпшенню структури та реорганізації за необхідністю;

4) скорочення чисельності працівників – після проведення оцінки може виявитись, що деякі працівники зовсім не відповідають вимогам що перед ними стоять, що й призведе до цього процесу.

Отже, оцінка персоналу на сьогодні є важливим процесом, який дає нам можливість визначити рівень підготовленості робітників до виконання своїх обов'язків, а також їх перспективний професійний розвиток. Інформацію яку ми отримуємо в процесі оцінки обґрунтовує управлінські рішення щодо мотивації, навчання, кар'єрного зростання, зміни заробітної плати чи премій. А також демонструє причини неефективної роботи всього підприємства і конкретного працівника. Тому дуже важливо оцінити вже наявні знання працівників і спрямувати їх в потрібному напрямку, що і призведе до покращення спочатку окремих підприємств, а з часом і всієї галузі, що призведе до нормального функціонування галузі.

Список використаних джерел

1. Методология управления трудовыми ресурсами: [монографія] / А. П. Егоршин, И. В. Гуськова. – Н. Новгород: НИМБ, 2008. – 352 с.
2. Легка промисловість //[Електронний ресурс].: <https://uk.wikipedia.org/>
3. Апенько. С.Н. Методология, теория и практика оценки персонала в современных условиях: Монография. – М.: Инофрм-Знание, 2005.
4. Ткаченко А.М. Стратегічні напрями удосконалення управління персоналом: [монографія] / А.М. Ткаченко, Т.С. Морщенок. – Запоріжжя, 2008, 234 с.
5. Сівашенко И.О. Сучасні підходи до оцінки персоналу// Економічний аналіз: збірник наукових праць. – Тернопіль: Видавництво Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2011. – Вип. 8. – Частина 2. – С. 315–318.
6. Гаман С.М. Тенденції розвитку легкої промисловості України // Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємництво. – 2006. – № 3. – С. 49-55
7. Національний виробник-основа економіки держави [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <http://ukrlegprom.org.ua/analitika>

РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ У БАНКУ

Андрушків І. П.

к. е. н., доцент, Львівська комерційна академія;

Мушинський Б. М.

аспірант, Львівська комерційна академія

Банківська справа, як і будь-яка інша діяльність, має певні ризики, оскільки одночасно зі здійсненням господарської діяльності кредитні установи беруть на себе ризики, реалізація яких може призвести до фінансових втрат, репутаційних втрат або й зовсім до ліквідації установи. Відповідно, керівництво банку має запровадити правильну політику щодо оцінювання цих ризиків і системи прийняття, передачі чи управління такими ризиками.

Однією з основних організацій, яка регулює діяльність банків у світі, є Базельський комітет з питань банківського нагляду. Найважливішими документами, якими сьогодні регулюються практично всі банки у світі, є "Між-народна конвергенція щодо вимірювання та вимог до капіталу" або Базель I (1988 р.), Базель II (2004 р.), Базель III (2010-2011 рр.).

У Базелі I основну увагу приділяли кредитним ризикам, під них і було виділено показник адекватності капіталу (8 %), введено таке поняття як RWA – активи, зважені на ризик, решта капіталу покривав ринковий ризик [1]. Достатність капіталу (за національними стандартами – норматив Н1) оцінюють як відношення капіталу, розрахованого відповідно до вимог Базеля, до активів, зважених на ризик.

Проте з розвитком фінансової системи та змінами в економічному житті світу (а особливо фінансова криза) змусили розглянути інші види ризиків детальніше та змістовніше, а також ввести принципи регулювання. Загальний підхід до адекватності регулятивного капіталу став кореневою проблемою кредитних організацій, оскільки він не брав до уваги ризик конкретного контрагента, фактично через це деякі банки, маючи нормальний показник адекватності, були де-факто недокапіталізовані або ж навпаки. Тому нагально постало питання у розробленні нових підходів до оцінювання кредитного ризику, ринковий ризик також повинен мати чіткі методи оцінювання, і як окрему категорію потрібно виділити операційний ризик та інші ризики. Зі створенням Базеля II у 2004 р., було значно розширено та деталізовано види ризиків, з якими стикаються кредитні інституції, також було запропоновано різні підходи до їх розрахунку, враховано недоліки Базеля I, вибудовано три основні постулати, на яких ґрунтується ризик-менеджмент сьогодні.

Опора 1: вимоги щодо мінімального розміру капіталу. Головними ризиками вважають кредитні, які можуть охоплювати ризик неплатоспроможності контрагента, ризик його ліквідності, ризик країни тощо. Розроблено підхід до оцінювання, який ґрунтувався на зовнішніх рейтингах (Standardised approach), пізніше – IRB (Internal Rating-Based approach), який широко використовують як іноземні банки, так і українські. IRB підхід оснований на внутрішніх оцінках вірогідності дефолту (PD), очікуваних (EL) та неочікуваних втрат (UL).

Опора 2: перевірка з боку органів банківського нагляду. Сюди відносять рекомендації щодо додаткового регулювання з боку органів державного контролю (переважно центральні банки). Вводять поняття Risk profile, згідно з яким можуть бути висунуті додаткові умови і до якості активів, і до суми резервів або величини регулятивного капіталу. В Україні таке регулювання здійснюють на основі нормативів НБУ та регулюючих актів.

Опора 3: прозорість і ринкова дисципліна. Третя опора вимагає розкриття банківської фінансової звітності для широкого загалу. Такий інструмент застосовують з метою створення основи саморегуляції банків. Таким чином банк регулярно висвітлює показники фінансової діяльності, склад органів правління банком, політику банку, результати та цілі на певний звітний період. [1].

У 2011 р. було прийнято Базель III, який було розроблено у відповідь на недоліки у фінансовому регулюванні, виявленні фінансовою кризою кінця 2000-х років. Базель III підсилює вимоги до капіталу банку і вводить нові нормативні вимоги до ліквідності. Головною метою документа є підвищення якості управління ризиками в банківській справі, що, водночас, має зміцнити стабільність фінансової системи загалом. Тут наявний необхідний набір рекомендацій, що підтримують стабільність податкової стійкості економік, в яких працюють фінансові інститути. Базель III вводить змінений стандарт управління капіталом і ліквідністю, який був розроблено та узгоджено у рекордно короткі терміни. Загалом перехід до повних вимог Базеля III має відбутися до кінця 2019 р. Основними показниками, які мають

бути приведені у відповідність, є мінімальний показник капіталу 1-го рівня (не менше 6 % RWA), мінімальний показник загального капіталу та буфер збереження капіталу (не менше 10,5 % RWA), мінімальний коефіцієнт покриття ліквідності LCR (не менше 100 % COF30), запровадження звітності для коефіцієнта стабільного фінансування NSFR (мінімальне значення буде розроблено до 2017 р.) [2].

Отже, для кожному виду ризиків потрібно здійснювати безперервний процес моніторингу та звітування як до державних органів регулювання, так і до іноземних (залежно від специфіки банку). Якщо процес ризик-менеджменту організовано правильно, то він не потребує значних ресурсів для своєї підтримки. Кожен банк має звернути особливу увагу на свою політику управління ризиками, переглянути її (за потреби, з кваліфікованими аудиторами) та вжити усіх необхідних заходів для приведення її до норми, таким чином захистивши інтереси клієнтів і своїх акціонерів.

Література

1. Basel Committee on Banking Supervision (2011), Consultation paper "Review of the Principles for the Sound Management of Operational Risk". [Electronic resource]. – Mode of access <http://www.bis.org/publ/bcbs195.pdf> (Accessed 01 September 2015).

2. Джон Гринли (2011), Базель III: вопросы внедрения / Джон Гринли, Хью Келли, Марк Фогарти, Сунанда Дутта, Хосе А. Барайбар, Хосе А. Барайбар // Конференция KPMG Europe LLP, Vienna. – 2011. – № 12. – С. 123-129.

3. Ковалев П.П. Банковский риск-менеджмент / П.П. Ковалев. – М. : Изд-во "Финансы и статистика", 2012. – 304 с.

4. Базель II. Вікіпедія. – 2010 / П. Базель. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://uk.wikipedia.org/wiki/Основи_банківської_справи_

ДВОСТОРОННЯ ТОРГІВЛЯ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Андрюшкіна В. А.

студентка 3 курсу 9 групи ФМТП КНТЕУ

Науковий керівник: **Зубко О. В.**

к.е.н., ст. викл. кафедри міжнародної економіки Київського національного торговельно-економічного університету

Торгівля між країнами як історично перша форма міжнародних економічних відносин і на цей день залишається ключовим фактором зростання економіки будь-якої держави. На початку 2014 року обсяг світової торгівлі досяг позначки у 18,95 трлн. дол США, а в січні 2015 року цей показник сягнув 19,00 трлн. дол США, що складає майже 30% світового ВВП [2].

Перехід України до сучасних форм економічного співробітництва, лібералізація торговельних операцій в контексті підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС зумовили актуальність даного дослідження.

Україна, як член СОТ, має стійкі торговельні відносини із 162 країнами. У 2013 р. на частку країн ЄС припадало 28% експорту та 33% імпорту. У 2014 р. частка експорту до ЄС сягнула 33%, а імпорту – 45%, що є підтвердженням поступової переорієнтації України на ринки ЄС. За 9 місяців 2015 року експорт українських товарів до ЄС склав 32,9%, імпорт з ЄС – 39,1%, а загальний товарообіг – 20,4 млрд євро.

Задля того, щоб оцінити вплив наявних преференційних умов торгівлі з ЄС, варто провести секторальний аналіз за усіма ключовими галузями України.

До товарів основної категорії, що експортуються з України до ЄС, належать чорний метал, залізна руда, електричні машини та зернові культури. Основна категорія товарів, що імпортуються з ЄС представлена транспортним обладнанням, хімічними речовинами, текстилем та одягом, а також сільськогосподарською продукцією.

Розглядаючи динаміку зовнішньої торгівлі сільськогосподарськими товарами, можна зробити висновок, що у порівнянні з 2013 р., у 2014 р. загальний експорт продукції збільшився до 3,87 млрд дол., а імпорт скоротився до 1,59 млрд дол. [1]. У відносному вираженні експорт у 2014 році збільшився на 2,3%, а імпорт знизився на 23,8%. Фізичні обсяги поставок як зернових, так і олійних культур вирости, проте, девальвація гривні та зниження цін на ці товари у 2015 р. (з 270 дол. до 190 дол.) [2] обумовили зменшення виручки експортерів. Разом з тим, зовнішня торгівля сільськогосподарською продукцією має позитивний ефект від преференційної торгівлі з ЄС.

Сектор продукції харчової промисловості отримав вигоду від імплементації знижених тарифних ставок, що визначається збільшенням експорту на 15%. Імпорт готових харчових продуктів у свою чергу знизився, проте всього на 2%. Протягом I півріччя 2015 р. на тлі загального скорочення обсягів українського експорту, спостерігалось відчутне скорочення і експорту харчових продуктів в ЄС відносно аналогічного періоду минулого року – на 27,9%. Одними із головних чинників цього, як вже зазначалося, були знецінення гривні, що обмежило можливості виробників у придбанні імпортової сировини, а також устаткування та матеріалів, та дія додаткового імпортного збору, що призвело до збільшення вартості продукції і, відповідно, зниження її конкурентоспроможності на міжнародних ринках, зокрема європейському [1].

Аналізуючи динаміку зовнішньої торгівлі у легкій промисловості, можна виділити основний позитивний тренд: експорт зріс у 2014 р. порівняно з 2013 р. до 597,9 млн. дол. або майже на 15%. Імпорт, у свою чергу зменшився до 648,8 млн. дол. або на 9,4% [1]. Наявне негативне сальдо торговельного балансу спричинене

тим, що український одяг та взуття експортуються в Європу за давальницькими схемами.

За даними про торгівлю недорогоцінними металами та виробами з них, відмітимо зниження обсягу експорту у валюті на 2,7%, проте у натуральному вигляді, обсяги експорту зросли. Щодо динаміки імпорту, спостерігалась тенденція до падіння до 1,2 млрд дол. або у відносному вимірі відбулося зменшення на 1,6%. Порівнюючи два аналогічних періоди 2014 та 2015 років, можна зазначити, що наявним є значне зменшення обсягів як експорту (-40%), так і імпорту (-43%) [1]. Така тенденція спричинена тим, що у 2015 році виплавка сталі на металургійних підприємствах України скоротилась на 33,2%. Експерти вважають, що витоки розвитку української металургії за негативним сценарієм лежать набагато глибше, ніж «конфлікт на сході» і криються, насамперед, у невваженій промисловій політиці держави.

Після підписання Угоди про Асоціацію, в режимі дії торговельних преференцій з боку ЄС, зовнішня торгівля України зазнала змін. Відбулось загальне скорочення зовнішньої торгівлі з країнами ЄС, пов'язане із девальвацією національної валюти, зменшенням купівельної спроможності українців, а також скороченням виробництва у деяких галузях. Оскільки Україна є постачальником здебільшого сировинної продукції, тобто продукції з низькою доданою вартістю, валютна виручка від експорту не спроможна покрити подорожчання імпорту, адже імпортує Україна товари з вищою доданою вартістю.

Отже, угода про Асоціацію вплинула на зовнішню торгівлю України, змінивши як структуру, так і торговельних партнерів. Щодо можливих проблем України після введення в дію положення про ПВЗВТ, то відзначимо, що спочатку це може призвести до таких проблем, як підвищення рівня конкуренції та потіснення вітчизняних виробників європейськими через те, що буде пропонуватися продукція кращої якості. Також є ризик залишитись для ЄС лише сировинним постачальником, якщо не вкласти інвестиції на розвиток високотехнологічних галузей.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Офіційний сайт Світового Банку. – Режим доступу: <http://www.worldbank.org>

СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ФОРМУВАННІ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ ПРОЕКТНИХ КОМАНД

Атаманчук А. В.,

студентка групи МНмб-11-1 Хмельницького національного університету ХНУ

Науковий керівник: **Бабій І. В.,**

В умовах демократизації суспільних відносин важливого значення набувають відносини соціального партнерства, що передбачають узгодження інтересів роботодавців і учасників команди, в тому числі і в межах оплати праці. За сучасних умов соціально-економічного розвитку підприємств України істотно зростає актуальність проблеми підвищення рівня заробітної плати та вдосконалення механізму управління оплатою праці працівників проектної команди.

Оплата праці є основним інструментом підвищення ефективності праці працівників. Працюючи разом для досягнення спільної мети в межах реалізації певного проекту вони складають проектну команду. Оскільки роботу яку виконує спеціально сформована група людей є високо відповідальна, учасники потребують гідної оплати через те, що прикладають максимум зусиль не лише для того, щоб реалізувати щоденні функції, але і досягти прибутковості своєї роботи. Це працівники висококваліфіковані, сконцентровані на окремому напрямку дій, професіонали своєї справи, а тому для них суттєвим є їхня винагорода за витрачені зусилля. Знаючи, що робота яку виконає учасник команди стане запорукою його винагороди, він буде прагнути зробити її якомога результативніше.

Сьогодні Україна, має ряд проблем в системі організації оплати праці для проектних команд (далі СООП) (табл. 1), а рівень заробітної плати працівників, що працюють над реалізацією визначеного проекту в Україні є найнижчим порівняно із іншими країнами світу (табл.2).

Назва проблеми	Характеристика
Низький рівень оплати праці	Неорганізований механізм формування оплати праці, значні заборгованості з випала заробітних плат, нестворені умови для збалансованого визначення частки оплати праці у ВВП, не виконується моніторинг ринку праці – продуктивності роботи, використаного робочого часу, не здійснюється зростання розміру прожиткового мінімуму до умов сьогодення
Присутність процесу боротьби за вплив	Учасники команди часто намагаються добитись кращих результатів в тій області, що представляє для них найважливіше значення, не зважаючи на те, що буде краще для команди. До такої області, найчастіше відноситься фінансування, і зокрема, оплата праці.
Заробітна плата «в конвертах»	ПДФО, що платили б підприємства в разі законодавчого та повного оформлення працівників сягає високого рівня, що не є резонним для роботодавця
Система управління політикою доходів та заробітної плати	Нерозвинена законодавча база, необізнаність із ринком праці, відсутність моніторингу сучасних систем оплати праці та ін, що не виконують керівники підприємств, і зокрема, проектних команд, відносно управління системою оплати праці для своїх учасників

Таблиця 1 – Сучасні проблеми України в СООП для проектних команд [3]

Країна	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Люксембург	1641,74	1682,76	1757,56	1801,49	1874,19	1921
Нідерланди	1381,2	1407,6	1424,4	1446,6	1469,4	1486
Франція	1321,02	1343,77	1365	1398,37	1430,22	1445
Словенія	589,19	597,43	748,1	763,06	783,66	789
Іспанія	728	738,85	748,3	748,3	752,85	753
Польща	307,21	320,87	348,68	336,47	376,58	387
Угорщина	268,09	271,8	280,63	295,63	340,55	344
Словаччина	295,5	307,7	317	327	337,7	352
Чехія	297,67	302,19	319,22	310,23	312,01	328
Литва	231,7	231,7	231,7	231,7	289,62	290
Латвія	254,13	253,77	281,93	285,92	287,07	320
Болгарія	122,71	122,71	122,71	138,05	158,5	174
Румунія	149,16	141,63	157,2	161,91	157,26	191
Україна	55,93	56,3	57,5	104,92	50,75	54,46

Таблиця 2 – Динаміка рівня мінімальної заробітної плати учасників проектною команди в країнах світу, євро [2, с.160].

В умовах ринкової економіки система оплати праці учасників команди повинна бути сприйнятливою до змін зовнішнього і внутрішнього середовища. Досягти цього можна, використовуючи стратегічний підхід до формування системи оплати праці, який полягає у розробці довгострокових планів щодо розвитку даної системи на підприємстві й забезпечує отримання доданої вартості від інвестицій в оплату праці. Даний підхід дозволяє трудовій організації сформувати висококваліфіковану і мотивовану проектну команду і, як наслідок, отримати конкурентні переваги. Також можна звернутись до зарубіжного досвіду, виділяючи 10% фонду оплати праці на розвиток учасників – підвищення кваліфікації, удосконалення професійних якостей та умінь.

Основною метою стратегії формування системи оплати праці є створення на підприємстві такої системи, яка була б ефективною як з позицій працівників, так і роботодавців, яка б задовольняла вимоги обох сторін, а тому, сьогодні в Україні необхідно виконати ряд заходів, щодо удосконалення такої системи (табл. 3).

Таблиця 3 – Заходи удосконалення системи оплати праці в Україні

Назва заходу	Характеристика
Підвищення рівня оплати праці	Дослідження механізму формування заробітної плати на ринку праці, підвищення ефективності механізму регулювання заробітної плати на основі соціального партнерства, створення умов для збалансованого зростання частки оплати праці у ВВП та в собівартості продукції, підвищення розміру актуалізація до умов сьогодення мінімальної заробітної плати та розміру прожиткового мінімуму, боротьба з явищем заборгованості із виплат заробітної плати
Усунення або запобігання виникнення конфліктних ситуацій, або роботи під девізом «працюю тільки для	Розробка заходів щодо виявлення учасників команди, які зацікавлені лише в особистій вигоді, та їх усунення. Формування правил поведінки, розроблення певного кодексу поведінки та виконання функцій, встановлення

свого блага»	раціонального рівня оплати праці, не виділяючи якогось учасника окремо та ні.
Розробка комплексних заходів щодо подолання «заробітної плати у конвертах»	За сприяння державних органів та дій, виконати офіційне оформлення усіх учасників проектної команди, на повні ставки, при цьому отримання усієї заробітної плати буде відбуватись правомірним та відкритим шляхом.
Сприяння розвитку системи управління політикою доходів і заробітної плати	Розширення обов'язків аналітичних органів підприємства та виконавчих, щодо більшого та ретельнішого моніторингу ринку праці держави та за її межами, та розробки справедливої, європейського зразка системи оплати праці учасників команди.

На наш погляд, ці заходи сприятимуть мотивації, закріпленню на робочих місцях високопродуктивних працівників та більш раціональному використанню фонду оплати праці. Вирішення низки проблем в оплаті праці може стати стимулом економічного підйому країни в майбутньому.

Список використаних джерел

1. Волкова Н. В. Проблеми та напрямки удосконалення оплати праці проектних команд [Текст] / Н. В. Волкова // Економічний простір. – 2014. – №83. – С.168-177.
2. Мельник К.В. Проблеми організації оплати праці в Україні та шляхи їх вирішення [Текст] / К. В. Мельник // Управління розвитком. – 2014. – №10. – С.159-161.
3. Шляхи вирішення проблем оплати праці в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=30811>

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ФОНДУ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Багдасарьян К. А.,

студентка групи ЕС-13-1 Дніпропетровського національного університету ім. О. Гончара

Науковий керівник: **Федотова Т. А.,**

к.е.н., доцент кафедри економіки та управління національним господарством Дніпропетровського національного університету ім. О. Гончара

Фонд оплати плати – це кошти в підприємстві, які мають бути надані своїм найманим працівникам відповідно до їх праці за конкретний період часу, включаючи заохочування, а також компенсації, які пов'язані з конкретними умовами праці. До складу фонду оплати праці включають наступні основні компоненти: фонд додаткової заробітної плати, фонд основної заробітної плати, інші заохочувальні та компенсаційні виплати [1].

При структурному аналізі фонду оплати праці за 2015 рік бачимо, що він на 61% або 227651 млн. грн. складається з фонду основної заробітної плати. Значна доля фонду основної заробітної плати спостерігається у сільському господарстві, мисливстві та пов'язаних з ними послугах, більше половини від всього ФОП –

60,8% або 12917 млн. грн. Найменша є у державному управлінні й обороні, обов'язковому соціальному страхуванні, де він складає 36,8% або 8903 млн. грн. [2].

Фонд додаткової заробітної плати – друга найбільша складова ФОП, який становить 34% або 127915 млн. грн. Найменша його доля спостерігається у сільському господарстві, де він складає лише 13,8% або 2014 млн. грн. Найбільша доля припадає у державному управлінні й обороні – 52,7% або 12752 млн. грн.

Наступною складовою ФОП є заохочувальні та компенсаційні виплати, які складають 5% або 18597 млн. грн. від всього фонду оплати праці. Найменша її доля у сільському господарстві, мисливстві та пов'язаних з ними послугах – 1,7% або 265 млн. грн. Найбільша у державному управлінні й обороні, обов'язковому соціальному страхуванні – 10,6% або 2563 млн. грн.

Якщо брати середню долю складових ФОП, то в середньому на фонд основної заробітної плати припадає 61,2%, на фонд додаткової заробітної плати – 33,6% , на інші заохочувальні та компенсаційні виплати – 5,2% за основними видами економічної діяльності у 2014 р. (рис. 1).

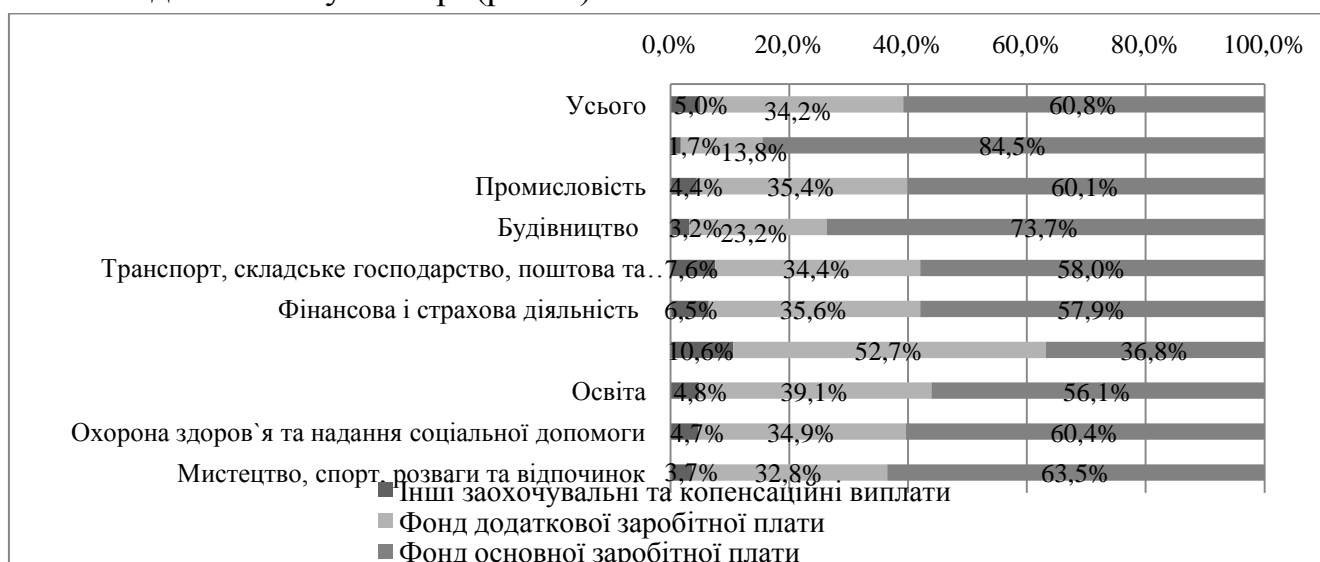


Рис. 1. Структурний аналіз ФОП за основними видами економічної діяльності у 2015 році

Розглядаючи доходи населення України за 2015 рік, то на заробітну плату припадає майже 40% від них, також значну долю в доходах населення посідають соціальні та інші одержані поточні трансферти – 37,23%, найменша доля у доходів від власності – 6 % (рис. 2).

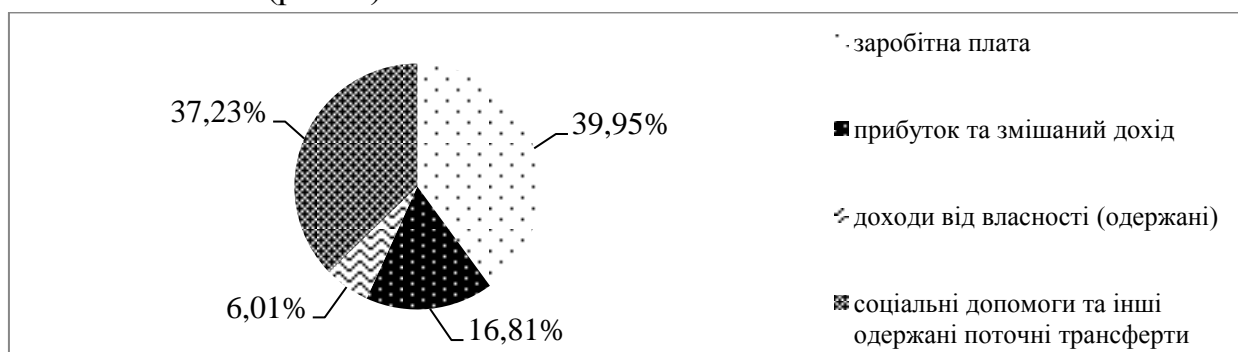


Рис. 2. Структура доходів населення станом на 2015 рік

Для аналізу структури ФОП за даними 2010 та 2015 років, використаємо коефіцієнт схожості структур:

$$P = 1 - \frac{1}{2} \sum |d_j - d_k| \quad (1)$$

Наступний коефіцієнт для аналізу відмінності структур – індекс Рябцева:

$$I_{\text{Рябцева}} = \sqrt{\frac{\sum (d_{i1} - d_{i0})^2}{\sum (d_{i1} + d_{i0})^2}} \quad (2)$$

Використаємо дані щодо розміру фонду оплати праці за основними видами економічної діяльності за даними Державної служби статистики України (табл. 1).

Таблиця 1

Фонд оплати праці у 2010 та 2015 роках, млн. грн.

	Фонд оплати праці за 2010 рік	Фонд оплати праці за 2015 рік
Усього	242266	299602
Сільське господарство, мисливство та пов'язані з ними послуги	10207	15882
Промисловість	87966	109909
Будівництво	7999	7817
Транспорт, поштова та кур'єрська діяльність	30920	33053
Фінансова і страхова діяльність	14858	20658
Державне управління й оборона;	21429	24218
Освіта	37157	49377
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	24830	31204
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	6900	7484

Проаналізувавши структуру ФОП, можна зробити висновки, що відповідно до коефіцієнта схожості структур, дані структури схожі, оскільки коефіцієнт становить 0,99. Індекс Рябцева лише підтверджує отримані результати, оскільки в даному випадку він становить 0,029, що свідчить про низький рівень структурних відмінностей.

Список використаних джерел

1. Іляш О. І. Економіка праці та соціально-трудова відносина [Текст]: навчальний посібник / О. І. Іляш, С. С. Гринкевич. – К.: Знання, 2010. – 476 с.
2. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

СТРАТЕГІЧНІ ЗМІНИ ЯК СИСТЕМНА ПРОБЛЕМА

Боруля А. А.

магістрант Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка

Бакало Н. В.,

к.е.н., доцент кафедри туризму та адміністрування Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка

Будь-яка організація є системою, тобто сукупністю взаємопов'язаних, взаємодіючих елементів, які складають цілісне утворення, що має властивості, відмінні від властивостей складових елементів. На сучасному етапі усі організації розглядаються як відкриті системи, тобто такі, внутрішні елементи яких взаємодіють не лише між собою, але й з зовнішнім середовищем. Вважається, що організації, зображені в вигляді систем, складаються із взаємопов'язаних складових частин. Зміни однієї такої складової частини організації призводить до змін в інших її складових.

Зміни не є самоціллю. Необхідність і рівень змін залежить від того, наскільки організація готова до ефективної реалізації стратегії. Можлива ситуація, коли не виникає потреби у проведенні змін, але іноді виконання стратегії передбачає здійснення глибоких перетворень. При цьому головна проблема полягає в тому, щоб забезпечити досягнення заданих результатів найбільш раціональним способом. Необхідність і характер стратегічних змін залежать від здатності організації забезпечення тих цілей, на які зорієнтована стратегія.

Традиційно стратегічна зміна уявлялася як нечаста, іноді однократна, великомасштабна зміна. Однак останнім часом стратегічний розвиток організації більшою мірою розглядається як безперервний еволюційний процес, у якому одна стратегічна зміна створює необхідність в інших. Наприклад, сертифікація систем якості і введення стандартів ISO 9000 спричиняють зміни кадрової політики, технічної політики, збуту, логістики.

В різних літературних джерелах подано багато визначень «стратегічної зміни». Деякі фахівці вважають, що стратегічна зміна – це постійний або східчастий процес переведення організації на нову ступінь із використанням існуючих ідей і концепцій.

Силу опору змінам розглядають як комбінацію двох чинників:

прийняття чи не прийняття змін;

відкрите чи скрите ставлення до змін;

Керівництво організації, збираючи інформацію під час бесід, інтерв'ю, анкетування, має з'ясувати, який тип реакції на зміни можливий в організації, як розподіляться працівники за ставленням до змін.

Повністю нейтралізувати опір неможливо, тому виникає необхідність зменшити його сили. Аналіз потенційних сил, які чинять опір, дає змогу виявити в організації працівників або їхні групи, які будуть особливо активними противниками, та з'ясувати можливі причини такої поведінки. Зменшити опір можна, об'єднавши людей у творчі групи, які сприятимуть цим змінам. Проводять також широку роз'яснювальну роботу щодо необхідності змін для вирішення стратегічних завдань.

Дослідження свідчать, що готовність людей до змін не є безмежною, але вона містить певні можливості. Для цього обов'язково потрібно брати до уваги психологічний чинник. Керівництво організації, проводячи зміни, має продемонструвати впевненість у правильному виборі і необхідності його реалізації,

намагатися послідовно втілювати плани в життя, без зайвої поспішності. Хоча практично не реально досягти повного схвалення змін, особливо на початку їх втілення. Слід спокійно сприймати невеликий опір і терпляче ставитися до працівників, які спочатку опиралися, а потім змінили свою позицію.

Значну роль відіграє стиль проведення змін і усунення конфліктів. Розрізняють такі види стилів рис. 1.

Слід також враховувати характер можливого конфлікту. Вважають, що конфлікт не завжди має негативний, руйнівний заряд. Він може також сприяти виведенню працівників зі стану застою, створенню нових комунікаційних каналів.



Рис. 1. Види стилів проведення змін і усунення конфліктів [25]

Стверджувати, що якийсь стиль найкращий некоректно, тому що його вибір обумовлюється умовами, в яких проводяться зміни; завданнями, які вирішуються; і силами, які чинять опір. Часто проблема полягає не в тому, що існує низький рівень готовності людей до змін, а в тому, що спостерігається неспроможність керівництва мобілізувати цю готовність. Якщо менеджер «стоїть поруч» з іншими виконавцями, перебуває з ними в постійному контакті, прагне зберегти колектив, то зміни відбуваються менш болісно.

ПІДСИСТЕМА АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА РІЗНИХ СТАДІЯХ РОЗВИТКУ КРИЗОВИХ ЯВИЩ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Бевз І. О.

студентка групи ЕМК-501 Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана

Науковий керівник: **Лігоненко Л. О.**

д.е.н., професор кафедри менеджменту Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана

В сучасних умовах господарювання на функціонування будь-якого підприємства впливає значний ряд факторів як внутрішнього, так і зовнішнього динамічного середовища. Досить часто вони перешкоджають успішній діяльності підприємства, а не підтримують його розвиток на ринку. Таким чином, на сьогоднішній день актуальною проблемою для всіх компаній є швидке реагування на прояви кризових явищ та якомога ефективніший вихід із кризової ситуації. Все це забезпечується створенням на підприємстві підсистеми антикризового управління, яка передбачатиме превентивне управління, управління в умовах кризи та посткризове управління.

В наш час усунення з ринку збанкрутілих підприємницьких структур сильнішими організаціями є неодмінною умовою ефективного функціонування ринкового механізму. Проте запобігти банкрутству, забезпечити тривале процвітання цих структур – завдання набагато важливіше. Досить значна кількість підприємств вийшла з ринку через невміння передбачити кризові ситуації та протидіяти їм. За статистикою уже у 2013 році в Україні було зафіксовано близько 9 тис. підприємств-банкрутів. У 2014 році ця цифра відповідно збільшилася і переважила поділку 9 тис. [1].

Антикризові заходи, спрямовані на подолання внутрішніх та зовнішніх кризових чинників, дозволяють перебороти кризу, недопустити її поглиблення. Їх перелік залежить від стадії розвитку кризи та дають відповіді на такі питання: що потрібно робити, щоб управляти успішно напередодні, в процесі подолання кризи та ліквідації її наслідків? Тож виділяють такі 3 види антикризової діяльності:

1. діяльність по запобіганню кризи (вплив на збої та потенційні кризові явища) або ж превентивний антикризовий менеджмент;
2. управління в умовах кризи (вплив на окремі локальні та системну кризу) – кризовий менеджмент;
3. діяльність по виводу підприємства з кризи та ліквідації її наслідків (досягнення стабілізації та перехід до зростання) – реактивний антикризовий менеджмент .

Розглянемо практичні приклади дій вітчизняних підприємств відповідно до видів (моделей) антикризового управління.

Здійснивши дослідження фінансово-майнового стану та системи менеджменту підприємств кондитерської галузі, І.І. Яремко та А.В. Новікова визначили, що на

території України чимала кількість кондитерських фабрик, які зазвичай не мають спеціального відділу чи фахівця з питань превентивного управління [5].

Для прикладу підприємство ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч» обрало для себе таку стратегію розвитку, згідно з якою вони надають перевагу здійснювати суттєві капіталовкладення в обладнання, щоб у майбутньому заощадити значні грошові суми. Яскравими прикладами можуть слугувати апарати для висушування рук. Іншим ноу-хау для компанії було придбання верстатів для натягування поліетилену. Ще одним заходом економії ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч» є використання енергозберігаючих ламп. Їхнє використання у масштабах усієї фабрики та офісних приміщень суттєво економить гроші компанії.

Тому можна визначити, що система превентивного управління на підприємстві не є чітко вираженою. В кращому випадку розробка превентивних заходів відбувається окремо у кожному підрозділі і виражається у пропозиціях керівників відділів щодо певних покращень або у вигляді заходів економії сировини, матеріалів тощо.

Кризову ситуацію можливо успішно подолати тоді, коли буде проводитися глибокий причинний аналіз ситуації; послідовно впроваджуватимуться заходи з удосконалення культури управління фірмою на оперативному і стратегічному рівнях; персонал буде задіяний в управлінні кризою на всіх етапах для забезпечення співпраці і зацікавленості; раціонально використовуватимуться страхові фонди подолання кризової ситуації.

Якщо розглянути ринок телекомунікацій та проблеми, з якими він стикнувся в період світової кризи 2008-2009 рр., то необхідно відзначити одного з лідерів даного ринку, котрий стикнувшись на підприємстві з проявами кризи, зміг ефективно та з меншими затратами вийти із неї [3]. ПрАТ «Київстар» особливу увагу приділяв зниженню вартості нових сервісів та тарифів для контрактних абонентів. Завдяки такій стратегії компанія не втратила контрактних абонентів, проте зменшила кількість користувачів передплатного сегменту, намагаючись здешевити дзвінки на інші мережі та відмовившись від ідеї «нульових» тарифів.

Для розгляду практичної сторони заходів системи антикризової діяльності підприємства на етапі подолання кризової ситуації та повернення до стабільного функціонування можна також навести приклад компанії телекомунікаційного ринку.

Найприбутковішим підприємством у посткризовому періоді стало ПрАТ «Київстар», його прибуток за 2010 рік склав 3 901,5 млн грн. Уже в 2010 році «Київстар» почав активно провадити свою діяльність, аби подолати наслідки кризи, а саме:

- «Київстар» та «Beeline-Україна» розпочали процес об'єднання, утворивши українську бізнес-одиницю Vimpelcom ltd;
- введення нових тарифів;

□ розпочато надання послуги «Домашній Інтернет» – доступ до широкопasmового інтернету за технологією FTTB та ін..

Загалом компанії задля подолання кризи використовували такі заходи [3]: співпраця з іншими компаніями, диверсифікація внутрішньої діяльності, застосування вертикальної інтеграції, використання інновацій тощо.

Тож, підсумовуючи усе вищезазначене, можна сказати, що вітчизняні підприємства починають діяти уже на стадії виникнення кризи, проте і ці дії бувають спрямовані переважно на якомога швидший вихід із кризової ситуації без дослідження та розуміння того, що призвело компанію до такого стану. Саме тому необхідно приділяти увагу не вирішенню проблем, що виникли, а передбаченню їх виникнення (тобто превентивному управлінню).

Список використаної літератури

1. Офіційний сайт Міністерства юстиції України. Режим доступу: <http://www.minjust.gov.ua/news/43722>

2. Гринько Т.В. Сутність та роль превентивного антикризового управління на промислових підприємствах [Електронний ресурс]/ Т.В. Гринько // Ефективна економіка. – 2014. – № 5. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2981>

3. Сопрун Н.В. Телекомунікаційні компанії України в умовах світової економічної кризи [Електронний ресурс] / Н.В. Сопрун, Т.В. Сакалош // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2012. – Вип. 9. – Режим доступу: <http://economy.kpi.ua/ru/node/360>

4. Шершньова З.Є. Антикризове управління підприємством: навч. пос. / З.Є. Шершньова, В.М. Багацький, Н.Д. Гетманцева. – К.: КНЕУ, 2007. – с. 493-575.

5. Яремко І.І. Практичні рекомендації щодо превентивного управління вітчизняних кондитерських фабрик [Електронний ресурс] / І.І. Яремко, А.В. Новікова // Ефективна економіка. – 2015. – № 2. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3810>

УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Буруля С. М.,

студент групи 6-2МЕМба Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка

Науковий керівник: **Маховка В. М.,**

к.е.н., ст. викладач кафедри туризму та адміністрування Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка

В умовах трансформації економіки для підприємств різних форм власності та різних сфер економічної діяльності виникає необхідність впровадження змін, що обумовлено різноманітними причинами, зокрема стрімким розвитком технологій,

ускладненням соціально-економічного і політико-правового стану, загостренням конкуренції, зміні потреб споживачів та погіршенням екологічної ситуації, підвищення вартості ресурсів, формуванням інтеграційних об'єднань в державно-приватному секторі тощо. Все це зумовлює активне впровадження змін на підприємств та удосконалення управління ними.

Сучасна практика ведення бізнесу доводить, що економічний розвиток господарюючих суб'єктів можливий тільки на основі пошуку шляхів пристосування та адаптації до зовнішнього середовища, яке якісно і швидко змінюється, тому здійснення постійних змін на підприємстві, які здійснюють значний вплив на його функціонування та розвиток [2].

Необхідно зауважити, що ефективно управління змінами передбачає застосування комплексного та системного підходів, що дозволить розглядати дане явище з погляду багатьох наук, яке охоплює менеджмент, економіку, психологію, маркетинг та ін. З огляду на це актуальним є питання розроблення сучасного підходу до управління змінами [3].

Процес управління змінами передбачає підготовку змін, розроблення системи мотивації змін та формування відповідного мотиваційного середовища, планування та реалізації змін, підтримку змін [4].

Серед основних переваг управління змінами доцільно визначити: зменшення ризику, підвищення якості товарів чи послуг, покращення комунікацій, удосконалення і підтримка потоку інформації та операцій, можливість створення серії методів аналізу, які можна застосовувати для зниження вартості продукту/послуг.

Процес управління змінами на підприємстві складає вісім взаємопов'язаних стадій, які передбачають: визнання невідкладності запровадження змін на основі аналізування ситуації на ринку, дослідження можливостей, сильних та слабких сторін підприємства; формування впливової команди реформаторів; формування загального бачення з метою підвищення активності працівників; розповсюдження нового бачення на підприємстві; створення умов для його реалізації шляхом зміни структури та обов'язків, заохочення творчого підходу до роботи та бажання ризикувати зі сторони працівників; планування та досягнення перших результатів; закріплення досягнень та розширення організаційних перетворень; інституціалізація нових підходів [1].

Таким чином, управління змінами на підприємстві дозволить підвищити ефективність, досягти кращих показників діяльності, зменшити витрати ресурсів від впровадження змін. Управління змінами являє собою комплексний підхід до управління новим станом підприємства на основі використання сучасних методів, моделей та технологій менеджменту, а також впровадження змін на індивідуальному рівні, що пов'язане з персоналом, на організаційному рівні – зміни, що стосуються організації та на рівні бізнес-процесів та систем.

Список використаних джерел

1. Kotter J. P. Leading Change/ Harvard Business Press, 1st edition, 1996. – 208 pages [Електрон. ресурс]. – Доступний з <http://www.kotterinternational.com/kotterprinciples/ChangeSteps.aspx>. – заголовок з титулу екрану.
2. Ладонько Л. С., Ганжа І. В. Сутність та моделі управління змінами на підприємстві // Науковий вісник Полісся. – № 2. – 2015. – С. 101-108
3. Стеців С. Р. Формування елементів системи управління змінами на підприємстві // Вісник СумДУ. Серія “Економіка”. – №4. – 2012. – С. 155-163.
4. Тарасюк Г. М. Управління змінами в системі управління підприємством // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки. – Житомир: ЖДТУ, 2010. – №2(52). – С. 287–291.

СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ ЯК ІНСТРУМЕНТ МОТИВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

Веретюк К. В.,

студентка групи БМТ-41 Хмельницького кооперативного торговельно – економічного інституту

Науковий керівник: **Докторук Є. В.,**

к.е.н., зав. кафедри менеджменту Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Незважаючи на загальний рівень безробіття (що до речі є досить помірним навіть у порівнянні з багатьма країнами Європи) та на певний надлишок на ринку праці представників окремих категорій і професійних груп в останні роки, все ж таки багато компаній відчуває нестачу компетентних, креативних, талановитих працівників, які володіють сучасними знаннями. Сьогодні все більше представників менеджменту компаній переконуються у тому, що заробітна плата не формує належної мотивації працівників, їх відданості підприємству. Мотиваційний ефект від підвищення посадового окладу (тарифної ставки) чи установлення певних надбавок і доплат має короткостроковий характер, оскільки працівники швидко звикають до встановленого рівня заробітної плати. Тому важливого значення у сучасних умовах набуває розширення переліку мотиваційних механізмів, що впливають на задоволеність працівника роботою у тій чи іншій компанії.

Сукупність відповідних мотиваційних чинників і утворюють соціальний пакет, що надається роботодавцем працівникам.

У загальному понятті, соціальний пакет – це додаткові пільги і бонуси, які підприємство пропонує своїм співробітникам, щоб утримати їх, як фахівців і стимулювати для просування кар'єрними сходами. Однак слід розрізняти соціальні гарантії, передбачені трудовим законодавством України та додаткові пільги, що оплачуються роботодавцем з прибутку. Відповідно до Трудового кодексу, наймачі в Україні зобов'язані надати працівникам основну та додаткову трудову відпустку, пільгові путівки, оплачуваний лікарняний, оплачувану відпустку по вагітності та пологах, відрядження, страхові нарахування на заробітну плату. Соціальний пакет

зазвичай має розгалужену структуру та включає дві основних складових: базовий та мотиваційний соціальний пакет. Одним з основних аргументів при виборі відповідного соціального пакету для багатьох фахівців є той факт, що компанії, які пропонують своїм співробітникам різні пільги, прийнято вважати надійнішими та стабільнішими. Щодо ситуації в Україні, то як свідчать результати опитування користувачів міжнародного кадрового порталу Head Hunter, лише 38% українців мають соціальний пакет на місці своєї роботи. Респонденти, які приймали участь у опитанні, вважають, що найчастіше компанії включають у свої соціальні пакети такі опції як: оплата мобільного зв'язку (44% респондентів зізналися в цьому), медичне страхування (32%), оплата транспортних послуг (17%), оплата обіду (15%), оплата відпочинку (15%), страхування від нещасного випадку (11%), оплата професійного навчання (10%), і лише 7% українських професіоналів сказали, що їх роботодавці готові оплачувати їм програми пільгового кредитування в банках. У свою чергу за версією українських претендентів на роботу вищезгаданого кадрового порталу Head Hunter, ідеальний соціальний пакет має складатись з таких елементів як: медичне страхування (важливо для 85% респондентів), страхування життя (63%), оплата професійного навчання (60%), страхування від нещасного випадку (58%), оплата мобільного зв'язку (58%), оплата відпочинку (48%), оплата обіду (47%), оплата транспортних послуг (46%), програма пільгового кредитування в банках (45%), оплата тренажерного залу (25%) тощо. Також 92% опитаних порталом респондентів упевнені, що роботодавці зобов'язані піклуватися про здоров'я своїх співробітників. Водночас, 16% вітчизняних професіоналів зізналися, що в їхніх компаніях соціальні переваги доступні лише обраним співробітникам, як правило, топ-менеджерам компаній.

Отже, виходячи з вищезазначеного, поширення практики використання українськими роботодавцями соціального пакету може сприяти формуванню сучасного, конкурентного ринку праці, створенню та розвитку корпоративної культури компаній, рівня продуктивності праці та лояльності відносно організації. Це потужний і дієвий інструмент в руках роботодавця та додатковий обсяг благ для працівника, який українські роботодавці вже активно використовують при реалізації своєї кадрової політики в рамках власної соціальної діяльності.

Список використаних джерел

1. Новак І. Соціальний пакет як механізм удосконалення оплати праці // Україна: аспекти праці. – 2008. – №2. – 100 с.
2. Тяжельникова Е. Социальный пакет // Секретарь – референт. – 2005. – №3. – 70 с.
3. Білявський В. Соціальний пакет як інструмент мотивування персоналу торговельного підприємства // Вісник КНТЕУ. – 2007. – №6. – 80 с.
4. Юрков М. Соціальний пакет як різновид соціальної діяльності підприємства: правові аспекти // Право України: юридичний журнал. – 2007. – №7. – 65 с.

5. Рейтер Г. Как и когда внедрять новую систему оплаты труда // Бизнес. – 2003. – №51.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Вишовський Д. М.,

студент групи БЕМба Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка

Науковий керівник: **Маховка В. М.,**

к.е.н., ст. викладач кафедри туризму та адміністрування Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка

В сучасних умовах, незаперечними є той факт, що конкурентоспроможність будь-якого підприємства залежить від якості його продукції. Світовий досвід провідних компаній світу свідчить, що одним з шляхів забезпечення успіху на ринку є вдосконалення системи менеджменту якістю. Тому якість необхідно розглядати не лише як гатунок продукції, а і функціонування підприємства в ринковому середовищі та рівень розвитку їх системи управління якістю, яка спрямована на постійне удосконалення та підвищення ефективності.

Актуалізуються питання формування ефективної системи управління якістю. Виникає нагальна потреба пошуку принципово нових підходів до управління соціально-економічними системами, метою яких повинно бути досягнення оптимальної якості, що базується на участі всіх її членів та спрямованої на досягнення успіху в довгостроковій перспективі через задоволення вимог споживача та отримання вигоди як для підприємства, так і для суспільства загалом.

Відповідно система управління якістю повинна включати: контроль безпечності продукції (сертифікацію, методи контролю та самоконтролю, перевірка документації); формування нової концепції управління (впровадження сучасних норми і методів організації виробництва, прогнозування та планування необхідного рівня якості продукції, аудит відповідності на об'єкті управління); постійне вдосконалення менеджменту на засадах світового досвіду; належна мотивація праці всіх категорій персоналу, активізація людського чинника та проведення кадрової політики [2, 3].

На сьогоднішній день, коли вітчизняні виробники зіштовхнулися з проблемою виходу та міжнародні ринки та конкуруванням з закордонними виробниками питання якості продукції та відповідність її стандартами є одними з першочергових. Велика частка продукції виробництва має низьку якість і не зможе конкурувати із імпортованою продукцією. У зв'язку з цим необхідним є підвищення конкурентоздатності українського виробника за рахунок підвищення якості його продукції та отримання відповідних сертифікатів систем управління якістю, що дало б можливість не тільки відстояти свої позиції на внутрішньому ринку, але й вийти на зовнішній ринок.

Таким чином, для підприємств в з метою забезпечення виживання підприємства в жорстких конкурентних умовах основним елементом системи якості продукції є формування нової концепції управління, контроль безпечності продукції, вдосконалення управління якістю на засадах світового досвіду. Також, необхідно для забезпечення контролю якості продукції на всіх етапах виробництва, необхідно створити чітку комплексну систему якості, яка відповідатиме міжнародним стандартам, що дозволить покращити імідж та статус підприємства, зміцнити його репутацію; підвищити задоволеність клієнтів; забезпечити гнучке управління підприємством в умовах зовнішнього середовища, спростити й прискорити процедури взаємодії з клієнтами, скоротити брак, виробничі витрати тощо. Ефективне управління якістю дозволить підвищити прибутки підприємства від виробничої діяльності, розширити коло партнерів, постачальників, що дозволить залучати інвестиції та завойовувати нові ринки збуту.

Список використаних джерел

5. Краснікова О. С. Система управління якістю як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства // Управління розвитком. – 2013. – №12. – С. 82-84.

6. Мережко Н.В. Управління якістю / Н.В. Мережко, В.В. Осієвська, Н.С. Ясинська. – К.: КНТЕУ, 2010. – 216 с.

7. Момот О.І. Менеджмент якості та елементи системи якості: Навчальний посібник. – К. : Центр учбової літератури, 2007 – 368 с.

ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА КРАЇНИ – ОДНА З ОСНОВНИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ КП «БІЛОЦЕРКІВХЛІБПРОДУКТ»

Гнедич В. І.

викладач вищої категорії, викладач-методист Технологіко-економічного коледжу Білоцерківського НАУ

Актуальність проблеми забезпечення продовольчої безпеки не знижується ні зі зміною світової політичної системи, ні з науково-технічним поступом світової цивілізації.

Реальна і повноцінна система продовольчої безпеки України повинна охоплювати такі складові: міцне і надійне забезпечення, що базується на національному АПК, здатному постійно забезпечувати населення продуктами харчування на відповідному рівні, адекватно реагуючи на кон'юнктуру продовольчого ринку; фізична і економічна доступність необхідної кількості і асортименту продовольства для різних категорій населення забезпечується їх платоспроможністю, що не ставить під загрозу задоволення інших основних потреб людини; система захищеності вітчизняного виробника продовольчих товарів від імпортової залежності як в продовольстві, так і ресурсному забезпеченні.

Надійне забезпечення країни продовольством має стратегічне значення. Зростання населення супроводжується збільшенням потреби населення в продуктах харчуваннях. З огляду на дану проблему пріоритетного значення набуває розвиток зернопереробної галузі.

Метою статті є дослідження діяльності, впливу внутрішніх і зовнішніх чинників на рівень продовольчого забезпечення населення зернопереробним колективним підприємством «Білоцерківхлібпродукт», до складу якого входить млин-завод потужністю 500 т переробки зерна, елеватор ємністю 62,3 тис. тон, крупзавод потужністю 360 т переробки зерна. Це дає можливість постійно розширювати асортимент готової продукції, нарощувати виробничі потужності та бути конкурентним на ринку товарів та послуг.

Висока якість продукції підприємства відповідає вимогам державних стандартів – це сприяло виходу підприємства на зовнішньо – економічні ринки, зокрема крупу гречану реалізують в Німеччину, Канаду, Іспанію, а також в країни ближнього зарубіжжя – Білорусь, Литву.

Ефективно працює підсобне тваринницьке господарство по вирощуванню свиней, ВРХ та виробництву молока, яке розташоване в с. Яблунівка. Ковбасний цех потужністю 200 кг виробів за зміну забезпечує продукцією торговельну мережу міста. Обладнана міні-хлібопекарня потужністю 500 кг хлібних виробів за зміну. Асортимент виробів складає 12 найменувань, реалізація здійснюється засобами пересувної торгівлі.

Підприємство є одним з активних учасників міських ярмарок по реалізації сільськогосподарської продукції. Вироби, які користуються високим попитом у населення (борошно пшеничне вищого сорту, покрашеної якості, гречка) надходять у продаж за відпускнуою ціною – це сприяє задоволенню потреб у продуктах першої необхідності малозабезпечених верств населення.

Комбікормовий завод «Van Aarzen» виготовляє та реалізовує комбікорма для всіх видів тварин та птахів за стандартними рецептами, а також на замовлення.

На підприємстві обладнаний цех з переробки зародків пшениці по виробництву дієтичних добавок «Олія із зародків пшениці», «Глюкорн», «Шрот зародків пшеничних харчових», які містять вітаміни В, А, D, РР, корисні мікроелементи та захищають імунну систему.

Забезпечення ефективного функціонування системи продовольчої безпеки безпосередньо залежить від: стійкості підсистеми забезпечення; структурних змін в АПК; інвестиційної політики; формування підсистеми технічного забезпечення; удосконалення податкового законодавства; організації банківського обслуговування; створення товарних запасів матеріально-технічних засобів; діючої системи страхування урожаїв і майна підприємств АПК; науково-інформаційного забезпечення.

У підсистемі управління продовольчою безпекою перехід до регульованих ринкових відносин пов'язаний із трансформацією відносин власності. Це передбачає

конкуренцію різних форм власності і господарювання, використання оптових продовольчих ринків, розвиток маркетингу. Важливим елементом проведення державою агропродовольчої політики є регулювання продовольчих ринків шляхом закупівлі продукції і продовольчих інтервенцій.

Вирішення проблеми продовольчої безпеки країни із одночасним збереженням якості продукції підприємства можливе при вирішенні першочергових завдань: ефективно розвивати власне виробництво сировини; забезпечувати населення екологічно чистими, повноцінними та безпечними продуктами; удосконалювати систему збуту продукції; організувати фірмову торгівлю; встановлювати комерційні зв'язки із оптовими продовольчими ринками.

Список використаних джерел:

1. Гойчук О. І. Продовольча безпека: структура, рівні та критерії забезпечення // Загальні проблеми економіки. – 2003. – № 12.
2. Кочетков О. В., Марков Р. В. Формування системи показників продовольчої безпеки України // Економіка АПК. – 2002. – № 9.
3. Лукінов І. І. Продовольча безпека у світовому вимірі // Економіка АПК. – 2001. – №4.
4. [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22\(2\)_ekon/stat_20_1/67.pdf](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/67.pdf)

ІНТЕРНЕТ ЯК ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ, ЙОГО СПЕЦИФІКА ТА МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Дубчук О. С.

студентка групи РО-31 Луцького кооперативного коледжу ЛКА

Науковий керівник: **Цехош Н. О.,**

викладач I категорії Луцького кооперативного коледжу Львівської комерційної академії

Успіх будь-якого закладу ресторанного господарства безпосередньо залежить від якості страв, майстерності кухарів і особливої атмосфери, створюваного інтер'єром. Але перш ніж гості зможуть оцінити його якість роботи, і тим більше стати його постійними клієнтами, вони як мінімум, повинні про нього що-небудь дізнатися. Все частіше люди шукають інформацію про те, як, і де провести вільний час, поспілкуватися з партнерами, зустрітися з друзями в пошукових системах Всесвітньої павутини [1].

Переваги мережі Інтернет як інформаційного каналу в його оперативності, відносній дешевизні і мобільності, миттєвій реакції на новини. Сучасні технології змінили культуру і спосіб життя – кожен другий клієнт вже не читає журнали і газети, на їх зміну прийшов Інтернет. Інтернет сьогодні – засіб передачі інформації, реклама, інформатор. Це означає, що основний потік інформації приходить саме з мережі, а тому інформацію про заклад клієнт знаходить на повноцінному сайті, бере

участь в анкетуванні про якість кухні, обслуговування та про те, як дізнався про заклад [2].

Сайт закладу ресторанного господарства – один з ключових каналів комунікації з клієнтом, власна рекламна площадка. Якісна інформація на сайті дозволить: підтримати імідж компанії та підсилити вплив на ринку; знайти нових клієнтів і зміцнити відносини з існуючими; продемонструвати весь спектр послуг закладу та отримати відгук; ефективно вивести на ринок нові страви/послуги; збільшити об'єми продажу страв/послуг. Заклади ресторанного господарства використовують такі види сайтів: *сайт-візитівка* – подає основну інформацію про заклад, страви і послуги та контактні дані, користується популярністю у тих замовників, клієнти яких часто використовують Інтернет; *сайт-вітрина* – нагадує сайт-візитку, однак до стандартного набору сторінок додається ще повний перелік страв або послуг, фотографії, схеми, інструкції тощо з можливістю роздрукувати. За бажанням клієнта у каталозі зазначаються ціни на страви (послуги), а замовлення може здійснюватися за допомогою спеціальної електронної форми, яка дозволяє менеджеру закладу отримувати запит на страву та зайнятися обробкою замовлення у телефонному режимі [3]. Достовірна, в повному обсязі надана інформація на сайті дозволяє вирішити завдання: по-перше полегшує контакт клієнта з закладом харчування і створює віртуальне представництво; по-друге – залучає додаткових клієнтів за допомогою сайту.

Основні розділи та функції ресторанного сайту можна згрупувати наступним чином: історія створення ресторану та перспективи його розвитку; опис закладу харчування (його концепція, загальна атмосфера, фірмові страви, інформація про шеф-кухаря, фотографії інтер'єру); новини (проведені заходи, акції та дегустації, зміни в меню, відкриття нових ресторанів, введення додаткових сервісів); повне меню, включаючи напої із зазначенням цін; координати (адреса, телефон, схема проїзду) і години роботи; інформація про додаткові послуги ресторану (організація банкетів, проведення дитячих свят, доставка страв додому); опис дисконтних і бонусних програм, що діють в закладі; відгуки відвідувачів; імена знаменитих людей, що відвідали заклад, і їхня думка про нього; можливість замовити столик або банкет онлайн [4].

Сучасні інформаційні технології дозволяють відслідковувати інформацію про потреби гостей: яка інформація користується найбільшою популярністю, скільки відвідувачів заходило на сайт, як довго вони там перебували, кращі сторінки, скільком людям вдалося знайти в Інтернеті заклад і т.д., а також можливість проводити опитування про якість обслуговування у закладі, його переваги і недоліки. Аналіз інформації, яку залишають реальні чи потенційні клієнти, дозволяють робити висновки про правильність обраної лінії просування закладу харчування, ефективності тих чи інших складових бізнесу, реальних перевагах і недоліках управлінських рішень; обґрунтовано розробити цінову політику,

підготувати рекламні акції в тій чи іншій ніші клієнтів, визначити нові сегменти клієнтів і навіть нові перспективні ринки.

З метою дослідження інформаційної наповнюваності сайтів ми обрали заклади ресторанного господарства Волинської області, на яких студенти спеціальності 5.14010102 «Ресторанне обслуговування» проходять виробничу практику: ресторанно-готельний комплекс "Зелений Гай", рекреаційний комплекс «Срібні лелеки», ресторан «Корона Вітовта», кафе «Базилік», піцерія «Тарантелла». Результати подано в таблиці:

Структура сайту	Назва закладу				
	РГК "Зелений Гай"	РК «Срібні лелеки»	Ресторан «Корона Вітовта»	Кафе «Базилік»	Піцерія «Тарантелла»
Про нас	+	+	+	+	+
Афіша	+	+	+	+	+
Меню	+	+	+	+	+
Віртуальний тур	-	+	-	+	+
Фотогалерея	+	+	+	+	+
Ціни	+	+	+	+	+
Відгуки	+	+	+	+	-
Бронювання	+	+	-	-	+
Акції, заходи	+	-	+	+	+
Контакти	+	+	+	+	+

На основі проведеного аналізу сайтів ЗРГ можемо висновувати про наступне: по-перше, усі заклади використовують сайт-вітрину. Просування сайтів в пошукових системах відбувається за тематичними ключовими словами, що дає можливість залучити на сайт безліч цільових відвідувачів. На всіх сайтах є посилання на соціальні мережі. Інформація про досліджувані заклади розміщена на туристичному сайті м.Луцька[5]; по-друге, метою Інтернет-ресурсів було показати всю вишукану атмосферу закладу, який спонукає до нових знайомств і романтичного настрою; по-третє, фотогалереї якісні, в повній мірі розкривають специфіку роботи закладу; по-четверте, сайти зручні у користуванні і кожен відвідувач може легко дізнатись всю необхідну інформацію про заклад.

Інтернет – частина сучасного суспільства. Ресторанний бізнес перебуває в руслі загальних тенденцій розвитку і живе за тими ж законами. Зараз будь-який, заклад ресторанного господарства, який претендує на популярність, просто зобов'язаний мати власну сторінку в Інтернеті. Сьогодні просування ресторанних послуг в мережі Інтернет для багатьох закладів харчування перетворюється з експериментів в необхідність. Реклама в мережі Інтернет стає одним з найефективніших інструментів залучення клієнтів. Результатом появи власного портрета в Інтернеті стане збільшення кількості гостей, гарні рекомендації про заклад ресторанного господарства, підвищення іміджу.

Список використаних джерел

1. Косинський В.І. Сучасні інформаційні технології: навч.посіб. – К. : Знання, 2012. – 318 с.
2. <http://www.mgn.com.ua/article/reklama-restorana-gramotnaya-strategiya-vysokaya-effektivnost/>
3. <http://bm-art.com.ua/types/sajt-vitrana.html>
4. <http://uneoo.ua/solutions/dlya-restorannogo-biznesa.html>
5. <http://www.visitlutsk.com/page/ua/>

ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПЕРСОНАЛУ

Зеленяк І. М.,

студентка групи МУП-111 Чернігівського національного технологічного університету

Науковий керівник: **Кичко І. І.,**

доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці Чернігівського національного технологічного університету

Нині ми живемо у дуже динамічний час. Змінюються не тільки технології, а й способи та підходи до визначення суті різних економічних процесів та категорій. Це стосується також такої важливої економічної категорії як мотивація. Актуальність дослідження мотивації полягає у тому, що на сучасного працівника суттєвий вплив здійснюють заробітна плата, премії, грошові винагороди тощо. При досягненні певного рівня матеріального добробуту активізуються методи нематеріальної мотивації. Особливо результативним у цьому контексті стає поєднання матеріальної та нематеріальної мотивації.

В Україні домінуючим елементом мотивації прийнято вважати матеріальну її складову. Звичайно, питання про зарплату повиненно стояти на першому місці, але крім фінансової сторони, помітна роль відводиться нематеріальним способам мотивації.

Для українських компаній сьогодні можна запропонувати систему мотивації праці, яка має базуватись на поєднанні елементів матеріальної та нематеріальної мотивації, зокрема: виплата премії, підвищення заробітної плати, пільги; оприлюднення рейтингів працівників за результатами роботи; забезпечення лікування та профілактики за кошти підприємства.

При впровадженні напрямів нематеріальної винагороди працівників слід приділити увагу цілому комплексу статусних, трудових та моральних мотивів. Ефективна система морального стимулювання є складовою частиною організаційної культури. Нематеріальна мотивація спонукає працівників до досягнення кращих результатів у довгостроковій перспективі, дозволяє їм максимально розкрити і реалізувати свій трудовий потенціал [2].

Як правило, в процесі найму персоналу на підприємствах звертають увагу, перш за все, на компетентність кандидатів, не аналізуючи при цьому рівень їх

внутрішньої мотивації, що пов'язаний зі ставленням людини до роботи. При цьому, саме ставлення до своєї діяльності визначає мотивацію працівника, яка у свою чергу впливає на його прагнення до навчання, професійного розвитку, а також до якісної роботи [3].

Для створення ефективної системи мотивації важливим є розроблення мотиваційних програм. З цією метою доцільно вивчати потреби та мотиви працівників, залучати персонал до розробки цих програм, приділяти увагу досягненню колективних завдань. Також для ефективного управління мотиваційною системою необхідний мотиваційний моніторинг, який полягає у постійному спостереженні і контролі стану мотивації трудової діяльності, задоволення потреб працюючих з метою його оперативної діагностики і оцінки в динаміці [4].

Система мотивації працівників може змінюватись залежно від форми власності, сфери діяльності. Прийнято вважати, що вона може включати: підвищення заробітної плати, преміювання, складові соціальної політики, створення сприятливих умов праці, оголошення різноманітних подяк, створення сприятливого соціально – психологічного клімату, корпоративну культуру, надання самостійності в роботі, підтримання статусу працівника на належному рівні тощо.

Відповідно до вищесказаного можна виокремити такі напрями удосконалення системи мотивації: раціоналізація режимів праці та відпочинку; покращення умов праці (покращення організації праці на робочих місцях; ліквідація порушень трудової дисципліни; скорочення плинності кадрів, створення стабільних трудових колективів; ріст кваліфікації кадрів); приділення уваги статусній мотивації; можливість посадового росту, організація планування кар'єри; створення сприятливого соціально-психологічного клімату; поєднання заходів соціальної політики та системи стимулів; розроблення корпоративної культури.

Отже, головною метою управління мотивацією на підприємстві полягає в тому, щоб мотиваційні цілі кожного з працівників співпадали з інтересами фірми і вели в кінцевому результаті до збільшення прибутку підприємства та підвищення добробуту працюючих. Добре спланована система мотивації дозволяє суттєво підвищувати ефективність роботи персоналу, збільшувати об'єми продажу, покращувати виробничий процес та обслуговування клієнтів, без особливо великих матеріальних затрат з боку компанії [5]. Для того, щоб отримати максимальну віддачу від застосування методів мотивації та підвищити рівень продуктивності праці необхідно використовувати їх у комплексі.

Список використаних джерел

1. Гриньова В.М. Управління соціальним розвитком промислових підприємств / В.М. Гриньова, М. М. Новікова, М. В. Боровик. – Х.: ХНЕУ, 2011. – 160 с.
2. Лизньова А.Ю., Чупріна В.В. Управління мотивацією персоналу на підприємстві / А.Ю. Лизньова, В.В. Чупріна // Экономика и менеджмент-2013: перспективы интеграции и инновационного развития – режим доступу:

http://www.confcontact.com/2014_04_25_ekonomika_i_menedgment/tom4/34_Lyznova.htm

3. Сардак О.В. Сучасні кадрові інструменти управління як засіб формування високої внутрішньої мотивації персоналу підприємств / О.В. Сардак // Экономические науки – режим доступу: http://www.rusnauka.com/4_SWMN_2010/Economics/58837.doc.htm

4. Колот А. М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу: навч. посіб. / А. М. Колот. – К.: КНЕУ, 1998. – 224 с.

5. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – М. : Дело, 1998. – 799 с. 5. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2002. – 345 с.

ОЦІНКА СТАНУ ТА ПЕРШОЧЕРГОВІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ТВАРИННИЦТВА

Красін В. Р.

студент магістратури факультету «Менеджмент і економіки» спеціальності «Менеджмент організацій та адміністрування» (за видами економічної діяльності) Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва

Науковий керівник: **Пономарьова М. С.**

к.е.н., доцент кафедри виробничого менеджменту та агробізнесу Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва

Тваринництво – особлива галузь сільського господарства, стан розвитку якої вагомо впливає на економічний потенціал АПК країни, на всі сфери суспільного виробництва. Проблеми розвитку галузі скотарства, вихід її з кризового стану, перспективи розвитку є невід’ємною частиною наукових розрахунків та законодавчих ініціатив. Найбільший вклад у розвиток та вирішення проблем розвитку вітчизняного скотарства внесли такі економісти-аграрники, як: О.І. Гуторов, М.В. Зубець, О.М. Маслак, В.Я. Месель-Веселяк, М.В. Присяжнюк, П.Т. Саблук, М.М. Федоров та ін. Відповідні проблеми розкриті в їхніх наукових працях. Вагоме значення мають нормативно-правові документи, які визначають основні пріоритети, заходи та механізми розвитку галузі скотарства: Закони України «Про державну підтримку сільського господарства України», «Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції», «Про племінну справу у тваринництві» [1], «Про молоко та молочні продукти», «Земельний кодекс України», «Про охорону навколишнього природного середовища», «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту», «Про ветеринарну медицину», Постанова Кабінету Міністрів України «Про заходи щодо активізації роботи з розвитку тваринництва» та інші нормативно-правові акти з питань тваринництва. Молочне скотарство у структурі виробництва сільськогосподарської продукції в 2013 році займало четверту позицію, з часткою в 11,5 % і другу позицію серед продукції тваринництва. Для порівняння, в 1995 році молоко займало лідируючу

позицію в загальній вартості валової продукції сільського господарства, питома вага становила 22,3 %, що майже в два рази більше аналогічного показника 2013 року.

У галузі тваринництва обсяг виробництва за 2014 р. становив 75,5 млрд. грн., що на 2,0 % більше порівняно з 2013 р зростання відбулося за рахунок приросту виробництва на 4,6 % в аграрних підприємствах, частка яких у загальному обсязі тваринницької продукції склала 44,9 %. господарства населення, які є основними виробниками продукції в цій галузі (41,6 млрд. грн., або 55,1 %), утримали її виробництво на рівні 2013 р. За даними 2014р. загальний обсяг виробництва валової продукції сільського господарства (у постійних цінах 2010р.) склав 252,9 млрд. грн., у т.ч. у сільськогосподарських підприємствах – 139,2 млрд. грн., господарствах населення – 113,7 млрд. грн. Перевищення обсягів сільськогосподарського виробництва відзначалось у 15 регіонах країни: від 1,6% у Закарпатській області до 16,0% у Хмельницькій [3].

Основними проблемами галузі тваринництва є наступні: зниження поголів'я великої рогатої худоби, особливо корів у сільськогосподарських підприємствах; загальне скорочення обсягів виробництва продукції скотарства; імпорт в Україну продуктів харчування тваринного походження низької якості, що робить неконкурентоспроможною на внутрішньому ринку аналогічну українську продукцію; відсутність вітчизняної селекційно-племінної бази високопродуктивних порід великої рогатої худоби та свиней; зменшення частки виробництва високоякісного м'яса великої рогатої худоби та свинини, заміна його більш дешевим та менш енергетично цінним м'ясом птиці, переважно курятини інтенсивної технології вирощування [4].

Незначний рівень рентабельності виробництва тваринницької продукції зумовлений несприятливою ціновою ситуацією на ринку та відсутністю ефективного економічного механізму підтримки галузі.

До основних проблем галузі тваринництва відноситься також: низька якість продукції, особливо молока; невідповідність стандартів європейському рівню; відсутність цивілізованої ринкової інфраструктури; неконтрольований імпорт; використання застарілих технологій та обладнання; слабкий рівень ветеринарного забезпечення. Ці проблеми вказують на системну кризу галузі й потребують втручання державних органів.

Суттєво впливають на конкурентоспроможність продукції тваринництва в умовах членства України в Світовій організації торгівлі (СОТ) закордонні компанії.

Молочне скотарство України, як сировинна база для молокопереробної галузі та складова для забезпечення належного рівня продовольчої безпеки держави, знаходиться в катастрофічному становищі, про що свідчить проведені дослідження. Враховуючи, що для багатьох українських селян корова була і залишається основною годувальницею сім'ї, необхідність підтримки молочного скотарства, в тому числі і в господарствах населення є наразі першочерговим завданням ефективного державного втручання.

Список використаної літератури

1. Гуторов О.І. Економічні засади прибутковості виробництва молока в аграрних підприємствах: теоретико-прикладний аспект: моногр. / О.І. Гуторов, Л.Ю. Кучер, А.В. Кучер. – Х.: Точка, 2013. – 490 с.
2. Саблук П.Т. Основні напрями удосконалення державної аграрної політики в Україні / П.Т. Саблук, Ю.Я. Лузан // Економіка АПК. – 2011. – № 5. С. 3 – 8.
3. Тваринництво України за 2014 рік. Статистичний збірник / [За ред. Н. С. Власенко]. – К.: Державний комітет статистики України, 2015. – 211 с.
4. Ключко В. М. Актуальні шляхи підвищення економічної ефективності виробництва продукції тваринництва в Україні / В. М. Ключко // Агросвіт № 23, 2013. С 29 -33.

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГАЛУЗІ ТА ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА НЕЇ

Лисенко Г. П.,

аспірант, ННЦ «Інститут аграрної економіки», молодший науковий співробітник, Інститут продовольчих ресурсів НААН України

Науковий керівник: **Коваленко О. В.,**

к.е.н., с.н.с., Інститут продовольчих ресурсів НААН України

Існують відмінності у трактуванні поняття «конкурентоспроможність галузі». Одні автори конкурентоспроможність галузі пропонують розглядати як ступінь можливості галузі в умовах вільного ринку створювати блага, які відповідають вимогам як внутрішнього, так і зовнішніх ринків, при одночасному забезпеченні стабільного зростання та розвитку відповідного сектора економічної діяльності. Інші під конкурентоспроможністю галузей розуміють ефективність роботи окремих галузей національного господарства, що оцінюється, окрім традиційних критеріїв, за показниками, що характеризують і описують міру живучості і динамічності галузі при різних варіантах розвитку економіки даної країни і всього світу в цілому [1].

Вважаємо, що конкурентоспроможністю галузі слід розуміти здатність створювати зростаючий обсяг доданої вартості на основі підвищення ефективності використання чинників виробництва, забезпечення інвестиційної привабливості бізнесу і освоєння нових ринків.

Конкурентоспроможний розвиток галузі має характеризуватися такими ознаками: великим за масштабами і швидкістю зростання обсягом ринку, на якому національні компанії займають значні позиції; підвищенням ефективності використання чинників виробництва, що забезпечує високий рівень рентабельності бізнесу [3].

Конкурентоспроможність галузі є відображенням характеру галузевої конкуренції на національному та міжнародному ринках. Вона є складовою багаторівневої економічної категорії «конкурентоспроможність» поряд із

конкурентоспроможністю товару, підприємства, регіону, національної економіки. Поняття конкурентоспроможності галузі набуває сенсу лише за умови наявності на ринку конкуруючих суб'єктів (в умовах відкритої економіки та сприятливого інвестиційного клімату). Конкурентоспроможність галузі є результатом взаємодії низки факторів мезорівня конкурентного середовища [1]. Тому для повного розуміння процесів формування та вироблення методів оцінювання конкурентоспроможності галузі потрібно розглянути основні чинники, що на неї впливають.

До найбільш значущих чинників, які впливають на конкурентоспроможний розвиток галузі, належать: позиціювання на світовому ринку, тобто ступінь експортної орієнтованості виробництва (частка експорту у випуску та її динаміка); позиціонування на внутрішньому ринку порівняно з іноземними конкурентами (частка імпорту готової продукції на ринку, її динаміка); досягнутий технологічний рівень галузі, втілений в обсязі накопичених інвестицій і якісних характеристиках виробничих потужностей; рівень концентрації на ринках (наявність великих ефективних вітчизняних компаній), достатній для конкуренції зі світовими компаніями-лідерами у відповідних галузях; забезпеченість сировинною базою; розвиненість коопераційних зв'язків (приєднання до кластерів конкурентоспроможності), історична "прихильність" споживачів до виробників; масштаби тіньового сектору і дієвість нормативно-правового регулювання [3].

Виокремлюють зовнішні та внутрішні чинники конкурентоспроможності галузі, а саме:

1) зовнішні: високий рівень конкурентоспроможності країни; активна державна підтримка малого і середнього бізнесу; якісне правове регулювання економіки країни; відкритість суспільства і ринків; високий науковий рівень управління економікою країни; гармонізація національної системи стандартизації і сертифікації з міжнародною системою; відповідна державна підтримка науки й інноваційної діяльності; висока якість інформаційного забезпечення; високий рівень інтеграції всередині країни й у межах світового товариства; низькі податкові та відсоткові ставки у країні; наявність доступних і дешевих ресурсів; якісна система підготовки і перепідготовки управлінських кадрів; сприятливі кліматичні умови і географічне положення країни; високий рівень конкуренції у всіх сферах діяльності в країні [2];

2) внутрішні: потреба в товарі; оптимальний рівень концентрації, спеціалізації й кооперування; рівень сертифікації і стандартизації продукції; якісна інформаційна і нормативно-методична база управління; наявність доступу до якісних дешевих ресурсів; надійні постачальники сировини; ефективне використання ресурсів; значний рівень інновацій; професійне управління конкурентоспроможністю; значна частка експорту наукомістких товарів; значна частка конкурентоспроможних організацій і товарів галузі тощо.

Отже, конкурентоспроможність галузі – це складне та багатогранне поняття, що визначається наявністю технічних, економічних і організаційних умов для

створення виробництва і збуту продукції високої якості, що задовольняє вимогам конкретних груп споживачів.

Список використаних джерел

1. Борисова Т.М. Конкурентоспроможність галузі: детермінанти формування та сучасні методи оцінювання // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 6. Т.1 – с. 54-60
2. Кузьмін О.Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації) : [навч. посібник] / О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль. – Львів : Вид-во Національного університету “Львівська політехніка”, 2004. – 188 с.
3. Пуцентейло П.Р. Конкурентоспроможний розвиток галузі тваринництва як найвищий рівень прояву конкуренції // Інноваційна економіка / Науково-виробничий журнал –2014. – №3[52] – с. 55-61

ОСОБЕННОСТИ И ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ АГРАРНОГО МАРКЕТИНГА

Малиш И. А, Бахир Т. С.

студентки факультета «Менеджмент и экономика» специальности «Экономика предприятия» (за видами экономической деятельности магистры Харьковского национального аграрного университета им. В. В. Докучаева

Научный руководитель: **Пономарёва М.С.**

к.э.н., доцент кафедры производственного менеджмента и агробизнеса Харьковского национального аграрного университета им. В.В. Докучаева

Рыночные преобразования в экономике с первых лет независимости Украины сформировали экономические и политические предпосылки перехода к рыночным отношениям, обусловили возможность и необходимость внедрения рыночных механизмов организации экономики, в том числе использование системы маркетинга в АПК. Аграрный маркетинг формируется на объективных особенностях сельскохозяйственного производства, обусловленных комплексом природно, социально-экономических, политико-правовых факторов [9].

Маркетинг, как основная концепция управления хозяйствующим субъектом в условиях конкуренции, получил распространение во всем мире благодаря эффективности его использования как в производственно-коммерческой сфере, так и в других сферах жизнедеятельности. Однако, несмотря на свою популярность в странах с развитой рыночной экономикой, в украинской экономике и в частности в сельском хозяйстве, его роль является весьма незначительной [7].

Интерес к маркетинговой деятельности в аграрном секторе экономики на современном этапе возникает как в непосредственных ее субъектах, так и в экономической науке. Во многих высших учебных заведениях предусмотрена специальная учебная дисциплина. Этой проблеме посвящены труды таких отечественных ученых как Гайдуцкий П. [1], Красноруцкий А. [3], Лозинская Т. [1], Саблук П. [3], Соловьев И. [4], и многих других, в которых они рассматривают

многогранность и разнообразие маркетинга в целом как сферы деятельности, так и отдельных его аспектов.

Такой интерес к маркетингу в аграрной сфере объясняется многими факторами. Ведь ситуация, которая из года в год формируется на рынке сельскохозяйственной продукции, приводит отечественных товаропроизводителей постоянно искать эффективные средства повышения своей конкурентоспособности, а ученых – разрабатывать новые научно-практические методики их применения.

Система агробизнеса функционирует вследствие сочетания процессов производства сельскохозяйственной продукции (сырья), ее переработки, хранения, транспортировки и доведения до потребителя. Различные предпринимательские структуры, способствующие такому сочетанию, образуют комплекс экономических отношений, который называют аграрным маркетингом.

Для эффективного ведения сельскохозяйственного производства в условиях рынка необходимо осознать особенности аграрного маркетинга и учитывать их в хозяйственной деятельности предприятий АПК [4].

Для эффективного планирования и управления бизнесом в сфере агропродовольственного комплекса в условиях жесткой конкуренции, особенно с иностранными товаропроизводителями, и учитывая возможные неблагоприятные погодные условия, сельские товаропроизводители вынуждены внедрять элементы маркетинга в хозяйственной деятельности.

Наиболее эффективно применение маркетинга при разработке стратегии сбытовой деятельности, стимулировании сбыта и организации рекламной деятельности. Продукция агропромышленного комплекса разнообразна, что обуславливает использование более многочисленных маркетинговых подходов в производстве и распределении по сравнению с маркетингом в торговле и отраслях промышленности.

Основной задачей агромаркетинга является активное воздействие на развитие спроса на продукцию предприятий АПК. Управление агромаркетингом означает широкий комплекс стратегических и тактических мер, направленных на эффективное ведение рыночного хозяйства с целью удовлетворения потребностей в сельскохозяйственной продукции, сырье и продовольствии с целью достижения устойчивой прибыльности от результатов хозяйственной деятельности.

Список использованной литературы

1. Лозинська Т. М. Ефективність державного регулювання розвитку економіки аграрної сфери регіону / Т. М. Лозинська, Ю. О. Ульяновченко // Регіональна політика розвитку аграрної сфери: [моногр.] / [за заг. ред. проф. Г. І. Мостового]. – Х.: Вид-во ХарРІ НАДУ "Магістр", 2004. – С. 203 – 225.

2. Саблук П.Т. Основи організації сільськогосподарського ринку / П.Т. Саблук, Д.Я. Карич, Ю.С. Коваленко. – К.: ІАЕ УААН, 2002. – 188 с.

3. Красноруцький О.О. Розвиток маркетингу на ринку агропродовольчої продукції України: монографія / О.О. Красноруцький, Ю.І. Данько – Харків: «Міськдрук», 2009. – 262 с.
4. Соловійов І.О. Агрормаркетинг: системна методологія, реалізація концепції: монографія / І.О. Соловійов. – Херсон: Олди-плюс, 2008. – 344 с.
5. Нуралиев С.У. Маркетинг. Учебник для бакалавров / С.У. Нуралиев; Нуралиева Д. С. – Москва : Дашков и Ко, 2013. – 362 с.
6. Островський П.І. Аграрний маркетинг. Навч. посібник. К: Центр нагальної літератури, 2006. 224 с.
7. Данько Ю.І. Деякі питання еволюції теорії маркетингу / Ю.І. Данько // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. Випуск 18: У трьох частинах. – Черкаси: ЧДТУ, 2007. – Частина III. – с. 41-143.
8. Управління маркетингом в аграрній сфері регіону [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gisap.eu/ru/agra-sphere>.
9. Теоретично-практичний посібник/ Шило В.П., Ільїна С.Б., Доровська С.С., Барабанова В.В. – Київ: ВД «Професіонал», 2006. – 288с.

ЗАРОБІТНА ПЛАТА ЯК ІНСТРУМЕНТ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ТРУДОВОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

Мілаш Р. А.,

студент групи Е-23 Харківського державного університету харчування та торгівлі

Науковий керівник: **Мілаш І. В.,**

к.е.н., доцент, професор кафедри економіки та управління Харківського державного університету харчування та торгівлі

Тривають процеси трансформації економіки, які супроводжуються змінами в діяльності всіх суб'єктів господарювання. Розвиток ринкової інфраструктури змінюють середовище функціонування підприємств, зміст їх діяльності. За таких умов необхідна сучасна організація діяльності підприємств. Визначна роль у цьому належить проблемам мотивації та стимулювання трудової діяльності працівників. Останніми роками система мотивації праці в Україні зазнала змін, більшість із використовуваних систем оплати праці перестали відповідати вимогам, які висуваються до матеріального стимулювання. Спроби часткового реформування системи оплати праці в межах окремих підприємств не привели до сподіваних результатів, оскільки вони спричиняли суперечність між кількістю праці, очікуваною винагородою та отриманою платнею.

Вибір системи матеріального стимулювання праці має бути чітко узгодженим з особливостями і завданнями діяльності кожного підприємства, в іншому випадку не слід розраховувати на ефективність кінцевих результатів.

Головною проблемою, що залишається не розв'язаною, є узгодження фінансових можливостей підприємства у вирішенні питань оплати праці та матеріального стимулювання персоналу із потребами окремого працівника.

Перехід до ринкової економіки, зміна організаційно-правового статусу підприємства, його стратегічних цілей і завдань передбачає здійснення радикальних змін у питаннях мотивації та стимулювання праці персоналу.

