

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
(International Scientific Journal)**

**ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
НАУЧНЫЙ СОВЕТ**

Сборник тезисов научных работ

**II МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-
ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ:**

**«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ»**

Том 2

«29» апреля 2015

Киев-Санкт-Петербург-Вена 2015

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
(International Scientific Journal)**

**ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
НАУЧНЫЙ СОВЕТ**

Сборник тезисов научных работ

II МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
**«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И
ФИНАНСОВ»**

«29» апреля 2015

Збірник тез наукових робіт

II МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ:
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ ТА ФІНАНСІВ»

«29» квітня 2015

Abstracts of scientific papers

II INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE:
«ACTUAL PROBLEMS OF ECONOMICS AND FINANCE»

«29» april 2015

Киев-Санкт-Петербург-Вена 2015

ББК 65
УДК 330.1
А-43

Актуальные проблемы экономики и финансов: сборник тезисов научных работ II Международной научно-практической конференции (Киев-Санкт-Петербург-Вена, 29 апреля 2015 року / Финансово-экономический научный совет, 2015. – 50 с.

ББК 65
УДК 330.1
А-43

В сборнике представлены материалы II Международной научно-практической конференции: «Актуальные проблемы экономики и финансов».

Материалы публикуются на языке оригинала в авторской редакции.

Редакция не всегда разделяет мнения и взгляды автора. Ответственность за достоверность фактов, имен, географических названий, цитат, цифр и других сведений несут авторы публикаций.

В соответствии с Законом Украины «Об авторском праве и смежных правах», при использовании научных идей и материалов этого сборника, ссылки на авторов и издания являются обязательными.

© Авторы статей, 2015
© Финансово-экономический научный совет, 2015
© Международный научный журнал, 2015

Содержание

Секция 11: ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ	6
<hr/> <hr/>	
ГОРБАЧ Л.М. «ЗЕЛЕНА» ЕКОНОМІКА ЯК ОСНОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ	6
ДРОЗДОВА К.А. STRUCTURAL ESTIMATION OF KEYWORD AUCTION.....	9
ФЕНІЧ О.М., ФІЛІЧКІНА К.К. ПОЛІТИКА КІЛЬКІСНОГО ПОМ'ЯКШЕННЯ ТА Її РЕАЛІЗАЦІЯ В США	13
Секция 12: БУХГАЛТЕРСКИЙ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ	18
<hr/> <hr/>	
ДЗЮБА Л. О. ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ОБЛІКУ І ЗВІТНОСТІ	18
ПЛАКСА А. А. АУДИТ НАРАХУВАННЯ ТА ВИПЛАТИ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ	21
Секция 13: РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	24
<hr/> <hr/>	
ГОБЛИК В. В. ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОГО КЛАСТЕРА В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ.....	24
ПРОКІПЧУК М. М. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ БРЕНДИНГУ РЕГІОНІВ.....	27
Секция 14: PR, РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГ	31
<hr/> <hr/>	
БРИЛЬКОВ Ю.А. КОНВЕРСИЯ КАК ОСНОВНОЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ IT-МАРКЕТИНГА.....	31

Секция 15: ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ 35

ВABETS I.G.

BEZPIECZEŃSTWO ENERGETYCZNE I JEGO ROLA W
KONCEPCJI ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU REGIONU 35

**Секция 16: ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА И
МЕНЕДЖМЕНТ, СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
КАЧЕСТВОМ 39**

ГЕВАЛ Т.М., ЛОПАТОВСЬКИЙ В.Г.

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ, ОБЛІКУ ВИТРАТ І
КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА
ПІДПРИЄМСТВАХ ПИВОВАРНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ..... 39

**Секция 17: МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНТЕГРАЦИИ 45**

ХАДЖАЕВ Х. С., ФАЙЗИЕВ Ш. Ш.

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ
СИТУАЦИИ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ ПОСЛЕ
КРИЗИСА 45

Секція 11: ЕКОНОМІЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

ГОРБАЧ Л.М.

*к.е.н., доц., зав. кафедри економіки і підприємництва
Волинського інституту ім. В.Липинського МАУП*

«ЗЕЛЕНА» ЕКОНОМІКА ЯК ОСНОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Необхідність пошуку нової моделі розвитку суспільства і економічного росту призвела до появи концепції самопідтримуючого гармонійного розвитку, яку вперше досить повно викладено у Всесвітній стратегії збереження природи (1980), і яка отримала подальший розвиток після Конференції ООН з навколишнього середовища і розвитку в Ріо-де-Жанейро (1992 р.), на якій прийнято новий принцип розвитку світових продуктивних сил – “sustainable development”, що в перекладі означає “сталий розвиток”, а пізніше – на Всесвітньому самміті ООН у Йоганнесбурзі (2002 р.) з проблем перспективи сталого розвитку світової економіки, – переходу до ресурсно- та екологічно збалансованого розвитку.

Концепція сталого розвитку, як новітня модель світового розвитку і частина міжнародного політичного порядку [1, с.29], визнана світовою спільнотою домінантною ідеологією розвитку людської цивілізації в XXI ст, стратегічним напрямом забезпечення матеріального, соціального та духовного прогресу суспільства [2, с. 8] та одним із головних досягнень наукової і суспільної думки XX ст.

Ця концепція передбачає забезпечення сталого контролю над ефективністю використання природно-ресурсного потенціалу в інтересах усього суспільства, тобто посилення значимості екологічного фактору в прийнятті рішень як на національному, так і на глобальному рівні.

Концепція сталого розвитку передбачає, зокрема такий розвиток людства та характер використання ним ресурсів планети, який дозволяє задовольняти потреби сьогодення та не підриває потенційні можливості забезпечення потреб наступних поколінь. Інакше кажучи, задоволення сьогоdnішніх потреб не повинно ставити під загрозу майбутній добробут.

Відзначимо, що в науковому світі відношення до феномену сталого розвитку є неоднозначним. Дотепер відсутній єдиний підхід до перекладу терміну “sustainabledevelopment”, а отже і до трактування сутності поняття “сталого розвитку” як економічної категорії.

Не дивлячись на різні підходи до трактування поняття сталого розвитку, всіх дослідників об'єднує прагнення розробити концептуальну систему, яка зможе перебороти суперечності, що виникли між людиною, суспільством і біосферою [3, с.28].

Економічні негаразди багатьох економік світу показали безперспективність існуючої економічної моделі та необхідність розробки нової парадигми розвитку. Активізація зусиль із пошуку нової моделі економічного розвитку призвела до вироблення засад нового «зеленого» економічного курсу.

За визначенням, поданим у доповіді ЮНЕП, «зелена» економіка – це така економіка, яка підвищує добробут людей, забезпечує соціальну справедливість і, при цьому, суттєво знижує ризики для навколишнього середовища та його деградацію [4].

В цьому контексті російський учений Т. В. Захарова відзначає, що планетарний перехід до «зеленої» економіки має ґрунтуватися на забезпеченні синергізму між трьома основними рівнями розвитку – економічним ростом, соціальним добробутом, охороною навколишнього середовища і здоров'ям людей [5].

За оцінками експертів ЮНЕП, інвестування в «озеленення» лише 2 % світового ВВП (1,3 трлн дол. США) у десять ключових секторів (сільське, житлово-комунальне та лісове господарства, промисловість, туризм, енергетику, рибальство, транспорт, утилізацію і переробку відходів, управління водними ресурсами) щорічно протягом 2011-2050 р.р. не знизить темпів економічного росту й одночасно допоможе мінімізувати ризики, пов'язані із зміною клімату, дефіцитом ресурсів і втратою екосистемних послуг [4, с. 24].

План 20:20:20 ЄС, за яким передбачається до 2020 р. скорочення парникових газів на 20 %, підвищення енергоефективності на 20 %, доведення частки відновлювальних джерел енергії до 20 %, означає, що країни стають на шлях екологізації економічного розвитку.

Як відзначають Н. В. Пахомова, К. К. Ріхтер, Г. Б. Малишков, формування «зеленої» економіки передбачає модернізацію виробничо-технологічного апарату в більшості галузей, служить потужним стимулом розгортання в різних сферах інноваційних процесів [6].