Мотивація є рушійною силою поведінки і прагнення людини до активізації дії з метою задоволення як власних, так і суспільних потреб. Вона є зовнішнім або внутрішнім спонуканням економічного суб'єкта до діяльності заради досягнення певних цілей, наявності інтересу до такої діяльності та способів її заохочення. Метою мотивації є забезпечення певної активності та спрямованості дії працівників. Здійснення ефективної мотивації на підприємстві передбачає вивчення потреб персоналу, створення умов для їх задоволення, встановлення конкретних завдань, забезпечення контролю за рівнем активності працівників. За сучасних умов для працівника матеріальне заохочення є визначальним, і головне місце у ньому належить заробітній платі.

Стимулювання праці – це, передусім, зовнішнє спонукання, елемент трудової ситуації, який впливає на поведінку людини у сфері праці. Стимулювання – це матеріальна оболонка мотивації персоналу. Разом із тим, воно несе в собі й нематеріальне навантаження, яке дозволяє працівникові реалізувати себе як особистість і працівника водночас. Стимулювання праці є ефективним лише в тому випадку, коли органи управління вміють добиватися та підтримувати той рівень роботи, який оплачується. Мета стимулювання – не взагалі спонукати людину працювати, а спонукати працювати її краще (більше) того, що обумовлено трудовими відносинами.

Найважливішою частиною системи оплати й стимулювання праці є заробітна плата як один з інструментів впливу на ефективність праці робітника. Це вершина айсберга системи стимулювання персоналу підприємства.

Але мотивацію не можна зводити лише до стимулювання. На сьогодні стимулювання орієнтоване на короткострокові економічні цілі, на досягнення певного результату за певний період. Такий підхід не забезпечує зацікавленості працівників у постійному підвищенні кваліфікації, самовдосконаленні.

Отже, без ефективно організованої системи мотивації та стимулювання праці неможливе стабільне функціонування підприємства. Причому головним елементом цієї системи є заробітна плата, яка призначена створити новий мотиваційний механізм трудової активності персоналу на підприємствах.

ПРОЯВИ ГРІНМЕЙЛУ ТА РЕЙДЕРСТВА В УКРАЇНСЬКІЙ ЕКОНОМІЦІ

Муж П. О.,

Аспірант кафедри обліку, аудиту та економічної безпеки (Українська академія друкарства, м. Львів)

Живко О. В.,

студент за спеціальністю «Менеджмент», факультету № 8 (Львівський державний університет внутрішніх справ)

Науковий керівник: **З. Б. Живко**

д.е.н., професор, Львівський державний університет внутрішніх справ

З країн з розвиненими корпоративними відносинами до нас прийшло поняття «грінмейл», тобто корпоративний шантаж міноритарних акціонерів. Зокрема, недобросовісний міноритарій, який зловживає наданими йому чинним законодавством правами, примушує акціонерне товариство викупити у нього акції за завищеною ціною або надати йому будь-які інші преференції. Саме ця проблематика і спонукає менеджмент підприємства діяти в межах правового поля та забезпечувати своє підприємство.

Як ми вже зазначали, в українську практику корпоративних конфліктів увійшов новий термін "greenmail" ("грінмейл") або "greenmailing" ("грінмейлінг"). Цей термін утворився шляхом фактичного поєднання двох слів англійської мови – "blackmail (blackmailing)", що українською можна перекласти як "шантаж", та "green" – "зелений" (основний колір для сертифікатів на акції в Америці), а також "гроші", "банкноти"[1].

Проблематикою корпоративного шантажу, тобто грінмейлу, займалися такі видатні вчені В.Г. Антонов, З.С. Варналія, А.В. Габова, В.П. Грибанов, В.І. Добровольський, З.Б. Живко, М.Г. Іонцева, А.А. Кирдяк, М.Є. Маслов, О.В. Осипенко, І.С. Шиткін. Сьогодні проблематиці визначення сутності грінмейл та методів здійснення посвячена ціла низка Інтернет-видань.

Батьком грінмейлу прийнято вважати Кеннета Дарта, який у 1992 р., викупив близько 4% зовнішнього боргу Бразилії. Через два роки, коли ця країна домовилася з усіма 700 кредиторами про реструктуризацію свого боргу, один Дарт із запропонованим планом не погодився і зажадав для себе особливих умов. Вести з ним переговори було неможливо, він виставляв за свою згоду астрономічну суму, через що уряд Бразилії був змушений реструктуризувати свої борги без участі Дарта. Однак, не здаючи власних позицій, Дарт подав до суду і в результаті отримав більше 800 млн дол. та підписку на державні облігації цієї держави, випустивши за безцінь власні облігації, пов'язані із зовнішнім боргом Бразилії [11].

Існують два основних напрямки грінмейлера для отримання прибутку:

- спонукати підприємства викупляти власні акції або їх частки за значно завищеною ціною;
- захоплення підприємства за допомогою перехоплення управління, в даному випадку грінмейлер виступає як ланка ланцюга недружнього поглинання підприємства (рейдерства).

Схему класичного корпоративного шантажу на підставі роз'яснення Владислава Грачова можна подати схемою (рис.1) [2].

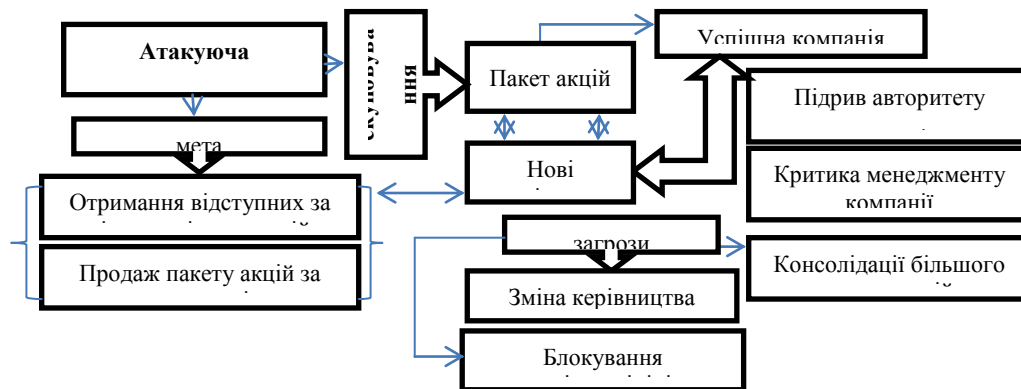


Рис.1. Схема класичного корпоративного шантажу [3, С.71]

Як свідчить практика, міноритарії можуть звертатися до суду з позовами про порушення їхніх прав або подавати сигнали в контролюючі органи про порушення закону, але «злісний міноритарій» буде перешкоджати топ-менеджменту компанії до тих пір, поки його акції не будуть викуплені за завищеною ціною.

Аналіз здійснюваних в Україні рейдерських захоплень дає можливість виділити такі основні ознаки і складові рейдерства:

- завжди недружне поглинання, втрата контролю над підприємством або майном поза волею його власника;
- раптовість здійснення рейдерських атак;
- неефективний менеджмент, який сприяє успішності реалізації рейдерських атак;
- протизаконність дій рейдерів;
- використання судових рішень, які винесені без достатніх законних підстав;
- підтримка з боку державних органів причому як підприємства-жертви, так і компанії-агресора;
- застосування силових методів захоплення;
- використання рейдерами порушень законодавства зі сторони підприємства-об'єкта атаки [4].

Враховуючи обсяги рейдерства в Україні та збитки, які завдаються державі і безпосередньо підприємствам в результаті рейдерських атак, міцні корупційні зв'язки, що існують в органах державної влади України, без яких вдале проведення рейдерської атаки практично неможливе, необхідність боротьби з проявами корупції всередині правоохоронних органів та всередині інших органів державної влади набуває особливої значущості та актуальності, а відтак існує нагальна потреба реалізації наступних заходів [5]:

- проведення відповідних оперативно-профілактичних заходів з перевірки організації діяльності зазначених органів та їх підрозділів;

- притягування до адміністративної та кримінальної відповідальності не лише тих працівників, що вчинили корупційні діяння, а й тих, хто вчасно не припинив злочинні дії підлеглих;
- розроблення відповідних програм й планів заходів та реалізація ефективних та дієвих механізмів впровадження з урахуванням нових реалій сьогодення, зважаючи на нові корупційні схеми;
- налагодження дієвої співпраці між усіма правоохоронними органами шляхом розробки спільних заходів щодо протидії проявам корупції.

Отже, основна особливість грінмейлу полягає у невисвітленні конфлікту у засобах масової інформації – замовчуванні та прикритті; не ідентифікації корпоративного конфлікту як грінмейл.

Заходи протидії грінмейлу з боку держави :

- вдосконалення корпоративного законодавства, реформування судової системи та правоохоронних органів;
- забезпечення контролю за дотриманням чинного законодавства, а також здійснення жорсткого контролю за діяльністю всіх силових структур;
- подолання прогалин у законодавстві про приватизацію об'єктів державної власності.

Список використаних джерел:

1. Несинова С. В. Господарське право України. Навч. посіб./ С. В. Несинова, В. С. Воронко, Т. С. Чебикіна / за заг. ред. С. В. Несинової. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 564 с.
2. Грачов В. Противодействие противоправным поглощениям в современных социально-экономических условиях / Владислав Грачов // Газета «эж-ЮРИСТ» VIP-семинар 16.04.2012г.
3. Живко З. Б. Грінмейл як форма корпоративного шантажу / З. Б. Живко, П. О. Муж, А. І. Вольних // Вісник Хмельницького національного університету. – №3 (212).2014. – Економічні науки. Том. 3. – С.69 – 72. (238 с.).
4. Живко З. Б. Економічна безпека підприємства: сутність, механізм забезпечення та управління. Монографія / З. Б. Живко. – Львів : ЛьвДУВС, 2012. – 230 с.
5. Варналій З. С. Удосконалення державного регулювання у сфері протидії рейдерству / З.С.Варналій, З.Б.Живко // Збірник наукових праць Харківського національного аграрного університету. Вісник ХНАУ. Серія економічна. – №7-2013. – С.81-92 (234 с.)

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Мульгин В.С.,

студент группы РЕ – 51 Харьковского национального автомобильно-дорожного университета

Научный руководитель: **Касатанова И. А.,**

к.э.н., доц. кафедры учета и аудита Харьковского национального автомобильно-дорожного университета

В условиях экономических изменений современное автотранспортное предприятие (АТП), как и любое другое предприятие, производящее товары или услуги, сталкивается со множеством проблем. Источниками повышенной сложности управления являются высокая степень неопределенности рыночной ситуации, сезонная нестабильность спроса на транспортные услуги, ужесточение конкуренции в отрасли, нехватка финансовых ресурсов и т.п. В таких условиях возникает потребность стратегического мышления, которое должно воплотиться в программу действий, уточняющую цели и средства реализации выбранного пути развития АТП, что и является актуальностью данного исследования.

В настоящее время автотранспортные предприятия автомобильного транспорта находятся в кризисном состоянии. В данное время предприятиям приходится работать в условиях отсутствия централизованных заказов, что вызывает крайнюю нестабильность формирования объемов услуг в течение планового периода, следствием чего становится неуверенность предприятий в достижении положительных результатов от их производственно-хозяйственной деятельности. Быстрое формирование рынка автотранспортных услуг, обуславливающее большую степень неопределенности работы предприятий, которая зависит от колебаний рыночной ситуации, развитие предпринимательства и конкуренции сделали невозможным применение только тех инструментов планирования, которые использовались при административно-командной системе, так как они в достаточной степени не отвечают сложившимся реалиям. В настоящее время АТП вынуждены сами искать пути своего развития в условиях динамичной внешней среды, гибко реагировать на ее изменения для сохранения своей конкурентоспособности и обеспечения эффективности развития в условиях рынка.

Стратегическое планирование имеет важное значение с точки зрения определения перспектив развития АТП в условиях вхождения его на рынок. Оно охватывает практически все сферы деятельности АТП и направлено на усиление позиций предприятия на рынке транспортных услуг, расширение сфер деятельности с целью получения максимума прибыли при наилучшем использовании имеющихся потенциальных ресурсов.

Стратегическое планирование формирует основу для множества управленческих решений. В совокупности именно от эффективности и качества разработки и своевременной реализации этих решений зависит в будущем роль и место предприятия на рынке транспортных услуг, его определенных сегментах, насколько указанное место соответствует желанию АТП в целом и задачам её развития на

перспективу. Стратегические планы предприятия должны быть в максимальной степени ориентированными на решения долговременных целей и задач, заключающихся в конечном счете в обеспечении успешной деятельности на перспективу [1].

Стратегия представляет собой детальный всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии организации и достижение её целей. Основная общая цель организации – это четко выраженная причина её существования, обозначается как её миссия. Цели вырабатываются для осуществления этой миссии. После установления миссии и целей проводится анализ внешней среды, при этом основным является определение спроса на транспортные услуги. Далее проводится обследование внутренних сильных и слабых сторон АТП и определяются стратегические альтернативы: ограниченный рост, рост, сокращение, а также сочетание этих трех стратегий.

Стратегический выбор должен быть определенным и однозначным. Таким образом после выбора конкретной альтернативы, АТП занимается реализацией стратегических планов, при этом разрабатывают и устанавливают тактику, политику, процедуры, правила [2].

При выборе стратегических решений можно следующим образом классифицировать процессы:

- процессы использования имеющегося потенциала для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг («производство»);
- процессы создания, наращивания и модернизации потенциала предприятия («воспроизводство»);
- процессы, обеспечивающие создание и развитие самой воспроизводственной базы предприятия («воспроизводство воспроизводства»).

В настоящее время одной из стратегических задач промышленных предприятий должна стать задача повышения уровня качества технологического оборудования, содержащая:

- определение его качественных характеристик для обоснованного включения в прогрессивный парк оборудования с расчетом экономической эффективности от его внедрения;
- разработку и осуществление мероприятий по совершенствованию организации его производства, эксплуатации [3].

На основании выше изложенного материала можно предложить следующие способы поведения автотранспортного предприятия:

- совершенствование системы менеджмента, системы управления персоналом;
- использование возможностей внешней среды для улучшения финансового положения предприятия;
- поиск новых перспективных сегментов рынка, отличающихся стабильностью спроса и требований к услугам, предоставляемых предприятием на современном этапе.

Список литературы

1. Горемыкин В.А. Экономическая стратегия предприятия / В.А. Горемыкин, А.Ю. Богомолов. – М.: Филинь, 2001. – 508 с.
2. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент и предпринимательство: учеб. пособ. для вузов / А.Т. Зуб. – М.: Аспект Пресс, 2002.
3. Гольдштейн Г.Я. Стратегический менеджмент: учеб. пособ. / Г.Я. Гольдштейн. – Таганрог: ТРТУ, 2003. – 94 с.

УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Розумна А.

студентка групи УП-111 Чернігівського національного технологічного університету

Науковий керівник: Калінько І. В.,

к.т.н., доцент кафедри управління якістю та проектами Чернігівського національного технологічного університету

Глобалізація ринків, постійний ріст темпів науково-технічного прогресу зумовлюють вирішення нових завдань, від яких залежить розвиток вітчизняних підприємств в умовах жорсткої світової конкурентної боротьби.

Пошук шляхів підвищення ефективності виробництва поряд з розвитком сучасних інформаційних технологій викликають зміни в традиційних формах організації та управління підприємством. Основою оперативного управління є система управління виробничими процесами і інформаційними потоками на підприємстві. Ефективне управління і розвиток підприємства неможливі без використання системи управління інформацією. Виконання складних проектів пов'язано з численними транзакціями, що вимагає систематизації інформації, відповідної методології і функціональності. Інформаційні системи управління підприємством виступають найефективнішим і економічним засобом регламентації діяльності компанії в рішенні конкретних задач, дозволяють досягти узгодженості у взаємодії на всіх рівнях підприємства.

Розгляд системи управління підприємством як специфічної відкритої системи дозволить реалізувати системний підхід до вирішення задач управління інформацією на підприємстві. Ефективність такої системи залежить від того, наскільки правильно будуть визначені її компоненти, сформована її структура, впроваджені ефективні технологічні схеми перетворення інформації, повнота інформації. Тому центральне місце займає інформаційна база, яка включає дані і знання, що відносяться до управління проектами, так і інформацію, що використовується для вирішення функціональних задач управління підприємством [1].

Значні об'єми інформації в системі при великій територіальній віддаленості філій підприємства робить актуальними задачу створення єдиної системи локальних

баз даних, що функціонують під загальним управлінням [2]. Система управління підприємством проектується як орієнтована в першу чергу на роботу з інформацією у вигляді документів, що припускає заміну ручних методів обробки документів автоматизованими процедурами. Компанія за допомогою Internet обмінюється інформацією з обласними офісами, має центральну базу даних, де накопичується інформація про роботу всієї системи. Обласні офіси в свою чергу пов'язані з базами даних, в яких знаходиться інформація по роботі регіональних відділень.

Система управління інформацією, використання інформаційних ресурсів, забезпечення повноти, оперативності, якості надання сервісних послуг є основою ефективного функціонування підприємства на ринку. Впровадження системи управління інформаційними потоками підприємства дозволить інтегрувати ресурси підприємства в єдину працюючу систему та забезпечить інформаційну прозорість і ефективність ділових процесів в реальному режимі часу.

Список використаних джерел

1. Бажин И.И. Информационные системы менеджмента. – М.: ГУ-ВШЭ, 2000. – 688с.
2. Каратыгин С. Базы данных: простейшие средства обработки информации: системы управления базами данных. – М.: АБФ, 1995.

ЕКОНОМІЧНІ МЕТОДИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ

Сойма С. Ю.

к.е.н., доцент кафедри міжнародного бізнесу, логістики та менеджменту ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Методи являють собою важливий елемент процесу менеджменту. Наявність прогресивних методів та їх вміле використання є передумовою ефективності менеджменту і господарських процесів.

Метою статті є теоретичне обґрунтування економічних методів менеджменту та їх удосконалення.

Особлива роль методів менеджменту полягає у тому, щоб створити умови для чіткої організації процесу управління, використання сучасної техніки і прогресивної технології організації праці та виробництва, забезпечити їх максимальну ефективність при досягненні поставленої мети. Таким чином, зміст поняття "методи менеджменту" витікає із суті і змісту управління і відноситься до числа основних категорій менеджменту [1].

Група економічних методів орієнтована на економічні інтереси людей, як індивідуальні, так і колективні. Ці методи реалізуються шляхом створення системи прямого та побічного стимулювання окремих працівників, виробничих та управлінських груп і трудового колективу в цілому залежно від результатів господарської діяльності.

Економічні методи в менеджменті посідають центральне місце серед системи наукових методів управління трудовою діяльністю людей, оскільки на підставі їх встановлюється цільова програма господарського розвитку окремих підприємств і організацій та визначається такий режим роботи і такі стимули, які об'єктивно спонукають та зацікавлюють колективи і окремих працівників в ефективній праці. До складу економічних методів менеджменту належать організаційно-виробниче планування, метод цільових комплексних програм, комерційний розрахунок, система економічних регуляторів господарської діяльності.

Планування – це процес визначення головних цілей організації, ресурсів, необхідних для їх досягнення, та політики, направленої на придбання та використання цих ресурсів [2].

Отже, суттєвою проблемою для науковців і практиків-менеджерів є створення сучасної методології внутрішньо-виробничого планування господарської діяльності.

Планування як метод управління, охоплює всю багатогранність господарської діяльності організації чи підприємства. Однак існують проблеми, які потребують розробки спеціальних планових програм їх розв'язку, концентрації засобів та зусиль і навіть створення спеціального апарату, який керує ходом виконання даних програм. У цих випадках застосовується метод цільових комплексних програм.

Програмно-цільове управління за останні роки одержало інтенсивний розвиток у зв'язку з необхідністю вирішення найбільш складних завдань управління технологічними, організаційними та соціально-економічними системами. Специфіка даних завдань полягає у тому, що в подібних системах виникають нові цілі, для яких не має в наявності механізмів досягнення.

Отже, цільова комплексна програма – це намічений для планомірного здійснення, об'єднаний єдиною метою та прив'язаний до певних термінів комплекс взаєпов'язаних завдань та адресних заходів соціального, економічного, наукового, технічного та організаційного характеру [3].

Ефективність реалізації плану чи ЦКП залежить від механізму регулювання системи економічних взаємовідносин на рівні окремих підприємств, організацій і галузей. Таким механізмом в умовах ринкової економіки є комерційний розрахунок

Комерційний розрахунок базується на загальних принципах ринкової економіки: максимальній розкріпаченості економічних суб'єктів; повній їх відповідальності за підсумки господарської діяльності; конкуренції виробників товарів та послуг; вільному ціноутворенні; відмові держави від прямої участі в господарській діяльності ринкових суб'єктів; соціальній захищеності громадян. Іншими словами, необхідною умовою ефективного функціонування ринкового механізму регулювання економіки є наявність незалежних, самостійних, володіючих свободою господарської ініціативи і підприємництва суб'єктів ринкових відносин [4].

Регулювання діяльності конкретного суб'єкту господарювання здійснюється також системою більш високого рівня по відношенню до нього. Такими регуляторами господарської діяльності виступає централізоване створення фондів

капітальних вкладень, підготовки кадрів, резервних фондів, фондів страхування, розвитку науки і техніки та внутрішньогосподарські відрахування.[5]

Система економічних регуляторів господарської діяльності повинна бути гнучкою, негайно реагувати на зміну економічної ситуації. Нині застосовується досить широкий арсенал цих регуляторів. Надалі, в умовах розвинутого ринку, кількість таких регуляторів зменшиться, однак ринок не передбачає повної відмови від економічного регулювання господарських процесів.

Список використаних джерел

1. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 236 с.
2. Грабовецький Б.Є. Економічне прогнозування та планування. – К.: МАУП. – 2003. – 200 с.
3. Жовнович Р.І. Планування діяльності підприємства як метод менеджменту // Фінанси України – 2007. – №1. – с.19-24.
4. Лесів Й.Сучасний менеджмент в ринковій економіці. –К.: КНЕУ, 2004 – 256с.
5. Мельник О.Г. Методи менеджменту// Фінанси України. – 2007. – №12 (97). – с. 37 – 46.

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ОЗНАК КЛАСИФІКАЦІЇ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

Терентьєв В. А.

магістр групи 561 м Національної Академії Національної гвардії України

Науковий керівник: **Чирва Ю. Є.**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту та військового господарства Національної Академії Національної гвардії України

Визначальним і стратегічно важливим чинником підтримання й укріплення майновим станом підприємства є управління його оборотними активами.

Оборотні активи – це ті активи, без яких неможливе ведення господарської діяльності підприємства. Оборотні активи – це грошові кошти та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців з дати балансу.

З метою визначення передумов, проблем та особливостей управління оборотними активами та їх окремими складовими, їх необхідно систематизувати. Економічно обґрунтована класифікація оборотних активів є важливою передумовою успішної організації бухгалтерського обліку, оскільки від цього залежить здатність своєчасно і чітко управляти оборотними активами, можливість оперативного аналізу і прогнозування, що в кінцевому підсумку впливає на обґрунтованість управлінських рішень.

Вивчення існуючого стану методичних розробок з досліджуваної проблематики [1-3] дало змогу систематизувати наступні ознаки класифікаційні оборотних активів підприємства.

1. Залежно від участі в кругообігу можна виділити оборотні активи у сфері виробництва та оборотні активи у сфері обігу. Співвідношення активів за такою класифікаційною ознакою залежить від сфери діяльності суб'єкта господарювання та особливостей організації виробництва, постачання та збуту.

2. За характером фінансових джерел формування виділяють валові, чисті та власні оборотні активи. Валові оборотні активи формуються за рахунок як власного, так і позикового капіталу – короткострокового та довгострокового. На відміну від валових активів джерелом фінансування чистих оборотних активів є лише власні та прирівняні до них кошти, а саме, довгострокові пасиви. Власні оборотні кошти прийнято розраховувати як різницю між валовими оборотними активами підприємства і довгостроковим позиковим капіталом та короткостроковими фінансовими зобов'язаннями підприємства.

3. За періодом функціонування виокремлюють постійну та змінну частину оборотних активів підприємства. Постійні оборотні активи – це та частина оборотних активів, яка необхідна для забезпечення мінімальних потреб безперебійного функціонування. Змінні оборотні активи – це та частина оборотних активів, потреба у яких зумовлена періодичними змінами. Для фінансування змінних оборотних активів доцільно використовувати короткотермінові джерела, а для постійної їх частини – довготермінові. Водночас, як зазначають відомі американські вчені Ван Хорн і Дж. Ваховіч, важливе значення для оцінювання оптимального співвідношення між ризиком і рентабельністю має побудова графіка термінів погашення кредиторської заборгованості. Тобто, "яку маржу безпеки слід закласти в календарні плани погашення заборгованості на випадок несприятливих коливань у поступленні грошових коштів" [2, с. 373].

4. Залежно від методів планування та регулювання розрізняють нормовані та ненормовані оборотні активи. До нормованих оборотних активів відносяться оборотні активи сфери виробництва – виробничі запаси (сировина, основні матеріали, допоміжні матеріали, паливо, тара) та незавершене виробництво. До ненормованих оборотних активів – оборотні активи сфери обігу (готова продукція, товари, грошові кошти та їх еквіваленти, дебіторська заборгованість, векселі одержані, поточні фінансові інвестиції). Нормування оборотних активів є обов'язковим елементом політики підприємства щодо ефективності їх використання. Дуже важливе значення має своєчасний перегляд підприємством норм та нормативів оборотних активів, оскільки це є одним із заходів ліквідації зайвих або надлишкових оборотних активів.

5. За видами розрізняють: запаси сировини, матеріалів, напівфабрикатів; запаси готової продукції; дебіторську заборгованість; грошові кошти та інші види оборотних активів.

6. За рівнем варіабельності розміру оборотні активи їх можна поділити на постійні та тимчасові. Постійними оборотними активами вважають такі, що постійно перебувають у розпорядженні підприємства (протягом часу, що розглядається), визначають мінімальну потребу в них, що забезпечує господарську діяльність, є основою постійного оборотного капіталу. При виникненні додаткової потреби в коштах утворюється змінний (тимчасовий) оборотний капітал. Тимчасовими оборотними активами називають такі, обсяг яких коливається відповідно до сезонних потреб виробництва та реалізації продукції або до циклічних змін кон'юнктури ринку. У певні періоди часу тимчасові оборотні активи набувають нульового значення. У різних галузях економіки склад та структура оборотних активів різні та залежать від галузі, складу витрат та виду продукції, що випускається, особливостей матеріально-технічного постачання тощо.

Таким чином, здійснена систематизація ознак класифікації оборотних активів сприятиме підвищенню ефективності управління ними.

Список використаних джерел

1. Бланк И.А. Управление активами [Текст] / И.А. Бланк. К.: Ника-Центр, Эльга, 2000. – 720 с.
2. Ван Хорн Дж. Основы финансового менеджмента [Текст] / Дж. Ван Хорн, Дж. Вхович. – М. : ООО "И.Д. Вильямс", 2008. – 1232 с.
3. Носов П. Л. Сучасна класифікація оборотних активів [Текст] / Л.П. Носов // Економіка і держава. – 2010. – № 7. – С.43-46.

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ГЕРІАТРИЧНИХ УСТАНОВ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Трищук О. М.,

студентка групи МУП-111 Чернігівського національного технологічного університету

Науковий керівник: **Кичко І. І. ,**

доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці Чернігівського національного технологічного університету

Особливої актуальності набуває питання вдосконалення системи управління персоналом у геріатричних установах у зв'язку з тим, що економіка України характеризується кризовими явищами, розшаруванням суспільства, соціальною, політичною, економічною нестабільністю, несприятливою екологічною ситуацією. Ці чинники зумовлюють погіршення здоров'я населення, а демографічні умови призводять до посилення проблеми самотності серед непрацездатних та осіб похилого віку. Актуальності процесам управління додає той факт, що можливими чинниками підвищення ефективності будь-якого економічного процесу є фінансові та кадрові елементи. Збільшення фінансування геріатричних закладів на сьогодні є проблематичним, тому на перший план виходить кадровий аспект.

У сучасних, складних для країни умовах геріатричним закладам необхідна організація ефективної діяльності працівників; розміщення персоналу відповідно до завдань, з урахуванням здібностей і фахової підготовки працівників; належний контроль за умовами праці; підвищення ролі навчання персоналу; організація всіх видів професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації відповідно до індивідуальних потреб і вимог підопічних геріатричної установи [2].

У геріатричних установах України система навчання та підвищення професійної підготовки працівників не фінансується належним чином. Рівень освіти, стаж працівників, вік, а також рівень оплати праці персоналу не відповідають завданням реалізації активної кадрової політики.

Управління персоналом є специфічною функцією управлінської діяльності, основним об'єктом якої є люди, що входять в певні соціальні групи чи трудові колективи. Гарантією результативного управління персоналом є гнучка, адаптивна організаційно-правова структура, орієнтована на балансування організаційної поведінки працівників та належна допомога підопічним геріатричної установи [1].

Проблеми геріатричного закладу пов'язана з проблемою управління персоналом. Проте у більшості таких установ функції управління персоналом розподілені між різними підрозділами: відділом кадрів, відділом організації праці і заробітної плати, відділом техніки безпеки, тобто ніхто персонально займається використанням трудового потенціалу працівників.

До вдосконалення системи управління персоналом призводять проблемні ситуації діяльності геріатричних установ, а саме: з переходом держави до ринкової економіки основи господарювання ще не зовсім пристосувались до сучасних умов діяльності; не повністю реалізується потенціал підлеглих; значення управління персоналом не відповідає змісту поставлених цілей; не в повній дотримана виконана технологія вивчення і втілення у практику наукових розробок у галузі управління персоналом; система підбору керівних кадрів для медичного персоналу потребує пошуку нових методів та методик цього підбору тощо.

Покращення управління працівниками з економічної точки зору сприяє зростанню ефективності роботи геріатричної установи. У соціальному аспекті зміни в системі управління персоналом мають бути направлені на максимальне використання і розвиток здібностей співробітників закладу, а також на створення сприятливих умов для осіб, які знаходяться на утриманні даної установи [3].

Економічна та соціальна мета є взаємопов'язаними елементами, адже спрямовані на професійну підготовку трудового колективу, сприятливий соціально-психологічний клімат і відповідний догляд людей похилого віку, що є головною умовою діяльності закладу. Обрання правильних методів покращення системи управління персоналом є передумовою результативної роботи щодо проблем управління співробітниками.

Оптимізація системи управління персоналом геріатричної установи полягає у проведенні комплексу заходів, а саме: впроваджені програм навчання і розвитку

працівників з метою підвищення у них професійного рівня, а також правильному розумінні, медичним персоналом, своєї ролі на дорученій роботі; розроблення системи матеріальної і нематеріальної мотивації, що дає можливість виробити політику стимулювання праці і набір стимулів, спрямованих на залучення кандидатів, що відповідають усім необхідним вимогам, а також сприяє утриманню вже найнятих працівників; організації системи забезпечення і підтримки якості медичної допомоги із її стандартизацією, регулярний перегляд запроваджених стандартів; необхідно реалізувати програми з підвищення рівня задоволеності працею, лояльності до установ, формування в них мотивів для досягнення цілей; вдосконалення організаційної культури.

Список використаних джерел

1. Менеджмент организации // под ред. д.э.н.,проф. Румянцевой З.П., д.э.н.,проф. Соломатина Н.А., М. ИКФА-М, 2008 г.
2. Колот А. М. Соціально-трудова відносина: теорія і практика регулювання: Монографія. – К.: КНЕУ, 2006. – 230 с.
3. Щекин Г. В. Теория кадровой политики: Монография. – К.: МАУП, 2003. – 176 с.

БАЗОВІ СКЛАДОВІ РИНКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Трубей К. А.,

студентка 4 курсу, 27 групи факультету економіки, менеджменту та психології КНТЕУ

Науковий керівник: **Ганечко І. Г.,**

к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів КНТЕУ

В сучасних умовах функціонування підприємства першочергового значення набуває процес забезпечення стабільної присутності на ринку конкурентоздатної продукції (товарів, послуг). Ринкові передумови вимагають від власників (керівників) оперативної оцінки можливостей підприємства, оцінки ефективності управлінських рішень, оцінки вартості підприємства та загалом його потенціалу на вітчизняних та міжнародних ринках. Тривале функціонування на ринку є однією із цілей стратегічного управління підприємством. Специфіка стратегічних рішень накладає істотний відбиток на всю систему управління, яка базується на довгостроковому прогнозі. Дослідження доводять, що передбачення перспективних можливостей діяльності може стати стійким фундаментом для функціонування та розвитку підприємства в майбутньому [1].

На думку сучасних науковців ринковий потенціал підприємства визначається компіляцією трьох базових складових, а саме: ринкових можливостей, внутрішніх ресурсів підприємства, ефективністю бізнес-процесів. Перша складова знаходиться, здебільшого, за межами впливу підприємства і відноситься до зовнішніх чинників

формування його потенціалу. Решта складових розкривають його внутрішній потенціал і виступають об'єктами управління.

Так, потенційні можливості підприємства на конкретному ринку визначаються особливостями і перспективами розвитку попиту на товари, позиціями конкурентів, їх сильними і слабкими сторонами, динамікою цін тощо. Важливою характеристикою ринку є його місткість, під якою розуміють максимально можливий обсяг продажу конкретного товару протягом певного періоду часу, виражений у натуральних або вартісних одиницях. Дослідження рівня розвитку конкуренції дозволяє підприємству визначити перспективну частку ринку, що створює основу для об'єктивної розробки його стратегії розвитку. Основними інструментами дослідження потенціалу ринку є SWOT-аналіз, SPACE-аналіз, метод експертних оцінок тощо.

Внутрішній потенціал підприємства обумовлюється, передусім, його ресурсними можливостями та включає такі його компоненти: кадровий потенціал (інтелектуальний, психофізіологічний, кваліфікаційний, соціальний), фінансовий (сформований за рахунок власного та позикового капіталу), матеріальний (технічний, технологічний), просторовий потенціал (потенціал нерухомості, потенціал місця розташування), репутаційний потенціал (потенціал ділової репутації, бренду, торгової марки), інформаційний потенціал (потенціал інформаційної бази, інформаційних технологій) [2].

Не применшуючи значення ресурсів як базису формування потенціалу підприємства, варто підкреслити, що сама по собі їхня наявність не генерує створення нової вартості. Другою, не менш важливою складовою є організація та ефективне здійснення бізнес-процесів. Основними компонентами цієї складової виступають підприємницькі здібності власників бізнесу (топ-менеджерів) та компетенції інших працівників, що значною мірою визначає систему менеджменту, її гнучкість, адаптивність.

Усі зазначені параметри ринкового потенціалу підприємства, зумовлюють внутрішні можливості підприємства та можуть забезпечити його конкурентні переваги в ринковому середовищі.

З урахуванням наведеного, ринковий потенціал підприємства можна визначити як його можливість задовольнити наявні та перспективні потреби споживачів шляхом максимального використання власних ресурсів, здібностей та компетенцій.

Список використаних джерел

1. Сабадирьова А. Л. Формування ринкового потенціалу промислового підприємства. [Електронний ресурс]. / А. Л. Сабадирьова – Режим доступу : <http://www.uran.donetsk.ua/>.
2. Краснокутська, Н. С. Управління потенціалом торговельного підприємства [Текст]: монографія / Н. С. Краснокутська. – Х. : Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі, 2012. – 354 с.

ВИЗНАЧЕННЯ КЛЮЧОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Фастівець Д. С.,

студент групи 6 ЕМБ Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка,

Науковий керівник: **Яценко К. О.**

асистент кафедри туризму та адміністрування Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка.

В умовах стрімкого та динамічного розвитку національної економіки особливої важливості для утримання та розвитку конкурентоспроможності підприємств набуває виділення та активізація компетенцій персоналу.

Питаннями визначення і розвитку такої категорії як «компетенції» займалися такі корифеї економічної думки як Ф.Герцбер, П.Друкер, А.Маслоу, М.Мескон, Е.Мейо, Ф.Тейлор, О.П.Єрошин, Т.П.Максименко, М.Д.Виноградський.

Розрізняють поняття «компетенція», «професійна компетенція» тощо.

Компетенція розуміється як сукупність предметів відання, завдань, прав і обов'язків державного органу або посадової особи, що визначаються законодавством.

Професійна компетенція – це здатність успішно діяти на основі практичного досвіду, умінь та знань при вирішенні поставлених професійних завдань.

Компетенція працівника визначається як коло питань, в яких поєднують його знання та вміння на визначений час.

На рівні підприємства задля визначення компетенцій проводять оцінку наявних ресурсів, можливостей, знань та умінь персоналу, який працює на даному підприємстві; оцінку потреб підприємства у персоналі у відповідності з цілями, завданнями та обраної стратегії та порівняння потреб із наявними на підприємстві ресурсами.

На основі одержаної інформації визначають: яка кількість персоналу підприємства відповідає обраній стратегії, цілям і завданням підприємства і не потрібно проводити перепідготовку; якій кількості персоналу підприємства потрібно провести навчальні тренінги.

Управління компетенцією на рівні окремо взятої особистості полягає в оцінці своїх можливостей у відповідності з вимогами посади працівника. Така оцінка дає можливість особі активізувати одержані раніше знання, інформацію та навички. Відповідно до цього персона формує мету своєї діяльності на обраній посаді та приймає для себе рішення: чи відповідають його компетенції вимогам посади чи необхідне додаткове навчання.

Згідно з проведеними дослідженнями ключові компетенції персоналу виробничого підприємства можна згрупувати у основних чотири блоки (рис.1):

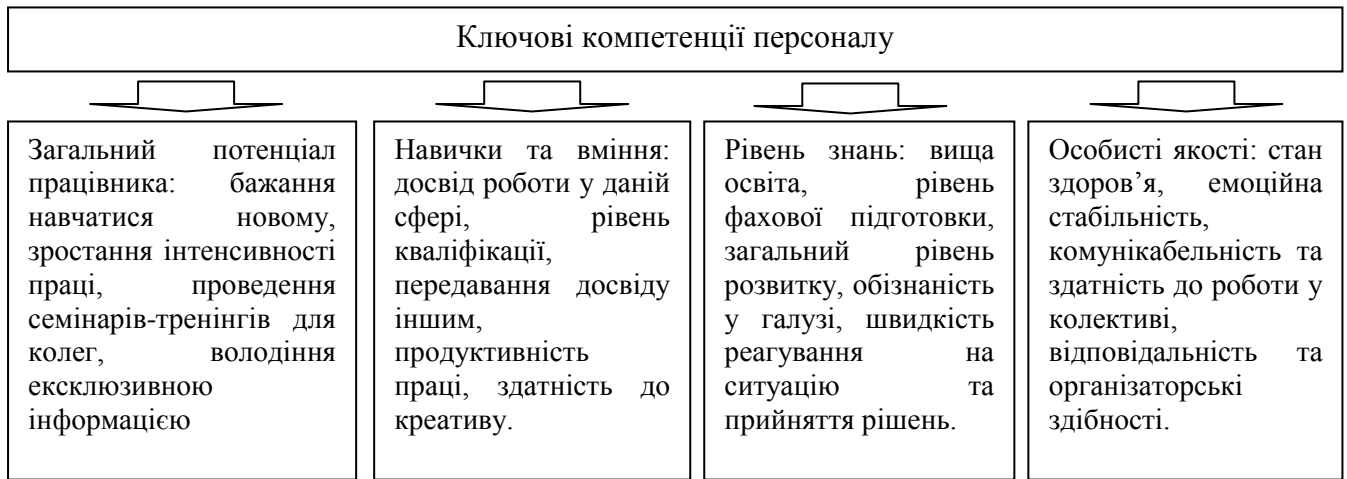


Рис.1 Ключові компетенції персоналу виробничого підприємства.

Отже, визначення та розвиток професійних компетенцій працівників підприємств набуває особливого значення в умовах постійного розвитку бізнес-технологій, оскільки більшість керівників організацій, які володіють певними фінансовими, інформаційними та технологічними ресурсами усвідомлюють що все ж таки саме людські ресурси є ключовими.

Список використаних джерел:

1. Словник іншомовних слів, За редакцією О. С. Мельничука, Головна редакція Української Радянської Енциклопедії Академії Наук Української РСР (АН УРСР), Київ – 1974.
2. Сотнікова Д.В. Ідентифікація поняття стратегічних ресурсів підприємства. – Ефективна економіка, №10, 2012.

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ОПЕРАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Фесенко А. С.

студентка магістратури факультету «Менеджмент і економіки» спеціальності «Менеджмент організацій та адміністрування» (за видами економічної діяльності) Харківського національного аграрного університету ім.В.В. Докучаєва

Науковий керівник: **Пономарьова М. С.**

к.е.н., доцент кафедри виробничого менеджменту та агробізнесу Харківського національного аграрного університету ім.В.В. Докучаєва

Важлива роль операційного менеджменту та підвищення ефективності функціонування сучасного виробництва відводиться інформаційним аналітичним системам, до складу яких входить і система оперативного управління виробництвом, яка зорієнтована на вирішення задач планування, обліку й контролю, прогнозування й аналізу відхилень від запланованого перебігу виробництва, вироблення й прийняття управлінських рішень.

Однак ускладнення виробництва, супроводжуване ростом складності розв'язуваних задач і підвищенням втрат від неточного і несвоечасного прийняття управлінських рішень, висуває необхідність удосконалювання методів оперативного управління виробництвом. Бажання підвищити якість рішень, що приймаються, наштовхується на граничні можливості існуючих методів, алгоритмів і програмних засобів.

Руйнівна економічна політика, незбалансованість комплексу суспільних чинників (соціальних, політичних, психологічних), відсутність пріоритетів сфер виробництва призвели до майже повного знищення тваринництва України, на довгі роки зупинили розвиток рослинницьких галузей. Основу сільськогосподарського виробництва та аграрного ринку в Україні складають зернове виробництво і зерновий ринок. Нестабільність зернового виробництва і зернового ринку призводять не тільки до послаблення аграрного виробництва в цілому, а й до підвищення соціальної напруги у суспільстві, як це мало місце у другій половині 2003 року. Виробництва зерна та розвиток його ринку віддзеркалюють стан економіки всього аграрного сектора. У ньому відбивається вся сукупність нерозв'язаних проблем.

На ринку продукції рослинництва спостерігається незбалансованість попиту і пропозиції, дається взнаки недостатня розвиненість інфраструктури. Товарообмін здійснюється переважно з допомогою посередників, а товаро-виробники не стали його реальними учасниками.

Цінова ситуація та попит на продовольчі товари не прогножуються. Ціни формуються під впливом регіональної собівартості продукції, попиту, пропозиції та інших факторів. Нестійкість динаміки виробництва продукції рослинництва поряд з іншими факторами призводить до коливання рівня затрат на 1 гектар посіву і собівартості одиниці продукції, а недосконалість цінової політики – до зниження прибутковості та рентабельності галузі.

Одна з найголовніших проблем, що стримує розвиток, – не створено середовища для притоку інвестицій. Україна може в'ятеро збільшити виробництво сільськогосподарської продукції, але для цього потрібні сучасні технології та інвестиції. Масового поширення такого досвіду немає через високі політичні ризики в країні. Зміна політики влади стосовно агробізнесу: то фіксують ціни на продукцію, то забороняють її переміщення, то встановлюють обмеження на експорт, то надають певні преференції державним структурам і т. ін. Приблизно 50% ризиків лежить саме в політичній площині, тобто це непередбачувані дії влади, які є неадекватними в умовах ринку, і суб'єкти ринку абсолютно не можуть спрогнозувати перспективу ведення свого бізнесу.

Інші ризики, які належать до економічної площини, повинні регулюватися професійними діями урядовців. Треба вдосконалювати структуру аграрної економіки, формувати ринок землі, запроваджувати іпотечне кредитування, завершувати формування ринкової інфраструктури агросектору, впроваджувати

системи управління й мінімізації ризиків – це ті головні пріоритети, на яких повинна зосереджуватися державна політика. Тобто нам конче потрібно формувати якісно нову аграрну політику, спрямовану на зростання інвестиційної привабливості АПК.

Основне завдання сільського господарства це забезпечення інтенсивного розвитку та підвищення ефективності всіх його галузей з метою збільшення виробництва і поліпшення якості продукції, більш повне задоволення потреб населення в продуктах харчування і промисловості в сировині. Операційний менеджмент – це комплексна система забезпечення конкурентоздатності товару, що випускається на конкурентному ринку. Вона включає питання побудови виробничих і організаційних структур, вибору організаційно-правової форми управління виробництвом, збуту і фірмового обслуговування товару відповідно до попередніх стадій життєвого циклу.

Сучасні тенденції розвитку суспільства спираються на принципово нові моделі та засоби проектування, організації й сумісного оперативного управління виробничими й бізнесовими процесами на базі створення і постійного удосконалення інформаційних комп'ютерних технологій. Перспективним напрямком розвитку інформаційних технологій вважається використання математичного моделювання й багатокритеріальної оптимізації організаційно-технологічних і виробничих процесів.

Список використаної літератури:

1. Савченко В.Д. Операційний менеджмент: Навч. Посіб. / В.Д. Савченко. – Харк. Нац. Аграр. Ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Х., 2006. – 275 с.
2. Михайлівська О.В. Операційний менеджмент: підручник / О.В. Михайлівська. – К.: Кондор, 2008. – 600 с. // [http://www. Bookshop. Ua / Asp /annot. Asp?Bid=4036731](http://www.Bookshop.Ua/Asp/annot.Asp?Bid=4036731)
3. Омеляненко Т.В. Операційний менеджмент: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Т.В. Омеляненко, Н.В. Задорожна . – [Електронна бібліотека підручників] // [http:// studentam.kiev.ua/content/view/728/98/](http://studentam.kiev.ua/content/view/728/98/)
4. Осовська Г.В. Основи менеджменту: Навч. Посібник для студентів вищих навчальних закладів / Г.В. Осовська. – К.: «Кондор», 2003. – 556 с.

ОСНОВНІ АСПЕКТИ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «ЗАЙНЯТИСТЬ НАСЕЛЕННЯ»

Шмиговська О. Г.,

студентка групи ВУ-12-1, Дніпропетровського національного університету ім. О. Гончара

Науковий керівник: **Федотова Т. А.,**

к.е.н., доцент кафедри економіки та управління національним господарством Дніпропетровського національного університету ім. О. Гончара

Сьогодні одним із найголовніших компонентів дослідження соціально-економічного становища суспільства України стає ринок праці, його формування та прогнозування майбутнього розвитку в умовах поки що нестабільної ринкової економіки, регулювання та підтримка з боку держави. Одним із найважливіших критеріїв стабілізації та формування курсу на становлення сталої економіки є дослідження та підвищення рівня зайнятості населення.

Для дослідження стану ринку праці, можливостей підвищення ефективності його регулювання необхідно розуміти сутність поняття «зайнятість населення».

Слово «зайнятість» означає приєднання до трудового руху, зайнятість роботою, тобто якусь трудову діяльність людини.

Першочергово необхідно розглянути теоретико-правову сутність дефініції. Згідно із Законом України «Про зайнятість населення» «зайнятість – це не заборонена законодавством діяльність осіб, пов'язана із задоволенням їх особистих та суспільних потреб з метою одержання доходу (заробітної плати) у грошовій або іншій формі, а також діяльність членів однієї сім'ї, які здійснюють господарську діяльність або працюють у суб'єктів господарювання, заснованих на їх власності, у тому числі безоплатно» [1].

Вивченням сутності поняття «зайнятість населення» в ринкових умовах займалися та продовжують займатися такі відомі вчені, як А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс, А. Маршал, Дж. Кейнс, М. Фрідман, А. Філіпс, А.Оукен, Л. Рофе, В. Онікієнко, М. Шаленко, В. Онищенко, Н. Павловська, Ф. Поклонський та інші.

Зайнятість віддзеркалює різні аспекти життя суспільства, які існують у взаємозв'язку і взаємозалежності, досліджується представниками не тільки економічних, а й інших суспільних наук і тому має складний зміст.

З економічної точки зору зайнятість означає систему економічних відносин щодо забезпечення працездатного населення робочими місцями, визначення способу його участі в суспільному господарстві та одержання необхідних засобів до існування. Зайнятість населення характеризується визначеністю сфери і виду трудової діяльності; забезпеченістю людини конкретним робочим місцем; задоволеністю особистих потреб працівників, пов'язаних з рівнем оплати праці, характером та умовами праці, тривалістю робочого часу, інтенсивністю праці та її охороною, тощо [5].

Юридичний аспект зайнятості пов'язує її з реалізацією конституційного права людини на працю (ст. 43 Конституції України [2]). Конституція України покладає на державу завдання створювати умови для реалізації права громадян на працю, допомогу у працевлаштуванні і матеріальну підтримку в разі втрати роботи, захист від безробіття, не допускати обов'язкової, примусової праці (крім випадків, спеціально встановлених законодавством).

Соціально-демографічний аспект сутності поняття відбиває питання, пов'язані із статево-віковими характеристиками тих, хто працює, їх рівнем освіти та кваліфікацією. Ця сторона зайнятості населення важлива для розуміння деяких

причин певного рівня зайнятості та безробіття, оскільки кожна статевовікова група з певними знаннями і навичками має свою особливу поведінку на ринку праці [3].

Культурний аспект категорії «зайнятість населення» демонструє виконання певних норм (зовнішній вигляд, мова та ін.), правил поведінки на робочому місці, в суспільстві загалом. Деякі науковці досліджують зайнятість населення через культуру праці, яка є невід'ємною складовою успіху в трудовій діяльності кожного працівника, передумовою дієздатності економіки на всіх рівнях, ознакою конкурентоспроможності трудового потенціалу індивіда на ринку праці. Остання є показником ступеня реалізації потенційних можливостей людини, що дає змогу досягти в трудовій діяльності більш високих результатів, задоволення від яких стимулює людину до самовдосконалення та творчості [4]. Таким чином, в культурному аспекті зайнятість розглядається як розвиток особистості в процесі праці та її інтелектуальне збагачення.

Отже, сутність поняття «зайнятість населення» є комплексним та дуже багатограним. Зайнятість як залежить, так і сама впливає на всі найбільш важливі сфери життя людини: економічну, юридичну, соціально-демографічну, культурну. Її роль та значення важко переоцінити, адже зайнятість прямо впливає на показники розвитку соціально-економічних відносин у суспільстві, становлення державності та національної самосвідомості, формує професійні аспекти культурного розвитку суспільства.

Список використаних джерел

1. "Про зайнятість населення": Закон України від від 05.07.2012 № 5067-VI // Голос України. – 18.08.2012. – с 153-154.
2. Конституція України, Закон від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР.
3. Кузьменко Ю. Культура праці як чинник нарощення людського капіталу // Педагогічний альманах, №4. – 2009 – с. 182-185.
4. Радіонова О. Зайнятість у великих містах: сучасний економіко-теоретичний аналіз: монографія. – Х.: ХНУМГ. – 2014. – 178 с.
5. Рофе А.И. Рынок труда, занятость населения, экономика ресурсов труда: уч.пос. – М.: МИК, 2007. – 160 с.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Юник Д. С.

студентка группы Б-41 Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Научный руководитель: **Харитонов Ю. В.**

ассистент кафедры банковского дела, анализа и аудита Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Одним из приоритетных направлений развития торговли, закрепленных Концепцией реализации государственной политики в сфере внутренней торговли и общественного питания, выступает осуществление комплекса мер по улучшению финансового состояния и обеспечению эффективной деятельности субъектов торговли [1]. При этом важным элементом такой деятельности выступает эффективное использование трудовых ресурсов.

Эффективность использования трудовых ресурсов организации – экономическая категория, отражающая результативность использования труда с точки зрения его отдачи через объемы производства и продажи, доходность и прибыльность в целом по организации, по отдельным видам ее деятельности [2, с. 44]. По мнению Коробкина А.З. можно выделить следующие группы показателей эффективности использования трудовых ресурсов: обобщающие показатели; показатели производительности труда работников отраслей деятельности (оптовой торговли, розничной торговли, общественного питания, заготовок); показатели уровня, отдачи и рентабельности фонда заработной платы работников отраслей деятельности; показатели средней заработной платы и соотношение темпов роста производительности труда и средней заработной платы [2, с.48].

Обобщающими показателями эффективности использования трудовых ресурсов выступают следующие: производительность труда аппарата-управления и специалистов, торгово-оперативного персонала, всех работников организации; рентабельность фонда заработной платы; зарплатоотдача; уровень фонда заработной платы; средняя заработная плата; коэффициент соотношения темпов роста производительности труда и средней заработной платы (его значение должно превышать 1). Для расчета производительности труда аппарата управления и специалистов, а так же всех работников, по нашему мнению, целесообразно использовать такой показатель как совокупный доход, который выражает стоимостный эквивалент объема деятельности организации и определяется путем суммирования доходов по текущей, инвестиционной и финансовой деятельности.

Оценка эффективности использования трудовых ресурсов и расходов на оплату труда выступает важным инструментом управления, так как произошедшие в последние годы изменения в подходах к оплате труда работников обострили проблему мотивации и стимулирования результатов труда в зависимости от результатов хозяйственной деятельности.

Проблемы зависимости заработной платы от конечных результатов деятельности предприятия предусматривает, что ее решение должно базироваться на следующих рыночных положениях:

в процессе разработки управленческих решений целесообразно использовать не валовые показатели (объем производства, производительность труда, материалоотдачу и др.), а рыночные показатели (объем реализации, доход, прибыль, рентабельность, в том числе рентабельность фонда заработной платы, зарплатоотдача, уровень фонда заработной платы);

управленческие решения должны обеспечивать не только рост прибыли и рентабельности, но и опережающий темп роста производительности труда по сравнению с темпом роста заработной платы;

повышение роста заработной платы способствуют росту мотивации и производительности труда.

темп роста совокупных активов должен быть больше 100%, а темп роста объема реализованной продукции выше темпов роста активов, при этом темп роста прибыли должен опережать темп роста реализации продукции;

прибыль является главным источником расширения воспроизводства. Для обеспечения роста прибыли необходима следующая модель развития предприятия: прибыль – инновации – качество продукции – конкурентоспособность предприятия и товара – расширенное воспроизводство – прибыль, превосходящая базовую прибыль;

управление инновационной деятельностью предполагает гармоничное сочетание человека, техники и технологий. Поэтому персонал должен рассматриваться не как резерв экономии, а как ценный ресурс и источник получения прибыли.

В этом контексте меняет свою сущность и экономическую роль цена труда, то есть заработная плата. Она из категории расходов, подлежащих минимизации, переходит в категорию конечного результата организации, который используется в качестве инвестиций в человеческий капитал, открывающий для субъекта хозяйствования новые рыночные перспективы. Так как заработная плата есть источник внутреннего платежеспособного спроса, то низкий уровень доходов населения – это барьер инновациям, снижение емкости потребительского рынка и тормоз развития экономики [3, с.25].

Таким образом, управленческие решения по разработки инновационной модели взаимодействия роста заработной платы в зависимости от конечных результатов предприятия и, в частности, от роста прибыли должны основываться на результатах комплексной, глубокой оценки эффективности использования трудовых ресурсов и расходов на оплату труда.

Список использованных источников:

1. Концепция реализации государственной политики в сфере внутренней торговли и общественного питания на 2011-2015 годы, утв. Приказом Министерства торговли Республики Беларусь от 29 декабря 2011г. № 178.

2. Коробкин, А.З. Методические подходы к совершенствованию оценки эффективности использования трудовых ресурсов торговой организации / А.З. Коробкин // Бухгалтерский учет и анализ. – 2014. – № 6. – С. 44 – 55.

3. Головачев А.С. Инновационный подход к решению проблемы взаимодействия роста заработной платы и роста прибыли на предприятии/ А.С. Головачев // Экономика и управление. – 2012. – №12. – С.25 – 32.

ОБГРУНТУВАННЯ ПОШУКУ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА

Яроут С. С.

студент магістратури факультету «Менеджмент і економіки» спеціальності «економіка підприємства (за видами економічної діяльності) Харківського національного аграрного університету ім.В.В. Докучаєва

Науковий керівник: **Пономарьова М. С.**

к.е.н., доцент кафедри виробничого менеджменту та агробізнесу Харківського національного аграрного університету ім.В.В. Докучаєва

Серед базової продукції сільського господарства, яка гарантує продовольчу безпеку України, особливе місце займає зерно та соняшник, що обумовлене важливим його значенням безпосередньо для виготовлення високопоживних продуктів харчування, що характеризується значним вмістом висококалорійних органічних речовин, зокрема вуглеводів, білків, жирів, а також вітамінів, ферментативних сполук, мінеральних речовин, що робить його незамінною сировиною для виробництва цінних високосмакових продуктів харчування.

Водночас сільськогосподарські культури – є потужним джерелом розвитку продуктивного тваринництва, зокрема виробництва м'яса, молока, яєць. Із зерна виготовляють спирт, пиво, медичні препарати, ряд інших видів продукції. Відходи зернового господарства широко використовуються у різних галузях промисловості, будівництві, при виготовленні органічних добрив, у поповненні паливного балансу країни.

Рослинництво, як комплексна галузь, складається з кількох галузей: зерновиробництво, буряківництво, картоплярство, овочівництво, садівництво, виноградарство та ін. Завданням господарств, що займаються вирощуванням сільськогосподарських культур і в яких для цього є найбільш сприятливі ґрунтово-кліматичні та економічні умови, полягає в раціональному використанні виробничого потенціалу шляхом впровадження інтенсивних технологій, наукових форм організації виробництва і праці, всього комплексу досягнень науково-технічного прогресу з метою забезпечення виробництва високоякісної продукції в кількості, що забезпечує населення продуктами харчування, промисловості – сировиною за нормативних затрат праці і коштів.

Удосконалення системи управління конкурентоспроможного виробництва продукції рослинництва у сільськогосподарських підприємствах передбачає систему заходів, спрямованих на забезпечення виконання договірних зобов'язань по реалізації продукції, а також створення необхідних фондів для внутрішньогосподарського використання (продаж працівникам підприємства, насіннєвий і фуражний основний та страховий фонди, громадське харчування, фонди допомоги, тощо) [1].

При цьому головна увага приділяється організації використання земельних угідь на основі впровадження наукової системи землеробства, яка передбачає інтенсифікацію виробництва, відповідає ґрунтовим і кліматичним умовам

підприємства, з метою одержання найбільшої кількості високоякісної продукції при наявному виробничому потенціалі і з мінімальними сумарними витратами на її одиницю.

Основними шляхами управління ефективністю виробництва високоякісної продукції рослинництва, зменшення сумарних витрат на її одиницю є: науково обґрунтована система ведення господарства відповідно до природно-кліматичних та економічних умов з урахуванням розвитку на перспективу; створення міцної матеріально-технічної бази відповідно до обсягу і структури виробництва продукції, системи машин для забезпечення комплексної механізації виробничих процесів, переведення виробництва продукції на промислову основу; розроблення раціональної системи хімізації у рільництві [2,3]. Важливою ланкою у цій системі є застосування науково обґрунтованої системи удобрення ґрунтів під кожен сільськогосподарську культуру відповідно до кліматичних факторів, властивостей ґрунтів, запасу в них поживних речовин, сортового складу вирощуваних культур. Також ефективність системи рослинництва залежить від організації використання земельних угідь, правильності обґрунтування структури посівних площ і комплексу організаційно-економічних та агротехнічних заходів щодо використання виробництва продукції. Суттєвого росту врожайності з одночасним підвищенням прибутковості виробництва можна досягти лише на основі достатнього ресурсного забезпечення. При цьому сучасні технології повинні відповідати, насамперед, критерію ресурсозбереження у широкому розумінні цієї категорії. Лише на основі підвищення ефективності виробництва використання виробничих витрат можна забезпечити достатню конкурентоспроможність галузі.

Список використаної літератури:

1. Остапенко Т.В. Виробничий потенціал підприємств апк: поняття та оцінка / Т.В. Остапенко // Молодий вчений. № 4 (07). квітень, 2014 р. С. 100-105.
2. Чеботарёв В.А. Агропродовольственный комплекс Украины: меры институционального, экономического и научного обеспечения / В.А. Чеботарёв // Економічний вісник Донбасу № 1 (35), 2014 С. 21-27
3. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник / В.Г. Андрійчук. – К.: «Агроінком», 2002. – 420 с.
4. Бойко В.І. Економічні та агротехнологічні аспекти підвищення ефективності виробництва зерна / В.І. Бойко, В.С. Рибка // Економіка АПК. – 2006. – № 12. С. 41 - 48.
5. Євчук Л.А. Стратегічне управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств: монографія / Л.А. Євчук. – Миколаїв. – 2010. – 340 с.
6. Амбросов В.Я. Маренич Т.Г. Наукові положення вдосконалення господарського механізму розвитку сільського господарства // Економіка АПК. – 2005. – № 10. – С.14-20.

7. Кириленко І.Г. Напрями підвищення конкурентоспроможності вітчизняного сільськогосподарського виробництва / І.Г. Кириленко // Економіка АПК. – 2005. – № 11. – С. 68 – 72.

ПРОЦЕС ПРИЙНЯТТЯ ГОСПОДАРСЬКИХ РІШЕНЬ

Яцюк Л. М.,

студентка 61-ЕП групи Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка

Науковий керівник: **Ткачук В. В.,**

к.е.н., доцент кафедри Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка

На сучасному етапі розвитку соціально-економічної системи, будь-яких підприємств та організацій в значній мірі залежить від своєчасного вирішення управлінських питань, що в тій або іншій мірі пов'язані з цілою низкою чинників які впливають на процеси діяльності. Базисом вирішення даних проблем є процес прийняття управлінських рішень, від яких залежить якість та ефективність управління та діяльність підприємством в цілому.

Процесу прийняття управлінських рішень присвятили свої дослідження багато вітчизняних та іноземних вчених, зокрема: Алачева Т.І., Беседовський О.М., Дайновський Ю.А., Данилович М.Л., Дарманська Г.О., Карлик Ю.Ю., Лазоренко Л.В., Найт Ф.Х., Пантелєєва О.Г та інші.

На кожному підприємстві процес розробки і прийняття управлінських рішень має свої особливості. Вони визначаються специфікою діяльності організації, її структурою, організаційною культурою, досвідом керівників і управлінського персоналу тощо. Існує загальна *технологія процесу прийняття рішень*, яка включає такі етапи:

1. Діагностика проблеми: проблема-ситуація, коли поставлені цілі не вирішені, проблема-потенційна можливість. (передбачає встановлення симптомів ускладнень; визначення новизни проблеми і ситуації; з'ясування причин і джерел виникнення проблеми; встановлення можливих взаємозв'язків з іншими проблемами).

2. Визначення обмежень для прийняття рішення (часових, фінансових, трудових, законодавчих, конкуренції тощо) і критеріїв для оцінки альтернатив (ефект від реалізації рішення, ступінь досяжності поставлених цілей, мінімізація витрат, максимізація прибутку, час виконання рішень тощо).

3. Альтернативи (варіанти рішення). Керівник, як правило, обмежує кількість варіантів вибору для розгляду лише декількома, які є найбільш прийнятними. У складних ситуаціях необхідно запрошувати експертів.

4. Аналіз й оцінювання обраних альтернативних варіантів рішення за встановленими критеріями і з урахуванням визначених раніше обмежень.

5. Вибір остаточного варіанту рішення (альтернатива з найбільш сприятливими наслідками) [2].

6. Реалізація рішення (організація виконання рішення,) [4, с. 242].

7. Контроль (виявляються відхилення і вносяться поправки, що допомагають реалізувати рішення повністю. [3, с. 10].

Технологія дозволяє раціонально використовувати час, матеріальні та трудові ресурси. Однак повсякденний обсяг роботи керівника будь-якого рівня не дозволяє йому відводити окремих час для вироблення нових напрямків дій для кожної проблеми. Саме тут криється важливість і необхідність використання попередньо визначеної технології [1, с. 140].

Фактори, що впливають на процес прийняття рішень охоплюють як правило враховують середовище прийняття та особливості оцінки особи яка приймає рішення яка керується його індивідуальною системою цінностей, що впливає на спосіб прийняття рішення. Тому прийнято розрізняти:

- врівноважені рішення приймають менеджери, які уважно і критично ставляться до власних дій, гіпотез, що висувуються, та їх перевірки.

- імпульсивні рішення, де легко генеруються ідея, виявляються недостатньо обґрунтованими і надійними;

- ризикові рішення відрізняються від імпульсивних тим, що їх автори не ретельно обґрунтовують власні гіпотези.

- інертні рішення є наслідком обережного пошуку, тому в таких рішеннях майже немає оригінальності або новаторства;

- обережні рішення не настільки нові та оригінальні, як інертні [2].

Відповідно до виділених етапів та факторів впливу на процес прийняття слід виділити *умови*, за яких досягається якісне управлінське рішення:

- урахування впливу економічних законів на ефективність рішення;

- своєчасне забезпечення достовірною інформацією;

- структуризація проблеми й побудова дерева цілей;

- забезпечення багатоваріантності та зіставленості рішень;

- правове обґрунтування рішення, що приймається;

- формування і функціонування системи відповідальності та мотивації;

- забезпечення механізмів реалізації рішення [2].

Виконання усіх перерахованих вище дій вимагає значних витрат коштів, часу і доречно тільки для розробки раціональних управлінських рішень для дорогих проектів. Разом з тим, конкуренція об'єктивно змушує кожного, хто приймає управлінські рішення, підвищувати їх якість та ефективність. Тому сьогодні спостерігається тенденція до зростання кількості умов, які враховуються, на основі автоматизації процесів системи менеджменту [2].

Найважливішим резервом підвищення ефективності діяльності будь-якого підприємства є підвищення якості прийнятих рішень, що досягається шляхом удосконалювання цього процесу. Виникає необхідність у раціональних діях керування соціальними процесами, тому використовують технологію прийняття управлінських рішень, яка дозволяє раціонально використовувати час, матеріальні та трудові ресурси.

Список використаних джерел:

1. Василенко В.О. Теорія і практика розробки управлінських рішень: навч. посіб. для студ. вищих закл. освіти. / В.О. Василенко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 419с.
2. Процес прийняття управлінських рішень [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://mybiblioteka.su/1-75778.html>
3. Сопільник О.В. Технологія прийняття управлінських рішень: навч. Посібник / О.В. Сопільник, Дніпропетр. Нац. ун-т. Ін-т. до вуз. підгот. та після дип. освіти. – Д.: РВВДНУ, 2002. – 108 с.
4. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: підручник вид. 2-ге, випр., доп. / Ф.І. Хміль. – К.: Академвидав, 2007. – 576 с.



СЕКЦІЯ 6

**МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ ТОРГІВЛІ, ГОТЕЛЬНО-
РЕСТОРАННОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

25 лютого 2016 р.

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ

МАРКЕТИНГ СТАРТАПУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ДОСЯГЕННЯ УСПІХУ

Андрійчук М. В.,

студентка 30 групи Житомирського державного університету імені Івана Франка

Науковий керівник: Пойта І. О.

к.е.н., викладач кафедри економіки та маркетингу Житомирського державного університету імені Івана Франка

Для того, щоб зрозуміти, що являє собою маркетинг стартапу, слід зрозуміти, що являє сам собою цей маркетинг. Маркетинг – одне з найпоширеніших понять, яке прямо асоціюється з ринковою економікою. Перш за все маркетинг – це процес управління, який включає в себе дослідження, планування, здійснення і контроль. Маркетинг – це не випадкові дії, а ретельно сплановані на детальному дослідженні програми. Маркетинг – це діяльність, спрямована на створення попиту та досягнення цілей підприємства через максимальне задоволення потреб споживачів.

Теорія маркетингу та більшість людей, що його вивчають запевняють, що головним в цій діяльності є задоволення потреб споживачів. Але аналізуючи діяльність багатьох підприємств на практиці, починаємо розуміти, що головне – це отримання максимального прибутку. На сьогоднішній день, безліч людей мріють створити свій власний, успішний та процвітаючий бізнес за досить короткий термін, але це дається не кожному [1, 3].

Ну перш за все потрібно зазначити, що поняття стартапу – це один із основних способів, який дає можливість швидко заробити гроші. Ще не мало важливим є той факт, що досягнути успіху можна, працюючи самому на себе. Гортаючи сторінки відомих журналів про бізнес ми можемо помітити статті, у яких розповідається про мультимільйонерів чи мільярдерів які вибились на перші місця в списку Forbes за короткий період часу. Звісно, дивлячись на такий успіх звичайних людей ми думаємо: «А чому б не спробувати мені стати таким як він?». Так, статистика говорить, що більшість людей починають братися за нелегкі справи і, як результат, зазнають невдачі [11].

Зробивши аналіз усіх невдач та успіхів починаючих бізнесменів, було зроблено висновки, що успіх залежить від маркетингу стартапу. Маркетинг вкладає в успіх стартапу близько 80 – 95%. Слід зазначити і той факт, що цей маркетинг повинен бути якісним і, що він значним чином відмінний від маркетингу товарів та послуг [4, 5].

На сьогоднішній день існує безліч різноманітних ідей, тому від них в принципі мало що залежить. Найбільш складним у цьому процесі є труднощі в просуванні цих ідей. Людей, яким у підсумку все ж таки вдалося просунути ідею – мало, а саме просування – це і є маркетинг. Відсутність маркетингу або маркетинг низької якості – основна причина того, що частка успішних стартапів невелика. Існує певна схема маркетингу стартапу (рис. 1).

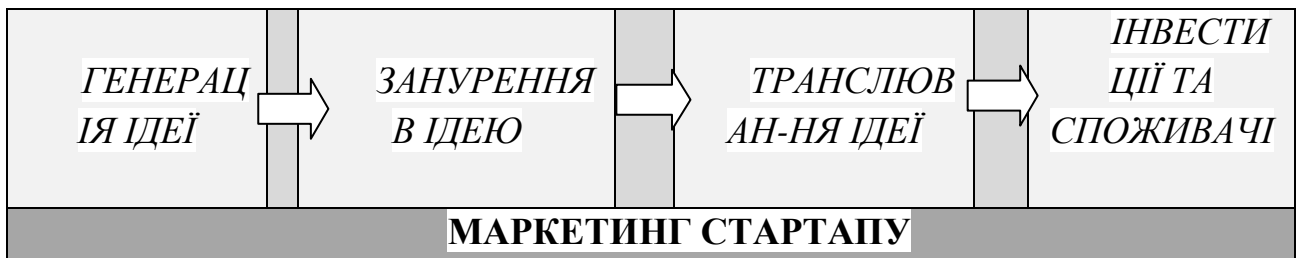


Рис. 1. Маркетинг стартапу

В теорії все досить просто, а ось на практиці просувати ідею важко, тому що вона є абстрактною. Її не видно, не чути, її не можна показати наочно, її можна тільки уявити «в голові». З подання ідеї «в голові» у стартаперів проблеми немає. Він чітко відчуває ідею, може легко реалізувати її у своєму поданні, побудувавши транснаціональну корпорацію і навіть трансгалактичну корпорацію, заробивши при цьому мільярди доларів США і вийшовши на перше місце в списку Forbes [2]. Проблема в тому, що спочатку ідея впроваджена тільки в стартаперів, і тільки він може представляти її, тільки для нього вона реальна. Інші цього робити не можуть, тому для них вона не реальна. Ще одна проблема в тому, що спочатку ідея відчувається стартапером тільки на рівні підсвідомості. Незважаючи на це йому, здається, що він розуміє свою ідею на всі 100% це далеко не так. Через підсвідомість рівень розуміння ідеї не перевищує 1-2%. Ось тут і виникає головна проблема, адже тільки зрозумілу на 100% ідею можна донести інвесторам і потенційним споживачам. Якщо споживач або інвестор отримує тільки 1-2% ідеї, він не може уявити її у себе «в голові» і не може її зрозуміти. Він зрозуміє ідею тільки в тому випадку, якщо отримає її на 100%. Як передати 100% ідеї? Щоб передати 100% ідеї, їй треба прокачатися. Спочатку ідеєю повинен прокачатися саме ініціатор проекту, тому що він – це ядро проекту, він той, хто потім транслює ідею інвесторам і споживачам. Стартапер повинен зануритися в свою ідею так, як дайвер занурюється в безодню моря або океану. Прокачування ідеєю – це один з найбільш важливих етапів. Саме із – за слабкої якості реалізації даного етапу в результаті прогорає до 95% стартапів [7]. Якщо брати по аналогії, то стартап, ініціатор якого не прокачаний ідеєю – це спущене автомобільне колесо. На спущеному колесі автомобіля їхати важко, далеко на ньому не поїдеш і в підсумку зіпсуєш колесо [2].

Треба зазначити, що маркетинг стартапу унікальний, тому має одну дуже важливу особливість у порівнянні з маркетингом інших видів. Цю особливість треба обов'язково знати і враховувати. Якщо маркетинг товару чи маркетинг послуг – це генерація і трансляція ідей для яких потрібен даний товар або послуга, то маркетинг стартапу – це саме трансляція ідеї самого стартапу, ідеї того товару або послуги що лежить в його основі. Фактично маркетинг стартапу – це роз'яснення цільовій аудиторії суті ідеї, яка лежить в основі стартапу. Умовно кажучи, маркетинг стартапу – це розповідати про товар, наприклад про електромобілі. Його мета – створити ринок, отримати людей, у яких ця ідея впроваджена. У свою чергу маркетинг товару – це розповідати не про електромобілі, а про те, де його можна застосувати, доносити до споживачів ідеї, які викличуть попит на нього. Його мета –

розвивати ринок. Багато хто, застосувавши маркетинг стартапу, продовжують потім застосовувати його і далі. Але це велика помилка, після того, як стартап запущений, потрібно застосовувати маркетинг товару чи маркетинг послуги відповідно. При трансляції ідеї треба пам'ятати і другу суттєву особливість. Якщо маркетинг товарів і послуг – це робота в одному напрямку, то маркетинг стартапу – це робота за двома напрямками. Перший напрямок – це робота з споживачами товарів. Другий напрям – робота з інвесторами. Щоб був максимальний успіх, працювати треба за 2 напрямками. При просуванні стартапу необхідно впроваджувати ідею, яка лежить за вашим товаром, як інвесторам, так і споживачам. Якщо ви зможете впровадити ідею, яка лежить за вашим стартапом інвестору, він захоче її реалізувати і дасть вам на це гроші. Поки він не захоче її реалізувати – грошей від нього ви не побачите. Ніхто ніколи не дає грошей на реалізацію ідей, які не цікаві, тому що цікава ідея – це перш зрозуміла інвестору ідея. Аналогічним чином ідею потрібно впроваджувати і в майбутніх споживачів для того, щоб формувати ринок. Якщо у вас не буде ринку, навіть у разі, якщо ви знайдете інвестора, ваш стартап дуже швидко стане банкрутом, тому що не буде приходу грошей. Нескінченно вкладати в проект нічого не отримуючи взамін не буде ніхто [6].

Чи можна обійтися без прокачування ідей? Ні! Прокачування ідей – це обов'язковий етап. Ви не зможете добре розповісти, що таке вода, поки не намокнете. Ви не зможете добре розповісти, що таке повітря, допоки не припините дихати на пару хвилин. Ви нічого не зможете розповісти про смак полуниці, поки не спробуєте її. Також ви нічого не зможете розповісти про свою ідею, поки не спробуєте її на смак. Спробувати на смак свою ідею можна лише в тому випадку, якщо прокачатися. Інших способів немає і бути не може. Спробувавши свою ідею на смак, ви отримаєте багато позитивних емоцій, якими потім будете ділитися з інвесторами і потенційними споживачами. Якісно прокачатися ідеєю, щоб відчути її смак на 100% можна тільки в тому випадку, якщо використовувати спеціальні інструменти [8, 9].

Після того, як ви прокачалися ідеєю стартапу, зрозуміли її на 100%, можна починати її трансляцію, як інвесторам, так і споживачам. Трансляція ідеї – це її передача цільовій аудиторії. Способи передачі ідеї можуть бути різні: особиста зустріч, сайт, соціальна мережа, презентація, каталог, буклет, листівка, оголошення на стовпі, напис на асфальті. При використанні того чи іншого способу треба мати на увазі ту ідею, яку ви передаєте, не можна втрачати з виду, інакше передати її не вийде, а значить, не вийде впровадити як інвестора, так і у споживача. Якщо у вас вже є інструменти передачі своєї ідеї, то логічно провести їх аудит і визначити, наскільки вони її транслюють. Дуже часто буває так, що інструменти транслюють не ту ідею, яку треба і в підсумку потрібний результат не виходить [10].

Треба розуміти, що маркетинг стартапу – це ювелірна робота. Результат цієї роботи в 95% випадків залежить не від ідеї, що лежить в основі стартапу, а від того, як йде робота з нею. Чим якісніше все робиться, тим більше шансів на підсумковий

успіх. Звичайно, щоб поглянути з боку, дуже важлива оцінка стартапу. Вона дозволить зрозуміти, як підвищити шанси на успіх [12].

Висновки та пропозиції. Як ми вже зрозуміли, головний секрет успіху стартапу полягає в якісному маркетингу. Якісний маркетинг стартапу з великою часткою ймовірності дозволить реалізувати практично будь-яку ідею і заробити на ній гроші. Всі відомі нині проекти, які принесли у підсумку своїм засновникам хороші гроші, коли були стартапами. Успішними вони стали тільки завдяки якісному маркетингу. Всі колишні стартапери, а нині успішні власники своїх бізнесів домоглися успіху багато в чому завдяки тому, щоб були прокачані ідеями своїх проектів на 100% і більше. Це дозволило їм пояснити цінність своїх ідей, як інвесторам, так і споживачам. В результаті у інвесторів і споживачів виникло бажання реалізовувати ці ідеї. Незважаючи на те, що успішним стартаперам створюють ауру якоїсь унікальності, всі вони звичайні люди, такі ж, як і ми. Якщо вони змогли, зможемо і ми. Треба лише робити те, що робили вони. Успіх прийде, обов'язково прийде. Він приходив до тисяч стартаперів та прийде до мільйонів, тому що життя – це рух, а рух є тільки тоді, коли є нові ідеї.

Список використаних джерел

1. Амблер Т. Практический маркетинг / Т. Амблер. – СПб.: Питер, 2000. – 213 с.
2. Голубков Е.П. Основы маркетинга / Е.П. Голубков. – М.: Фин-Пресс, 2003. – 688 с.
3. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах. – М.: ИНФРА-М, 2002
4. Коротков А. Совершенствование управления маркетингом // Маркетинг. – 2006. – № 1. – С. 19-28.
5. Кочергов Д. Стратегический маркетинг // Экономика и жизнь. – 2006. – № 1. – С. 31.
6. Маркетинг: Основы теории і практики / Авт. О.М. Вачевський, В.Г. Скотний та ін.; Під ред. М.В. Вачевського. – Л.: «Каменяр», 1999. – 223 с.
7. Маркетинг: підручник для студ. ек. спец. вищих навч. закладів. – К.: «Лібра», 2002. – 712 с.
8. Ноздрева Р.Б. Маркетинг: как побеждать на рынке / Р.Б. Ноздрева, Л.И. Цыгичко. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 345 с.
9. Портер Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ Майкл Портер; Пер. с англ. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 453 с.
10. Самойлович В.Г., Телушкина Е.К. Экономика предприятия. – М.: Академия, 2009. – 224 с.
11. Соловьев Б.А. Маркетинг.: Учебник – М.: М.: ИНФРА-М, 2007. – 383 с.
12. Токарев Б.Е. Методы сбора и использования маркетинговой информации. – М.: Юристъ, 2001

МЕНЕДЖМЕНТ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вольних А. І.,

студентка факультету метрології, стандартизації, сертифікації ІКТА, НУ «Львівська політехніка»

Сліпа О. З.,

здобувач кафедри економіки та економічної безпеки, Львівський державний університет внутрішніх справ

Науковий керівник: **Живко З. Б.**

д.е.н., професор, Львівський державний університет внутрішніх справ

Торгівельне підприємство не залежно від кількості персоналу, наявних фінансових та матеріальних ресурсів, активів повинне дбати про забезпечення кадрової безпеки. Адже, зрозуміло, що кожна людина турбується про стан свого добробуту, фінансове забезпечення своєї сім'ї, про власне здоров'я та здоров'я родини, кар'єрний ріст, майбутню пенсійно-страхову безпеку. Саме комплекс взаємодіючих та взаємозалежних елементів: страхової безпеки, продовольчої безпеки, соціальної безпеки, безпеки життєдіяльності та пенсійної безпеки, – забезпечує ефективний розвиток підприємства, підвищення організаційної культури і є запорукою стабільності і безпечності підприємства. Вираз: «Безпека в житті та життя у безпеці» давно сприймається нами як золоте правило майбутнього, бо гарантує стабільність і убезпечення. Цю стабільність, у нашому випадку при дослідження торгівельної галузі, забезпечує персонал торгівельного підприємства, який впливає на всі сфери його життєдіяльності, а також невід'ємно пов'язаний з його економічною безпекою.

Окремі теоретичні і практичні аспекти системи забезпечення економічної та кадрової безпеки підприємства досліджено у працях таких учених, як Б.М. Андрушків, О. І. Барановський, О.А. Грунін, Л.І. Донець, З.Б. Живко, М.І. Камлик, Г.В. Козаченко, М.І. Копитко, А.В. Кирієнко, А.І. Пономаренко, В.І. Франчук, Н.В. Штамбург та інші.

Кадрова безпека – це один із напрямків економічної безпеки підприємства, що має розгалужену структуру взаємопов'язаних між собою елементів. До основних складових кадрової безпеки належать перш за все безпека життєдіяльності, політико-правова безпека, соціально-мотиваційна, професійна та антиконфліктна безпека тощо.

За матеріалами Н.В.Чередниченко, безпека життєдіяльності включає безпеку здоров'я, фізичну та силову безпеку персоналу підприємства. Зокрема, безпека здоров'я – передбачає створення належних та безпечних умов праці співробітників, мінімізації травматизму та професійному вигоранню на підприємстві; фізична безпека – це комплекс заходів по недопущенню зовнішніх небезпек для персоналу, пов'язаних з їх службовою та професійною діяльністю; силова безпека полягає у захисті фізичної особи від загроз її життю, здоров'ю та матеріальному благополуччю, а також захист майна підприємства від кримінальних посягань [2, с. 492].

Елементами організаційно-економічного спрямування політико-правової складової є: (1) аналізування загроз; (2) оцінювання поточного рівня забезпечення підприємства; (3) розроблення програми комплексних заходів спеціалізованими підрозділами підприємства; (4) здійснення ресурсного планування; (5) довго- і короткострокове планування роботи функціональних підрозділів підприємства.

Політико-правова безпека охоплює податкову та юридичну безпеку. Своєю чергою, податкова безпека націлена на захист персоналу від надмірного податкового тиску на них з боку контролюючих органів влади; юридична безпека полягає у забезпеченні діяльності підприємства в правовому полі та дотриманням чинного законодавства.

Складовими елементами соціально-мотиваційної безпеки є: (1) кар'єрна безпека, яка характеризується професійно-кваліфікаційним рівнем персоналу та кар'єрним ростом працівників підприємства, заохоченням щодо підвищення кваліфікації працівника відповідно до вимог функціональних обов'язків; (2) фінансова безпека, що визначається грошовим забезпеченням персоналу; (3) технологічна безпека, яка зосереджена на системі аналізу та прогнозування, направлена на забезпечення органіки робочого місця, впровадження новітніх технологій та широке використання передового досвіду розвинутих країн; (4) естетична безпека, що пов'язана з проведенням науково-практичних семінарів, конференцій, диспутів, дискусій, а також поліпшенням власного іміджу кожного працівника; (5) адміністративно-незалежна безпека – гарантування об'єктивного оцінювання результатів виконаної роботи та виявлення потенціалу кожного працівника, нереальність призначення непідготовлених і некомпетентних кадрів, що перебувають у сімейних та родинних стосунках з власниками, засновниками, акціонерами підприємства, на керівні посади, на які заслужено претендують перспективні та досвідчені співробітники [1].

До професійної безпеки можемо віднести: (1) безпеку праці – тобто створення безпечних умов праці на підприємстві; (2) інтелектуальну безпеку – система навчання для отримання високих знань, впровадження інновацій у розвиток персоналу, підвищення рівня професійних умінь і навичок, заохочення прояву ініціативи та здібностей шляхом створення ефективної системи преміювання відповідно до розвитку науково-технічного прогресу. До цієї групи деколи відносять інформаційну безпеку, однак вважаємо, що інформаційна безпека – це самостійний елемент, що тісно пов'язаний з кадровою та її складовою професійною безпекою. Інформаційна безпека направлена на захист персональних даних працівників, службової та конфіденційної інформації, здійснення ділової розвідки, інформаційно-аналітичної роботи.

Вважаємо, що окремо потрібно розглядати пенсійно-страхову безпеку, що реалізовується через якісне медичне обслуговування, страхування, перестраховування, соціальний захист працівників.

Ще одною структурною гілкою кадрової безпеки є антиконфліктна безпека має такі складові: (1) психолого-комунікаційну – передбачає створення умов безконфліктного спілкування між працівниками та керівництвом на соціальному та особистісному рівнях, товариську допомогу, вимогливість до себе та інших в інтересах виробництва, широкому сприянню позитивним міжособистісним комунікаціям; (2) патріотична безпека, яка забезпечує створення психологічного клімату в колективі на основі позитивного відношення до підприємства, що характеризується психологічними показниками об'єднаності працівників, яка забезпечує узгодженість, безконфліктність спілкування, відповідальність та обов'язок, товариську допомогу, вимогливість до себе та іншого в інтересах виробництва [3; 4].