Як відзначає більшість учених, основними принципами, на яких ґрунтується «зелена» економіка є [7, с. 39]:

- рівність і справедливість у межах одного покоління і між поколіннями;
- відповідність принципам сталого розвитку;
- обережність щодо соціальних наслідків і впливу на навколишнє середовище;

- розуміння високої цінності природного і соціального капіталу, наприклад, за рахунок інтерналізації зовнішніх екологічних витрат, «зеленого» обліку, оцінки витрат за період усього життєвого циклу продукту і поліпшення управління;

- ефективність використання ресурсів, стійке споживання і виробництво;

- необхідність відповідності макроекономічним цілям у спосіб створення «зелених» робочих місць, підвищення рівня конкуренції і зростання в основних галузях.

Перехід суспільства на модель сталого розвитку є комплексною проблемою, яка зачіпає екологічні, економічні і соціальні проблеми людства. Нині в наукових дослідженнях наголошується на тому, що розв'язання вищевідзначених проблем можливо за умови розумного поєднання основних постулатів концепції сталого розвитку та «зеленої» економіки.

Концепція «зеленої» економіки є альтернативним напрямком розвитку і аж ніяк не заміняє концепцію сталого розвитку. Разом з тим, нині наголошується на тому, що досягнення сталості багато в чому залежить від позеленіння економіки. Інакше кажучи, ставиться питання вирішення проблеми переходу до сталого розвитку на основі втілення принципів «зеленої» економіки, задекларованої на конференції «Ріо+20» (червень, 2012 р.) і пов'язаної із застосуванням технологічних інновацій.

Література:

1. Пахомова Н.В. Экономика природопользования и охраны окружающей среды: Учеб. Пособие / Н. В. Пахомова, К. К. Рихтер. — СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2003. — 220 с.

2. Волошин В. Концептуальні засади сталого розвитку регіонів України / В. Волошин, В. Трегобчук // Регіональна економіка. — 2002. — № 1. — С. 8.

3. Главинская Л.Т. Экологический менеджмент и устойчивоеразвитие / Л. Т. Главинская // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 6. Экономика. — 2005. — № 2. — С. 28.

4. Навстречу «зеленой» экономике: пути к устойчивому развитию и искоренению бедности. — Обобщающий доклад для представителей властных структур [Электронный ресурс]. — ЮНЕП, 2011. — Режим доступа: http://www.unep.org/greenecomony/Portals/88/documents/ger/GER_synthesis_ru.pdf.

5. Захарова Т. В. «Зеленая экономика» как новый курс развития: глобальный и региональный аспекты / Т. В. Захарова // Вестник Томского государственного университета. Серия Экономика. — 2011. — № 4 (16). — С. 31.

6. Пахомова Н. В. Структурные преобразования в условиях формирования «зеленой» экономики: вызовы для российского государства и бизнеса / Н. В. Пахомова, К. К. Рихтер, Г. Б. Малышков // Проблемы современной экономики. — 2012. — № 3 (43).

7. Потапенко В. Г. Стратегічні пріоритети безпечного розвитку України на засадах «зеленої економіки» : монографія / В. Г. Потапенко; [за наук. ред. д.е.н., проф. Є. В. Хлобистова]. – К.: НІСД, 2012. – 360 с.

ДРОЗДОВА К.А.

*студентка 4 курса
факультета математики
НИУ ВШЭ*

STRUCTURAL ESTIMATION OF KEYWORD AUCTION

This paper considers a model of real-time keyword auctions such as those used by Yandex, Google, Yahoo! and the other major search engines to sell sponsored-link positions. Our main goal is to estimate convergence properties of the two most commonly used in practice types of mechanism – the GSP and the VCG – and compare the auctioneer revenue obtainable with their help. We examine a several greedy bidding strategies and represent the most interesting case among such dynamic strategies. We will also answer the question whether we should expect this strategy to converge to a Nash equilibrium, and explore this problem for two possible situations: synchronous and asynchronous models in the GSP mechanism.

The main problems of Internet advertising – which advertisements get assigned to which search terms, and how much the advertiser has to pay the search engine – are solved via keyword auctions. Advertisers choose keywords so as their ads will be displayed in answer to a user's query. In accordance with their own private assessment, each player submits a bid with indication of the maximum cost per click.

Before we give the necessary definitions, we should say a few words about the history of Internet auctions to facilitate the understanding of the problem. In the history of Internet advertisements, there are three main periods. In the first of them, since 1994, advertisers largely paid a set price to display their ads a fixed number of times, basically, 1000 showing. Then in 1997 the Overture company (now, it is a part of Yahoo!) entered an entirely modern model of on-line auction – Generalized First-Price Auctions (GFP). In GFP each bidder submits a bid he is willing to pay per click for particular keyword. This model is significantly differ for advertisers: instead of

showing their advertisements to everyone who are on the site, players can define a range of relevant keywords, so advertisements can immediately get to the potential buyer. However, it soon became clear that this mechanism was unstable and generally it was far from perfect. Being aware of all disadvantages of this system, Google offered its own pay-per-click system – AdWords Select. They learned that the bidder who is on position i will never be willing to pay more than the bid of the advertiser in position $(i + 1)$ plus a bid increment. Google applied this principle to GFP and, in February 2002, introduced a generalized second price auction mechanism (GSP). Interestingly, as early as in 2005 the annual GSP auctions revenue was billions of dollars.

Generalized Second-Price Auction is defined by:

- A set of n players with their own valuation v_i per click. Let us allocate it in decreasing order: $v_1 > \dots > v_n$. Each advertisers make a bid b_i in accordance with v_i .
- A set of s objects or slots – positions, which may contain advertising. Each slot has the probability α_i (click-through rates or CTRs) of being clicked by user: $\alpha_1 > \dots > \alpha_s$.

The mechanism of GSP:

- For each slot i the payments of winning player W_i is $b_{W_{i+1}}$.
- The utility function u_i of the player winning slot i is equal to $\alpha_i(v_i - b_{W_{i+1}})$.

We consider a repeated keyword auction, with a fixed set of n players and s slots. The participants in such auction have the opportunity to update their bids for participation in between successive rounds. However, without any real idea of the competitive strategies followed by the other players, it is difficult for one player to make predictions about the future bids of other player. Thus, a natural approach is to assume that all the other bids will remain fixed in the next round. This leads to the following definition.

Definition 1. A greedy bidding strategy for each player is to choose for the next round a bid maximizing his utility u_i , assuming that the other players will repeat their bids. Suppose that s^* is a target slot to any of advertisers and p_{s^*} is a price for it. If player k is greedy, the allowable range of his bids is limited by the price per slot s^*_k and the price per slot with one step higher CTR. So, his class of strategies is defined as $b^*_k \in (p_{s^*}; p_{s^*-1})$.

Generally, there are two objectives pursued by the players participating in a keyword auction: the primary goal is to reach a target slot, the secondary objective is to make your competitors in auction to pay a higher price. A bidding strategy is mainly to balance these objectives. In accordance with this aim, if player uses the BB strategy, the utility functions for each bids from the class of strategies mentioned earlier must be equal: in a balanced bidding strategy player k chooses his bid b^* for the next round so as to satisfy the equation:

$$\alpha_{s^*_k} (v_k - p_{k,s^*_k}) = \alpha_{s^*_{k-1}} (v_k - b^*).$$

Theorem 1. [2, 242-259] In the BB auction with distinct CTRs, there is a unique fixed point, called a continuum of Nash equilibria. In this point the revenue of engine system is identical to those that would be gained in the VCG mechanism. The bids b^* in the equilibria follow equations:

$$b^*_k = \begin{cases} 2b_1, & k = 1; \\ v_k - \frac{\alpha_k}{\alpha_{k-1}}(v_k - b^*_{k+1}), & 2 \leq k \leq m; \\ v_k, & k \geq m + 1. \end{cases}$$

We define two important models commonly used in practice. If all players simultaneously update their bids according to the BB strategy each round, we call such a game a synchronous model. And, conversely, in the asynchronous model the only one randomly chosen player can update his bids, while the other will continue to submit close to previous values.