Як висновок можна стверджувати, що складові напрямки кадрової безпеки утворюють чітку і взаємопов'язану систему, функціонування кожного елементу якої безпосередньо впливає на економічну діяльність та убезпечення підприємства. Для досягнення найбільш високого рівня економічної та кадрової безпеки підприємство має проводити ефективну роботу із забезпечення максимального ступеня захисту основних функціональних частин, які входять до нього. Це в свою чергу стане гарантією розвитку будь-якого підприємства.

Список використаних джерел

1. Чередниченко Н. В. Кадрова безпека як складова частина економічної безпеки [Електронний ресурс] / Н. В. Чередниченко. – Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/8570/1/579.doc>
2. Штамбург Н.В. Складові економічної безпеки підприємства / Н.В. Штамбург // Наука молода. – 2011. – №1(4). – С.490-496.
3. Живко З. Б. Сучасні імперативи формування та розвитку трудового потенціалу як основа кадрової безпеки / З.Б.Живко, Н.Я.Була, Н.С.Фостяк // Вісник Донецького національного університету. – Серія В. Економіка і право. – № 1/2015. – С.110-114. (467 с.). ISSN 1817-2261
4. Zinaida Zhyvko, Olha Podra, Anastasiia Volnykh (2015), The peculiarities of human Capital investment under Conditions of informational Society. // Journal of Management & Production Manuscript URL [Review Version 407-2245-1-RV.DOCX] Available from: <http://www.ijmp.jor.br/index.php/ijmp/author/submission/407> ISSN: 2236-269X

СТАНДАРТИЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ЯК ЧИННИКИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Гудзь О. І,

студентка групи Т1-В12 Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка

Науковий керівник: **Боднарчук Т. Л.**,

к. е. н., асистент кафедри економіки підприємства Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка

За сучасних умов розвитку процесів глобалізації та інтернаціоналізації, які охоплюють індустрію туризму, неухильно зростає роль стандартизації туристичних послуг, чому сприяють й кількісні та якісні показники зростання міжнародного туризму.

Основними законодавчими актами в Україні, що регулюють відносини, пов'язані зі стандартизацією у сфері туристичного бізнесу, є Закон України «Про стандартизацію» від 2014 р. та Закон України «Про туризм» від 1995 р. Згідно з даними законодавчими актами, державна система стандартизації у сфері туристичної діяльності спрямована на захист інтересів споживачів і держави з питань безпеки туризму, життя і здоров'я громадян, охорони майна та довкілля, встановлення гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля, підвищення якості товарів, робіт, послуг відповідно до потреб споживачів, уніфікацію робіт, товарів і послуг [1].

На сьогодні в Україні діють такі стандарти ведення туристичного бізнесу, а саме: ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги»; ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів»; ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення». Крім того, на найближчий час планується розробка національних стандартів у таких напрямках: зеленого (сільський) туризм; активний туризм (розроблення системи знаків, показників, позначень на туристичних трасах). Рекомендованими вимогами ДСТУ у сфері туризму є вимоги щодо категоризації готелів та аналогічних їм засобів розміщення за системою «зірок» [2].

Слід зауважити, що заклади, організації, фізичні особи-підприємці, які діють у сфері туризму, можуть створювати власні системи стандартів. Наприклад, у готельному бізнесі отримали розповсюдження наступні види: стандарт створення першого враження; стандарт телефонного етикету; стандарт розв'язування проблем туриста. Показники, що встановлюються національною системою стандартизації, повинні забезпечувати високу якість послуг і враховувати передовий зарубіжний досвід.

У світовій практиці стандартизація повністю охоплює діяльність суб'єктів туристичного ринку, зокрема готельне господарство, пасажирські перевезення, зв'язок, освіту тощо. Україна є діючим членом Міжнародної організації зі стандартизації (ISO), Світової організації туризму (UNWTO), Світової організації

торгівлі (WTO) і зобов'язана виконувати умови Генеральної угоди про торгівлю послугами. Передусім це стосується стандартизації послуг і гармонізації національних стандартів, щоб нормативні документи не стали перешкодою для підвищення якості послуг і не перетворились у технічні бар'єри.

До основних стандартів ISO з туризму належать такі:

- ISO 18513:2003 Туристичні послуги – Готелі та інші види засобів розміщення туристів – Термінологія;
- ISO/TR 21102:2013 Пригодницький туризм – Лідери – Особиста компетентність;
- ISO 7001:2007 Графічні символи – Інформаційні символи для громадських місць;
- ISO/IEC 29140-1:2011 Інформаційні технології в навчанні, освіті і підготовці – Просування мобільних технологій [3].

Перераховані вище міжнародні стандарти доцільно використати як основу для розробки національних стандартів, прийняття яких дозволить підвищити рівень туристичного обслуговування, забезпечить зростання конкурентоспроможності вітчизняних турпродуктів, а також сформує умови для притоку інвестицій транснаціональних корпорацій у сферу туризму.

Таким чином, сьогодні стає зрозумілим, що стандартизація надає туристичному бізнесу значні можливості нарощувати потенціал, створювати і впроваджувати прогресивні технології, підвищувати конкурентоспроможність туристичних послуг для інтеграції у світову економіку. Для реалізації таких можливостей на вітчизняному туристичному ринку поступово мають впроваджуватися міжнародні стандарти надання туристичних послуг. Особливо важливим є врахування потреб осіб з обмеженими фізичними можливостями та ряд інших вимог, які слід висвітлити у стандартах. Узгодження національних стандартів та міжнародних вимог сприятиме підвищенню якісних характеристик туристичних послуг та створенню конкурентоспроможних вітчизняних туристичних продуктів.

Список використаних джерел

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес : підручник / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К. : Знання, 2002. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://buklib.net/books/26768/>
2. Білецька І.М. Національні особливості організації готельної справи у світовій індустрії гостинності / І.М. Білецька // Ефективна економіка. – 2015. – №1. [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3745>
3. Мілінчук О.В. Стандартизація вітчизняних туристичних послуг в контексті європейської інтеграції / О.В. Мілінчук, Ю.О. Кириєнко // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2015. – №2(72). [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://ven.ztu.edu.ua/article/view/49314/46140>

ОСОБЛИВОСТІ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ У ТОЧКАХ ПРОДАЖУ ДИТЯЧИХ ТОВАРІВ

Данько А. С.,

студентка групи МК-31 Сумського державного університету

Науковий керівник: Сагер Л. Ю.,

к.е.н., ст. викладач кафедри маркетингу та УІД Сумського державного університету

Оскільки головним завданням мерчандайзингу є збільшення обсягів реалізації товару та виділення продукції серед низки інших, особлива увага при використанні методів мерчандайзингу повинна бути спрямована на певну цільову аудиторію. Мерчандайзинг дитячих товарів є досить специфічним, адже передбачає роботу як з потенційними покупцями, так і з потенційними споживачами, які найчастіше є різними людьми.

Серед основних проблем, що постають перед спеціалістом під час роботи з таким специфічним сектором споживачів, можна виділити роботу з різними віковими категоріями (в т.ч. з різними смаками, переконаннями або їх відсутністю), специфікою викладки, фейсингом, розташуванням товарів на полицях, оформленням як магазину в цілому, так і вітрин зокрема.

При оформленні торгівельних точок для дітей варто враховувати як фізіологічні, так і психологічні особливості покупців. Так, матеріали, з яких вироблене обладнання, повинні бути безпечними та екологічно чистими, відповідати усім санітарним нормам та фізіологічним особливостям маленьких покупців. Обладнання повинне бути функціональним, його бажано максимально уніфікувати, щоб легко перебудовувати або переміщати при зміні експозиції. Необхідно також розраховувати достатність простору для руху декількох осіб (батьків та дитини) та візочків в магазинах.

Під дитячі товари краще виділяти нижні полиці. Викладка повинна бути організована досить делікатно. Не можна, щоб товари у зоні досяжності дітей були дорогими, інакше це призведе до роздратування батьків та плачу дітей.

Для отримання найкращого ефекту та максимального підвищення продажів варто створювати атмосферу свята у магазині як для дітей, так і для дорослих. Для цього варто застосовувати елементи гри (робота аніматорів, надання простору та матеріалів для творчості, яскраве освітлення залів, тощо) та залучати до процесу вибору та покупки не лише дорослих, а і дітей.

Варто також приділяти особливу увагу кольоровій гамі, що використовується. Кольори не повинні бути занадто темними або агресивними. Найкраще використовувати пастельні – для оформлення стін, стель та підлоги та яскраві чисті – для оформлення меблів. Загальна атмосфера магазину повинно бути святковою, з елементами казки, такою, що подобається дитині та привертає її увагу. Проте, варто

пам'ятати про необхідність зацікавлення і дорослих, для чого підійде створення атмосфери сімейного затишку та родинного піклування про клієнтів.

Беручи до уваги всю специфіку даної цільової аудиторії, можна зробити висновок, що саме знання психології сприйняття світу юними покупцями та їх батьків, а також особливі методи та підходи мерчандайзингу для даної цільової групи сприятимуть максимізації прибутків магазинів та формуванню позитивного уявлення про товар та/або торгову точку в цілому.

Список використаних джерел

1. Бурліцька О. Теоретичні основи використання інструментарію мерчандайзингу в магазинах дитячих товарів [Текст] / О. Бурліцька // Галицький економічний вісник. – 2010. – №1(26). – С. 104-108.

2. Мерчандайзинг детских товаров [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://torgsoft.ua/articles/upravlenie-magazinom/merchandajzing-detskix-tovarov.html>

3. Мерчандайзинг в детских магазинах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biz911.ru/merchandajzing-v-detskix-magazinah/>

4. Тягунова Н. М. Мерчандайзинг: кредитно-модульний курс [Текст] / Н. М. Тягунова, В. В. Лісіца, Ю. В. Іванов. – Київ : Центр учбової літератури, 2014. – 332 с.

ІНСТРУМЕНТИ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ТА ЇХ ГЕНЕЗИС В СУЧАСНОМУ МАРКЕТИНГОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Дубок Андрій Юрійович

Факультет економіки, менеджменту і права, Київський національний торговельно-економічний університет
Науковий керівник: **Іваницька Ольга Михайлівна**,
д. держ. упр., професор кафедри маркетингу та реклами Київського національного торговельно-економічного університету

В умовах ринкової економіки відбувається перенасичення ринків, тому виробники мають не тільки збільшувати витрати на розробку продукції та послуг, а й застосовувати заходи з просування своєї продукції та послуг на ринку. Адже кінцевим результатом діяльності будь-якого підприємства є збут товарів та послуг й отриманням найбільшої вигоди.

До ефективних заходів з просування продукції відносять стимулювання збуту – короткочасні спонукальні заходи заохочення купівлі або продажу товару чи послуги [2, с. 508]. Йдеться про діяльність, основним завданням якої є «надати руху», збільшити, прискорити продажі. Більшість дослідників розрізняють стимулювання споживачів, стимулювання торговельного персоналу та стимулювання торговельної мережі [1, с. 107]. Тому конкретні завдання стимулювання збуту будуть різними в залежності від типу цільового ринку.

Стимулювання збуту споживачів може здійснюватись у формі цінового та нецінового стимулювання. Основним інструментом стимулювання збуту

залишається цінове стимулювання, яке включає знижки, спеціальні ціни, додаткову кількість товару безплатно, упакування – «велетні», зарахування ціни старого товару при купівлі нового, купони, дисконтні картки тощо. Цінові методи стимулювання збуту мають бути суттєвими і досить привабливими, щоб спонукати споживача до купівлі.

Безоплатне надання додаткової кількості товару справляє набагато більший психологічний вплив на споживачів, ніж пропозиція знижки на звичайну кількість товару. Йдеться про продаж двох упаковок за ціною однією або збільшення кількості продукції на певний відсоток. Основним недоліком застосування зазначеного інструменту для виробника є суттєві додаткові витрати.

Виробники продукції знають, що клієнти налаштовані купувати великі упаковки, тому, навіть, для продукції від 75 гр. до 300 гр. обирають упакування – «велетні». У багатьох упаковках роблять спеціальні віконця, через які здається, що пакет повністю заповнений товаром. Втім це не завжди відповідає дійсності. Так, представники організації із захисту справ споживачів Німеччини дослідили 15 товарів різних відомих виробників і дійшли висновків, що більшість упаковок на 40% порожні [3].

Зарахування ціни старого товару при купівлі нового відносять до інструментів стимулювання збуту, який створює коло постійної клієнтури, й здебільшого застосовується для продажу дорогої техніки. Споживач при купівлі нового товару отримує подвійну вигоду, позбавляючись від старого товару і водночас одержуючи знижку. На жаль, в Україні цей інструмент ще не набув широкого застосування.

Купони, дисконтні картки відносять до дієвих інструментів стимулювання збуту споживачів. Купони дають право на одержання знижки з ціни у вигляді певної суми грошей, відсотка від ціни товару або зниження ціни іншого товару за умови купівлі товару, зазначеного в купоні. Дисконтні картки гарантують отримання споживачем знижки в торгівельних точках продавців або учасників мережі при дотриманні правил використання цих карток. Зазвичай дисконтні картки випускають мережі магазинів, АЗС, автосалони, спортивні клуби, аптеки, авіакомпанії, ресторани тощо для обслуговування власних програм лояльності знижок. Зазначений інструмент сприяє формуванню кола постійних споживачів.

Активна пропозиція відноситься до нецінового стимулювання збуту і здійснюється завдяки конкурсам, лотереям, іграм. На сьогодні цей інструмент збуту має суттєвий вплив на споживача, особливо молодь. Проведення конкурсів потребують від споживача наявності певних навичок або знань. В лотереях та іграх можна взяти участь, не придбавши покупок. Нововведенням при використанні зазначеного інструменту, на нашу думку, є використання соціальних мереж, коли споживачам для участі в конкурсі пропонується уподобати (лайкнути) інформацію про продукцію чи послугу та поширити її серед своїх друзів.

Сервісне стимулювання, як неціновий вид стимулювання збуту, включає безкоштовний ремонт, доставку товару, фасування та пакування товару під

замовлення. Ці інструменти формують прихильність споживача до певної торгівельної марки.

Стимулювання торговельного персоналу може бути матеріальним у формі премій, коштовних подарунків, туристичних поїздок тощо та моральним у формі підвищення службовими сходами, перемоги у конкурсі. Засоби стимулювання торговельної мережі розділяють на фінансові та натуральні пільги.

Отже, стимулювання збуту відіграє важливу роль у діяльності будь-якого підприємства. Ефект від стимулювання збуту досягається значно швидше, ніж в результаті використання інших елементів комунікацій. Існує багато інструментів стимулювання збуту, спрямованих на різні цільові ринки: споживачів, торгівельний персонал та торгівельну мережу. Вибір застосування відповідних інструментів збуту поєднує в собі науковий підхід з творчістю. Хоча деякі вчені обережно ставляться до активного застосування інструментів стимулювання збуту, на нашу думку, в майбутньому їхня роль буде збільшуватися.

Література

1.Божкова В. В. Реклама та стимулювання збуту: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / В. В. Божкова, Ю. М. Мельник; – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 200 с.

2.Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с.

3.Понад 40% вмісту упаковок кондитерських виробів займає повітря [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ipress.ua/news/ponad_40_vmistu_upakovok_zi_s_nekamy_zaumaie_povitrya_15182.html

ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Дьомічева Анастасія Юріївна,

студентка групи GRS1 – В14 Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка

Науковий керівник: **Боднарчук Т.Л.,**

к.е.н., асистент кафедри економіки підприємства Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка

Сучасна ринкова економіка має соціальну спрямованість та націлена на створення умов для забезпечення гідного рівня життя населення, зокрема, такої важливої його складової як відпочинок. Виходячи з цього, розвиток готельного бізнесу має велике значення, так як він є невід'ємним елементом як ділового життя, так й дозвілля людини. Нові види послуг, сервісні технології, сучасні форми організації обслуговування є цінним інструментарієм, який може забезпечити підвищення рівня якості послуг підприємств готельного господарства України.

В останні роки вітчизняний готельний бізнес розвивався недостатньо швидкими

темпами як через нестабільне політичне становище, так й економічну кризу. Певний прорив у сфері готельного бізнесу відбувся в період 2010–2012 рр. завдяки підготовці та проведенню в Україні «Євро–2012». На той час лише 18 % українських готелів відповідали європейським стандартам, тому була впроваджена програма швидкої реставрації та підведення рівня обслуговування в готельній індустрії до міжнародних норм та вимог.

У 2014 році не відбулось суттєвого поліпшення розвитку вітчизняного готельного бізнесу: через політичну та суспільну нестабільність в країні більшість бізнес-заходів та конференцій практично були скасовані, що негативно вплинуло на ринок готельних послуг. Як вважають експерти, навіть за таких умов слід дотримуватись стратегічного спокою і стабільності, покращувати свій сервіс, бути доброзичливими і відкритими по відношенню до клієнтів [2].

Одним з основних чинників, на який має звернути увагу менеджмент готелю, є структура процесу обслуговування клієнтів. Навіть прихильне й уважне ставлення персоналу не зможе компенсувати недбало організовану систему обслуговування. На нашу думку, після формування продуманої системи обслуговування в готелі, адміністрація має спрямувати зусилля на покращення професійного рівня обслуговуючого персоналу, що забезпечить високий рівень сервісу та в перспективі – формування іміджу закладу як постачальника якісних послуг.

У сфері вітчизняного готельного бізнесу такі елементи надання готельних послуг як невідповідність певних процедур, способів обслуговування, якості продукту міжнародним стандартам залишаються невирішеними проблемами. Розв'язання їх можливе шляхом формування загальнодержавної концепції підготовки високоякісних фахівців для галузі туризму, інвестування значних капіталів у навчання та підвищення кваліфікації персоналу власниками та менеджментом готельних комплексів. До таких заходів можна віднести проведення тренінгів, майстер-класів, відправлення працівників на курси підвищення кваліфікації та стажування, і, звичайно, професійний підхід до підбору персоналу, здатного до навчання і самовдосконалення.

Ефективність використання готельних підприємств залежить від багатьох чинників: якості обслуговування, зіркової категорії готелів, наявності структурних підрозділів, що надають додаткові послуги, комфортабельності та технічного устаткування номерів тощо. Висока якість обслуговування визначає ступінь задоволення клієнта, що впливає на його рішення ще раз скористатися послугами готелю. Якість послуг, які надаються в готельно-ресторанній та туристичній сфері, перш за все, повинні регламентуватися певними нормативними й нормативно-правовими актами. На сьогоднішній день ця база складається з відповідних національних стандартів, а саме таких: ДСТУ 4268:2003, ДСТУ 4269:2003, ДСТУ 4527:2006, ДСТУ 42:2004 [1].

Ще однією важливою проблемою готельного бізнесу є недостатній професійний рівень та відсутність відповідних навиків спілкування (особливо з іноземними

клієнтами) в обслуговуючого персоналу.

Важливим елементом реформування готельної індустрії є розробка довгострокових програм із запобігання помилок при обслуговуванні гостей та впровадження систем керування, які покликані дати управлінському персоналу інструменти для підвищення віддачі від невлених активів готелю. Фактично, крім ціни номера і якості відчутних активів готелю усе більшого значення набувають так звані невлених активи: бренд-імідж готелю серед різних категорій клієнтів, рівень сервісу в готелі загалом й індивідуальний підхід до кожного клієнта. Ці складові сьогодні виходять на перші місця за вагомістю формування конкурентних переваг.

Отже, для підвищення якості готельних послуг в Україні варто реалізувати першочергові заходи з підвищення ефективності використання існуючої інфраструктури готельного господарства, розширити мережу готельних підприємств шляхом будівництва нових об'єктів, створити ефективну систему управління, розробити та почати реалізовувати програму активного просування готельного продукту, підготувати персонал, підвищити інвестиційну привабливість, створити систему моніторингу, аудиту та управлінського обліку тощо.

Список використаних джерел

1. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация / С.И. Байлик. – К. : ВИРА-Р, 2001. – 208 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://buklib.net/books/33442/>

2. Головка О.М. Організація готельного господарства : навч. посібник / О.М. Головка, Н.С. Кампов, С.С. Махлинець. – К. : Кондор, 2011. – 410 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/91796-23-rozvitok-gotel'nogo-gospodarstva%20krani.html>

СТРАТЕГІЯ УСПІШНОЇ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИ ВИХОДІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

Зарва А. В., Зарва М. О.

студенти групи 6-ЕМба Полтавського національного технічного університету ім. Ю. Кондратюка

Науковий керівник: **Маховка В.М.**

к.е.н., старший викладач кафедри туризму та адміністрування Полтавського національного технічного університету ім. Ю. Кондратюка

При виході на зовнішній ринок підприємство стикається з жорсткою міжнародною конкуренцією. Зовнішні ринки пред'являють вищі вимоги до пропонованих на них товарів, їх упаковки, сервісу, рекламі і т.д. Це пояснюється гострою конкуренцією між підприємствами – виробниками товару і переважанням «ринку покупця», тобто помітним перевищенням пропозиції над попитом.

Тому, беручи до уваги практику рекламної діяльності в західноєвропейських країнах, можна розробити декілька умов успішного просування підприємством свого товару на зовнішніх ринках:

- випускати те, що можна продати. Потрібно ретельно вивчити та проаналізувати ринок, а саме на який товар чи послугу є попит, для того щоб орієнтуватись на те, що підприємство буде випускати і рекламувати.

- підготовка. З самого початку можна зайнятися підготовкою. Перед зовнішньоекономічною діяльністю потрібно вивчити світові ринки. Незважаючи на те, що в сучасності на отримання інформації не треба забагато часу, дуже важливо ясно уявити, що ви знаєте і про що хочете дізнатися.

- своє «обличчя». Треба приділяти багато уваги образу своєї фірми. Доцільно буде використовувати фірмові бланки, конверти, візитні картки, де створити фірмовий стиль тощо. Треба поміркувати про зовнішній вигляд кореспонденції.

- добір контрагентів. Підприємство повинно визначитись з ким йому вступати в ділові стосунки.

- в західних країнах для бізнесмена головним фактором є прибуток.

- чи здатен потенційний партнер на розмови. Для проведення переговорів треба знати іноземні мови, так як переговори через перекладача досить невдалий варіант. Якщо не має можливості спілкуватися мовою свого іноземного партнера, треба доручити експортно-імпортні операції тому, хто може [1].

Знання законів країн ділових партнерів – є надзвичайно важливим фактором для підприємства. У західних країнах розроблена і застосовується струнка інформаційна система пошуку ділового партнера. Одне з головних місць у ній належить інформації безпосередньо від самого підприємства. Це нотаріально засвідчені копії установчих документів – договору і статуту, зареєстрованих у відповідних відомствах країни. У них визначені правовий статус, розмір капіталу і профіль діяльності фірми. В опублікованих нею балансах витрат і прибутків, а також річних і квартальних звітах наводяться важливі дані про кредиторську і дебіторську заборгованість, обсяг продажу і закупівлі, про акціонерний капітал і акціонерів, про розмір нарахованих дивідендів.

Серед основних рекламних стратегій, які використовуються при виході на міжнародний ринок, є стратегія адаптації товарів, яка припускає розробку різних варіантів кожного виробленого товару і має на меті найбільш повне задоволення потреб покупців і більш глибоке впровадження на ринок. Ця стратегія дозволяє найбільш повно використати поглинаючі можливості окремих ринків з урахуванням специфіки їхніх вимог, а також орієнтується на заповнення ніш, де нема конкуренції або ж вона слабка.

Стратегія простого розширення, або стандартизації товару, припускає перенесення на міжнародний ринок ту асортиментну позицію, яка присутня на внутрішньому ринку без змін. За допомогою цієї стратегії можна досягти економії на масштабі, економії на ресурсах за рахунок зосередження виробництва в одному місці, зниження складських витрат; зниження витрат за рахунок уніфікації технології; зниження витрат на товарорух; збільшення доходу через стабільність попиту [2].

Особливу роль у здійсненні реклами відіграє Інтернет. Інтернет як середовище і засіб комунікації містить великий обсяг інформації і може бути ефективно використаний як засіб здійснення рекламних кампаній і контролю за їх ефективністю. До початку XXI століття Інтернет перетворився в могутній рекламний засіб, який досить доступний для підприємства, в порівнянні з традиційними ЗМІ, а також виставками і ярмарками. У ряді випадків Інтернет використовується як унікальний засіб впливу на визначені групи споживачів. Однак, найчастіше він застосовується як допоміжний засіб спільно з іншими інструментами масової інформації, наприклад, опитування за допомогою електронної пошти, розсилання каталогів товарів, організація віртуальних виставок.

Список використаних джерел

1. Липчук В. В. Маркетинг: навчальний посібник / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк, С. Я. Бугіль, Я. С. Янишин. – Львів: Магнолія, 2014. – 456 с
2. Трейси М. Маркетинг ведущих компаний. Выбери потребителя, определи фокус, доминируй на рынке / М. Трейси, Ф. Вирсема. – СПб.: Диалектика-Вильямс, 2012. – 304 с.

ІНТЕГРОВАНІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ НА ПРИКЛАДІ ДП «АЛЬМА-ШКІРГАЛАНТЕРЕЯ»

Іщенко М. І.,

студентка групи СКБМГ-21 ХКТЕІ

Науковий керівник: **Олексюк Л. І.,**

викладач циклової комісії готельно-ресторанної справи ХКК ХКТЕІ

Сьогодні все більше компаній приймає концепцію інтегрованих маркетингових комунікацій. Відповідно до цієї концепції компанія ретельно продумує й координує роботу своїх численних каналів комунікації – рекламу засобами масової інформації, особистий продаж, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг і упаковку товару з метою вироблення чіткої, послідовної й переконливої уяви про компанію та її товари. Компанія планує роль кожного засобу впливу й тривалість його дії. Вона складає список і розклад окремих заходів, відстежує ефект капіталовкладень у сам продукт, у засіб його просування, у підтримку стадії життєвого циклу товару з метою подальшого поліпшення комплексу стимулювання. Для проведення в життя стратегії інтегрованих комунікацій призначається керівник служби маркетингової комунікації, що несе повну відповідальність за всі дії компанії в цій сфері. Для того щоб інтеграція зовнішніх комунікацій пройшла ефективно, у першу чергу координується внутрішня комунікаційна діяльність.

Інтегровані маркетингові комунікації дають можливість розв'язати одразу дві взаємопов'язані проблеми.

1. Створення системи комунікаційних повідомлень з використанням різних засобів комплексу маркетингових комунікацій, які б не протирічили один одному та були б скоординовані між собою, що дало б змогу сформувати благо сприйнятливий образ комунікатора.

2. Досягнення максимізації ефективності маркетингових комунікацій через пошук оптимальних комбінацій основних та синтетичних засобів маркетингових комунікацій, а також окремих прийомів та інструментів кожного із цих засобів.

Потреба в інтеграції маркетингових комунікацій визначається насамперед поставленою метою, глобальністю та масштабністю завдання. Якщо, підприємству потрібно поширити презентаційні зразки продукції серед вузького кола споживачів, немає сенсу використовувати інтегровані маркетингові комунікації. Достатньо скористатися послугами промоперсоналу. У разі, коли продукт виходить на новий ринок і мета компанії – донести його імідж та функціональні переваги до споживача; коли компанія здійснює ребрендинг і її мета – пояснити причини його здійснення та переваги; коли підкреслити соціальну відповідальність компанії і її мета – сформувати позитивну репутацію та інше, є сенс застосовувати інтегровані технології.

ДП «Альма-Шкіргалантерея» є національним лідером – виробником дитячого ігрового, спортивного, дидактичного, реабілітаційно-оздоровчого обладнання та дитячих ігрових майданчиків. Основною метою діяльності підприємства є створення максимально сприятливих умов для повноцінного фізичного, психологічного та розумового розвитку підрастаючого покоління, адже, здоров'я наших дітей – це найважливіша соціальна цінність нашої держави. Звичайно, першим хто повинен піклуватися про здоров'я власної дитини – це є батьки. Але держава повинна створити умови для формування здорового способу життя майбутнього покоління.

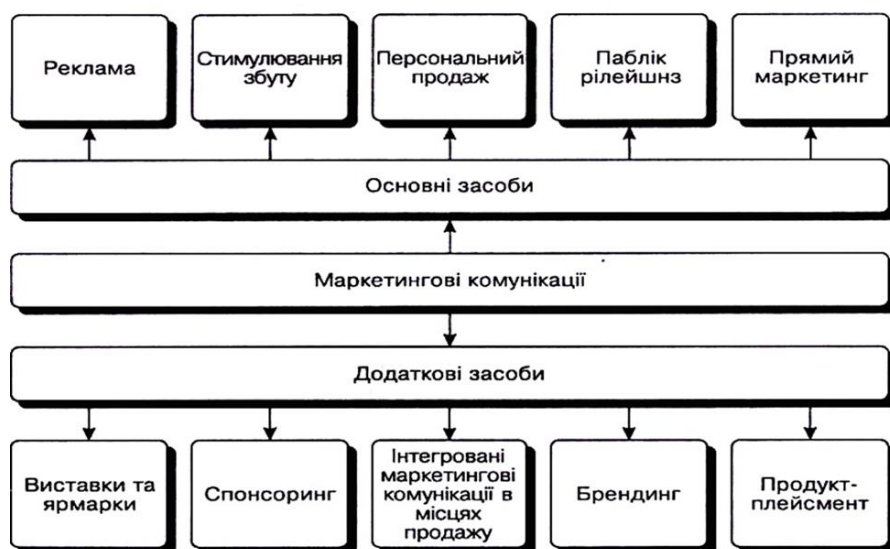


Рисунок 1. – Комплекс маркетингових комунікацій на ДП «Альма-Шкіргалантерея»

Комплекс маркетингових комунікацій – система заходів інформаційної діяльності, спрямована на те, щоб переконати споживача шукати і купувати продукцію фірми та стимулювати його купівельну активність. Для досягнення успіху комунікаційні заходи повинні носити комплексний характер, провадитись

регулярно, що сприятиме закріпленню у свідомості споживачів та формуванню позитивного сприйняття ними інформації. Комплекс маркетингових комунікацій на ДП «Альма-Шкіргалантерея» наведено на Рис.1.

Комунікаційна політика фірми орієнтована на активну рекламну кампанію із розміщенням рекламних звернень у газетних виданнях, на радіо і застосування зовнішньої реклами. Планується у перспективі підкріплювати свій авторитет за рахунок участі у благодійній діяльності міста.

Отже, концепція маркетингу, як форма виробничо-комерційної діяльності, повинна забезпечити пристосування фірми до умов різних ринків, повинна враховувати особливості наявної ситуації. Саме маркетинг може підвищити ефективність функціонування підприємств в ринкових умовах, в умовах жорстокої конкурентної боротьби.

Список використаних джерел

1. Примак Т. О. Маркетингова політика комунікацій: Навчальний посібник [Текст] / Т. О. Примак. – Київ : Атіка, Ельга-Н, 2009. – 328 с.
2. Сутиріна С. О. Формування концепції інтегрованих маркетингових комунікацій на підприємстві [Електронний ресурс] / С. О. Сутиріна, А. М. Федорцова ; Дніпропетровський національний університет. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/8_NIT_2008/Tethis/Economics/27624.doc.htm.
3. Журнал «Finance.com», квітень 2008 р..
4. Журнал «Маркетинг» №28 за 2007 р. Вплив реклами на торгові підприємства.
5. Сопко А. П. Основи маркетингу [Текст] / А. П. Сопко. – Київ, 2007
6. Примак Т. О. Маркетинг [Текст] / Т. О. Примак. – Видання 2-е, виправлене та доповнене. – Київ, 2005
7. Белевцев М. І. Інфраструктура товарного ринку [Текст] / Белевцев М. І., Шестопалова Л. В. – Київ : Центр навчальної літератури, 2005
8. Романова Е. В. Економічна діяльність фірми [Текст] / Е. В. Романова. – Санкт-Петербург, 2005.
9. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: Навчальний посібник [Текст] / Т. І. Лук'янець. – Київ : КНЕУ, 2003. – 524 с.
10. Норіцина Н. І. Маркетингова політика комунікацій: Курс лекцій [Текст] / Н. І. Норіцина. – Київ : МАУП, 2003. – 120 с.

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА МІСТА

Комарницька Г. О.,

к.е.н., доцент кафедри економіки та менеджменту, факультет управління фінансами та бізнесу ЛНУ ім. І. Франка

Стратегічний аналіз соціально-економічного розвитку міста є продуктом спільного вибору лідерів громади на основі досягнення консенсусу. В основі

стратегічного аналізу на нашу думку варто використовувати принцип зосередження зусиль на пріоритетних питаннях розвитку. Найбільш критичні питання, це створення сприятливого бізнес-середовища та залучення інвестицій, розвиток людських ресурсів та розвиток інфраструктури. Для кожного з цих питань треба складати окремі плани дій, впровадження яких призведе до поліпшення конкурентної позиції міста. Плани дій потрібно розробляти з органами самоврядування також з допомогою людей, які мають професійні знання та досвід у відповідних сферах, або до службової компетенції яких входять відповідні питання. Стратегічний аналіз соціально – економічного розвитку ґрунтується на амбітному баченні майбутнього зростання. Питання створення сприятливого бізнес-середовища та залучення інвестицій належить до універсальних чинників, що обумовлюють розвиток місцевих економік, тоді як критичні питання, пов'язані з розвитком людських ресурсів та розвитком інфраструктури, віддзеркалюють очікуваний високий потенціал зростання, який має генерувати успішне впровадження маркетингової стратегії.

З метою розроблення регуляторної політики щодо економічного розвитку міст у світовій практиці широко застосовують стратегічне планування, процес якого можна подати у вигляді низки кількох послідовних етапів (рис. 1.4). Основні з них: організація роботи; здійснення стратегічного аналізу; прогнози; моделювання сценаріїв; стратегічний вибір; розробка плану дій (цілі, завдання); громадське обговорення; ухвалення стратегії; моніторинг; впровадження стратегічного плану.

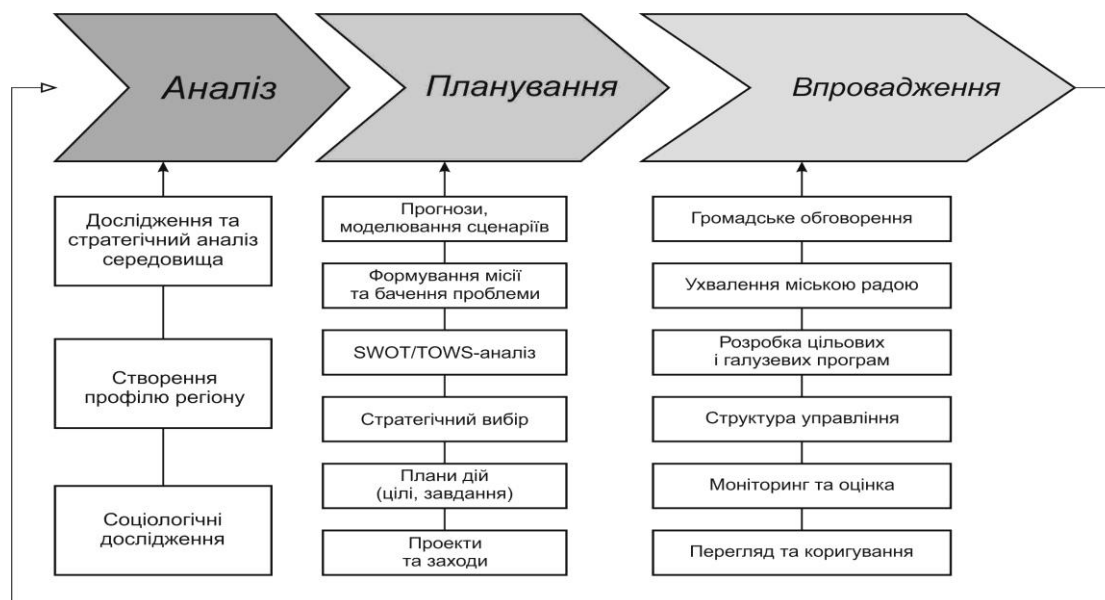


Рис. 1.4. Процес стратегічного планування економічного розвитку міста.

Доповнено за [1].

Етап організаційного забезпечення у процесі стратегічного планування дуже важливий, адже від нього залежить адекватність і якість самого процесу. На цьому етапі формується центральний орган стратегічного планування, якому громада делегує право та наділяє відповідальністю за формулювання і прийняття стратегічних рішень стосовно її майбутнього. Робоча група – легітимний робочий

орган, щодо якого приймається відповідне розпорядження міського голови і діяльність якого поширюється на весь період планування. Крім цього, на першому етапі залучаються місцеві експерти, котрі беруть участь у підготовці дослідницько-аналітичних матеріалів для стратегії, а також відбувається цілковите організаційне й інформаційне забезпечення процесу.

На етапі стратегічного аналізу формується профіль міста, який містить дослідження зовнішнього оточення громади з метою виявлення потенційних можливостей для економічного зростання. Аналіз основних соціально-економічних і демографічних тенденцій дає підставу для прогнозування розвитку цих тенденцій на період планування, а відтак – формулювання базового, або інерційного сценарію розвитку міста з урахуванням того, що нічого спеціально не буде здійснюватися для впливу на виявлені тенденції.

Інший важливий документ етапу стратегічного аналізу – вивчення громадської думки у бізнес-середовищі з метою оцінки підприємницького клімату, що належить до об'єктів стратегічного плану. Дослідження можна проводити, застосовуючи метод анкетування за відповідною методологією.

Подальший крок у методології стратегічного планування – формулювання бачення, що містить обриси стратегічних пріоритетних сфер міста і слугує базовою формулою для маркетингової стратегії.

Завершальний етап стратегічного аналізу й одночасно перший і стратегічно найважливішим крок етапу планування – здійснення стратегічного вибору. Аналіз виявлених ключових чинників впливу на траєкторію розвитку дає змогу визначити стратегічні напрями економічного розвитку, тобто здійснити стратегічний вибір і декларування цих стратегічних пріоритетних напрямів розвитку.

Стратегічний вибір у методологічному сенсі – серцевина процесу планування, від якої, власне, починається розроблення плану дій – формулювання проблем за кожним стратегічним напрямом. Стратегічні проблеми слугують відправним пунктом для побудови системи цілей плану – від означеної мети до операційних цілей і завдань, котрі в процесі запровадження стратегії переформатовуються на проекти за принципами та правилами проектного менеджменту.

Завершальний етап процесу стратегічного планування – створення системи її впровадження, моніторингу, оцінювання й оновлення.

Отже, важливу роль у соціально-економічному розвитку держави та формуванні трудового потенціалу належить містам. Місто як універсальне утворення є водночас пунктом зосередження населення, обслуговуючої інфраструктури і концентрації промислової діяльності. Для більш успішного функціонування міста необхідно обов'язково здійснювати стратегічний аналіз маркетингового середовища, що дозволить оцінити доцільність тих чи інших проектів місцевого розвитку.

Список використаних джерел

1. Місцевий економічний розвиток [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mled.org.ua/>

ПРОЕКТ СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ДИТЯЧОГО ОДЯГУ

Назарко М. Б.

Студентка групи УПП-21 Національного університету «Львівська політехніка»

Науковий керівник: **Янішевський В. С.**

к.ф.-м.н., доцент кафедри технологій управління Національного університету «Львівська політехніка»

Зростаюча конкуренція спонукає підприємства використовувати і вдосконалювати наявні інформаційні системи та створювати нові. Відсутність діяльності у Інтернет-мережі для підприємства нині є суттєвим недоліком [1]. Створення Інтернет-магазину дитячого одягу вважається актуальним на сьогоднішній день, так як сьогодні значна кількість людей щодня, не виходячи з дому, купують різні товари через Інтернет. Інтернет-магазини істотно зменшують витрати виробника, заощадивши на утриманні звичайного магазину, розширюють ринки збуту, так само як і розширюють можливості покупців. Підприємство буде успішним на ринку, якщо досягається висока якість продукції, а також вміння донести інформацію до споживача і наявність ефективної системи збуту.

До основних проблем розвитку магазину слід віднести цілу низку інших взаємопов'язаних проблем, зокрема: зростання тиску з боку конкурентів; багаторічна відсутність досліджень, які б дозволили чітко визначити основні характеристики, уподобання та мінливі запити нового покоління дітей; менше позитивних зрушень нині демонструють і такі сегменти індустрії дитячих товарів, як виробництво дитячого одягу.

Метою даної роботи є проектування інформаційно-облікової системи магазину на прикладі ТзОВ ФІРМА «ТОП-ТОП». Над проектом працюватиме досвідчена і креативна команда, яка ставитиме мету розвитку позитивного іміджу магазину «ТОП-ТОП» в Україні. До складу команди входять: менеджер, адміністратор, ІТ-програміст, піарник, працівники. Для того щоб досягти мети даного проекту потрібно встановити конкретні задачі, на конкретних рівнях проекту та донести їх до кожного з учасників проекту [2]. В основу тактики щодо заохочення клієнтів лежать оформлений якісно сайт, уважний персонал, швидкість обслуговування.

Проектні рішення підвищення ефективності підприємства передбачають також:

1. Розширення асортименту товарів іграшками. Враховуючи, що діти дуже динамічно змінюють свої захоплення і своїх кумирів виробники товарів для дітей повинні швидко адаптуватися до нових потреб своєї цільової аудиторії, оскільки конкуренція за дитячу увагу та батьківські кишені надзвичайно гостра.

2. Оптова торгівля по інших магазинах. Також можна розповсюджувати оптом товари в інші області. Закупляючи товар більшими партіями і просуваючи його не тільки в одному магазині, а в декількох. За рахунок цього збільшаться прибутки і кругообіг товару стане більшим. Налагодивши систему збуту можна буде скласти

перелік більш потрібного асортименту товару і закупляти саме те, що на даний момент є необхідним у тому чи іншому магазині.

3. Серія однакових товарів для дорослих і дітей. Так як в теперішній час є популярним і модним те, коли діти ходять з батьками в однакових костюмах можна зробити серію товарів такого характеру і просувати цю продукцію через Інтернет-магазин.

Як підсумок, незначні інвестиції у поєднанні з інноваційністю, прибутковістю і доцільністю ідеї, дозволяють реалізувати проект і створити магазин більш привабливим для потенційних клієнтів.

Список використаних джерел

1. Тягунова Н. М. Інтернет-торгівля: сутність та особливості. Вісник Полтавської державної аграрної академії, Економіка, № 3, 2013, с. 160-162.

2. Бабаєв В.М. Управління проектами: Навч. посібник для студентів спеціальності «Управління проектами». – Харків: ХНАМГ, 2006. – 244 с.

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПОРЯДОК ЗДІЙСНЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Новак Дмитро Андрійович,

студент групи GRS1 – B14 Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка

Науковий керівник: **Боднарчук Т. Л.,**

к.е.н., асистент кафедри економіки підприємства Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка

Сьогодні все більша кількість споживачів обирає спосіб купівлі товарів через Інтернет, тому актуалізується проблема жорсткого регулювання даної сфери з метою забезпечення ефективності комерційних операцій та захисту прав споживачів.

В Україні правове регулювання електронної торгівлі на сьогодні частково забезпечується такими нормативно-правовими актами як Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 2003 року, Закон України «Про електронний цифровий підпис» від 2003 року, які закріплюють на національному рівні світові тенденції щодо визнання юридичної сили електронного документа, права та обов'язки суб'єктів електронного документообігу та визначають їхню відповідальність тощо.

Однак у вітчизняному законодавстві немає спеціального закону про електронну комерцію, який би врегулював всі питання, пов'язані з торгівлею в мережі Інтернет, але це не означає, що дана сфера економічної діяльності може здійснюватися поза межами правового поля. Суб'єкти господарювання, які здійснюють торгівлю за допомогою мережі Інтернет, насамперед повинні керуватися діючими Правилами продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями [1]. Крім того, Інтернет торгівля цілком підпадає під дію Цивільного кодексу

України, а також Закону України «Про захист прав споживачів» [2; 3].

У вказаних нормативно-правових актах відсутнє визначення поняття Інтернет-торгівлі, але подається трактування дистанційної торгівлі як форми продажу товарів поза торговельними або офісними приміщеннями, за якої вибір товару та його замовлення не збігаються у часі з безпосереднім передаванням вибраного товару споживачу [1].

Для Інтернет-продавця найбільш поширеною формою укладення договору на відстані є публічний договір. Відповідно до Цивільного Кодексу України публічним є договір, в якому одна сторона (підприємець) взяла на себе обов'язок здійснювати продаж товарів, виконання робіт або надання послуг кожному, хто до неї звертається [3]. Публічний договір є доступним для будь-якого покупця товарів та споживача послуг на Інтернет-сторінці продавця. Договір містить загальні умови купівлі-продажу товарів, робіт, послуг, які є однаковими для всіх споживачів.

Серед частих порушень з боку Інтернет-магазинів можна виділити відмову забезпечити заміну або гарантійний ремонт товару; невідповідність товару вимогам нормативних актів; невідповідність документів, супроводжуваних товаром; зміна ціни товару при його доставці і багато іншого. З метою ефективної реалізації Інтернет-торгівлі та захисту прав споживачів у даній сфері учасники відносин повинні дотримуватися відповідного порядку, зокрема, стосовно:

1. Інформації про товар: суб'єкт господарювання зобов'язаний забезпечити споживачів необхідною, достовірною, своєчасною та доступною інформацією про перелік послуг, що надаються, тарифи на них, час приймання і видачі замовлень, асортимент і ціни на товари, що пропонуються до продажу, години доставки замовлень додому, споживчі властивості товарів, строки їх придатності до споживання або гарантійні строки та строк служби [2].

2. Обміну або повернення товару: у разі реалізації продукції поза торговельними або офісними приміщеннями споживач має право розірвати договір за умови повідомлення про це продавця протягом 14 днів з дати одержання документа, який засвідчує факт здійснення операції купівлі-продажу поза торговельними або офісними приміщеннями.

3. Безпеки продукції: на вимогу споживача продавець зобов'язаний надати йому документи, які підтверджують якість, безпеку та ціну товарів. У документах на товари, що підлягають обов'язковій сертифікації, повинні зазначатися реєстраційні номери сертифіката відповідності чи свідоцтва про визнання відповідності та/або декларації про відповідність, якщо це встановлено технічним регламентом.

4. Гарантійних зобов'язань: суб'єкт господарювання зобов'язаний забезпечити технічне обслуговування та гарантійний ремонт реалізованих товарів в установленому порядку.

Таким чином, в Україні формується законодавство у сфері торгівлі через мережу Інтернет. Регулювання здійснюється загальними нормативно-правовими актами, передусім, Цивільним Кодексом та Законом України «Про захист прав споживачів».

Аналіз судової практики вирішення конфліктів у сфері Інтернет-торгівлі останнього часу показує, що суди найчастіше стають на бік споживача, і це є позитивною тенденцією, яка має розвиватися. Однак, все-таки, на даний момент в Україні відсутній чіткий та прозорий механізм здійснення Інтернет-торгівлі та порядку захисту прав Інтернет-покупців. Це є підставою для розробки й прийняття спеціального законодавчого акту про електронну комерцію, який би врегулював всі питання, пов'язані з торгівлею в мережі Інтернет, і встановив прозорий механізм захисту прав споживачів.

Список використаних джерел

1. Про затвердження правил продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями : Наказ Міністерства економіки : за станом на 19.04.2007 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1181-07>
2. Про захист прав споживачів : Закон України : за станом на 01.01.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.
3. Цивільний Кодекс України : станом на 19.02.2016. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

УПАКОВКА ТОВАРУ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ

Свистун О. М.,

Студентка групи 30 Житомирського державного університету імені Івана Франка

Науковий керівник: **Пойга І. О.,**

к.е.н., ст. викл. кафедри економіки та маркетингу Житомирського державного університету імені Івана Франка

Сьогодні існує безліч проблем, що стосуються упаковки товару: неправильно підібраний колір, незручне використання, недостатність корисної інформації про продукцію та багато інших. Ось чому хочеться описати деякі моменти, які потрібно враховувати під час створення упаковки [3].

Упаковка – тара для зберігання, транспортування, реалізації продукції з інформацією про неї та її товаровиробника [1]. Метою упаковки є привернення уваги покупців та переконання в тому, що всередині дійсно хороший товар. Більшість упаковок товарів – це гармонічна єдність матеріалу, інформації і тари [4].

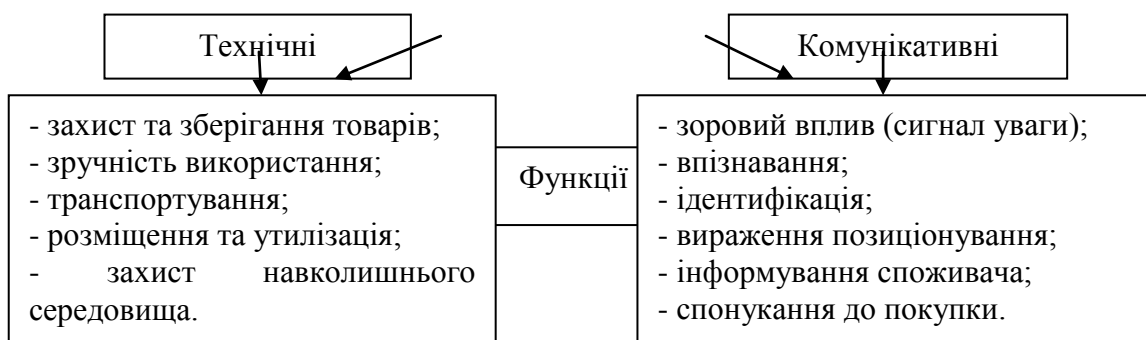


Рис. 1. Функції упаковки

Функції упаковки можна розділити на 2 групи: технічні та комунікативні (рис. 1) [2].

Технічні функції пов'язані з оболонкою товару: формою, матеріалами, системою закупорки чи закриття. В контексті маркетингової політики комунікацій нас, перш за все, цікавлять комунікативні функції упаковки, які можуть виконуватись як оболонкою, так й оформленням за допомогою кольору, графіки, етикетки та тексту [3].

1. Зоровий вплив чи сигнал уваги. Враховуючи те, що в великих супермаркетах покупці швидко проходять повз прилавки і те, що на цих прилавках знаходяться сотні аналогічних конкурентних товарів, для упаковки дуже важливо бути легко впізнаною. Якщо упаковки не видно, товар не куплять.

2. Ідентифікація. Для полегшення ідентифікації при розробці нового товару потрібно використовувати зорові коди тієї категорії, до якої він належить. Наприклад, небезпечно випускати нову марку кави зі зниженим вмістом кофеїну, не використовуючи на його етикетці домінуючий червоний колір, традиційно характерний для цього виду товару. Цей колір моментально приверне увагу споживачів та проінформує про дану новинку.

Навіть коли споживач вже знає марку, необхідно щоб він міг легко та швидко ідентифікувати по упаковці різні варіанти її асортименту.

3. Впізнавання марки. Необхідно також, щоб при погляді на упаковку споживачі, які були знайомі з маркою, легко її впізнали, навіть не читаючи назву. Здатність бути впізнаною особливо важлива, коли марка є об'єктом імітації з боку марок дистриб'юторів. Ця функція забезпечується використанням особливого кольору чи графіки (блакитний колір «Pepsi», оригінальний шрифт «Coca-Cola», форма пляшки «Perrier»).

4. Вираження позиціонування. Своєю формою та оформленням упаковка повинна згадувати явні й відмітні риси, які компанія вирішила придати марці. Наприклад, використовуючи «консервну банку» в якості упаковки для флакону парфуму, Жан-Поль Гот'є, ймовірно, хотів виразити неформальний характер позиціонування своєї марки. Консервна банка – це тара, а флакон парфуму виконаний у вигляді бюсту людини.

5. Інформування споживача. Упаковка може містити в собі корисну для споживачів інформацію, в тому числі й обов'язкову по закону: зазначення терміну придатності, склад товару, засіб його використання, рецепти тощо [3].

6. Стимулювання до покупки. Своїм виглядом упаковка повинна посилювати бажання зробити покупку. Ця мета може досягатись різними засобами [3]:

- *Appetit apreal* – здатність упаковки продовольчих товарів «збуджувати апетит» й «демонструвати» органолептичні якості за допомогою фотографій чи малюнків продукту.

- Size impression – здатність упаковки переконати споживача, що кількість товару, яка міститься всередині, значна за допомогою більш крупних оболонок, чим це необхідно.

- Естетичні якості – привабливість упаковки, яка стимулює споживача до покупки завдяки можливості її вторинного використання. Наприклад, залісні коробки із-під печива виставляють на полицях в кухні, деякі банки з-під гірчиці становляться стаканами тощо[2].

Також упаковка активно використовується виробникам при проведенні різного роду промоушн-акцій [3].

Основні засоби використання упаковки в рекламних цілях

Назва засобу використання упаковки	Опис		
Reduced Price Pack	Знижка на упаковці		Розмір знижки зазначений виробником на упаковці
Bonus Pack	Бонусна упаковка		Пропонує продукт більшого розміру за ціною продукту з меншим об'ємом
In-Pack Offer	Пропозиція всередині упаковки		Купон, безплатний подарунок чи пропозиція прийняти участь в акції по продукту, які вкладаються в упаковку товару при здійсненні покупки
On-Pack Offer	Пропозиція на упаковці	на	Пропозиція будь-якої премії чи бонусу, зазначене на упаковці товару
With-Pack Offer	Пропозиція упаковкою	з	Пропозиція чи приз, які додаються до купленого товару, але не вкладені в його упаковку із-за своїх розмірів чи по іншим причинам
Premium Offer	Призова пропозиція		Пропонується знижка чи безплатний додатковий товар при покупці зазначеного продукту

Особливе враження надається кольору упаковки тому, що в просторі його помічають першим. Своєрідність психологічного впливу кольору проявляється в тому, що в порівнянні з текстом він має більш давнє походження і зачіпає, перш за все, почуття, а текст – інтелект. Колір, на думку фахівців, позначається на настрої, оживляє і дратує, заспокоює, загострює емоційне сприйняття, викликає прямі асоціації з пропонованим продуктом, сприймається легше, ніж форма. Колір не треба перекладати на конкретну мову, він миттєво сприймається людиною, створюючи в той же час стійке враження [3].

При виборі товару кольори діють як магніт, притягаючи увагу потенційного споживача. Причому різні кольори привертають увагу різних груп споживачів. Це підтверджують психологи, які вважають, що, увага жінок швидше приваблює упаковку синього кольору [4].

Упаковка формує асоціативний образ продукції та товаровиробника через колір, форму, дизайн та семіотичні символи. Для ідентифікації продукції, крім форми, пакувальних матеріалів, використовують кольорову гаму, яка має певний вплив на підсвідомість споживачів [1].

Характеристика найбільш поширеної кольорової гами

Колір	Характеристика
Жовтий	Привертає увагу, символізує сонце; іноді сприймається як «дешевий та легковажний»
Червоний	Запам'ятовується та найбільшою мірою привертає увагу; свідчить про високу якість продукції, а також про високу температуру
Фіолетовий	Асоціюється з елітною продукцією (виробництво цього кольору найбільш витратне)
Синій	Використовується для позначення чистоти та низької температури, широко використовується виробниками мийних засобів та антисептиків
Зелений	Символізує весну і молодість, природу
Рожевий або малиновий	Вважається кольором для молодих дівчат та часто використовується в косметиці, для товарів для немовлят та деяких видів господарських товарів
Білий	Асоціюється з свіжістю та чистотою (в Індії це колір трауру)
Чорний	У комбінації з золотим складає враження ексклюзивності, престижності та високої ціни

Сьогодні комунікативні властивості рекламної упаковки розширюються. Так, останнім часом при створенні упаковки до деяких виробам використовується вже не тільки візуальний код, але й акустичний або розрахований на сприйняття нюхом людини. Маються на увазі упаковки, які за допомогою певних технічних засобів «нашіптують» покупцеві тексти рекламного характеру або залучають його увагу приємним запахом. Стають більш витонченими і візуальні коди передачі інформаційного повідомлення адресату-споживачеві. Наприклад, використовуються стереоефекти або голограми. Так що, слідуючи за технічним прогресом, рекламна упаковка вдосконалюється. Це робить її все більш активним засобом соціальної комунікації в сучасному [3].

На упаковці і в рекламних матеріалах повинні бути використані такі візуальні елементи, як гасла, товарні знаки, девізи, логотипи, або символи, кольори, малюнки. Один з найбільш очевидних способів отримання об'єднання зусиль – розміщення на рекламах зображення упаковки. Це вимагає певної гнучкості дизайну упаковки. На друкованій або телевізійній рекламі упаковка повинна виглядати так само добре, як і на вітринах магазинів або в будинку споживача [4].

Отже, упаковка широко використовується як засіб комунікаційного впливу на споживачів, і її можливості з кожним роком розширюються (наприклад, упаковка з продуктових відходів, яка швидко розчиняється під час утилізації, тощо) [1]. Поєднуючи свої цікаві та креативні ідеї з поданими порадами, можна досягти великого успіху та принести компанії максимальний прибуток за рахунок високого попиту та величезної кількості продаж.

Список використаних джерел

1. Ілляшенко С.М. Маркетинг: бакалаврський курс: підручник / С. М. Ілляшенко. – Суми : університетська книга, 2009. – 1134 с.

2. Котлер Филип. Основы маркетинга: підручник / Филип Котлер, переклад з англійського В.Б. Боброва. – М, 1991. – 205 с.
3. Липчук В.В. Маркетинг: навч. пос. / В.В. Липчук, Р.П. Дудяк, С.Я. Бугіль, Я.С. Янишин. – Львів: „Магнолія 2006”, 2012. – 456с.
4. Михалева Е.П. Маркетинг. Конспект лекцій / Е.П. Михалева. – М, 2010. – 224 с.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ

Стеценко О. В.,

Студентка групи 30 Житомирського державного університету імені Івана Франка

Науковий керівник: **Пойта І. О.,**

к.е.н., ст. викл. кафедри економіки та маркетингу Житомирського державного університету імені Івана Франка

Популярність товарів на ринку, обсяг продажу, імідж та конкурентоспроможність підприємства залежить від ефективності системи представлення продукції. Сьогодні набагато складнішим завданням є глибша співпраця зі споживачем, а не просто декларація видимих якостей продукту або його функціональних властивостей. Особливо актуальним це є в умовах значних змін у поведінці споживачів, підвищення вимогливості до продукції, послаблення лояльності до компаній на тлі невідповідності заявлених переваг реальній пропозиції. У споживчій аудиторії виникає зорова і слухова втомленість через те, що загальний потік зовнішньої реклами дуже великий. Це слугує тому, що ефективність реклами значно скорочується, і рекламодавцям для отримання необхідного ефекту потрібний пошук нетрадиційних підходів до вивчення думки та поведінкових реакцій споживачів, одним із яких і є нейромаркетинг.

Нейромаркетинг це одна з найефективніших сучасних технологій, що ґрунтується на статистичному опрацюванні даних, отриманих у процесі психофізіологічних досліджень. Об'єктом вивчення нейромаркетингу є широкий спектр реакцій у поведінці людини: дослідження змін динаміки пульсу, процесу потовиділення, струмів мозку, рухів зіниць та інших спонтанних реакцій, активно використовується магнітно-резонансне сканування головного мозку. Нейромаркетинг становить комбінацію двох сфер знань – неврології та традиційного маркетингу. Це сильний механізм маніпулювання споживачем, впливу якого важко протистояти.

Питання нейромаркетингу особливо актуальні сьогодні, з огляду на неоднозначність позицій щодо можливості використання даного методу стимулювання продажів та підвищення конкурентоспроможності продукції на підприємстві.

На ухвалення рішення споживачем впливають набагато більше факторів, ніж прийнято вважати: колір, картинка, запах, звук – усі ці фактори визначають вибір клієнта на користь того чи іншого товару. Поліпшити настрій і самопочуття покупців можна за допомогою приємного для ока та огляду товарів освітлення, створення зручних проходів, комфортного температурного режиму, запахів, колірних сполучень, зміни логотипу магазину. Однак споживач купує цілий комплекс своїх вигод, а логотипи та інші деталі просто дозволяють ідентифікувати потрібний продукт у точці продажів.

Як показали результати нейромаркетингових досліджень високу нейронну активність у споживачів викликають прості емоційні товарні презентації. Покупець швидше зацікавиться презентацією товарів з позитивним емоційним посланням (наприклад, любов, радість, сила тощо), ніж суто раціональною презентацією. Під впливом таких методів заохочування покупців у деяких людей може розвинутися імпульсивне, неконтрольоване і залежне споживання товарів і послуг), що може нанести шкоду психологічному та моральному здоров'ю людини. Діти особливо сприйнятливі до такого роду дій. Надмірне захоплення покупками призводить до сімейних конфліктів і розпаду сімей, здійснення антисоціальних вчинків з метою вирішення фінансових проблем для реалізації своєї нав'язливої пристрасті, накопичення великих боргів, психологічних розладів, агресії або депресії, хвороб серцево-судинної системи, головних болей, порушень сну. Мотивація, якою керується людина, впливає на первинну оцінку і на остаточне рішення. Дослідження нейромаркетологів підтвердили тезу про те, що вся система емоційного оцінювання, яка визначає, позитивно, негативно чи нейтрально сприймає людина явище, особу чи процес, ґрунтується на мотиваційній структурі людської психіки. Ця структура окреслює пріоритети в комплексі життєво важливих потреб і функцій, регулює діяльність людини. У процесі соціалізації та набуття життєвого досвіду кожна особа формується як неповторна індивідуальність.

На процес формування та становлення особистості суттєво впливають пріоритетні мотиви, що визначають матрицю поведінки людини. Структура мотивації об'єднує чотири основні категорії: безпека, соціальність, успішність і перевага, новаторство. Кожна з категорій має свою специфіку.

Мотив безпеки при виборі притаманний здебільшого жінкам та літнім людям. Цей мотив проявляється у наданні переваги при виборі фактору надійності. Соціальний мотив не є специфічним ні для віку, ні для статі. Мотив успішності або альфа-мотив є ключовим для більшості чоловіків і виявляється в демонструванні власної сили, переваги, досягнень. Мотив новаторства керує переважно поведінкою підлітків та молоді та формує пріоритети на основі фактора цікавості, наслідування духу першопрохідця, винахідника нових поглядів і підходів, демонстративної дії наперекір усталеним нормам та канонам.

Індивіди за своєю мотиваційною структурою та вираженістю мотиву суттєво відрізняються один від одного. Тому вчені враховують, що за дії однакових

подразників, людина сприймає інформацію вибірково, залежно від типу емоційної системи. Саме специфіка мотиваційної структури людської психики і визначає, як емоційна система реагує на подразники зовнішнього світу і впливає на остаточний вибір.

Перебіг нейронної активності у чоловіків і жінок суттєво різниться. Експерименти показали, що у чоловіка упродовж короткого часу після появи подразника спостерігається швидке та різке підвищення нейронної активності з високою амплітудою, яка потім знижується. У жінок ця амплітуда значно нижча і зберігається на одному рівні протягом усього часу сприйняття подразника.

Нейромаркетинг включає в себе візуальний мерчандайзинг, аромаркетинг та звуковий дизайн. Усі ці компоненти допомагають у вивченні думок та стимулюванні поведінкових реакцій споживачів. Їх подальше вивчення і використання сприятимуть новому поштовху розвитку збутових стратегій підприємств при помірних фінансових затратах.

Колір відіграє важливу роль у зацікавленні клієнтів. Дає змогу створювати рекламну продукцію посиленого впливу оптимальний вибір домінуючого кольору або поєднання кольорів із врахуванням національно-етнічних, історичних або релігійних особливостей, характерних для регіону, в якому використовують рекламу. Типова помилка при використанні візуального мерчандайзингу полягає у тому, що фірмова палітра не відповідає цінovій ніші, в яку прийшла компанія. Один і той самий колір представники економсегмента і преміального класу сприймають по-різному. Те, що для одних здається бідним, порожнім, для інших є статусним. До преміальних кольорів належать білий, чорний та сірий, оформлення більшості бутиків, як правило, не виходить за рамки цього трикутника кольорів. Якщо в такій палітрі оформити, наприклад, продуктову роздрібну мережу нижнього і середнього цінovого сегмента, то багато споживачів її просто не помітять, не сприймуть як магазин продуктів.

Ми є свідками того, що різні природні й штучні ароматизатори, крім їх традиційних галузей застосування, як то парфумерія, косметика, побутова хімія, харчова промисловість, впевнено освоюють нові й нові ніші, поширюються на інші сфери. Ароматизують дедалі більше нових товарів – від одягу до автомобілів, упроваджують різні ароматичні логотипи, журнальні вставки зі зразками запахів парфумерної продукції тощо.

Нині аромаркетинг охоплює: ароматизацію повітряного простору з метою залучення клієнтів і створення сприятливої атмосфери; ароамерчандайзинг (акцентування за допомогою запаху уваги клієнта на окремих товарних позиціях); ароматизовану рекламну поліграфію; ароабрендинг (розроблення і впровадження ароамалоготипа компанії і торгової марки); ароматизовані сувеніри тощо [4, с. 36]. Останнім часом деякі компанії зацікавилися створенням власних «фірмових» ароматів. Так виник «запах бренду». За допомогою аромату можна додати бренду додатковий рівень комунікативності, настрою, емоції. До того ж, ароматична

складова бренду може виявитися дуже могутньою. Тобто не тільки колір, логотип, стилістичні та інтер'єрні рішення, але і свій власний аромат, властивий саме цій компанії, що відповідає її концепції та філософії, може вивести комунікацію з її клієнтами і партнерами на абсолютно новий рівень [1, с. 123].

Звуковий дизайн є наступною складовою нейромаркетингу. Музика впливає на настрій покупців не менше, ніж колір. Тому в ряді країн у великих універсальних магазинах створюють м'який музичний фон. Кожному торговельному підприємству потрібний розроблений власний музичний супровід, який добирають з урахуванням концепції магазину та асортименту товарів, що пропонується до продажу. Під час вибору музичного супроводу необхідно також враховувати темп музики, її тематичну спрямованість, гучність і смаки цільової групи покупців. Слід пам'ятати про юридичний аспект використання музичних композицій – дотримання авторських прав (публічне використання фонограм без укладання відповідної угоди правовласником є незаконним).

Висновки. Нейромаркетинг – є новим полем маркетингових досліджень, яке вивчає сенсорні, когнитивні та емоційні відповіді споживачів на маркетингові стимули він є вагомим інструментом реклами, який має свої переваги та недоліки. Але все ж виробникам та продавцям потрібно піклуватися не про музичне оформлення, ароматизацію приміщень і яскраві картинки, а про якість наданих послуг та товарів, що продаються, тоді їх товар або послуги споживачі будуть вибирати без важелів впливу на нього.

Список використаних джерел

1. Бойко О. Д. Політичне маніпулювання: навч. посіб. / О.Д. Бойко – К.: Академвидав, 2010. – 432 с.
2. Кан Е. Ю. Нейромаркетинг – механізм маніпулювання потребителями [Електронний ресурс] / Е.Ю. Канн. – Режим доступу : www.nbuv.gov.ua.
3. Психологія кольору в друкованій рекламі [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrop.com.ua/directory/style/family/psychology?cur>
4. Палахнюк А. Аромат ростущих продаж / А. Палахнюк // Рекламные идеи. – 2005. – № 2. – С. 36-43.
5. Попова Ж. Г. Идеи психоанализа в современной рекламе / Ж.Г. Попов // Маркетинг в России и за рубежом. -2002. – № 1. – С. 22 – 36
6. Романюха С. Нейромаркетинг. Сила эмоций в противовес отжившим представлениям / С. Романюха // Отдел маркетинга. – 2010. – № 3 – С. 43-48.
7. Рюмшина Л.И. Манипулятивные приемы в рекламе: Учеб. Пособие / Л.И. Рюмшина. – М.; Ростов н / Д: Изд. центр «МарТ», 2004. – 235 с.
8. Трайндл А. Нейромаркетинг: Візуалізація емоцій [Електронний ресурс]: Інтернет-видання Lib.rus.ec – Режим доступу: <http://lib.rus.ec/b/240093/read#t9>

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗРОБЛЕННЯ РЕКЛАМНОЇ СТРАТЕГІЇ

Шимчак Тетяна Володимирівна

Факультет економіки, менеджменту та права, 4 курс, Київський національний торговельно-економічний університет

Науковий керівник: **Іваницька Ольга Михайлівна,**

д. держ. упр., професор кафедри маркетингу та реклами Київського національного торговельно-економічного університету

В умовах жорсткої конкуренції та перенасичення ринків товарами та послугами виробники все більше уваги приділяють просуванню власної продукції. Одним з найбільш ефективних способів маркетингових комунікацій є реклама.

Розроблення рекламної стратегії означає визначення загального довготривалого широкомасштабного плану рекламної кампанії, за допомогою якого будуть досягнуті певні цілі реклами. Рекламна стратегія складається з двох головних елементів – створення рекламних звернень і вибору засобів поширення реклами. Для того, щоб реклама була ефективною, необхідно гармонійно об'єднати ці елементи.

Створення рекламних звернень складається з наступних етапів: формування ідеї звернення, оцінка і вибір варіанта звернення, виконання звернення. Досягнення цілей передбачає виконання певних завдань, серед яких зазначимо такі: визначити бюджет, сформулювати загальну ідею, оцінити та вибрати варіанти звернення, виконання реклами, засоби масової інформації, через які відбуватиметься передача рекламного повідомлення, графік використання реклами та надати оцінку рекламній кампанії.

Існує два основних типи рекламних стратегій: раціоналістична та емоційна чи проєкційна реклама [1, с.62]. При застосуванні першого типу стратегії намагаються переконати, апелюючи до розуму (реklamний текст, зміст), у другому – спокусити, звертаючись до емоцій (реklamні образи, музика, стильове оформлення).

Кожний із зазначених типів стратегій має свої переваги та недоліки. Так, раціоналістична реклама повідомляє про властивості товару чи послуги, сприяє запам'ятовуванню основного рекламного твердження, міцно пов'язує рекламне повідомлення з товаром. До недоліків можна віднести те, що вона швидко набридає, і люди не прагнуть повторно переглядати таку рекламу. Емоційна реклама діє на рівні підсвідомості, може впродовж тривалого часу утримувати увагу людей, сприяє підсвідомому вибору певного бренду. Серед недоліків проєкційної реклами зазначають те, що часто у свідомості людей образи, що їм сподобалися, залишилися окремо від товару чи послуги, що рекламується. Тож, зважаючи всі переваги та недоліки раціоналістичної та емоційної рекламної стратегії, на сьогодні все частіше звертаються до змішаного типу рекламної стратегії, коли відбувається вплив на розум та емоції одночасно.

Розроблення рекламної стратегії поєднує у собі наукові маркетингові підходи з творчою спонтанністю. Основна проблема в тому, що розроблення рекламних

стратегій з оригінальним виконанням рекламного звернення швидко повторюється конкурентами, що знижує ефективність реклами. Тому кожен наступний раз потрібно вигадувати щось нове.

Розроблення вдалої рекламної стратегії на сьогодні означає, що пряма реклама повинна доповнюватися стимулюванням збуту, персональним продажом, паблік рілейшнз тощо. Персональне звернення разом з чисельним переглядом рекламних роликів привертає набагато більше уваги споживачів.

Все більш актуальним стають інновації зовнішньої реклами та реклами в місцях продажу товару чи послуги.

Останнім часом дуже популярним стало просування продукції завдяки інтернету. В соціальних мережах Вконтакті та Фейсбуці створюються офіційні сторінки компаній, де вони ведуть активну взаємодію напряду зі споживачами. Саме в там люди не бояться висловлювати свої враження від продукції, пропонувати нові шляхи розвитку та вдосконалення а також вказувати на помилки.

Як приклад закладу, що веде активний інтернет-піар, можна привести піцерію Домінос. На її інтернет-сторінці постійно йде сповіщення про поточні й майбутні акції, опитування споживачів щодо їх ставлення до того чи іншого продукту, а також періодичні розіграші подарунків, що проводяться вибіркою випадкової людини серед тих, хто поділися записом про розіграш.

Ще одним популярним способом зацікавлення споживачів є проведення промо-акцій безпосередньо на місці продажу. Так, наприклад, компанія SAMSUNG, випускаючи новий телефон, зазвичай проводять його презентацію, де кожен бажаючий може потримати телефон в руках, оцінити його характеристики, спробувати його в дії. Проводяться розіграші маленьких девайсів, а в кінці презентації й самого телефону. При цьому головний приз часто розігрують серед покупців товарів на певну суму, стимулюючи цим самим продажі настільки, що магазин отримує місячну виручку.

Отже, на сьогодні рівень довіри до традиційних типів рекламної стратегії знижується, пряма рекламна кампанія повинна доповнюватися іншими маркетинговими засобами комунікації, особливо прямим зверненням до споживача в місцях продажу товару.

Перспективним, на мою думку, є використання інтернет-реклами та розміщення інформації про продукцію чи послуги через соціальні мережі.

Література

1. Бойко Р. В., Везденецька О. С. Рекламна стратегія рекламної кампанії на прикладі великих підприємств України/ Хмельницький: 2010. – № 6, Т. 4. – С. 61–64. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2010_6_4/061-064.pdf
2. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с.

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ В ТОРГОВОМУ ЗАЛІ МАГАЗИНУ

Яворська К. М.,

Студентка групи СК БМГ-21 ХКТЕІ

Науковий керівник: **Надолинська О. О.**

Викладач кафедри маркетингу та підприємництва ХКТЕІ

На сьогоднішньому етапі розвитку ринкової економіки в Україні, підприємства для завоювання ринку та утримання своїх постійних споживачів застосовують багато інструментів маркетингу. Одним із найпоширеніших методів, особливо у сфері торгівлі споживчими товарами, є нейромаркетинг, адже використання даного методу впливу суттєво активізує продаж товарів та, як наслідок, підвищує конкурентоспроможність продукції на ринку.

По різному трактують даний підхід. Нейромаркетинг – це порівняно новий підхід на ринку товарів та послуг, адже використання та вивчення психології споживачів у сфері реклами почали розглядати лише на початку ХХ століття такі науковці, як Дж. Залтмен, У. Скот та В. Вундт. На сьогоднішній день сутність наукових та практичних засад нейромаркетингу розглядаються такими науковцями, як О.Д. Бойко, А.А. Копейко, Е.Ю. Кан та інші. Однак виникає необхідність систематизувати основні різновиди та можливості використання нейромаркетингу на вітчизняному ринку.

Отже, можна зазначити, що нейромаркетинг – це новітній комплекс нейроприймів, нейрометодів та неротехнологій, який допомагає встановлювати комунікаційний зв'язок між підприємством та споживчою аудиторією на рівні підсвідомості та активізувати купівлю товарів та послуг.

Нейромаркетинг – це збір та інтерпретація інформації, невимушеної реакції людини на будь які подразники: на внутрішні – інформацію про товар в місцях продажу, так і на зовнішні фактори – логотип, поєднання кольорів, аудіо сигнали, символи, створення атмосфери у торговому залі [3].

Відомий маркетинговий консультант Мартін Ліндстром стверджує, що “в боротьбі за покупця переможе той, хто ефективно використовуватиме всі п'ять органів чуттів споживача: зір, слух, відчуття, смак, нюх”. [5]. Тож згідно з цим твердженням, умовно нейромаркетинг можна поділити на: мерчандайзинг (дія за допомогою зображень), аромамаркетинг (дія за допомогою аромату), звуковий дизайн (дія за допомогою звуку).

Мерчандайзинг – комплекс заходів, метою якого є підвищення попиту на продукцію, мистецтво представити товар у торговому залі. Ці заходи дозволяють сформувати у споживачів позитивний імпульс, спрямований не тільки на купівлю, а також на створення іміджового образу торгової марки в свідомості покупця.

Аромамаркетинг – це нематеріальний метод стимулювання збуту, в основі якого лежить вплив на емоційний стан людини за допомогою ароматизаторів й ароматизації повітря природного й штучного походження.

Звуковий дизайн – напрям реалізації нейромаркетингу, який полягає у впливі на споживача за допомогою певних звукових ефектів, музики тощо.

Метою аромамаркетингу є активізація купівельної поведінки споживачів за допомогою запахів, що сприятиме позитивному настрою. Згідно досліджень Л.І. Рюмшинової, 98% всієї рекламної інформації не сприймається взагалі, а середня тривалість сприйняття рекламного оголошення – лише 2 секунди. Застосування таких подразників, як аромат, може подовжити час розгляду рекламного оголошення і спонукати людину краще її вивчити [6]. На практиці, до прикладу в торгівельних супермаркетах «Сільпо» у м. Хмельницький, застосовують зонування ароматів. Ближче до хлібобулочних виробів – аромат свіжої випічки, кавові та чайні вироби – кавоароматизатор, фруктовий та овочевий відділ – аромат свіжих продуктів (апельсини, диня, зелень, яблука), відділ солодошів – запахи карамелі та шоколаду. Також спостерігається аромозонування відділів, які орієнтовані на чоловіків та жінок. У відділі продукції для жінок спостерігається перевага квіткових ароматів, а для чоловіків – терпких та стриманих. За допомогою мерчандайзингу у супермаркеті роблять викладку товарів, аби вони привертали увагу споживача і було зручно їх взяти із полиці. Звуковий дизайн у магазині направлений на те, щоб споживач якнайдовше міг походити по залу, і в спокійній атмосфері купити не тільки заплановані товари, а й ті, на які спрямовані зусилля маркетологів.

Отже нейромаркетинг – це новий напрямок маркетингових досліджень, предметом якого є вивчення неусвідомлених сенсомоторних, когнітивних та емоційних реакцій людини на певні стимули.

Подальше їх вивчення та розробка на національному рівні зможуть активніше сприяти новому поштовху розвитку збуту товару та мінімізувати витрати підприємств на дороговартісні рекламні кампанії.

Список використаних джерел

1. Бойко О.Д. Політичне маніпулювання : навч. посібник / О.Д. Бойко. – К. : Академвидав, 2010.– 432 с.
2. Идем на запах... Как нас заставляют покупать [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://ec-dejavu.ru/a/Advertisement-3.html>
3. Ильченко Н.Б. Применение различных технологий нейромаркетинга в торговом зале магазина / Н Б Ильченко // Маркетинг и реклама: Международный профессиональный журнал. Заснован в 1996 году – 2014. – №4. – С.38–43
4. Кан Е.Ю. Нейромаркетинг – механизм манипулирования потребителями [Електронний ресурс] / Е.Ю. Кан. – Режим доступу: www.nbu.gov.ua
5. Линдстром М. BRAND Sense. Чувство БРЕНДА. Воздействие на пять органов чувств для создания выдающихся брэндов / М. Линдстром. – М.: – Эскмо, 2006. –

272 с. 2. Кан Е. Ю. Нейромаркетинг – механизм манипулирования потребителями [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.nbuu.gov.ua>.

6. Рюмшина Л.И. Манипулятивные приемы в рекламе : учеб. пособие / Л.И. Рюмшина. – М. :Ростов н/Д: Изд. Центр «МарТ», 2004. – 253 с.



СЕКЦІЯ 7

**ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ
ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

25 лютого 2016 р.

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУХНІ ІТАЛІЇ

Боярова В. М.

студентка групи СКБГРС-11 ХКТЕІ

Науковий керівник: **Місюля І. А.**,

викладач кафедри готельно-ресторанного бізнесу ХКТЕІ

За тисячі років, італійська кухня та традиції приготування італійської їжі стали ледь не еталоном для всіх страв.

Італійська кухня насправді належить до однієї з найстаріших і найбільш складних кулінарних традицій в світі. Починаючи з 4-го століття до н.е., коли вперше почали готувати страви на території сучасної Італії, італійська кухня пройшла довгий і складний шлях та стала такою, якою ми її знаємо сьогодні.

Занурюючись в історію, можна зрозуміти, чому італійська кухня так багато взяла з кулінарних традицій Візантії, Древнього Риму, Древньої Греції, Близького Сходу тощо.

Сьогодні італійська кухня включає в себе різні інгредієнти. Коли ми говоримо про італійську їжу, перше, що приходить в голову – це різноманітні сири, макаронні вироби, овочі, спеції та вина.

Кухня в Італії – одна з вагомих причин відвідати цю країну.

Італійська кухня має масу шанувальників по всьому світу, і це не дивно, адже крім смакових якостей вона відрізняється ще й корисністю. На думку багатьох дієтологів, кухню Італії можна назвати однією з найбільш корисних у світі, адже у приготуванні страв використовуються продукти високої якості. Крім того, помилково вважати її калорійною: вироби з борошна, якими славиться Італія, виготовляються з твердих сортів пшениці, які не сприяють набору ваги. Можливо тому італійці знаходяться у відмінній фізичній формі (рівень ожиріння в країні – 13%) і мають високі показники тривалості життя (в середньому-80 років.)

Кліматичні особливості Італії наклали відбиток і на кулінарні традиції її регіонів. Головні відмінності існують між кухнею півночі і півдня країни. Можна сказати, що це абсолютно різні кухні. Так, на півночі Італії основними продуктами є м'ясо, молоко та молочні вироби. Саме цей регіон славиться своїми знаменитими рецептами наваристих супів, лазаньї, сирів і морозива. На Півдні країни віддають перевагу морепродуктам: омари, лангусти, креветки, молюски. Цей регіон багатий овочами і фруктами, що стали основними інгредієнтами багатьох салатів, соусів і різних десертів. На відміну від півночі країни, на півдні воліють до круглої пасти, що виготовляється без додавання яєць. Пасту тут готують виключно на оливковій олії, в той час як на півночі – на тваринному маслі.

І хоча кухня окремих регіонів відрізняється одна від одної, можна виявити в ній ряд загальних ознак: італійці люблять рибу і морепродукти; їхня кухня знає безліч варіацій макаронних виробів. Приготування страв немислимо без свіжих овочів і

зелені. У приготуванні страв італійська кухня досить простонародна і намагається не придушувати натурального смаку продукту.

Національні блюда і напої Італії, так звану *la cucina Romana* – це кухня, становлення якої відбувалося протягом тривалого часу під впливом країн, що оточували Італію. Італійці зберегли відношення до їжі як до театрального дійства. Для італійця їжа – свято життя, не мистецтво кухаря, а щедрий подарунок, посланий провидінням.

Італійці справжні гурмани. В Італії кулінарія дійсно дуже високо цінується. Це виявляється навіть на побутовому рівні. Всі італійці чудово готують (при чому, часто, чоловіки перевершують в майстерстві жінок).

В Італії дбайливо зберігають і передають з покоління в покоління кулінарні традиції. Можливо, саме в цьому полягає секрет визнання і популярності італійської кухні в усьому світі.

Італійська кухня визнана не тільки однією з кращих в світі, але і однією з наймодніших в даний час. Вона використовує найрізноманітніші продукти харчування: овочі, рибу, продукти морить, яловичину і нежирну свинину, птаха, фрукти і ягоди, сирий, боби. Для приготування блюд італійські кулінари вживають багато різноманітних спецій і приправ. Причому вони віддають перевагу продуктам не варити, а гасити у власному соку або з додаванням оливкового масла і вина, щоб якнайкраще передати аромат і специфічний смак того або іншого продукту. Улюблені інгредієнти італійських блюд – часник, мускатний горіх і каперси; оливки і горіхи додають чудовий присмак багатьом стравам.

Італійська кухня увібрала в себе різні традиції, змішала їх, як інгредієнти чергової страви і піднесла їх на стіл світу строкатою, немов піца, неповторною національною кухнею. Вона стала популярна далеко за межами Італії і завоювала любов господарок і гурманів з усіх куточків нашої планети.

У місті Хмельницькому функціонує багато закладів з італійською кухнею, безліч піцерій, які мають широкий вибір страв та напоїв. Наприклад, піцерія «Мрія», «Челентано», «Chili Pizza / Эмжо / Spagetti»; ресторан «Тратторія Папарацці», «Фамилия». В затишних закладах Хмельницького можна відпочити від метушні міста за чашкою ароматної кави, приготованою за традиційним італійським рецептом. У меню є все найкраще, чим славиться італійська кухня. Піца, домашня паста, равіолі, лазанья – все в асортименті на будь-який смак. Гурмани можуть скуштувати вишукані страви від шеф-кухаря і насолодитися ексклюзивними напоями бару.

Список використаної літератури

1. Боусфильд Д. Италия : путеводитель [Текст] / Д. Боусфильд. – Москва : АСТ, 2008. – 575 с.
2. Любіцева О. О. Туристичне країнознавство: Країни лідери туризму : навчальний посібник [Текст] / О. О. Любіцева. – Київ : Альтерпрес, 2008. – 436 с.
3. [www. Italian-kitchen.org](http://www.Italian-kitchen.org)

4. [www. Laitalia.ru](http://www.Laitalia.ru)

5. www. lacucinaitaliana.ru

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ КОНСЕРВУВАННЯ ПЛОДОВО-ЯГІДНОЇ СИРОВИНИ

Філоненко А.В.

Студентка Імаг 5 гр. Київський національний торговельно-економічний університет

Науковий керівник: **Васильєва О.О.**

к.т.н., доцент кафедри технології і організації ресторанного господарства Київського національного торговельно-економічного університету

Під час виробництва продуктів переробки плодово-ягідної сировини необхідно, щоб практичні дії були екологічно обґрунтованими та безпечними для людини. Доброякісні за всіма показниками продукти харчування – одне із актуальних вимог суспільства. В зв'язку з цим, паралельно з визначенням функціонально технологічних показників якості пасти з кизилу та аличі нами було вивчено вплив високого тиску на мікробіологічну активність плодів кизилу та айви та продуктів його переробки.