Theorem 2. [3, 8-56] For a repeated keyword auction in which all players are following the BB strategy we have:

- For two slots, the BB auction always converges to a unique fixed point in both the synchronous and asynchronous models. In the synchronous model it takes place until a number of rounds is equal to

$$O\left(\log_8\left(\frac{v_2 - v_3}{v_3}\right)\right),$$

where O depends on the values of α_1 and α_2 .

- For three or more slots, BB does not necessarily always converge in the synchronous case.

- In the asynchronous model where players bid in random order, no matter how many slots there are, the BB strategy always converges. But it does not hold, if the bidders are not chosen randomly. Along with this, convergence occurs on average in $O(r_1(n \log k) + \log n + k^{r_2})$ steps, where:

- (a) $r_1 = 2 + \log_{1-t^*} \frac{v_k - v_{k+1}}{v_{k+1}}$, where $t^* = \max_{k \geq 0} \alpha_k / \alpha_{k-1}$;
- (b) $x = \log_{1/t^*} \frac{v_1 - v_{k+1}}{\varepsilon}$;
- (c) $r_2 = 2^k(1+x)$.

Next theorem shows how much income the GSP mechanism brings to search engines and compares this result with auctioneer revenue in the case where all players are using the VCG mechanism.

Theorem 3. [1, 262–271]

- There exists a GSP keyword auction with a Nash equilibrium whose revenue is at most K times the revenue of the VCG mechanism for every $K > 0$. Moreover, the bid of each bidder is less than their private valuation $b_i \leq v_i$.

- If a valuation $(b_i \leq v_i)$ is satisfied, then for every GSP keyword auction with a Nash equilibrium whose revenue is at most K times the revenue of the VCG mechanism.

- There exists a GSP keyword auction with a Nash equilibrium whose revenue is at least K times the revenue of the VCG mechanism for every $K > 0$.

In this work, we have briefly described two commonly used auction systems and investigated their most useful properties. In the course of the solution of the task, we have considered a natural class of bidding strategies, seeking to maximize the advertiser’s utility function, provided that the behaviour, of the other participants is under limited assumptions. Our analysis has shown how the advertisers who are using a greedy strategy can reach the most natural of the GSP equilibrium. Finally, we have determined the expected amount of rounds the bids converge.

References

1. Cary, M., Das, A., Edelman, B., Giotis, I., Heimerl, K., Karlin, A. R., Mathieu, C. & Schwarz M. (2007). Greedy Bidding Strategies for Keyword Auctions. In Eighth ACM Conference on Electronic Commerce, 242–259;
2. Edelman, B., Ostrovsky, M. & Schwarz M. (2006). Internet advertising and the generalized second price auction: Selling billions of dollars worth of keywords. American Economic Review, 242–259;
3. Cary, M., Das, A., Edelman, B., Giotis, I., Heimerl, K., Karlin, A. R., Mathieu, C. & Schwarz M. (2008). On Best-Response Bidding in GSP Auctions. Harvard Business School Working Papers, 8-56.

ФЕНІЧ О.М., ФІЛІЧКІНА К.К.
*студентки II курсу, факультету фінансів і обліку,
спеціальність міжнароджна економіка
Полтавський університет економіки і торгівлі
м.Полтава, Україна*

ПОЛІТИКА КІЛЬКІСНОГО ПОМ'ЯКШЕННЯ ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЯ В США

Світова фінансова криза і наступна за ним рецесія (повільне відновлення) внесла певні корективи в методи і способи проведення монетарної політики розвиненими країнами. У звичайний час монетарні імпульси передаються в реальний сектор економіки в основному за допомогою зміни вартості та дохідності фінансових активів, які, в свою чергу, впливають на рішення економічних агентів, визначаючи тим самим загальну економічну динаміку. Підтримання незначного економічного зростання глобальної економіки останнім часом відбувається за допомогою нетрадиційних методів грошово-кредитної політики, які застосовують центральні банки різних країн (у першу чергу США) [2].

Особливого поширення набули різноманітні програми “кількісного пом'якшення”. Кількісне пом'якшення (Quantitative easing, QE) – нетрадиційна монетарна політика, використовувана центральними банками для стимулювання національних економік, коли традиційні монетарні політики у зв'язку з низкою факторів є неефективними або недостатньо ефективними .

Програми кількісного пом'якшення QE (Quantitative easing) розроблені спеціально для Сполучених Штатів Америки, в рамках яких Федеральна резервна система викуповує в банків боргові зобов'язання (бонди) іпотечних агентств і казначейські облигації США, вливаючи у фінансову систему певний обсяг коштів.

При кількісному пом'якшення центральний банк купує або бере в забезпечення фінансові активи для вприскування певної кількості грошей в економіку, тоді як при традиційній монетарної політики ЦБ купує або продає державні облигації для збереження ринкових ставок відсотка на певному цільовому рівні.

У цьому випадку центральний банк купує фінансові активи у банків і у інших приватних компаній на нову електронну емісію грошей. Це дозволяє збільшити банківські резерви понад необхідного рівня (excess reserves), підняти ціни придбаних фінансових активів і знизити їх прибутковість.

Стимулююча монетарна політика зазвичай полягає в купівлі ЦБ короткострокових державних облігацій з метою знизити короткострокові ринкові ставки відсотка шляхом поєднання постійних механізмів кредитування (standing lending facilities) та операцій на відкритому ринку. Однак традиційна монетарна політика при короткострокових процентних ставках близько нуля не дозволяє знизити їх ще нижче. У цьому випадку монетарна влада можуть використовувати кількісне пом'якшення для подальшого стимулювання економіки за допомогою покупок довгострокових фінансових активів, а не тільки короткострокових держоблігацій, знижуючи таким чином довгострокові ставки відсотка[3].

ЦБ проводить монетарну політику підняттям або зниженням його цільової міжбанківської процентної ставки. В основному ЦБ досягає своєї цільової процентної ставки шляхом операцій на відкритому ринку, де ЦБ купує або продає короткострокові гос.облігації у банків та інших фінансових організацій. Коли ЦБ виплачує чи отримує гроші за ці облігації, він змінює кількість грошей в економіці і водночас змінює прибутковість короткострокових гос.облігації, яка визначає міжбанківські ставки відсотка.

Якщо номінальна ставка відсотка дуже близька до нуля, ЦБ не може знижувати її далі. Така ситуація, звана пасткою ліквідності, може виникати при дефляції або дуже низької інфляції. У цьому випадку ЦБ може проводити кількісне пом'якшення купуючи певну кількість облігацій або інших активів у фінансових організацій без посилання на ставку відсотка. Мета даної монетарної політики — збільшити грошову пропозицію, а не знизити ставку відсотка, яка не може бути знижена далі.

У США в рамках нової монетарної політики було реалізовано три програми кількісного пом'якшення. Перша програма кількісного пом'якшення економіки QE 1 (quantitative easing) була розпочата Федеральним Резервом (ФРС) США в розпал світової фінансової кризи (у листопаді 2008р.) і тривала по 2009р. включно. ФРС різко знизилася відсоткові ставки майже до нуля, після чого можливості проведення стимулюючої монетарної політики традиційними методами було вичерпано. QE 1 мала своєю метою порятунок великих корпорацій, банків і приватних підприємств шляхом викупу їх знецінених боргів. За час дії програми ФРС викупила іпотечних та інших облігацій на суму 1,7 трлн. доларів США, в результаті чого поживалась економіка Сполучених Штатів, поступово відновився ринок цінних паперів (фондові індекси зростали майже до 100%), відбулася поступова девальвація курсу долара [8].