При вибори оптимальної величини часу обробки виходили із розрахунку витрат енергії та оптимізації самої технології обробки. При цьому враховували наступні чинники: обробка високим тиском повинна бути достатньою, щоб забезпечити пригнічуючи дії на мікроорганізми, нешкідливою для людини і не відображалась на якості сировини і продуктів її переробки.

Для розробки способів надання плодово-ягідної сировині та продуктам її переробки антимікробного ефекту в роботі поставлені наступні завдання:

- вивчити вплив високого тиску на антимікробні властивості ягід кизилу та плодів айви і продуктів їх переробки;
- визначити, який із способів переробки (традиційний чи обробка з використанням високого тиску) є ефективнішим для пригнічення розвитку мікроорганізмів;
- в'яснити параметри обробки високим тиском з метою надання антимікробного ефекту пасти з кизилу та айви.

З метою встановлення впливу високого тиску на мікрофлору продуктів переробки кизилу та айви було проведено серію експериментів із визначення мікробіологічних показників на відповідність нормативним документам.

Встановлено, що обробка плодово-ягідної пасти високим тиском при встановлених інтервалах зменшує кількість мікроорганізмів. При цьому кількість мікроорганізмів залежить від величини тиску, по мірі збільшення тиску відмічається подальше зниження мікрофлори. Так, на контролі виявлено 1201 тис/г, за варіанту обробки 300 МПа – 403,5 тис/г, 400 МПа – 224,0 тис/г, 500 МПа – 56,5 тис/г. Надання антимікробних властивостей одержаному пюре супроводжувалось зміною

забарвлення зразків від інтенсивно жовтого до світло зеленого зі збільшенням тривалості обробки. При цьому візуальна зміна барвних речовин найбільш чітко була виражена за 400МПа.

Було проведена оцінка якості мікробіологічних показників пасти у процесі зберігання, підданого обробці високим тиском при тиску 300, 400 та 500МПа, термін обробки – 15хв., температура 25⁰С. Аналіз проб показав, що необроблена паста зберігається не більш трьох діб за температури 4 ± 0,5С; стерилізація тривалістю 20 хв. при 100⁰С підвищує термін зберігання до 20 діб, а обробка тиском 400МПа збільшує термін зберігання до 30 діб.

Результати досліджень виявили повну стерильність продукту за умови такої обробки продукту і по МАФАМ і по пліснявих грибах протягом 2 місяців. Таким чином, стерилізація плодово-ягідної сировини з використанням високого тиску 400МПа з часом витримки 15хв. і температурою 25⁰С може бути рекомендована для створення нових технологічних процесів [1, 2].

Узагальнюючи вищевикладене, є підстава зробити наступні висновки: обробка пюреподібної сировини високим тиском знижує активність мікрофлори. Використання високого тиску як методу консервування плодово-ягідної сировини є результативним і надає продукту достатнього антимікробного ефекту.

Список використаних джерел

1. Виробництво пектинововмісних функціональних продуктів // О.Васильєва, А. Гладка, І. Назаренко – Продовольча індустрія АПК, 2010
2. Thermodynamic and Phase Behavior of Nanofluids. // S Artemenko, V Mazur, O Vasilieva – Physics of Liquid Matter: Modern Problems, 317-333, 2015

БІЛИЙ ЛЮПИН – ДЖЕРЕЛО ХАРЧОВИХ ВОЛОКОН

Дитюк Ю. С.,

магістр групи ТХ-М-1 Національного університету харчових технологій

Науковий керівник: **Бондар Н. П.,**

к.т.н., доцент кафедри технології харчування та ресторанного бізнесу Національного університету харчових технологій

Харчові волокна – комплекс біополімерів, який містить полісахариди (целюлозу, геміцелюлозу, пектинові речовини), лігнін і зв'язані з ним білкові речовини, що формують клітинні стінки рослин. Харчові волокна виступають основною складовою продуктів переробки овочів, фруктів і злакових культур, є невід'ємною складовою щоденного раціону людини, необхідні для нормального метаболізму і процесу травлення. Якщо донедавна рекомендована потреба в харчових волокнах становила 20-25 г, то нині вона збільшена до 45-50 г. Утім, сьогодні людина в середньому споживає ще меншу кількість – близько 13-15 г харчових волокон на добу.

З огляду літературних джерел відомо, що найбільш доступним та ефективним джерелом харчових волокон на сьогодні залишається використання вторинних продуктів переробки рослинної сировини та виділених з них концентратів.

Останнім часом у харчовій промисловості широкого використання набувають продукти переробки бобових культур, в першу чергу як джерело повноцінного білка.

В інституті землеробства Української академії аграрних наук виведені нові сорти білого безалкалоїдного харчового люпину «Володимир», «Борки», «Дієта», «Макарівський», «Харчовий», «Серпневий» і «Вересневий», в насінні якого міститься 38-42% білка, 10-14% жиру, 10-12% пектину, 28% харчових волокон.

В результаті комплексної переробки насіння люпину можна отримати знежирене борошно і білковий концентрат, люпинову олію та відокремлені оболонки насіння. Найбільш широкого використання в харчовій промисловості багатьох країн люпинове борошно знаходить в хлібопекарській, макаронній та кондитерській галузях [1]. Запатентовано спосіб одержання напівфабрикату з насіння люпину для виготовлення продуктів харчування [2], який передбачає короткочасну обробку насіння інфрачервоними променями. При такому способі обробки насіння не потребує попереднього замочування і висушуванням перед розмелюванням. Оболонки, що легко знімаються з насіння, є джерелом високоякісних харчових волокон [3]. Значний потенціал має використання відокремлених оболонок насіння білого люпину як джерела пектину. Застосування такої харчової добавки в дієті літніх людей, особливо тих, хто страждає на розлади травлення, ожиріння та діабет дає можливість значно покращити їх стан здоров'я [4-6].

На жаль, в Україні об'єми використання люпинового борошна як сировини для харчової промисловості та ресторанного господарства не відповідають потенційним можливостям, що пов'язано з відсутністю певних традицій у харчуванні та недостатньою розробкою технологій використання продуктів переробки люпину. На кафедрі технології харчування та ресторанного бізнесу НУХТ проводяться дослідження з використання продуктів переробки люпину, в т.ч. подрібнених оболонок в технології м'ясних січених напівфабрикатів та вивчення їх впливу на органолептичні та фізико-хімічні показники якості готових страв і виробів.

Список використаних джерел

1. Corre-Gammere V. The production of micronized sweet white flour for use as human food // *Advances in lupin research* (editors: J.M. Neves-Martins, M.L. Beirão da Costa) Proceedings of the 7-th International Lupin Conference. Instituto Superior de Agronomia-Technical University of Lisbon Portugal, 1994. – P. 482-491.

2. Способ получения полуфабриката из люпина для продуктов питания / Головченко В.И., Кучеренко В.Г., Кучеренко Н.М., Головченко О.В. // Пат. № 2059388 России, МКВ А 23 L 1/20; А 23 G 1/14. Опубл. 10.05.96. Бюл. № 13.

3. Г.Н. Лохматкина. Пищевые волокна люпина как ингредиент продуктов функционального питания / *Пищевая промышленность*. -2011. – №11. – С.23-24.

4. Bungler A., Soto D., Witting E., Cariaga L., Hernandez N. Development of food products containing lupin fiber and their effects in slderly people // *Lupin, an ancient crop for the new Millenium*

(editors: E. Van Santen, M. Wink, S. Weissmann, P. Romer) Proceedings of the 9-th International Lupin Conference. Auburn University: Auburn, 2000. – P. 438-439.

5. Wittig de Penna E., Serrano L., Bunger A., Soto P., Lopes L., Hernandez N. Development of lupin- spaghetts for the Elderly // Lupin, an ancient crop for the new Millenium (editors: E. Van 8 Santen, M. Wink, S. Weissmann, P. Romer) Proceedings of the 9-th International Lupin Conference. Auburn University: Auburn, 2000. – P. 448-451.

6. Lanpart-Szczapa E., Nogala-Kalucka M., Korczak J., Wolko B., Kiryluk J. Antioxidant properties of lupin hulls // Lupin, an ancient crop for the new Millenium (editors: E. Van Santen, M. Wink, S. Weissmann, P. Romer) Proceedings of the 9-th International Lupin Conference. Auburn University: Auburn, 2000. – P. 464-466.

РОЗРАХУНОК ЕНЕРГОВИТРАТ ЛЮДИНИ ТА ЇЇ ПОТРЕБ У ХАРЧОВИХ РЕЧОВИНАХ.

Дочинець І.В., Пархоменко Л.І.

асистенти Національного університету харчових технологій

Науковий керівник доцент: **Корецька І.Л.,**

к.т.н., доцент кафедри технології харчування та ресторанного бізнесу Національного університету харчових технологій

Харчування є одним із найважливіших факторів збереження здоров'я і працездатності людини. Воно повинно компенсувати добові енерговитрати людини з урахуванням віку, статі, стану здоров'я і забезпечувати нормальну життєдіяльність організму за рахунок надходження всіх харчових речовин в оптимальному фізіологічному співвідношенні.

Визначення енерговитрат і фізіологічних потреб в основних харчових речовинах необхідне при складанні добового раціону харчування, адекватного потребам індивідуума і колективу, а також з метою виявлення причин захворювань, що пов'язані з недостатнім або надмірним надходженням харчових речовин.

Харчовий раціон людини складається із продуктів, які містять білки, жири, вуглеводи, вітаміни і в достатній кількості воду. Поєднання продуктів в раціоні має бути таким і в такій кількості, щоб воно забезпечувало всі фізіологічні потреби організму.

Порушення харчування вважають факторами “ризиком” у розвитку захворювань серцево-судинної системи, в тому числі і атеросклеротичного процесу. Наукові дані засвідчують зв'язок між неправильним харчуванням, захворюваністю і смертністю від найбільш поширених хвороб, в першу чергу серцево-судинних, багатьох форм раку, жовчно-кам'яної хвороби, ожиріння, подагри, цукрового діабету. Доведено, що поширення багатьох дегенеративних захворювань співпадає з надмірним споживанням калорій за рахунок жирів тваринного походження, простих вуглеводів та недостатнім надходженням вітамінів, поліненасичених жирних кислот, харчових волокон. Їжа може бути також причиною і фактором передачі різних захворювань інфекційної і неінфекційної природи.

Потреби в енергії, як правило, визначають за величиною добових енерговитрат [2]. Слід підкреслити, що енергетичні витрати людини можуть бути визначені

методами прямої, непрямой (респіраторної) та аліментарної енергометрії, а також хронометражно-табличним методом.

Нам проведені дослідження по визначенню добових енерговитрат організму для різних вікових груп населення України. При цьому враховували, що добові енерговитрати організму складаються з: енергії основного обміну; енергії, що пов'язана зі специфічно-динамічною дією їжі (в середньому 10% від основного обміну); енергії, що зумовлена здійсненням нервово – м'язової діяльності та руховою активністю людини [1]. Результати досліджень представлені на рис. 1 та 2.

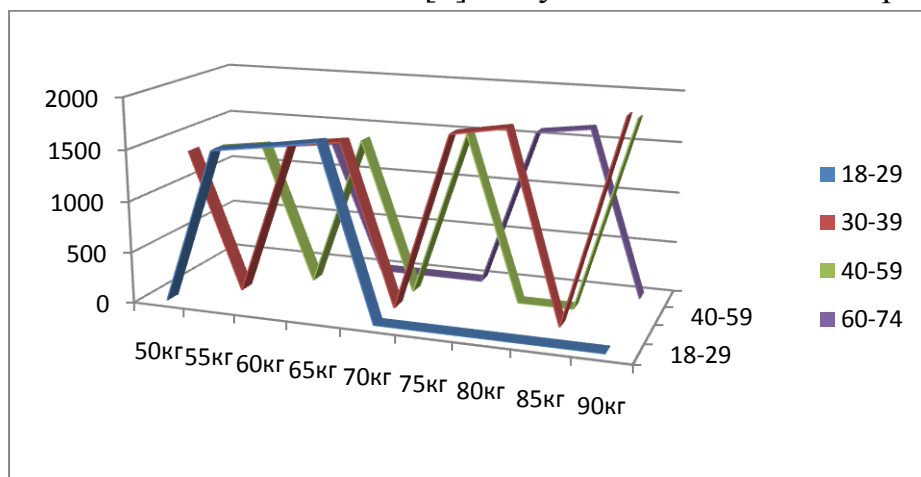


Рис. 1. Добові енерговитрати для чоловіків (без фізичної активності)

Отримано уявлення про величини добових енерговитрат людей різних вікових груп та їх потреби в енергії, які визначали за величиною добових енерговитрат.

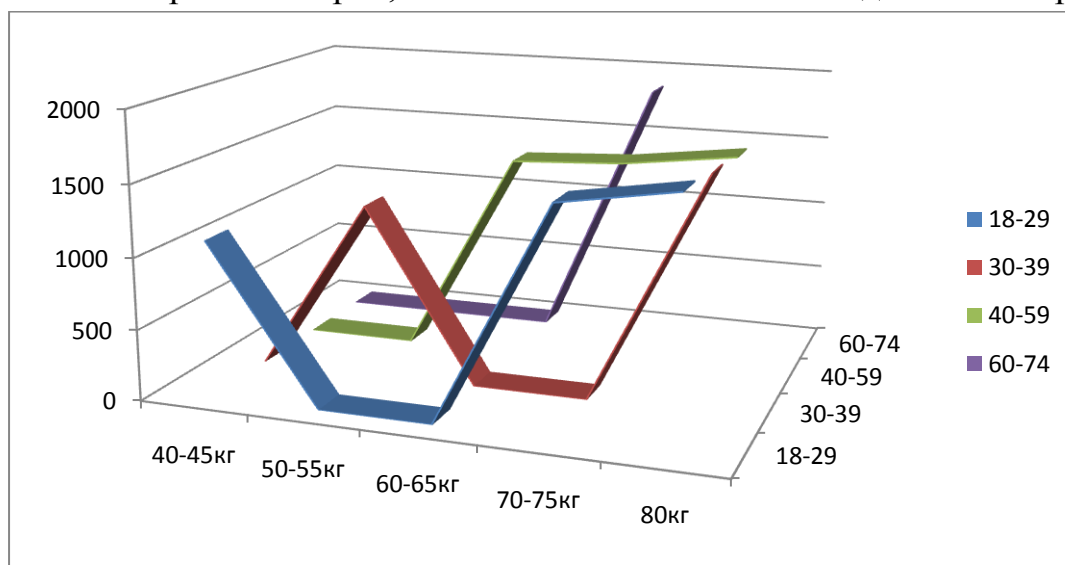


Рис. 2. Добові енерговитрати для жінок (без фізичної активності).

Підсумовуючи результати, склали потребу в добових енерговитратах (основний обмін) від віку та ваги чоловіка чи жінки.

Список використаних джерел

1. Гігієна та екологія. Підручник. / За редакцією В.Г. Бардова. – Вінниця: Нова Книга, 2006. – С.277-287 .

2. Даценко І.І., Габович Р.Д. Профілактична медицина: Загальна гігієна з основами екології. – К.: Здоров'я, 2004. – С. 287-322.

ПОНЯТТЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Дзяна О. С.,

к. п. н., перший проректор Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Кучерук С. А.,

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

Швидкі темпи науково-технічного прогресу, особливо у готельно-ресторанному бізнесі, спричиняють постійні зміни змісту праці керівників цих підприємств, що призводить до виникнення диспропорції між знаннями, навичками і досвідом, а це негативно впливає на якість та ефективність управління. Адже, як сказав Гарольд Кунц, президент Міжнародної академії управління: «Управління – мистецтво, подібне до медицини або інженерної справи, яке має покладатися на науку, що лежить в його основі – концепції, теорії, принципи і методи».

Чим відрізняється управління від інших видів діяльності? Управління, в широкому розумінні, є безперервним процесом впливу на об'єкт управління (особистість, колектив, технологічний процес, підприємство, держава) для досягнення оптимальних результатів при найменших витратах часу і ресурсів. Кожен фахівець у цій галузі зобов'язаний володіти теорією, практикою і мистецтвом управління, вміти чітко визначати цілі своєї діяльності, визначати стратегію і тактику, необхідні для їх досягнення, приймати управлінські рішення і нести персональну відповідальність за них. Особливо гостро ця проблема постала у закладах готельного господарства, де основний показник якості – гостинність.

Це, в свою чергу, призводить до потреби пошуку нових шляхів до підвищення рівня професійної управлінської компетентності.

Професійна управлінська компетентність у сучасній науці розглядається як сукупність особистісних можливостей посадової особи, її кваліфікаційні знання, досвід, що дають змогу брати участь у виробленні певного кола рішень або самостійно вирішувати певні питання завдяки наявності відповідних знань і навичок [2].

До психологічних особливостей особистості й професійної діяльності, які визначають рівень управлінської компетентності фахівця, зараховують уміння створити ефективну управлінську команду, здатність бачити перспективи розвитку своєї діяльності й самому їх визначати, швидке реагування на зміну ситуації, самостійність і винахідливість у прийнятті управлінських рішень, установку на розвиток організації, творчу активність і здатність до нововведень; рішучість і

динамічність у своїх вчинках і думках (В. Бондар, М. Грішина, Л. Даниленко, Г. Єльнікова, В. Пікельна та ін.).

Експерти Європейського Союзу визначають поняття компетентності як “здатність застосовувати знання й уміння”, що забезпечує активне застосування навчальних досягнень у нових ситуаціях. В публікаціях ЮНЕСКО поняття компетентності трактується як поєднання знань, умінь, цінностей і ставлень, застосованих у повсякденні.

Необхідно відзначити, що в сучасній науковій літературі немає єдності відносно змісту поняття компетентності керівника. Найбільш широко використовується визначення компетентності як досконалого знання своєї справи, сутності виконуваної роботи, розуміння складних зв'язків, явищ і процесів, можливих способів і засобів досягнення намічених цілей. Окремі автори включають у зміст компетентності рівень базової і фахової освіти, стаж роботи, уміння акумулювати широкий досвід в галузі управління тощо.

Згідно з Національною рамкою кваліфікацій, затвердженою постановою Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 характеристиками компетентного фахівця є: знання, уміння, комунікація та відповідальність.

Тому, відповідно до рамки Національної кваліфікації та згідно з формулою професійної компетентності управлінського персоналу:

$$[(Зн + Ум) + (К/Ем.інт)+АВ] \times Кр,$$

де: Зн – знання; Ум – уміння; К /Ем.інт. – комунікація/емоціональна інтелігентність; АВ – автономність та відповідальність; Кр– креативність.

Зауважимо, що до загальновідомої формули нами додано категорії, розроблені одним із найвидатніших американських психологів – Р. Кеттеллом: емоційна інтелігентність та креативність, що є винятково важливими характеристиками особистості майбутнього управлінця [1].

Основою формування професійної компетентності управлінського персоналу є сучасна вища професійна освіта, яка повинна забезпечувати виконання низки завдань, зокрема, економічний успіх країни, сталий розвиток суспільства. Основна увага у вищих навчальних закладах повинна приділятися розвитку особистості студента, його комунікативній підготовленості, формуванню професійних компетенцій, здатності здобувати і розвивати знання, мислити і працювати по – новому [1].

Отже, об'єктивні умови діяльності сучасного підприємства вимагають постійної уваги до професійної компетентності управлінського персоналу готельно-ресторанної справи, що проявляється у рівні сформованості таких її складових як знання, уміння, комунікація, автономність та відповідальність. Оскільки ці складові мають тенденцію до швидкого старіння доцільно періодично уточнювати структуру

сучасних технологій навчання, що дозволяє своєчасно розробляти програми підтримки високого рівня професійної компетентності управлінського працівника.

Список літератури

1. Вплив євроінтеграційних процесів у сфері освітніх послуг на формування персоналу підприємств : [монографія] / І. Р. Бузько, Т. В. Шаповалова, В. Л. Гайрапетян, Ю. Ю. Дяченко. – Луганськ : Вид. Луганського інституту праці та соціальних технологій, 2008. – 300 с.
2. Волобуєва Т. Оновлення змісту професійної компетентності педагогічних кадрів / Т. Волобуєва // Рідна школа. – 2006. – № 3. – С. 21-23.

ВІЙСЬКОВО-ІСТОРИЧНІ РЕКОНСТРУКЦІЇ ЯК СКЛАДОВА ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

Кітнік Юлія

студентка V курсу факультету управління та підприємництва Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Науковий керівник: **Горун М.В.**,

к.г.н., доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Поняття "діловий туризм" виникло недавно. У світі про нього заговорили як про прибутковий і самостійний вид туризму в 70-80-х роках ХХ ст. Нині він належить до найприбутковіших субгалузей туризму.

Актуальність теми дослідження обумовлена низьким ступенем розробленості теорії ділового туризму як специфічної галузі світового туризму. Ця галузь інтенсивно розвивається у світовому туристському просторі в останні три десятиліття, причому доходи від неї мають високу питому вагу у структурі доходів від міжнародного туризму; в цілому ряді країн вони відіграють помітну або навіть в окремих випадках провідну роль у державному бюджеті.

Особливістю ділового туризму є те, що це зазвичай дорогі поїздки, яким відповідають послуги найвищого класу і на яких впливає чинник сезонності.

До сфери ділового туризму зараховують організацію різних конференцій, семінарів, симпозіумів, а також виставки, ярмарки, деякі дослідники виражають такий вид туризму як "човниковий" туризм, який здійснюють дрібні оптові торговці задля закупок або продажу дрібних партій популярних товарів. Такі короткотермінові поїздки можуть відбуватися в середині країни або навіть за її межами.

Сучасний туризм із діловою метою стає найбільш перспективним видом туризму через свою позасезонність, прогностичність, орієнтацію на клієнта з високим рівнем доходу. При цьому головним гальмом розвитку ділового туризму є відсутність належного готельного господарства. Інфраструктурне й інформаційне облаштування туристичних об'єктів не відповідає сучасним вимогам. Матеріально-технічна база

санаторно-курортних закладів відверто застаріла. Відчувається дефіцит кваліфікованих кадрів туристичної галузі з відповідним світовим досвідом. Відсутня скоординована система просування українських турпродуктів на світовий ринок, бракує реклами українських курортів. І, звісно, особливої актуальності набуває питання пошуку джерел фінансування розвитку туристичної галузі взагалі та ділового туризму зокрема.

Входження нашої держави до дедалі більшої кількості міжнародних організацій, проведення тут європейських і світових форумів, спортивних змагань і чемпіонатів дають змогу швидко змінити ситуацію на краще. Україна має всі можливості стати діловою туристичною державою світового рівня.

Діловий туризм в Україні має розвиватися на ґрунті особливої української національної специфіки, на усвідомленому рівні відтворення національного середовища, певному колориті й атмосфері. За таких умов нудна і виснажлива поїздка перетвориться на свято, здатне реально підвищити працездатність і творчу активність. Головне тут для країни, що приймає, є приязне ставлення ділових людей до України і бажання відвідати її ще раз. На жаль, нинішні умови ділового туризму в Україні такого бажання в багатьох випадках не викликають.

Організатори бізнес турів можуть надати допомогу в участі вітчизняних компаній в українських та міжнародних конференціях, семінарах та інших заходах, плануванні та проведенні кампаній рекламного характеру, супутніх конференцій в Україні та за кордоном, виїзні корпоративні урочистості у різні країни світу.

Фірми, що спеціалізуються на діловому туризмі, роблять акцент на ексклюзивності послуг, що надаються, адже саме у цій галузі туризму необхідний індивідуальний підхід до клієнту. Завдяки тому, що компанії-туроператори охоче йдуть назустріч побажанням клієнтів, бізнес-тур може стати не лише комфортним, але й дуже успішним та ефективним для розвитку бізнесу. Звичайно, досвід у візовій підтримці, бронюванні місць у готелях або авіаквитків – головний фактор якості роботи компаній ділового туризму. Але варто показати, що спеціалісти фірми здатні на більше – на творчий пошук [5].

Отже, ділові подорожі незалежно від економічної ситуації завжди будуть актуальні. Проте Україна має ряд проблем, що гальмують розвиток цього сегменту туризму. Однак вона має сприятливі перспективи, що допоможуть їй вийти на світовий ринок.

На Хмельниччині багато готелів мають діловий характер, проте жодний не відповідає стандартам на 100%. У самому місті Хмельницькому представлено такі ділові готелі:

Готель «Любе», з конференц залом на 50 осіб, розташований у місті Хмельницький, вул. Курчатова, 17.

Готель «Центральний» – 100 осіб, по вулиці Гагаріна, 5.

Готель «Лелека», розрахований на 70 чоловік. Розміщений за 1,5 км. Від Хмельницького по Вінницькому шосе. При проведенні конференцій можливий трансфер особистим автобусом.

Готель «Park Hotel» – вміщає до 30 чоловік, розташований у Хмельницькому на Проспекті Миру, 103/3, біля автовокзалу.

Готель «Поділля», розташований по вул. Шевченка, 34. Конференц-зал на 100 осіб ідеально пасує для організації заходів будь-якого формату – прес-конференцій, презентацій, круглих столів, тренінгів тощо.

Список використаних джерел

1. Абрамов В. В. Історія туризму: Підручник [Текст] / Абрамов В. В., Тонкошкур М. В. – Харків : Харківська національна академія міського господарства, 2010. – 294 с.
2. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні: Навчальний посібник [Текст] / Л. І. Гонтаржевська. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.
3. Діловий туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1880041343563/turizm/diloviy_turizm
4. Історія розвитку туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/16280414/turizm/istoriya_rozvitku_turizmu
5. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: Навчальний посібник [Текст] / В. Ф. Кафяк. – Чернівці : Книги-XXI, 2003. – 300 с.
6. <http://khmelnitsky.gohotels.com.ua/uk>
7. <http://www.stejka.com/ukr/xmelnickaja/xmelnickiy/hotel>
8. <http://www.hotelsbooking.com.ua/ua/hotels/khmelnitskiy>

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Кравець О. П.

студентка групи ГО – 21 Луцького кооперативного коледжу Львівської комерційної академії

Науковий керівник: **Ляшук О. С.**

викладач II категорії циклової комісії організації обслуговування та товарознавчих дисциплін Луцького кооперативного коледжу Львівської комерційної академії

На сучасному етапі розвиток підприємств готельно-ресторанного господарства (ГРГ) у сфері обслуговування Волинського регіону тісно пов'язаний з існуванням стійкої хронічно незадоволеної потреби людини у відпочинку. Підприємства ГРГ господарства формуються відповідно до соціально-економічного розвитку суспільства [1].

Кризові перетворення в економіці України зумовили складні структурні зміни в усіх галузях економіки. В конкурентному середовищі підприємства ГРГ одні з перших перейшли повністю на використання інноваційних технологій, внаслідок чого докорінно змінилась структура закладів, значно зросла мережа ресторанів, закладів швидкого обслуговування і загальнодоступних закладів ресторанного господарства в цілому [5]. Значна увага приділяється основам технологічного процесу надання послуг гостинності, а саме – питанням формування предметно-просторового середовища готелю, функціонування інженерно-технічного устаткування в готельних комплексах, особливостям діяльності провідних готельних служб та організації і надання основних і додаткових послуг у закладах гостинності [4].

Дослідження підприємств ГРГ Волинської області в умовах важкої економічної ситуації, є необхідним для визначення шляхів подальшого розвитку, удосконалення його організації та функціонування.

На території досліджуваного регіону представлені усі типи підприємств ГРГ. Більшість підприємств – це різнотипні заклади, переважно постійнодіючі, розраховані на обслуговування протягом встановленого режиму роботи, але вирізняються заклади сезонної дії.

На розвиток і типізацію ГРГ впливає виробничий профіль території регіону. Крім того, підприємства ГРГ розвиваються з урахуванням наступних факторів:

- транзитного положення регіону, що зумовлює транспортну доступність;
- місткість внутрішнього ринку;
- рівень попиту та купівельна спроможність населення;
- оптимального, порівняно з іншими регіонами, стану довкілля;
- постійної потреби населення в послугах розміщення та харчування;
- інвестиційна привабливість території;
- зайнятості населення в даній галузі.

У 2015 р. в межах регіону функціонувало 1039 закладів ГРГ, з них 901 од. – заклади ресторанного господарства та 138 од. – заклади готельного господарства [2].

Встановлено, що за період 2012–2015 рр. середньорічні темпи зміни основних кількісних показників розвитку ГРГ Волинської області характеризуються переважно від’ємними значеннями. Недоліки готельної та ресторанної справи, які заважають у просуванні на ринок національної пропозиції послуг сфери обслуговування, полягають перш за все у застарілій матеріально-технічній базі, яка не відповідає вимогам часу, недостатності фінансування кооперативних закладів та низькій конкурентоспроможності підприємств, розташованих в сільській місцевості [3]. Проблема ефективного використання інновацій сьогодні у сфері обслуговування стоїть дуже гостро, оскільки це є фактор забезпечення ефективного економічного зростання і перспективної конкурентоспроможності. Масштаб завдань, які поставлені перед ГРГ регіону, залежить від наявних ресурсів і стратегічного планування.

Ефективність діяльності підприємств ГРГ ґрунтується на прагненні підвищити рівень культури обслуговування.

Отже, ГРГ Волинської області є складною системою, розвиток якої залежить від визначення перспективних напрямів господарської діяльності на основі постійного моніторингу підприємницького середовища, органічного оволодіння стратегічним мисленням і методами управління, розрахованими на перспективу. Найкращими показниками розвитку ГРГ характеризуються м. Луцьк та м. Ковель, найгіршими Ратнівський та Локачинський адміністративні райони. Для подальшого розвитку підприємств ГРГ регіону необхідно: враховувати потреби споживачів; систематично аналізувати попит; враховувати зміни в законодавстві та інфляційні процеси; необхідно розробити єдиний перелік закладів ГРГ (фізичних та юридичних осіб) та ін.

Таким чином, сучасний розвиток ГРГ Волинської області, як прикордонного регіону, має великі перспективи та дозволяє зайняти гідне місце на ринку сфери полуг.

Список використаних джерел

1. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства. Навч. пос. / В.В. Архіпов. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 280 с.
2. Головне управління статистики у Волинській області. Статистична інформація. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lutsk.ukrstat.gov.ua/>
3. Карпенко В. Д. Організація виробництва і обслуговування на підприємствах громадського харчування. Навч. пос. / В.Д. Карпенко, А. Л. Рогова, В. Г. Шкарлупа. – К.: НМЦ “Укоопосвіта”, 2003. – 248 с.
4. Круль Г.Я. Основи готельної справи. Навч. посіб. / Г.Я. Круль. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 368 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cul.com.ua/preview/osn_got_s_pravy.pdf
5. П’ятницька Г. Т. Менеджмент громадського харчування: підручн. для вузів. / Г.Т. П’ятницька. – К.: КНТЕУ, 2001. – 655 с.

АНАЛІЗ АНТИОКСИДАНТНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ НЕ ТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНИ ДЛЯ ВИГОТОВЛЕННЯ ЗБИВНИХ СОЛОДКИХ ДЕСЕРТІВ

Левкун Катерина

Студентка групи ТХарч 4-1

Польовик Володимир,

Асистент, Національний університет харчових технологій

Науковий керівник: **Корецька І.Л.**

к.т.н., доцент кафедри технології харчування і ресторанного бізнесу Національного університету харчових технологій

Аналізуючи сучасні технології виготовлення десертної продукції, необхідно відмітити удосконалення рецептурного складу за вітамінним напрямком,

нутрієнтним складом та надання готовій продукції певних властивостей, які б добре сприяли на фізико-хімічний склад продукції, а у подальшому і на організм людини.

В якості досліджувальних об'єктів нами обрано суміш нетрадиційної рослинної сировини, яка має високий вміст антиоксидантних властивостей. Такими властивостями володіють рослини- калина, журавлина та обліпіха.

Журавлина вважається однією з найбільш корисних для людини ягід. Найважливішими компонентами журавлини є органічні кислоти (2-5%) та цукри (3-4%). Основними кислотами є яблучна, хінінова та лимонна (2,4-3,3%). Особлива роль належить бензойній кислоті, яка володіє антисептичними властивостями. Цукри представлені в основному глюкозою (2,4%) та фруктозою (0,3%). Крім того, в ягодах міститься пектин (0,7-1%). Також цінність журавлини в тому, що поживні речовини, які в ній містяться, ідеально збалансовані, вони не губляться в процесі переробки і легко засвоюються.

Ягоди обліпіхи – це природний концентрат біологічно активних речовин. У свіжих достиглих плодах обліпіхи міститься до 3,5% цукрів, 2,6% органічних кислот, 83,6–86,4% води, 2,8–7,8% жирної олії, 0,9 – 10,9 мг% – каротину, 0,016–0,035 – вітаміну В₁, 0,1016 – 0,035 мг% тіаміну (тобто, вітаміну В₁) і 0,038–0,056 мг% рибофлавіну(вітамін В₂). Калина – справжній вітамінне і мінеральне джерело з вдалим поєднанням усіх її компонентів.

Калина є акумулятором таких хімічних елементів, як калій, залізо, алюміній, цинк. Вивчення мінерального складу засвідчило, що плоди характеризуються високим вмістом сполук марганцю – 0,03; міді – 0,40; бромю – 0,12; нікелю – 0,23; стронцію – 0,33; срібла – 0,08; йоду – 0,09; бору – 3,2 мг/г. Користь калини в першу чергу в тому, що вона є сильним імуностимулятором і найефективнішим засобом в боротьбі з авітамінозом.[1]

Проаналізувавши літературні джерела, розробили рецептурну технологію мусу, до складу якого входять ці компоненти у різних пропорціях. Антиоксидантні властивості суміші проявляються у великій кількості певних вітамінів, а саме:

- калина – вміст вітаміну С 82мг ; вітамін Е 2мг (на 100г продукту);
- обліпіха – вміст β-каротину 1,5 мг; вітамін С 200 мг; вітамін Е 5мг (на 100г продукту);
- журавлина – вміст вітаміну С 13,3 мг; вміст β-каротину 1,5 мг; вітамін Е 1,2 мг; цинк 0,1 мг; селен 0,1 мкг (на 100г продукту).

Також антиоксидантна дія у журавлині, калині і обліпіхи проявляється, оскільки вони є відмінним джерелом антоціанів, проантоціанідина, ресвератрола, танінів [1].

Нами запропоновано використовувати пюре з вище названих ягід при частковій заміні яблучного пюре при приготуванні мусів.

Для зберігання структури мусів ми використовували пектин, який входить в склад журавлини, калини і обліпіхи та яблучних пектин.. Загальний вміст пектину дослідних зразках з використанням ягід журавлині, калині і обліпіхи представлений на рисунку 1.

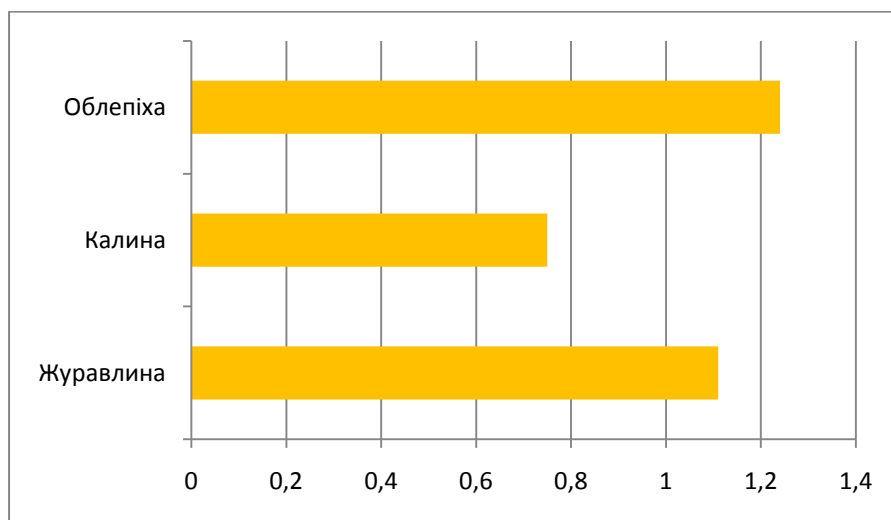


Рис.1 Загальний вміст пектину в зразках мусів

Згідно з даними рисунку 1, можна зробити висновок, що журавлина, обліпіха і калина вдало поєднується з виготовленням збивних холодних десертів і гарантує стійкість структури виробу [2,3].

Доречно зробити висновок, що плоди калини, журалини і обліпіхи буде доцільно застосовувати при виготовленні солодких збивних холодних десертів, для забезпечення добової потреби у антиоксидантах, оскільки технологія їх приготування не передбачає теплової обробці і тому всі необхідні елементи будуть збережені.

За результатами роботи удосконалена технологія збивних холодних десертів. Страви мають антиоксидантну дію на організм людини і є доречним та актуальним для впровадження їх в раціон.

Список використаних джерел

1. Петрова В.П., Биохимия дикорастущих растений.– Киев: Вища школа., 1986. – 115с.
2. Донченко Л.В., Фирсов Г.Г. Пектин: основные свойства, производство и применение, – М.: ДеЛи принт, 2007. – 277 с.
3. Аймесон А. Пищевые загустители, стабилизаторы, гелеобразователи / А. Аймесон (ред.-сост.). – Перев. с англ. д-ра хим. наук С.В. Макарова. – СПб.: ИД «Профессия», 2012. – 408 с.

СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНА ПРАКТИКА СТАНДАРТИЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Ленчицька Наталія Дмитрівна,

студентка групи GRS1 – В14 Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка

Науковий керівник: **Боднарчук Т.Л.,**

к.е.н., асистент кафедри економіки підприємства Кам'янець-Подільського національного університету імені І. Огієнка

На сучасному етапі розвитку сфери послуг в Україні, у тому числі і сфери

гостинності, особливої актуальності набуває проблема забезпечення відповідного рівня якості послуг, оптимального співвідношення у системі «ціна-якість», їх конкурентоспроможності та високого іміджу на світовому ринку. Це зумовлює потребу у перегляді засад управління підприємствами даної сфери з позицій розроблення, забезпечення, досягнення та систематичного підвищення рівня якості послуг і їх повноцінного споживання. Сприятиме реалізації поставлених завдань запровадження міжнародної системи вимог та стандартів.

Варто відмітити, що стандарт у готельній сфері – це нормативно-технічний документ, який визначає комплекс норм, правил і вимог до якості готельних послуг, затверджений компетентним органом стандартизації. Стандарти встановлюють порядок та методи планування підвищення якості обслуговування на всіх етапах гостьового циклу, вимоги до засобів і методів контролю й оцінки якості обслуговування.

Головною складовою всієї системи якісного обслуговування є якість готельних послуг. Згідно міжнародного стандарту ISO 9000, якість – це сукупність властивостей і характеристик послуг, які здатні задовольняти обумовлені або передбачувані потреби споживачів [2]. Пріоритетного значення проблемам якості готельного обслуговування надають міжнародні експерти, які вважають її основною складовою комерційного успіху підприємства на ринку послуг. Зокрема, японські фахівці стверджують, що якість готельного обслуговування визначається такими категоріями як внутрішня (технологія обслуговування), матеріальна (інфраструктура готелю), нематеріальна (комфортабельність готелю), психологічна якість (рівень гостинності) та тривалість обслуговування (час очікування) [3]. На думку американських спеціалістів, які є прихильниками системного підходу, повна якість послуг у сфері готельного обслуговування – це сукупність властивостей і характеристик, що викликають задоволення клієнтів, технічну, функціональну та етичну (соціальну) якість [3; 1].

В цілому, управління якістю послуг – складний процес, який охоплює організаційний, економічний, соціальний напрями діяльності готельного підприємства. Управління якістю готельних послуг означає забезпечення оптимального співвідношення його складових, при цьому зусилля мають спрямовуватися на досягнення пріоритетних цілей, серед яких такі: підвищення рівня якості, зниження операційних витрат, забезпечення оперативності обслуговування, отримання оптимального прибутку.

Особливу увагу варто звернути на норми міжнародної стандартизації, які відображені в ISO 9000. Саме вони зумовили початок сертифікації систем якісного обслуговування, визначили єдиний міждержавний підхід до договірних умов за оцінкою систем якості й одночасно регламентували відносини між готельним підприємством і клієнтами. Норми міждержавного стандарту ISO 9000 забезпечують відвідувачеві право активніше впливати на якість готельних послуг, а також законодавчу базу, що передбачає активну роль клієнта в процесі обслуговування,

зумовлюють необхідність обґрунтування управлінських рішень, систем планування [3].

В умовах виникнення ринкових відносин в Україні сертифікація стає практично єдиним засобом захисту споживача, яка набуває поширення поряд з традиційними методами і засобами забезпечення якості послуг. Згідно вітчизняного законодавства, сертифікація відповідності послуг – документ, що підтверджує якість готельних послуг та їхню відповідність конкретному стандарту або іншому нормативному документу. Цілями сертифікації в сфері послуг є захист споживачів готельних послуг від недобросовісної діяльності організацій, які їх пропонують; захист життя, здоров'я гостей; формування сприятливого суспільного, правового та економічного середовища для інтенсивного розвитку готельного бізнесу тощо.

Структура процесу розробки стандартів включає в себе такі елементи: загальні стандарти (стандарт управління готелем, стандарт якості); внутрішні стандарти відділів обслуговування готелю (служба прийому і розміщення, обслуговування номерів, ресторанне обслуговування, конференц обслуговування); внутрішні стандарти відділів підтримки готелі (фінансова служба, інформаційні технологи готелі, відділ кадрів); технічні стандарти (будівельні вимоги готелі, область застосування, територія, будівля готелю, функціональні зони, інженерно-технічні рішення, вимоги до експлуатації).

Таким чином, на даний час в Україні здійснюються певні вдалі кроки для управління та підвищення якості обслуговування в закладах готельної індустрії, спираючись на європейський досвід та традиційні засади української національної гостинності. З цією метою використовуються міжнародні та національні стандарти як механізм захисту прав споживачів, підтвердження якості обслуговування та контролю за діяльністю готельних підприємств.

Список використаної літератури

1. Дубодєлова А.В. Система управління якістю готельних послуг: методологічні аспекти / А.В. Дубодєлова // Видавництво Львівської політехніки. – 2008. – №611. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://vlp.com.ua/files/20_30.pdf
2. Мальська М.П. Готельний бізнес : підручник для вузів / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк. – К. : Центр учбової літератури. – 2010. – 452 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1584072028398/turizm/gotelnij_biznes
3. Мальська М.П. Організація готельного обслуговування : підручник для вузів / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк, Ю.С. Занько. – К. : Знання, 2011. – 366 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://westudents.com.ua/glavy/92003-44-standartizatsya-yakost-gotelnih-poslug.html>.