Кількісне пом'якшення QE 2 була оголошена ФРС США 2 листопада 2010р. і передбачала покупку казначейських облігацій на суму 600 млрд. доларів протягом 8 місяців — по 75 млрд. на місяць. Крім того, ФРС повинна була реінвестувати близько 300 млрд. доларів з першої програми кількісного пом'якшення QE 1. У результаті загальний обсяг QE2 повинен був скласти близько 900 млрд. доларів. Проте зростання економіки США (а з нею й інших країн) різко уповільнилося, кількість нових робочих місць у травні 2011 року скоротилася нижче рівня, за якого стартувала програма QE2. Економіст Мартін Фелдстейн вважає, що QE2 призвела до зростання фондового ринку в другій половині 2010 року, що в свою чергу призвело до зростання споживання і посилення економіки США в кінці 2010. Закінчилася в червні 2011р.

Федеральний Резерв США 13 вересня 2012р. запустив третю за рахунком програму кількісного пом'якшення QE3. Знову був включений друкарський верстат, а «надруковані» долари пущені на покупку облігацій. Програма виглядає скромніше попередніх — щомісяця планувалося викуповувати іпотечні облігації та казначейські цінні папери (US Treasuries)—на суму 85 млрд. доларів США. Її тривалість спочатку була визначена як «кілька кварталів», але конкретних термінів не встановлювалося. Федрезервом неодноразово підкреслювалося, що головним критерієм буде загальний стан економіки США — як тільки ФРС переконається в її стійкому і високому зростанні, QE3 повинна бути згорнута. Перші натяки на можливість згортання програми QE3 з'явилися ще навесні, а потім посилилися влітку 2013 року. Оскільки першим починає реагувати ринок облігацій, то побоювання інвесторів улітку щодо припинення QE3 ще в 2013 році призвели до зростання дохідності казначейських облігацій США з 10-річним терміном погашення на 20 базисних пунктів протягом кількох хвилин, а потім ще на 30 —протягом 3 днів. Наприкінці серпня 2013 року дохідність сягнула максимумів із 2011 року і становила 2.93%.У підсумку прибутковість 5-, 10-, і 30-річних казначейських облігацій збільшилася від 65 до 85 пунктів, що становило від 1.5 до 3.7% порівняно з кінцем 2012 року [4].

До того ж проблемою є й сам механізм виходу з процесу кількісного пом'якшення, оскільки якщо вихід відбуватиметься шляхом продажу довгострокових активів, придбаних безпосередньо під час QE, різке підвищення процентних ставок може загальмувати відновлення економіки в результаті значних фінансових втрат, яких зазнають власники довгострокових облігацій. Якщо ж згортання кількісного пом'якшення відбуватиметься через підвищення процентної ставки за надлишковими резервами (для стерилізації ефекту над-

лишку ліквідних коштів у кредитному зростанні), це може спричинити значні втрати для балансу центральних банків[1].

Політика кількісного помякшення, що проводиться США в період з 2008 року по сьогоднішній день, викликає багато суперечливих думок, бо має як позитивні, так і негативні впливи на економіку США. В умовах рецесії стимулювання економіки за допомогою «вливання» грошей центральним банком є обґрунтованим заходом. Після закінчення першого етапу політики було виявлено позитивний вплив на економіку США, наприклад ВВП США за 2010 рік зріс на 2,5%. У зв'язку з цим у листопаді 2010 року була введена друга програма. Однак вона не показала вагомого результату: зростання ВВП склало 1,7%, рівень був близько 10%, а державний борг зріс і став складати 13,5 трлн. дол. Третя програма, яка ще не закрита, збільшила федеральний борг США до 17 млрд. дол.

В результаті роботи програм обсяг державних та іпотечних облігацій на балансі ФРС виріс з менш ніж 0,5 трлн. дол. до 3,7 трлн. дол. Однак ця безпрецедентна підтримка фінансово-економічної системи мала лише обмежений позитивний вплив на економіку, зате призвела до істотного зростання цін на фінансових ринках [6].

Політика «кількісного пом'якшення» показує можливість використання емісійного фінансування для стимулювання економічного зростання, проте це вимагає вирішення питань збільшення рівня монетизації економіки, підвищення кваліфікації персоналу, якому будуть довірені в управління нові грошові потоки, а також виключені можливості їх нецільового використання [7].

Література:

1. Азаренкова Г. Вплив політики кількісного пом'якшення на фінансовий ринок // Вісник національного банку України. – 2013. – № 12. – С. 4–20.
2. Скрыпник Д.В. Оценка трансграничных эффектов политики количественного смягчения для российской экономики // Москва // Институт экономики / 2013 [Электронный ресурс] / – Режим доступа : <http://inecon.org/docs/Skrypnik20131024.pdf>
3. QE – Quantitative easing или количественноу смягчение / forextimes / 28.10.13 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.forextimes.ru/foreks-stati/qe-quantitative-easing-ili-kolichestvennoe-smyagchenie-ks>.
4. Из облигационных фондов вывели беспрецедентную сумму \$80 млрд. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.weltrade.ru/analytics/articles/42344/>
5. Перспективы развития мировой экономики. Бюллетень МВФ. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.imf.org>.

6. Альшанський Л. Мировой финансовый рынок: горячие темы сентября / – ABLV Asset Management, IPAS [Электронний ресурс].–Режим доступу: http://www.ablv.com/content/2/7/0/6/5/d5330c99/ablv_alsanskis_2013-09_ru.pdf?t=1380785461.

7. Вожжов А. П. Стимулирование экономического роста в условиях посткризисного «количественного смягчения» // Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Фінансова система України» /м.Севастополь, 2013 [Электронний ресурс].–Режим доступу: http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10415/1/Zbirnyk_tez_SIBS.pdf#page=64.

8. Федеральна резервна система США. – [Электронний ресурс].–Режим доступу: <http://www.federalreserve.gov>.

Секція 12: БУХГАЛТЕРСКИЙ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ

ДЗЮБА Л. О.

студентка

Науковий керівник: Король С. Я.

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри бухгалтерського обліку

Київського національного торговельно-економічного університету

м. Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ОБЛІКУ І ЗВІТНОСТІ

Сучасний стан розвитку економіки все більш вимагає від підприємства впровадження соціального інвестування через вкладення матеріальних та нематеріальних ресурсів в соціальну сферу. Однак через невизначеність соціальних інвестицій як напрямку інвестиційної діяльності підприємства та методики їх обліку майже не можливо визначити наскільки підприємство є соціально орієнтованим та прослідкувати наслідки соціального інвестування.

Під соціальними інвестиціями розуміють вкладення матеріальних, нематеріальних і фінансових активів у об'єкти соціальної сфери, що компенсуватимуться зростанням доходу у майбутньому та отриманням позитивного соціального ефекту і, у підсумку, забезпечать покращення якості життя в суспільстві[6].

Особливостями соціальних інвестицій є:

– період від початку вкладень до моменту отримання вигод, який відрізняється більшою тривалістю у порівнянні із вкладеннями у фізичні або фінансові активи;

– витрати, які не пропорційні доходам за величиною і формою прояву;

– властивість, яка виражається у посиленні ефекту з часом.

Теоретичний аналіз інвестиційної діяльності підприємства показав, що сьогодні до процесу інвестування відносять лише реальні інвестиції та фінансові, а соціальні інвестиції не виділяють ні в реальних, ні в фінансових інвестиціях. Тому виникає потреба у визначенні місця соціальних інвестицій у процесі інвестування. Розглянемо більш детально складові реальних та фінансових інвестицій. До реальних інвестицій відносять капітальні інвестиції та інвестиції

(реінвестиції) на поповнення оборотних засобів. В свою чергу, капітальні інвестиції – це інвестиції, що спрямовуються у будівництво, виготовлення, реконструкцію, модернізацію, придбання, створення необоротних активів, а також авансові платежі для фінансування капітального будівництва. А фінансові інвестиції – це активи, які утримуються підприємством з метою збільшення прибутку (відсотків, дивідендів тощо), зростання вартості капіталу або інших вигід для інвестора [5].

Отже, враховуючи специфіку поділу процесу інвестування на реальне та фінансове, соціальним інвестиціям необхідно виділити окреме місце, враховуючи його складові. На рис. 1 зображено ринкову модель інвестиційної діяльності підприємства з урахуванням соціальних інвестицій [5].