ТУРИСТИЧНІ МОЖЛИВОСТІ СУЧАСНОГО МЕДЖИБОЖА ЯК ОСЕРЕДКУ ПАЛОМНИЦТВА ХАСИДІВ

Марчук Інна Русланівна,

магістрантка факультету управління та підприємництва

Науковий керівник: **Коропецька Тетяна Опанасівна**

к.е.н., Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

На сучасному етапі в Україні сформувався новий сегмент ринку релігійного туризму – паломницького, який набуває дедалі більшої популярності серед населення. Організацією паломницьких турів, як міжнародних так і внутрішніх, займаються переважно структури, які діють під егідою християнських церков, і структури, створені окремими громадами та культурно-релігійними громадськими організаціями. Саме вони є найбільш чисельними суб'єктами даного ринку. Законодавчих державних актів, які безпосередньо регулюють організацію паломництва, немає, оскільки паломництво є прерогативою відокремлених від держави у своїй внутрішній діяльності релігійних організацій. У нормативно-правових актах можна знайти тільки опосередковані посилання, що регулюють паломницьку діяльність, оскільки вона частково відбувається поза територій та будівель релігійних організацій і підпорядковується загальним законам і нормам суспільного буття і міждержавним відносинам [1]. Релігійний туризм є одним із найстаріших видів туризму. Він бере свої витoki з часів формування основних світових релігій і здійснюється в таких двох основних формах: паломницький туризм, релігійний туризм екскурсійної пізнавальної спрямованості.

Паломницький туризм – це сукупність поїздок представників різних конфесій з паломницькими цілями. Паломництво – прагнення віруючих людей поклонитися святим місцям. Серед причин для здійснення паломництва можна виділити наступні: бажання зцілитися від душевних і фізичних недуг, помолитися за рідних і близьких, знайти благодать, відмолити гріхи, виразити подяку за блага послані зверху, проявити відданість вірі [2].

Осередок активного релігійно-паломницького туризму на Хмельниччині є Меджибож, де прожив більшу частину свого життя праведний Бешт – основоположник хасидизму. Тут він і похований, тож щороку тисячі хасидів приїжджають на його могилу поклонитись пам'яті свого покровителя.

Меджибіж розташований за 25 км від Хмельницького десь за кілометр від Вінницької траси. Селище належить до Летичівського р-ну. Він стоїть на місці, де річка Бужок впадає в Південий Буг. Обидва гідроніми походять від слова “Бог”. Звідси і його назва, яка у давнину так і звучала Межибіж (Між Богами). Місця, де зливаються річки, здавна приваблювали людей, аж надто коли тут маємо ще й чималу височину. Тож не дивно, що вже у сиву давнину тут виникло поселення, першу письмову згадку про яке маємо в Іпатіївському літопису. Зокрема згадується, що київський князь Ізяслав Мстиславич передав у власність Святославу

Всеволодовичу 5 міст, серед яких Межибоже. Сталося це десь між 1146 по 1148 рр.

Юдеї в Меджибожі з'явилися на межі XV-XVI ст.

На початок XVII ст. єврейська громада Меджибожа була однією з найбільших і найповажніших на Поділлі, однак у наслідок Хмельниччини від неї залишилося лише кілька сімей. Попри те, вже у 1765 р. в Меджибожі проживали 2039 євреїв (переважно торговців). У 1926 р. в містечку нараховувалося 4614 єврея, які склали майже 60% його населення.

На початку XX ст. в Меджибожі діяли 12 синагог та молитовних будинків. Найстарішою з них була мурована оборонна Велика Синагога, зведена ще у XVI ст. Називалася вона “Синагогою Баха” на честь видатного рабина Йоеля Сіркеса (1561-1640 р.р.), відомого як Бах. Це ім'я він отримав на честь своєї книги “Байт Хадаш”. З давніх єврейських пам'яток до нашого часу зберігся старий кірсут (є ще й новий цвинтар XIX-XX ст.). Станом на 1990 р. там задокументовано близько двох сотень надгробків-мацев. Найдавніший датується 1555 р. Наймолодший – 1853 р. Саме на цьому цвинтарі й похований Баал Шем Тов (Бешт) та його найближчі учні. Сьогодні могила Бешта – місце паломництва хасидів з усього світу. У 2000 р., у зв'язку з 300-ю річницею з дня народження Баал Шем Тоба, поряд з цвинтарем зведено нову синагогу, а також готелі для паломників та мікву (ритуальну купальню).



«Дуже колоритними є поважні старші паломники з довгими сивими бородами. Вони статечно походжають у своїх штраймлах (це така хутряна шапка, схожа на поставлене на голову колесо легковушки) та ведуть неспішні бесіди. А от молодь нагадує зграйки верескливих гав. Для них (переважно це мешканці західних мегаполісів на кшталт Нью-Йорку) поїздка в подільську глибинку – це ще

й не аби яка пригода та розвага. Тож все навкруги в радість і у дивовижу. Спостерігати за ними не менш цікаво, ніж оглядати давні пам'ятки» [3].

При наявності цих історичних місць, їх безмежних просторів, які щороку стають все популярнішими серед різних релігійних культур виникає необхідність у побудові будинку відпочинку. Для ознайомлення з історичними пам'ятками туристи матимуть змогу зупинитись у комфортабельному будиночку, який задовольнить усі потреби та допоможе краще пізнати культуру давнини.

Отже, для успішної організації туристичної діяльності в духовно-релігійних центрах потрібне співробітництво туристичних підприємств з діячами церкви, а також з товариствами, асоціаціями, національно-культурними фондами, конфесійними центрами національних меншин в Україні. Необхідно провести інвентаризацію та реставрацію історико-культурних, сакральних-духовних місць, пам'яток, які приваблюватимуть туристів та створити сучасну інфраструктуру

міжнародного релігійно-паломницького туризму, зокрема розвиток шляхів сполучення, зв'язку та місць відпочинку.

Література

1. Закон України «Про туризм» //Електронний ресурс. – Режим доступу. – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95>
2. Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму / Ф. Ф. Шандор, М. П. Кляп. – К. : Знання, 2013. – 197 с.
3. Полюхович Д. Меджибіж – то не тільки замок (частина друга) » // Електронний ресурс. – Режим доступу. http://risu.org.ua/ua/relig_tourism/travel_notes/travel_autors/poliuk_hovych_travel/61658/

КОНКУРЕНТОПРИДАТНІСТЬ І СОЦІАЛЬНИЙ ЕФЕКТ КУЛІНАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ ДЛЯ СТУДЕНТІВ

Пересічна С. М.,

к.т.н., доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу Київського національного університету культури і мистецтв

Серед основних засад державної політики є розроблення стратегії щодо створення новітніх технологій харчових продуктів і, зокрема, функціонального призначення для студентів вищих навчальних закладів. До їх складу повинні входити природні компоненти їжі – вітаміни, макро- та мікроелементи, харчові волокна, що дозволяє знизити дефіцит есенційних речовин, змінювати метаболізм, підсилювати та прискорювати виведення ксенобіотиків, підвищувати неспецифічну резистентність організму людини та дає можливість збагатити хімічний склад раціону харчування.

В контексті згаданого досить перспективним є розроблення науково обґрунтованих технологій кулінарної продукції функціонального призначення з використанням борошна жорнового цілозерного пшеничного та житнього сіяного, соєвого харчового повножирного, вівсяних пластівців, насіння льону, соняшнику, кунжуту, кмину та дієтичних добавок функціонального призначення. До останніх можна віднести продукти з ІЧ-обробленого зерна ЕСО, зародки пшениці, розторопшу плямисту, яблучний порошок, спіруліну, натуральний порошок із креветок «RieberFoodIngredients», які є джерелом функціонально-біологічних інгредієнтів (поліненасичених жирних кислот, вітамінів, макро- й мікроелементів, природних антиокислювачів) та функціонально-технологічних інгредієнтів (харчові волокна, білки), що поліпшують реологічні властивості продуктів харчування.

У результаті наукових досліджень розроблено і впроваджено технологію виробництва крокетів картопляних «Деліс» з зародками пшениці та начинкою з сочевиці і спіруліни, «Верде» з соєвим борошном та начинкою з сочевиці і спіруліни; батончиків з цільного зерна з рослинно-молочними начинками: «Мікс» з маково-курагово-мигдальною начинкою, «Новинка» з курагово-гарбузово-

сочевичною начинкою, «Закусочний» з кисломолочно-сирно-шпинатно-мигдальною начинкою; «Фітнес» з кисломолочно-сирно-ламінарієвою начинкою, визначено їхні якість і споживчі властивості, вироблено дослідні партії цих продуктів.

На способи виробництва кулінарної продукції отримано шість деклараційних патентів.

При розробленні новітніх технологій виникає необхідність оцінювання конкурентопридатності отриманої продукції, яка у сучасних умовах є головним фактором успіху на ринку чи в конкретному його сегменті.

Для комплексного визначення ефективності впровадження кулінарної продукції функціонального призначення з підвищеними показниками якості розраховали їх конкурентопридатність, як похідну конкурентних переваг.

Для оцінки перспективної конкурентопридатності використано 100-балову шкалу, що складається з чотирьох показників (комплексного показника якості, рівня собівартості, рівня задоволення потреб споживачів, патентної захищеності), кожному з яких відповідають певні коефіцієнти вагомості, визначені експертним методом [2].

Встановлено, що конкурентопридатність крокетів картопляних з дістичними добавками і начинкою з сочевиці і спіруліни вища традиційних, комплексний показник конкурентопридатності становить 87,09 од. та 90,74 од. для крокетів «Верде» та «Деліс» відповідно, що відповідає високоперспективній продукції (контролю – 55,05 од.). Конкурентопридатність батончиків з цільного зерна з рослинно-молочними начинками також вища за традиційні, оскільки комплексні показники конкурентопридатності становлять 88,07 од., 88,63 од., 88,47 од., 87,10 од. для батончиків «Мікс», «Новинка», «Закусочні», «Фітнес» відповідно і відповідають високоперспективній продукції (контролю – 58,13 од.).

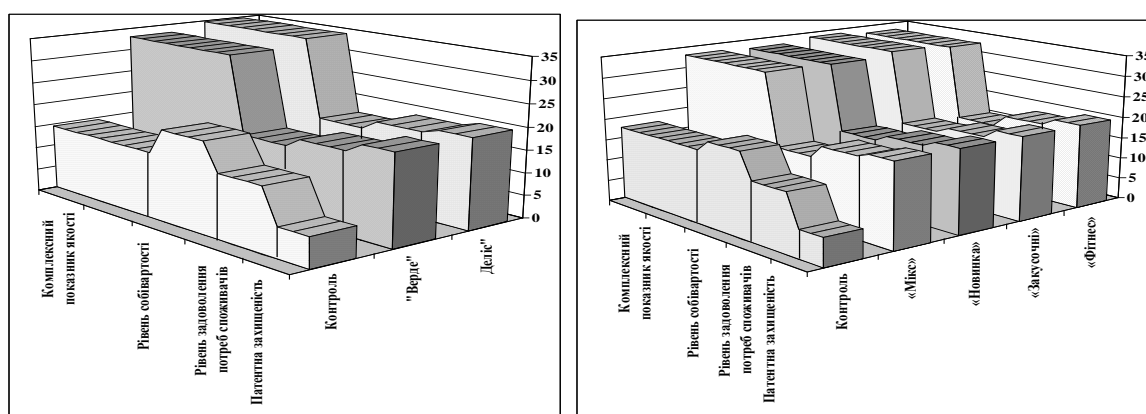


Рис. Моделі конкурентопридатності кулінарної продукції функціонального призначення

Соціальний ефект від впровадження розробок у практику полягає у розширенні асортименту кулінарної продукції функціонального призначення із підвищеним вмістом білків, ПНЖК, дефіцитних мікронутрієнтів (магнію, заліза, йоду, селену, фолієвої кислоти, токоферолу, каротиноїдів) і захисті організму людини від впливу порушеного екологічного середовища.

Створена за новими технологіями кулінарна продукція матиме значний соціальний ефект, оскільки дозволить вирішити важливу проблему поліпшення стану здоров'я студентства і тим самим закласти фундамент для зростання здорової нації.

Для впровадження запропонованої продукції в асортимент закладів ресторанного господарства при вищих навчальних закладах, розроблена нормативно-технологічна документація на кулінарну продукцію з використанням дієтичних добавок [1].

Список використаних джерел

1. Збірник рецептур кулінарної продукції і напоїв (технологічних карт) з використанням дієтичних добавок / М.І. Пересічний, М.Ф. Кравченко, В.Н. Корзун, П.О.Карпенко, О.В. Цигульов, С.М. Пересічна та ін./ під ред. М.І. Пересічного. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 822 с.

2. Пересічний М.І., Федорова Д.В. Проблеми оцінювання конкурентопридатності кулінарної продукції // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету, 2006. – №3. – С. 95-103.

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНОЇ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ

Прокопенко Л. В.,

студентка групи Е-13,

Науковий керівник: **Манішевська Н. М.,**

викладач екологічних дисциплін, Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів і природокористування України «Боярський коледж екології і природних ресурсів»

Туристичний бізнес можна справедливо вважати бізнесом ХХІ століття, тому що він є одним з найбільш динамічних і прибуткових серед усіх галузей світового господарства. За даними статистики Всесвітньої організації туризму, на туризм припадає 10% валового світового продукту, 7% загального обсягу інвестицій, 5% усіх податкових надходжень.

На сучасному етапі розвитку туристичної діяльності істотне значення має створення й ефективне використання системи інноваційного менеджменту. Незважаючи на складне економічне становище більшості туристичних підприємств, в сучасних умовах проявляється тенденція до посилення їх інноваційної активності, особливо в галузі технологічних інновацій.

Розвиток сучасного туризму багато в чому залежить від розробки і впровадження інноваційних технологій, спрямованих на вдосконалення обслуговування клієнтів і розширення сервісних туристичних можливостей. Необхідно використовувати інноваційний менеджмент, щоб забезпечити ефективність і прибутковість даної сфери послуг [1].

В умовах ринкової економіки всі туристичні організації усвідомлюють необхідність розробки нових товарів і послуг, відмінних від товарів і послуг конкурентів, і пов'язану з цим вигоду. Саме своєчасний вихід нового товару на ринок здатний залучити нових покупців, збільшити дохід підприємства. Визначення майбутнього прибутку від нового туристичного продукту є завданням інноваційного менеджменту.

Учені підкреслюють, що інновації, в тому числі і екологічні, сприяють посиленню конкурентоспроможності компаній, оскільки спостерігається міцний взаємозв'язок між ринковою діяльністю і новими екологічними продуктами. Продуктові і технологічні інновації допомагають завойовувати й утримувати частину ринку, збільшувати прибутковість на цих ринках.

Екологічні технології у всьому світі є галуззю, що швидко зростає. Стаючи все важливішим економічним фактором, екологічні технології постають перед завданням інноваційного розвитку у промислових масштабах. Основними ринками екологічних інноваційних товарів є:

- виробництво та накопичення енергії;
- енергозбереження;
- економне використання сировини та матеріалів;
- екологічність транспорту;
- раціональне використання водних ресурсів
- біопластмаси та полімери;
- сонячне охолодження.

На сьогоднішній день найбільш перспективними можна назвати такі технологічні напрямки, як: сонячні електростанції, сонячне охолодження, мембранні технології у водному господарстві, біопластмаси та полімери, децентралізоване водопостачання, синтетичне біопаливо та інше [2].

Сучасний розвиток індустрії гостинності спрямований на створення інноваційних технологій, які сприятимуть збільшенню кількості клієнтів, продажів, завоюванню довіри гостя, формуванню позитивного іміджу підприємства та ін.. Серед них: електронні системи управління; інтерактивний екран; системи безпеки; екологічні технології; електронне меню; QR -коди.

Основна інновація у сфері управління – використання електронних системи управління, які дають можливість співробітникам готелю безпосередньо спілкуватися з користувачем через веб-сервіс, а користувачу, відповідно, отримати необхідну інформацію. Також все більшої популярності набувають електронні системи управління рестораном. Інтерактивне меню є екраном, вбудованим в стіл, за яким розташовуються відвідувачі. За допомогою меню вони можуть переглянути всі страви, представлені в ресторані, включаючи їх фотографії. Поки їжа готуватиметься, можна розважити себе читанням місцевих новин або провести час за парою простих логічних іграшок. Пристрій оснащений 30-дюймовим сенсорним екраном, працювати з яким одночасно можуть декілька чоловік і включає вбудовані

безпроводні інтерфейси Bluetooth і Wi – Fi. Такі дисплеї встановлені вже у багатьох ресторанах світу.

Отже, в умовах безперервних економічних змін інновації стають основним чинником, що сприяє динамічному розвитку і підвищенню результативності функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства. Міжнародний досвід успішної діяльності підприємств ресторанного господарства свідчить, що безальтернативний шлях виживання в умовах глобальної конкуренції побудований на інноваційній основі при активному використанні сучасних науково-технічних досягнень, а також готовності готелів до інновацій та нововведень. На жаль, на відміну від світових тенденцій розвитку вітчизняні готельні підприємства характеризуються низькою інноваційною активністю через високу вартість інноваційних розробок та відсутність адаптації підприємства до інновацій [3].

Список використаних джерел

1. Зайченко С.А. Развитие инноваций в сфере услуг / С.А. Зайченко // Форсайт. – 2007. – №1 (1). – С.30–33.
2. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2009.– 504 с.
3. Яковец Ю.В. Инновации: теория, механизм, государственное регулирование. Учебное пособие / Под ред. Ю.В. Яковца – М.: Изд-во РАГС, 2000. – 288 с.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ У ЛЕТИЧІВСЬКОМУ РАЙОНІ

Кітнік Юлія

студентка V курсу факультету управління та підприємництва Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Науковий керівник: **Коропецька Тетяна Опанасівна**

к.е.н., Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Агротуризм – це один з багатьох видів туризму, за яким не часто звертаються до туристичних агентств. Для України це новий вид відпочинку, який зараз на етапі розвитку, проте в країнах Європи він є досить популярним. Агротуризм – організоване перебування туристів у селянській родині, яка займається сільськогосподарською та іншою діяльністю. Основу агротуристичної пропозиції становить розміщення, яке може бути поєднане (залежно від умов) з дворазовим харчуванням або можливістю купівлі свіжих продуктів харчування на місці та самостійного приготування їжі. Головною фігурою в забезпеченні функціонування зазначених видів туризму, організації відпочинку на селі є сільська родина, яка надає житло, харчування і знайомить з особливостями сільської місцевості [4].

Агротуризм є проміжною формою, що належить до сільського і наближена до фермерського туризму. Охарактеризувати агротуризм можна як форму відпочинку, яка реалізується в сільській місцевості з типовим сільським господарством, опирається на використання нічліжної бази і рекреаційні розваги, пов'язані з веденням селянського господарства і його оточенням (природним, виробничим,

наданням послуг), підтримання тісного зв'язку із селянським господарством чи його еквівалентом з використанням житлових і господарських будівель, а також харчової пропозиції, з залученням широкого кола рекреаційних розваг як поза господарством, так і в самому господарстві [4].

У Летичівському районі агротуризм поки що не розвивається, адже немає чітко визначеної стратегії розвитку даного виду туризму та чіткого його регулювання. У стратегії розвитку Летичівського району на 2012-2020 роки взагалі не передбачається розвиток агротуризму, хоча він є пріоритетним для розвитку у цьому районі. Летичівщина є історичною місцевістю і досить привабливою для туристів, які цікавляться українською культурою, краєзнавством та побутом українського села. Тому у цьому районі потрібно створити конкурентоспроможний туристичний продукт, який зможе максимально задовольнити туристичні потреби населення, зацікавити туристів але при цьому зберегти історико-культурні цінності та екологічне довкілля району.

Летичівщина відома також своїм аграрним сектором. Для розвитку сільського господарства є сприятливі природні та економічні умови. В районі зареєстровано досить багато фермерських господарств, на основі яких і можна розвивати агротуризм. Для цього потрібно спроектувати та побудувати агроготель зі своєрідним мікрокліматом, яким можна зацікавити туристів та показати їм сільський колорит, сільське життя як воно є. І можна навіть не сумніватись, що такий бізнес буде прибутковим. Адже сільський зелений туризм, так і агротуризм, в нашій місцевості це дещо нове, тому є досить популярним. До того ж такий вид туризму як агротуризм має перспективи розвитку, адже конкуренції, можна сказати, що не має, безліч вільних земель під забудову, де можна розташувати прекрасний готельний комплекс з різними видами дозвілля. У цій місцевості є що показати і є на що подивитись, адже це історія, і це завжди цікаво для туристів, які не знайомі з місцевістю і які обізнані, але не мали змоги побачити це на власні очі.

Агроготель – засоби розміщення готельного типу, розташовані у сільській місцевості й надають туристам послуги під час відпочинку, оздоровлення, забезпечують умови для сільськогосподарської діяльності в процесі відпочинку. Ці готелі розраховані на гостей, котрі подорожують сім'ями та потребують умов проживання, близьких до сільської місцевості. Агроготелі за місткістю – малі підприємства, які надають до послуг кімнати або окремі будинки, а також організовують харчування і дозвілля агротуристів [4]. Розвиток агротуризму туризму в Летичівському районі буде впливати на розвиток економіки Хмельницької області. Також насичить ринок якісними послугами і сприятиме збереженню культурних цінностей.

Список використаних джерел

1. Кордяк І.М. Посібник для вчителів, учнів, краєзнавців Рекомендовано методичним об'єднанням вчителів природничих дисциплін Летичівського НВК №1 протокол №1 від 24.09.2007 року / І. М. Кордяк, М. В. Цимбалюк. – Летичів : 2007,
2. Летичівський район – Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Летичівський_район
3. Летичівська РДА [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://letadm.gov.ua/index.php>
4. Сільський туризм – Навчальні матеріали онлайн [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/2015073165611/turizm/silskiy_turizm



СЕКЦІЯ 8

**МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ
КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ**

25 лютого 2016 р.

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ

КОНЦЕПТУАЛЬНО-СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ОБСЛУГОВУЮЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Назаркевич О. Б.,

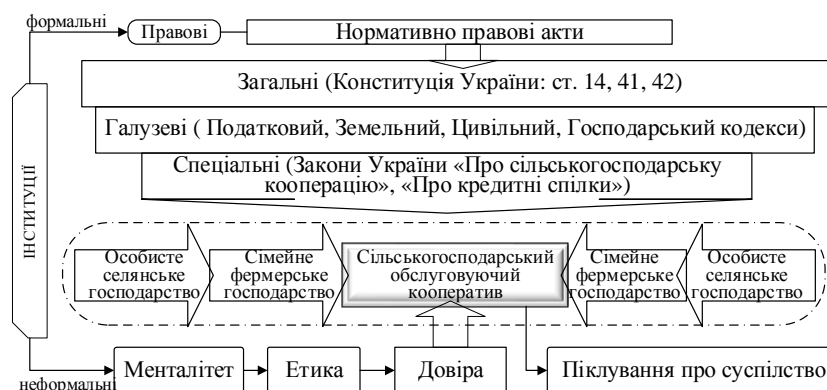
аспірант Львівського національного університету імені Івана Франка

Науковий керівник: Гринів Л. С.

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки України Львівського національного університету імені Івана Франка

На сьогодні аграрний ринок України не відчуває істотного впливу сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів (СОК). Станом на липень 2015 року в Україні зареєстровано 1011 СОК, але фактично здійснюють господарську діяльність лише 552 або 55 %. У розвинутих країнах сільськогосподарські кооперативи є основною формою організацій виробників, які займають значну частку на сільськогосподарських ринках країн ЄС та Америки [2; с.5].

В Україні кроки до набуття статусу селоутворюючих підприємств СОКами вже зроблені. Нова редакція закону «Про сільськогосподарську кооперацію», яка набрала чинності 19 січня 2013 року передбачає звільнення від оподаткування надходжень, які сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи одержують від збуту сільськогосподарської продукції своїх членів [3]. Попри позитивні зрушення на законодавчому рівні існує низка невирішених питань щодо забезпечення розвитку сільськогосподарської кооперації. На нашу думку, головними причинами низької частки СОК в Україні є невідповідність податкового навантаження, довготривале невизнання статусу неприбутковості за СОК, відсутність державної підтримки, низький рівень поінформованості селян щодо переваг кооперативного господарювання, ментальні особливості (схильність до індивідуалізму). За таких умов виникає високий рівень залежності цього суспільного явища від інституційного чинника. На рис. 1



показано вплив формальних і неформальних інститутів на розвиток сільськогосподарської обслуговуючої кооперації в Україні.

Рис.1. Механізм впливу інституційного середовища на формування і розвиток сільськогосподарської кооперації в Україні

На нашу думку, поширення на селі ефективно діючої кооперації є вкрай необхідним як для виробників сільськогосподарської продукції, так і держави, тому стимулювання її розвитку є важливим завданням для різних суспільних інститутів. Відповідно вирішення проблемних питань подолання інституційних перешкод для збільшення кількості СОК і покращення діяльності існуючих необхідно покласти на державні органи влади та органи місцевого самоврядування.

Насамперед необхідно визначити єдиний напрямок і чітку стратегію розвитку СОК, як складової сталого розвитку сільських територій та забезпечення продовольчої безпеки країни, в рамках Єдиної комплексної стратегії розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015-2020 роки [1]. Також необхідно вдосконалити нормативно-правові акти галузевого та спеціального характеру.

Важаємо, що в умовах децентралізації значні повноваження щодо стимулювання розвитку СОК мають взяти на себе місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування. Головним інструментом впливу на діяльність товаровиробників мають стати розроблені обласні і регіональні програми розвитку СОК, фермерських господарств та сімейних ферм.

Побудова ефективного механізму державної підтримки аграрного сектору на місцевому рівні має базуватися, насамперед, на принципах законності і пріоритетності. Також постала нагальна потреба формування моральних принципів, екологічної і соціальної культури не лише у керівників державного сектору, але й у громадян країни.

Успішний розвиток європейської системи кооперації і поодиноких вітчизняних кооперативних об'єднань показує вагомий роль місцевих керівників, а саме сільських і селищних голів у згуртуванні селян, будівництві господарських комплексів та інших заходах. На нашу думку, відповідальність органів місцевого самоврядування і місцевої влади за організацію кооперативного руху у сільській місцевості має бути закріплена на законодавчому рівні. Оскільки існування менталітетних перешкод для створення кооперативного руху потребують для їх подолання об'єднуючого суб'єкта. Стримуючим фактором для формування СОК є відсутність фінансових ресурсів і ринків збуту продукції. Саме органи місцевої влади можуть активно сприяти вирішенню даних проблем за рахунок залучення інвестиційних ресурсів благодійних організацій, пільгового кредитування та інших джерел.

Отже, кооперативна модель господарювання має стати потужним поштовхом до відродження українського села. Адже будуть створюватися робочі місця, збільшуться доходи, зменшиться міграція, підвищиться рівень інфраструктурного забезпечення і, найголовніше, відбудеться зміна ментальності сільських жителів у позитивний бік.

Список використаних джерел

1. Єдина комплексна стратегія розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015-2020 роки [Електронний ресурс] / Міністерства аграрної політики та продовольства України. – Режим доступу: [2.http://minagro.gov.ua/node/16025](http://minagro.gov.ua/node/16025), вільний (дата звернення: 28.02.2016). – Назва з екрана. – Мова укр.
2. Корінець Р. Я. Сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи в цифрах / Р. Я. Корінець // НАСДСУ “Поради від доради”,. – Київ : Національна асоціація сільськогосподарських дорадчих служб України. – 2015– № 31. – С. 15.
3. Про сільськогосподарську кооперацію: Закон України від 17.07.1997 № 469/97-ВР [Електронний ресурс] . – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/469/97-%D0%B2%D1%80>.

РИЗИКИ СТОСОВНО ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

Пелюх Тетяна Сергіївна,

студентка групи Tms1-B14 Кам’янець-Подільського національно університету імені Івана Огієнка

Науковий керівник: **Боднарчук Т. Л.,**

к.е.н., асистент кафедри економіки підприємства Кам’янець-Подільського національно університету імені Івана Огієнка

На сьогодні економічно-розвинені країни зосереджують значну увагу на розробці економічних та політичних стратегій, спрямованих на всебічний захист споживача від неякісної, небезпечної, фальсифікованої продукції. За період еволюції сфери захисту прав споживачів у кожній державі сформовано свої закони, норми та правила кооперації суб’єкта бізнесу й споживача, впровадження яких актуально для країн наздоганяючого розвитку, зокрема, України.

Проблеми захисту прав споживачів досліджують спеціалісти в галузі права, психології, менеджменту, маркетингу тощо. Слід зауважити, що про ймовірні ризики споживання вперше заговорив американський маркетолог Р.Бауер ще у 1960 році. Проблематика споживчої поведінки представлена також у працях М.Вебера, К.Маркса, Т.Веблена та інших. Питанню захисту прав споживачів приділили увагу сучасні українські вчені, зокрема, В.Авер’янова, Т. Іванова, В. Куйбіда, А. Ткачук та інші.

Рух на захист прав споживачів (консюмеризм) – організований рух споживачів за розширення та захист своїх прав, а також посилення впливу споживача на виробників і торговців (зародився в США, де в 1899 р. була організована Національна ліга споживачів, а в 1936 р. створено Союз споживачів) [1]. Мотивуючим чинником розвитку даного явища стала концептуалізація інтересів покупця як домінанти ефективної ринкової діяльності. Сьогодні в європейських країнах активно впроваджуються програми захисту прав споживачів, мета яких полягає у захисті громадян від можливих ризиків, пов’язаних із споживанням товарів і послуг. У зв’язку з цим в Україні вже прийнятий ряд нормативно-правових

актів, які направлені на врегулювання відносин в цій сфері. Зокрема, Україна стала першою серед пострадянських держав щодо прийняття Закону «Про захист прав споживачів» [4].

Незаперечним фактом є те, що сучасний український ринок перенасичений неякісними, небезпечними, фальсифікованими товарами та послугами, що вимагає вироблення більш жорстких вимог до виробників, впровадження механізму ефективного та дієвого контролю й нагляду, враховуючи те, що такий товар уже є на ринку та існує ризик, що споживач його придбає. Це і є споживчий ризик, під яким розуміють виникнення несприятливих для споживача обставин, таких як втрата здоров'я, душевної рівноваги, матеріальних благ [2].

В загальному розумінні споживчий ризик фактично є невідповідністю ціни та якості пропонованого на ринку товару. В економічній літературі виділяють декілька видів споживчого ризику, а саме:

- ризик отримання фальсифікованого товару;
- ризик неякісного обслуговування;
- ризик отримання неякісного товару;
- ризик нав'язування типу і стилю споживчої поведінки [3].

З точки зору вітчизняного покупця у процесі купівлі та споживання продукції можуть виникнути такі ризикові обставини:

- непередбачені додаткові витрати, тобто фінансовий ризик;
- повернення, обмін чи ремонт товару, тобто, так званий, ризик втрати часу й коштів;
- небезпечний вплив на здоров'я – фізичний ризик;
- моральне незадоволення – психологічний ризик;
- втрата престижу – соціальний ризик.

Зростання обсягів та асортименту пропонованої на вітчизняному ринку продукції, а також інформації стосовно неї, недовіра між учасниками виробничо-торговельного процесу – все це призводить до збільшення споживчих ризиків. Крім того, в умовах великого вибору на ринку товарів та послуг споживач не спроможний самостійно знайти детальну інформацію, яка б дозволила зробити оптимальний вибір на користь того чи іншого продукту, а у випадку необхідності добитися захисту своїх прав в судовому порядку. Наявність в Україні низки проблем розвитку сфери захисту прав споживачів актуалізує пошук шляхів їхнього подолання.

Серед напрямків вдосконалення системи регулювання захисту прав споживачів та зниження споживчих ризиків можна виділити такі:

- регулювання споживчих ризиків на державному рівні економічними, правовими та адміністративними методами;
- впровадження тісніших форм кооперації між учасниками виробничо-торговельного процесу;
- посилення контролю якості товарів та обслуговування у роздрібних торгових мережах.

Список використаних джерел

1. Комплексне дослідження ринку: вивчення споживачів // Фінансово-інформаційний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.finance-dom.ru/marketing/76/340-vivchennya-spozhivachiv>
2. Скринька споживача // Державна інспекція України з питань захисту прав споживачів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dsiu.gov.ua/content/skrinka.html>
3. Портал споживача – Режим доступу : <http://www.consumerinfo.org.ua>
4. Про захист прав споживачів : Закон України : за станом на 01.01.2016 – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.

ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У СФЕРІ ІНТЕРНЕТ-ПОСЛУГ

Смутьська Олена Олександрівна,

студентка групи Т1-В12 Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка

Науковий керівник: **Боднарчук Т. Л.,**

к.е.н., асистент кафедри економіки підприємства Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка

Сьогодні великого розповсюдження набула мережа Інтернет. Вона стає не лише засобом проведення дозвілля та розваг, а й місцем для комерційної діяльності. Така тенденція зумовлена тим, що на сторінці Інтернет-магазину зосереджена велика кількість товарів однієї категорії, яка дає споживачеві можливість порівняти основні характеристики та ціни на товар на основі візуального образу через фото або відео-матеріали. Ще однією перевагою покупки через Інтернет є змога відразу прочитати відгуки інших покупців, як про товар, так і про магазин.

На території України найпоширенішими порушеннями прав споживачів під час покупки через Інтернет-магазин є такі:

- відмова забезпечення заміни товару або його гарантійного ремонту;
- невідповідність товару вимогам нормативних актів;
- невідповідність документів, які супроводжують товар;
- зміна ціни товару при доставці;
- отриманий товар не відповідає заявленим характеристикам тощо.

На даний час в Україні не існує спеціального закону, який регулював би Інтернет-торгівлю, але відносини, що виникають між покупцем і продавцем товарів, робіт та послуг в Інтернеті, не відрізняються від традиційних правил купівлі-продажу і регулюються, зокрема, положеннями Цивільного кодексу України та Закону України «Про захист прав споживачів». Зокрема, вітчизняне законодавство визначає договір, укладений за допомогою мережі Інтернет, як такий, що укладений на відстані (за допомогою засобів дистанційного зв'язку поза торговельними або офісними приміщеннями) [2; 3].

Відповідно ст. 12 Закону «Про захист прав споживачів» перед укладенням

договорів на відстані продавець повинен надати споживачеві таку інформацію:

- найменування та місцезнаходження продавця;
- порядок прийняття претензії;
- основні характеристики, ціну продукції та умови оплати;
- гарантійні зобов'язання та інші послуги, пов'язані з утриманням чи ремонтом продукції;
- інші умови поставки або виконання договору;
- період прийняття пропозицій;
- порядок розірвання договору [2].

На вимогу споживача продавець зобов'язаний надати йому документи, які підтверджують якість, безпеку та ціну товарів. У документах на товари, що підлягають обов'язковій сертифікації (наприклад, мийні засоби, велосипеди, коляски дитячі, спиртні напої, дитяче харчування), повинні зазначатися реєстраційні номери сертифіката відповідності чи свідоцтва про визнання відповідності. Ця інформація повинна бути надана письмово або електронним повідомленням і не може бути змінена в односторонньому порядку.

Інтернет-магазин має видати покупцю розрахунковий документ, що засвідчує купівлю, з позначенням дати продажу. Крім того, Інтернет-магазини, які здійснюють розрахункові операції при продажу товарів у сфері торгівлі, зобов'язані:

- 1) проводити розрахункові операції на повну суму покупки через реєстратори розрахункових операцій з роздрукуванням відповідних розрахункових документів;
- 2) видавати особі, яка отримує або повертає товар, розрахунковий документ встановленої форми на повну суму проведеної операції [1, с. 102].

Щодо товарів, придбаних через всевітню павутину, також застосовується гарантійний термін (14 днів) повернення або заміни товару. Продавець може замінити товар тільки тоді, коли одночасно виконуються три умови:

- 1) інший товар відповідає меті використання замовленого;
- 2) має таку ж або кращу якість;
- 3) його ціна не перевищує ціни замовленого товару.

Згідно Закону про «Про захист прав споживачів» споживач не має права розірвати договір, укладений на відстані, якщо:

- 1) надання послуги або поставка товару електронними засобами зв'язку за згодою споживача відбулися до закінчення строку розірвання договору, що споживачеві було повідомлено у підтвердженні інформації;
- 2) ціна товару або послуги залежить від котировок на фінансовому ринку, тобто поза контролем продавця;
- 3) договір стосується виготовлення або переробки товару на замовлення споживача, тобто якщо товар не може бути проданий іншим особам або може бути проданий лише з істотними фінансовими втратами для продавця;
- 4) споживач відкрив аудіо- чи відеокасету або носій комп'ютерного забезпечення, які постачаються запечатаними;

- 5) договір стосується доставки періодичних видань;
- 6) договір стосується лотерей чи інших азартних ігор [2].

При здійсненні купівлі через Інтернет-магазини споживачі повинні отримувати всі переваги звичайної торгівлі, а також знати свої права та обов'язки при здійсненні таких операцій, щоб уникнути неприємних ситуацій.

Список використаних джерел

1. Дудла І.О. Захист прав споживачів: Навч. Посібник / І.О. Дудла. – К.: Центр учбової літератури, 2007 – 448 с.
2. Про захист прав споживачів : Закон України : за станом на 01.01.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.
3. Цивільний Кодекс України : станом на 19.02.2016. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

РОЛЬ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У МОЛОКОПЕРЕРОБНОМУ ПІДКОМПЛЕКСІ

Юрченко Н. С.

молодший науковий співробітник відділу економічних досліджень Інституту продовольчих ресурсів НААН України

Науковий керівник: **Сичевський М. П.,**

д.е.н., професор, член-кореспондент НААН

Функція продовольчого забезпечення населення країни все в більших масштабах набуває взаємопов'язаних і взаємозалежних економічних зв'язків сільського господарства з переробними галузями народногосподарського комплексу. Криза в розвитку тваринництва зумовлює проблему неповного використання виробничих потужностей молокопереробних підприємств України. Орієнтація на переважну переробку імпортової сировини або імпорт готової молочної продукції не є прийнятним для держави і може становити загрозу для продовольчої безпеки. На ринку молочної продукції в перспективі можуть залишитися лише ті підприємства та інші виробники, що зможуть налагодити надійні організаційно-економічні зв'язки з постачальниками. Інтеграція має сприяти дієвій конкуренції та відбору на цій основі найбільш життєздатних і ефективних форм господарювання та забезпечити стабілізацію попиту, пропозиції на молочну продукцію, цін та доходів сільськогосподарських товаровиробників [1].

Розвиток агропромислової інтеграції зумовлений необхідністю забезпечення технічної, технологічної, організаційно-управлінської, економічної єдності й безперервності етапів виробництва, заготівлі, транспортування, зберігання та переробки сільськогосподарської продукції з метою стабілізації економічного стану агропромислового виробництва і підвищення його ефективності.

Процес міжнародної економічної інтеграції обумовлений розвитком і поглибленням міжнародного поділу праці, де очевидною стає економічна взаємозалежність країн, все тіснішими стають регіональні зв'язки. Вказані процеси формуються як на мікро –, так і на макрорівнях, що об'єктивно визначають і два взаємопов'язані шляхи інтеграційних процесів: формування і розвиток транснаціональних корпорацій та міждержавна політика щодо формування світогосподарського ринкового простору в окремих регіонах світу.

У багатьох розвинутих країнах переробку майже всього товарного молока здійснюють кооперативи. Так, у Данії ця частка складає 90 %, стільки ж відсотків масла і сиру постачається на експорт. У країнах Скандинавії і Фінляндії кооперативи також беруть найбільшу участь у переробці молока: на них припадає 80 % реалізації молочної продукції. У Нідерландах вони реалізують понад 80 % товарного молока [2]. У 2013 р. в Україні діяло 562 сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, з них 181 (32,2 %) – молочарських [2, с. 11]. Розвиток кооперативних структур на вітчизняних агропродовольчих ринках стримує невирішеність проблем оподаткування, зокрема визнання їх неприбуткового статусу, та недостатність державної підтримки створення нових і розвитку діючих кооперативів. Серед підприємств, що виробляють молочну сировину, переважає дрібнотоварність (у близько половини з них загальна кількість корів не перевищує 100 голів). Починаючи з 2011 р. спостерігалася тенденція до незначного зростання частки сільськогосподарських підприємств у виробництві молока (з 20,26 % в 2011 р. до 22,48 % у 2013 р.). Проблеми сировинного сектору позначились на розвитку виробничого та споживчого секторів: зменшення поголів'я корів (в 2013 р. на 70,1 % і 49,4 % порівняно з 1990 р. і 2000 р.) призвело до скорочення обсягів виробництва молока (на 53,1 і 9,2 % відповідно) та рівня його товарності (близько 41 %); дрібнотоварне виробництво зумовило низьку якість сировини, яка, в свою чергу, спричинила невідповідність продукції молокопереробки міжнародним стандартам якості; висока ціна на продукцію для кінцевих споживачів у поєднанні з тенденцією скорочення випуску більшості молочних продуктів спричинили невідповідність попиту раціональним нормам споживання [3].

Стратегічне завдання держави – створення великих молокотоварних комплексів, будівництво та розвиток яких потребує значних коштів, а найчастіше ні аграрії, ні молокопереробні підприємства їх не мають. Вирішити дане питання можливо за допомогою інтеграційних процесів. Ініціювання, фінансова та організаційна підтримка створення молочарських виробничих та обслуговуючих кооперативів молокопереробними підприємствами, а також вертикальна інтеграція, що зумовлює створення якісно нових виробничих структур (об'єднання підприємств виробників сировини з підприємствами її переробки) сприятимуть досягненню мети діяльності підприємств – зростанню виробництва молочної товарної продукції, а отже стабільного та ефективного розвитку всього підкомплексу.

Список використаних джерел

1. Чугаєвська С.В. Інтеграція в молокопродуктовому під комплексі: дис. канд. екон. наук: 08.07.02 – К., 2005
2. Шибанін В. С. Розвиток кооперації в АПК: проблеми та напрями її подолання / В. С. Шибанін // Економіка АПК. – 2013. – № 2. – С. 9-12.)
3. Чмут А. В. Методологія секторного аналізу продовольчого ринку (на прикладі ринку молока і молочної продукції) / В. М. Лисюк, А. В. Чмут, Н. Л. Шлафман // Агроінком. – 2012.– № 4-6. – С. 6-11.
4. Павлов О.І, Лисюк В.М., Деркач Т.В. Державне регулювання інтеграційних процесів на стратегічних агропродовольчих ринках/ О.І. Павлов, В.М. Лисюк, Т.В. Деркач// Економіка Харчової промисловості. – Том 7, Випуск 3/2015
5. Яценко В.М., Гнатенко Є.П. Процеси кооперації та інтеграції в молокопродуктовому підкомплексі/ Збірник наукових праць. Економічні науки. Випуск 5.1

Наукове видання

**ТВОРЧИЙ ПОШУК МОЛОДІ –
КУРС НА ЕФЕКТИВНІСТЬ**

Тези доповідей VII Міжнародної
науково-теоретичної інтернет-конференції молодих учених, аспірантів, студентів

25 лютого 2016 р.

Відповідальні за випуск:

С. А. Муравський, С. А. Щур

Підписано до друку 22.02.2016.
Формат 30×42/4. Ум. друк. арк. .
Папір офс. Гарн. Times New Roman.
Друк різнографією.
Тираж. Зам. №