Оскільки, на сьогодні не існує методики обліку соціальних інвестицій, це ускладнює їх відображення в обліку та звітності. Тому виникає потреба у визначенні соціальних інвестицій, як об'єкта обліку. Соціальні інвестиції можливо віднести до активів (наприклад, такі соціальні заходи як мобільний додаток, будівля для працівників ведуть до створення ресурсів – матеріальних або нематеріальних активів) [1] або визнати витратами періоду (зокрема, інвестиції в розвиток місцевих громад, в охорону навколишнього середовища) [3].



Рис. 1. Місце соціальних інвестицій в інвестиційній діяльності

Пояснити та деталізувати статтю витрат «соціальні інвестиції» в звітності можна у формі № 5 «Примітки до річної фінансової звітності». Окремого розділу чи показників для соціальних інвестицій наказом Мінфіну України «Про примітки до фінансової звітності»

не передбачено, однак інформація, що не потрапила до таблиці форми № 5, подається у довільному вигляді в комплекті з ними [4]. У тому числі йдеться й про інформацію не регламентовану чинними П(С)БО, але яку підприємство вважатиме необхідною, аби повністю розкрити показники фінансової звітності. Тому пропонуємо наводити інформацію про соціальні інвестиції в окремому розділі XVI «Соціальні інвестиції» за видами соціальних інвестицій.

На сьогоднішній день ще одним із напрямків соціального інвестування є концепція social impact-investing або соціально спрямоване інвестування — це діяльність, що веде до досягнення конкретних соціальних цілей або екологічних результатів з одночасною фінансовою віддачею. Відповідно, з одного боку, impact-investing відповідає певним соціальним критеріям, з іншого — критеріям фінансовим. Такий вид соціального інвестування відноситься до фінансових інвестицій і визнають в момент переходу права власності на них до інвестора за загальними принципами визнання активів, визначених НП(С)БО 1, зокрема: можливість достовірної оцінки активу та очікується отримання в майбутньому економічних вигод, пов'язаних з використанням активу [1]. П(С)БО 12 «Фінансові інвестиції визначають методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації проsocial impact-investing та розкриття у фінансовій звітності».

Проте, для більш активного залучення підприємств до соціальної діяльності доцільним є включення вартості соціальних інвестицій (наприклад, інвестицій у людський капітал) у валюту балансу підприємства у складі необоротних (матеріальних та нематеріальних активів) та оборотних (поточні соціальні інвестиції), що дозволить підвищити вартість його активів і економічний потенціал, а також включити поточні «соціальні витрати» у складі витрат при розрахунку фінансового результату. В такому разі соціальні інвестиції включатимуться до складу капітальних і в Балансі відображались, як актив за статтею «Нематеріальні активи» чи «Капітальні інвестиції».

Проведені дослідження дають змогу зробити наступні висновки:

1. Враховуючи існуючу практику поділу інвестицій на реальні та фінансові та специфіку соціальних інвестицій, пропонуємо виділити останні в окрему групу.

2. Згідно національних стандартів бухгалтерського обліку соціальні інвестиції слід відносити до активів або до витрат періоду за вирахуванням social impact-investing і надавати інформацію про них у окремій таблиці у формі № 5 «Примітки до фінансової звітності».

3. Для більш активного залучення підприємств до соціальної діяльності, необхідно включити вартість соціальних інвестицій (внутрішніх) у валюту балансу підприємства у складі активів.

Література:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»:затв. наказом Мінфіну України від 07.02.2013 № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 12 «Фінансові інвестиції»:затв. наказом Мінфіну України від 26.04.2000 №91 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0284-00>

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»:затв. наказом Мінфіну України від 31.12.99 №318 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>

4. Про Примітки до річної фінансової звітності:затв. наказом Мінфіну України від 29.11.2000 № 302 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0904-00>

5. Шикова Л.В. Місце соціальних інвестицій у інвестиційній діяльності підприємства [Електронний ресурс]. // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності, 2012. – Випуск 3, Том 1.– Режим доступу :<http://journals.uran.ua/index.php/2225-6407/issue/view/405>

6. Яневич Н. Я. Соціальні інвестиції: сутність і класифікація / Н. Я. Яневич // Логістика : [збірник наукових праць] – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2010. – С. 144-149.

ПЛАКСА А. А.

*фінансово-економічний факультет
група ЕО-14-М*

ДВНЗ "Національний гірничий університет"

Науковий керівник:

к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту Шишкова Н.Л.

АУДИТ НАРАХУВАННЯ ТА ВИПЛАТИ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ

Аудит зобов'язань за розрахунками з оплати праці відіграє важливу роль у системі, як зовнішнього, так і внутрішнього контролю.

Мета аудиту розрахунків з оплати праці полягає у висловленні аудитором незалежної думки щодо правильності відображення у звітності підприємства інформації щодо розрахунків з оплати праці.

У процесі проведення аудиту перевіряються:

- правильність оперативного обліку наявності і руху персоналу;
- якість оперативного обліку використаного робочого часу працюючими згідно з таблицями;
- достовірність нарахувань різних видів оплати і доплат працюючим;
- правильність нарахувань і перерахувань до бюджету податку з доходів фізичних осіб;
- правильність утримань із заробітної плати працюючих;
- правильність розрахунків середньої заробітної плати при розрахунку окремих виплат працюючим;
- своєчасність нарахувань і використання коштів на державне соціальне страхування;
- правильність аналітичного і синтетичного обліку розрахунків з працюючими, у тому числі за депонованою заробітною платою;
- достовірність формування показників середньооблікової чисельності працюючих, кількості відпрацьованих людино-днів і людино-годин, середньорічний виробіток продукції на одного працюючого, величини фонду заробітної плати та його структура тощо.

Аудитор вивчає дотримання порядку обчислення середньої заробітної плати, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України зі змінами і доповненнями у випадках:

- надання працівникам щорічної, додаткової, творчої відпустки;
- виконання працівниками державних і громадських обов'язків у робочий час;
- службових відряджень;
- вимушеного прогулу;
- забезпечення допомогою у зв'язку з тимчасовою непрацездатністю та допомогою по вагітності і пологах та ін..

При цьому аудитор перевіряє період, за який розраховується середня заробітна плата, виплати, що включаються до її складу, порядок розрахунку виплат у всіх випадках збереження заробітної плати.

Перевіряючи правильність нарахування додаткової заробітної плати та час відпустки, важливо з'ясувати:

- її вид (основна, додаткова, творча, соціальна);
- правильність її оформлення (заява працівника, документи, що підтверджують право на додаткову відпустку, довідка-виклик навчального закладу, рекомендації вченої ради, наказ (розпорядження) про надання відпустки (ф. № П6);
- тривалість відпустки;
- правильність розрахунку виплат за час відпустки;

- правильність відображення розрахованих сум у бухгалтерському обліку.

При проведенні аудиту розрахунків з оплати праці необхідно використовувати наступні джерела інформації:

- П(С)БО 1, 2, 3, 4, 16, затверджені відповідними наказами Міністерства України;
- нормативно-довідкова інформація з обліку праці і заробітної плати;
- колективна угода підприємства;
- первинні документи з обліку праці і заробітної плати (накази, трудові угоди, контракти, особові картки, наряди, рапорти та ін.);
- облікові реєстри (журнали 3, 5, 5А, розрахунково-платіжні відомості, таблиці обліку робочого часу, Головна книга);
- фінансова звітність (ф. № 1,2, 3);
- первинні бухгалтерські документи та облікові реєстри аналітичного і синтетичного обліку праці та її оплати. Вивчаються всі документи, які додаються до реєстрів аналітичного і синтетичного обліку.

Література:

1. Про аудиторську діяльність: Закон України (в редакції від 05.04.2015 р. № 140-V) [Електронний ресурс] // Режим доступу: www.rada.gov.ua.
2. Про оплату праці: Закон України (в редакції від 01.01.2015 р. №108/95-ВР) [Електронний ресурс] // Режим доступу: www.rada.gov.ua.
3. Савченко В.Я. Аудит: Навчальний посібник. — Видання 2-ге, без змін. — К.: КНЕУ, 2006. — 328с.

Секция 13: РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

ГОБЛИК В. В.

*д.е.н., доцент, заслужений економіст України
Мукачівський державний університет
м. Мукачєво, Україна*

ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОГО КЛАСТЕРА В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ

Впровадження кластерів, побудованих на регіональній спеціалізації є одним із напрямів підвищення конкурентоспроможності економіки регіону, потужним інструментом їхнього розвитку та активного запровадження іновацій.

Для забезпечення ефективного функціонування транскордонних кластерів у транскордонних регіонах, сформованих за участю прикордонних територій України та держав-членів ЄС, необхідно насамперед чітко визначити основну галузеву спрямованість їхньої діяльності з огляду на відповідність наявному природно-ресурсному, технологічному, фінансовому, трудовому та інтелектуальному потенціалу відповідних прикордонних територій і транскордонних регіонів загалом. В Карпатському регіоні існують необхідні передумови для започаткування деревообробного кластера, основним завданням якого має стати ефективне використання лісових ресурсів Карпат у межах передгірних і гірських територій українсько-румунського, українсько-угорського, українсько-словацького та українсько-польського транскордонних регіонів. Крім того, цей кластер може сприяти відновленню потенціалу деревообробної, целюлозно-паперової та меблевої промисловості прикордонних областей Західної України, а також залучення в їх розвиток інвестицій і сучасних технологій, орієнтованих на відновне лісокористування та сталий розвиток Карпатського регіону.

Ліси є джерелом сировини для різних галузей економіки, мають природоохоронне та соціальне значення, проте досі ця галузь не діє як єдиний комплекс. Унаслідок цього учасники, здавалося б, єдиного комплексу (лісівники та деревообробники, постачальники продукції для галузі та її виробники, наукові заклади, які готують відповідних фахівців) насправді працюють ізольовано, компоненти та зв'язки між сторонами неузгоджені. У результаті — лісогосподар-

ська та деревообробна галузі розглядаються органами влади не з позиції єдиного комплексу, а розпорошено, і тому дуже поверхнево враховуються у процесі прийняття рішень [1].

Останнім часом у Карпатському регіоні нашої держави активно обговорюються можливості формування потенційних лісових, деревообробних, меблевих та інших кластерів у кожній області. У лісовому секторі активно працюють кластери в таких країнах, як Фінляндія, Німеччина, Франція, Італія, Словенія, Росія, Угорщина. Найбільш ефективно працюють ті деревообробні кластери, які сконцентровані в межах одного регіону, що дозволяє максимально продуктивно використовувати наявний природно-ресурсний, виробничий і кадровий потенціал [2].

Відтак у транскордонних регіонах, сформованих на кордоні між Україною та ЄС, доцільно формувати мережу деревообробних кластерів, об'єднаних спільними ресурсами та метою функціонування. Сприятливі умови для формування транскордонних деревообробних кластерів є в усіх інших областях нашої держави, що межують з ЄС. Більше того, органи регіональної влади і місцевого самоврядування цих областей здійснюють активну діяльність у напрямі популяризації кластерних ініціатив, зокрема в деревообробній галузі.

Все це дає підстави сподіватися на те, що вже найближчим часом в областях Карпатського регіону можна буде започаткувати роботу з організаційного оформлення існуючих кластерних ініціатив, а також ініціювати на цій основі формування транскордонного деревообробного кластера (або низки кластерів у межах кожного з чотирьох транскордонних регіонів, сформованих за участю прикордонних областей України та суміжних із ними прикордонних адміністративно-територіальних одиниць сусідніх держав-членів ЄС).

Адже привабливість географічного розташування саме цього регіону, який межує з такими країнами, як Польща (Львівська та Волинська області), Словаччина, Угорщина, Румунія (Закарпатська, Івано-Франківська, Чернівецька області), підсилює конкурентні переваги підприємств регіону, зокрема сприяє налагодженню тісних торговельних взаємозв'язків із сусідніми країнами, цим самим відкриваючи нові горизонти експортних можливостей галузі. На території українсько-польського та українсько-румунського транскордонних регіонів розташовані потужні виробники меблів та виробів із дерева, які вносять істотний вклад у розвиток деревообробної галузі, маючи значну частку в насиченні вітчизняного ринку деревостружковими плитами. Таким чином, лісогосподарський кластер Карпатського регіону України може розташовуватися на території відразу чотирьох областей Західної України, виступаючи основою

для формування кількох транскордонних кластерів у межах українсько-польського, українсько-словацького, українсько-угорського та українсько-румунського транскордонних регіонів. До його потенційних учасників слід віднести передусім лісгоспи, меблеві та целюлозно-паперові підприємства, навчально-освітні заклади, туристичні центри, енергетичні компанії тощо.

Узагальнення наявного досвіду кластерної інтеграції в розвинених країнах світу, дозволяє окреслити напрями підвищення конкурентноздатності потенційних учасників транскордонних лісгосподарських кластерів у межах транскордонних регіонів, сформованих на кордоні між Україною та ЄС [3]:

- завдяки економічним ефектам: системності (зростання рівня виробництва, зниження питомих постійних витрат, зменшення питомих трансакційних витрат, поліпшення ринкової позиції, збільшення вартості компаній); реструктуризації (концентрація на ключових компетенціях, оптимізація аутсорсингу); диверсифікації (підвищення еластичності щодо ринкової кон'юнктури, послаблення впливу сезонності, стабілізація фінансового стану, зниження ризику); фіскального (податкові та митні пільги);

- завдяки соціально-економічним ефектам: підвищення рівня кваліфікації працівників; зростання заробітної плати; поліпшення умов праці; якісніше обслуговування; поліпшення якісних параметрів продукції, яка споживається на ринку;

- завдяки еколого-економічним ефектам, ґрунтованим на раціональнішому використанні природних ресурсів: зниження негативного впливу на навколишнє середовище (застосування безвідхідних технологій, використання енергозберігаючих технологій, упровадження міжнародних стандартів управління довкіллям — ISO 14001), поліпшення якості природних ресурсів (лісових, водних, земельних), зменшення наявних ризиків (паводків і затоплень, вітрових ерозій, несанкціонованої вирубки лісів тощо).

Дія вказаних ефектів (насамперед соціально-економічних й еколого-економічних) дає підстави для висновку про те, що функціонування транскордонного лісгосподарського кластера (або їх мережі) в західних областях України створюватиме сприятливі передумови для розвитку іншого транскордонного кластера, а саме — туристично-рекреаційного. Адже ведення екологічного господарювання в лісовому секторі Карпатського регіону, ґрунтоване на поліпшенні якості природних ресурсів у відповідних транскордонних регіонах, а також їх людського і соціального капіталу, супроводжуватиметься нарощуванням потенціалу відпочинкової індустрії в передгірних і гірських районах українських, польських,

словацьких, угорських і румунських Карпат. Це дасть всі підстави для спільного використання учасниками ринку туристичних послуг прикордонних регіонів цих країн наявного туристично-рекреаційного потенціалу з метою отримання синергетичних ефектів у межах транскордонних регіонів, сформованих на кордоні між Україною та ЄС. Саме це дасть змогу забезпечити максимально ефективно використання наявних природних, трудових і виробничих ресурсів у межах українсько-польського, українсько-словацького, українсько-угорського та українсько-румунського транскордонних регіонів на найближчу перспективу та в стратегічному вимірі.

Література:

1. Карпатський регіон володіє найбагатшими в Україні лісовими ресурсами [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://karpatnews.in.ua/news/546>.
2. Толчанова З. Кластерна політика як механізм удосконалення лісопромислового комплексу / З. Толчанова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/vtneu/2010_4/4_2010/05Tol.pdf.
3. Похильченко О.А. Засади створення регіонального деревообробного кластера / О.А. Похильченко, Л.І. Сопільник, Р.Я. Заяць [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2011_706/20.pdf.

ПРОКІПЧУК М. М.

*студент економічного факультету
Львівського національного університету імені Івана Франка
м. Львів, Україна*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ БРЕНДИНГУ РЕГІОНІВ

Створення позитивного міжнародного іміджу є одним із ключових завдань, які ставить перед собою кожен регіон, який прагне стати активним учасником міжнародного співтовариства та забезпечити своїм жителям гідний рівень життя.

У зв'язку з підсиленням конкуренції між окремими територіями за частку споживачів, туристів та інвестицій регіони стають центрами міжнародного суперництва в залученні капіталів, кваліфікованих працівників, проведенні міжнародних спортивних турнірів, фестивалів, тощо.

Для забезпечення сталого розвитку регіону важливе значення має розробка ефективної стратегії територіального маркетингу. Наявність такої стратегії розробленої з залученням інноваційних підходів та урахуванням специфіки регіону дозволить підвищити конкурентоздатність, якість життя, залучити зовнішні та активізувати внутрішні ресурси, сформувати привабливий імідж.

Концепція «брендингу території» втілена у багатьох практичних прикладах, є одним з можливих успішних варіантів реалізації інноваційної маркетингової стратегії. Під час матеріалізації концепції будуть втягнутими всі суб'єкти територіального маркетингу, що в результаті спричинить взаємодію економічної, соціальної та культурної сфер [3, с. 31–32].

Бренд є певним чином феномен, який вражає індивідуальну, групову або масову свідомість, але при цьому в кожного реципієнта він формується по-своєму, незважаючи на одноманітність вихідного положення свого сприйняття. Сучасні бренди — це глобальні комунікатори, що пов'язують продавців, товар й покупців, це емоційний індивідуальний образ продукту або компанії, що відображає його унікальні риси [2, с. 36].

Брендинг — це процес створення бренду та управління ним. В цей процес входить формування, посилення, репозиціонування, відновлення й зміна стадії розвитку бренду, його розширення і поглиблення.

Брендинг не є природнім процесом, це штучне явище, яке виникає з певною метою, керується його створення і просування, є поняття замовників даного процесу, поняття кваліфікаційної групи розробників, наявність інформаційних і фінансових ресурсів, чітко сформульоване технічне завдання, програма створення і просування бренда, моніторинг його ефективності, визначення механізму його підтримки та розвитку [4, с. 89].

При брендингу території намагаються використати якнайбільше своїх переваг, при цьому переважно гіперболізуючи їх, починаючи від природніх ресурсів, туристичних принад і закінчуючи наукомісткими галузями, які наявні на даній території.

Процес брендингу регіону — це створення сукупності шести показників її сприйняття: своєї туристичної привабливості, експортного потенціалу, інвестиційного клімату, системи управління, культурно — історичної спадщини та людського капіталу [1, с. 47].

Брендинг регіону невіддільний від процесів підвищення його конкурентоспроможності, тому що бренд за своєю природою є демонстрацією конкурентних переваг і, відповідно, більшої вартості. Крім того, бренд регіону є важливим елементом забезпечення соці-

льної стабільності, підвищує рівень самооцінки місцевих жителів, роблячи їх проживання більш комфортним і менш конфліктним [4, с. 91].

Бренд регіону є тим ресурсом, що дає можливість вирізнитися на фоні інших регіонів, забезпечуючи приплив грошових ресурсів у вигляді інвестиційних, туристичних та міграційних потоків, впливаючи на продуктивність ведення господарства.

Здійснення брендингу регіону на міжнародному і національному ринках — це: глобальне й локальне змагання за вітчизняних і закордонних споживачів, туристів, інвесторів, банкірів, кредитні організації, ділові кола, підприємства, робочу силу, благодійні фонди, владні структури, засоби масової інформації та комунікації, наукові, технічні, освітні, просвітницькі, культурні, спортивні програми і проекти [1, с. 15].

Бренд регіону повинен виконувати ряд комунікативних функцій, в числі яких:

- ідентифікація (полегшення сприйняття інформації про позитивні сторони життя регіону);
- ідеалізація (забезпечення режиму найбільшого сприяння сприйняттю образів регіону, проектування на аудиторію тих його характеристик, які є найбільш важливими для конкретної цільової групи);
- протиставлення (підготовка ґрунту для створення позитивного бренду свого регіону на основі брендів інших регіонів або минулого свого регіону);
- номінативна функція (виділення регіону в геополітичній ситуації серед інших регіонів, демонстрація його відмінних якостей);
- естетична функція (облагодження створеного регіоном враження);
- адресна функція (спрямованість бренду до конкретної цільової аудиторії) [2, с. 41].

Для успішної реалізації даних функцій, необхідно задіяти такі способи, як:

- позиціонування (створення сприятливого для об'єкта інформаційного середовища);
- маніпулювання (перемикання уваги на інший об'єкт);
- міфологізація (переклад тексту на емоційну мову);
- вербалізація (деталізація і акцентування інформації, її підготовка для сприйняття аудиторією як усного мовлення будь — якої особи) [2, с. 42].

Розвиток інноваційної економіки буде лише посилювати необхідність формування бренду регіонів. Наступні цілі формують мету регіонального брендингу:

- підвищення інвестиційної привабливості території;
- створення та забезпечення соціальної безпеки;
- підвищення конкурентоздатності;
- економічний розвиток території;
- зростання популярності та престижу;
- туристична привабливість;
- збільшення зайнятості населення, підвищення якості життя;
- залучення нових споживачів товарів та послуг;
- створення корпоративної культури території.

Література:

1. Анхольт С. Брендинг: дорога к мировому рынку. — М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2004
2. Нагорняк Т. Брендинг території як предмет міждисциплінарного наукового знання // Сучасна українська політика. — 2011. — № 24. — С. 35–42.
3. Нечай О. Маркетинг регіону, як метод підвищення конкурентоспроможності // Економіка і регіон. — 2010. — № 25 — С. 41–45.
4. Сльозко О. Бренд країни у світі — як фактор її конкурентоспроможності на світовому ринку / Сльозко О. // Збірник наукових праць. — Вип. 61. — К. : Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України, 2009. — С. 88–92.

Секция 14: PR, РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГ

БРИЛЬКОВ Ю.А

*Студент 2 курса кафедры менеджмента
Балтийской государственной академии рыбопромыслового флота
г. Калининград, Россия*

КОНВЕРСИЯ КАК ОСНОВНОЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИТ-МАРКЕТИНГА

Актуальность темы исследования обусловлена нарастанием кризисных явления, таких как ослабление национальной валюты и снижение платежеспособности населения, что в свою очередь вынуждает организации искать пути повышения эффективности своих вложений, особенно это актуально в сфере IT-маркетинга.

Интернет-маркетинг представляет собой практику использования традиционных маркетинговых инструментов в сфере Интернета. Основной задачей Интернет-маркетинга являться привлечение качественного трафика с последующим превращением его в целевые действия, то есть в конверсию, являющимся основным показателем эффективности инвестирования в рекламу, что особенно актуально для организаций, работающих в сети Интернет, чья маржа из-за высокой конкуренции крайней мала [1, с. 69]. В связи с этим компаниям необходимо постоянно заниматься маркетинговыми исследованиями в тесной связи с оптимизацией сайта, стремясь повысить объем и качество получаемого трафика, а также стремясь максимизировать показатель конверсии.

Измерение конверсии осуществляется в зависимости от ориентации целевого действий на online или offline:

Для отслеживания конверсии на сайте применяются различные виды метрик, позволяющие с минимальными статистическими погрешностями анализировать действия целевого посетителя.

Для исследования происхождения трафика используют utm-метки — метки, позволяющие рекламодателю передавать дополнительную информацию о параметрах перехода посетителя с рекламной площадки в систему веб-аналитики. В свою очередь для анализа действий посетителя на сайте часто применяют «воронку продаж», позволяющих отслеживать действия посетителя на каждом шаге целевого действия. Пример «воронки продаж» интернет-магазина представлен на рисунке 1:

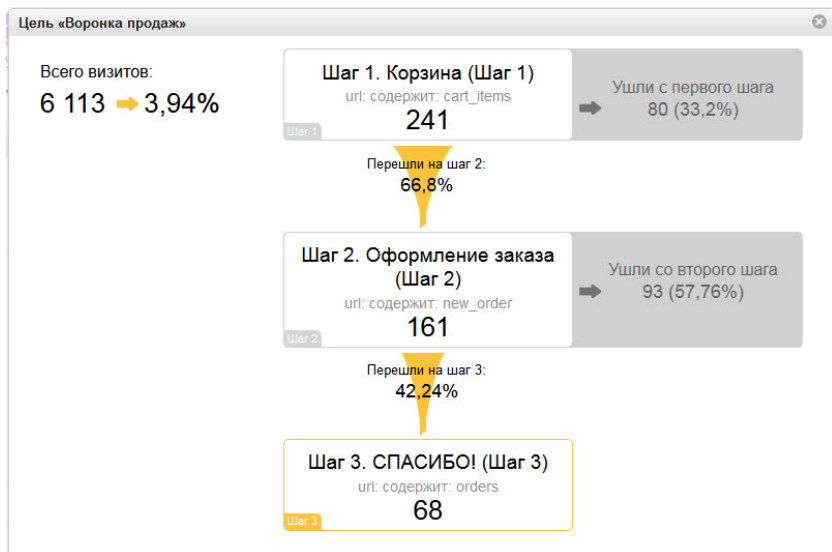


Рисунок 1. Типичная воронка продаж интернет-магазина.

Измерение конверсии при ориентации бизнеса на offline происходит благодаря использованию следующих инструментов:

- Опрашивание каждого посетителя целевого посетителя о том, как он узнал о деятельности фирмы
- Маркировка номера телефона с помощью имени контактного лица (размещается рядом с номером телефона), по количеству обращений по имени подсчитывается количество звонков
- Размещение на сайте промо-кода, связанного с сессией посетителя. При звонке менеджер просит клиента продиктовать промо-код
- Использование Call tracking'a (отслеживания звонков)

Наиболее эффективным является последний инструмент, поскольку он позволяет получать дополнительную информацию о клиенте, и, в свою очередь, сообщать потенциальному клиенту всю интересующую его информацию. Механизм работы Call tracking'a представлен на рисунке 2:

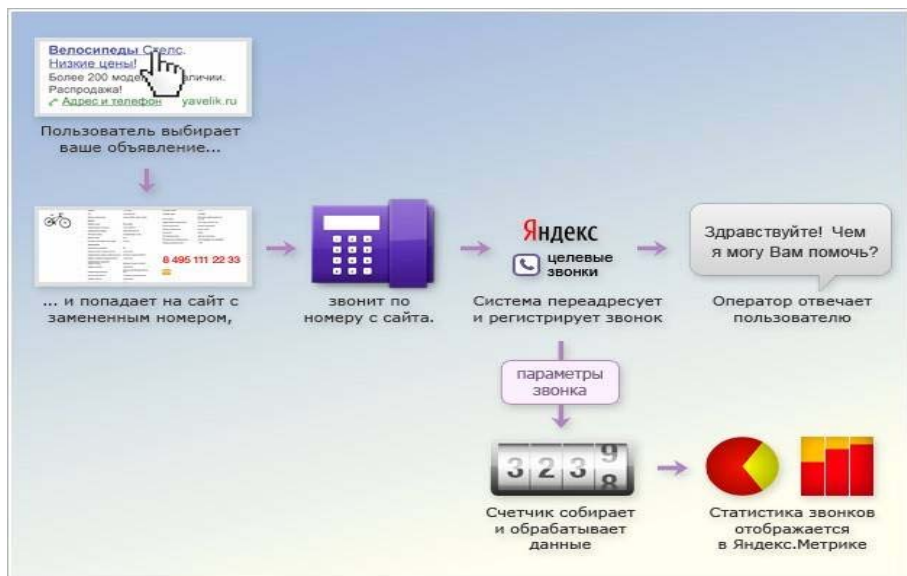


Рисунок 2. Механизм работы Call tracking'a на примере «Яндекс-метрики»

Показатель конверсии зависит, прежде всего, от двух взаимосвязанных факторов: заинтересованности посетителя в предлагаемом на сайте продукте, и удобство использования (юзабилити), поскольку пользователю выгоднее уйти с неудобного для навигации сайта, чем пытаться «пробиться» через недружественный интерфейс. На текущий момент средний процент конверсии составляет около 3-7 процентов, что позволяет рассматривать более высокую конверсию как серьезное конкурентное преимущество, поскольку организация будет получать, при прочих равных, более дешевого клиента, чем конкуренты с более низкой конверсией [2, с. 54]. Существует множество способов повышения конверсии, выделим наиболее часто используемое:

- При входе сайт посетитель должен видеть уникальное торговое предложение (УТП), наглядно доказывающее, почему ему необходимо покупать продукт/заказывать услугу именно здесь.
- Создание адаптивной версии сайта, позволяющей одинаково комфортно ориентироваться внутри сайта как пользователям ПК, так и пользователям мобильных устройств.
- Уменьшение количества и упрощения шагов, необходимых посетителю до совершения целевого действия.

- Проведение А/В-тестирования для тестирования конверсии.

Остановимся подробнее на двух последних способах: как уже говорилось ранее, посетителю необходим простой и понятный интерфейс, позволяющий ему с наименьшими усилиями достигнуть нужного ему раздела сайта, чаще всего — до совершения звонка или оформления покупки. Исследованием и анализом изменений элементов сайта на конверсии и занимается А/В-тестирование, позволяющие измерять влияние изменение любого элемента на конверсию[3, с. 82]. На рисунке 3 представлен типичный пример А/В-тестирования, а именно изменение цветового фона кнопки покупки с голубого на красный, что позволяет повысить конверсию на 1 %:

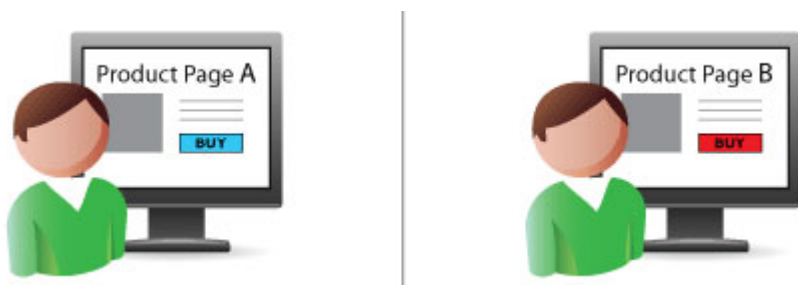


Рисунок 3. Типичный пример А/В-тестирования

Необходимо учитывать тот факт, что конверсия является динамично меняющимся параметром, и для ее отслеживания необходимо постоянно заниматься качеством принимаемого трафика, как и оптимизацией сайта с точки зрения пользователей, так и точки зрения поисковых систем.

Литература:

1. Стелзнер М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета. [Текст]/ М. Стелзнер. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 288 с.
2. Киссейн Э. Основы контентной стратегии. [Текст]/ Э. Киссейн. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 128 с.
3. Салех Х. Повышение конверсии веб-сайта. [Текст]/Х. Салех, А. Шукайри. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 320 с.

Секция 15: ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

BABETS I.G.

*dr hab., profesor Wydziału Ekonomii i Bezpieczeństwa Gospodarczego,
Lwowski Państwowy Uniwersytet Spraw Wewnętrznych
m. Lwów, Ukraina*

BEZPIECZEŃSTWO ENERGETYCZNE I JEGO ROLA W KONCEPCJI ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU REGIONU

Realizacja celów zrównoważonego wykorzystania zasobów zgodnie z koncepcją stałego rozwoju wiąże się z możliwością optymalizacji potencjału energetycznego regionu i zapotrzebowania na surowce energetyczne. Zgodnie z tym, wystarczalność własnej energii określa przewagę konkurencyjną terytorium i jego względną niezależność od dostaw zewnętrznych. Z innej strony, zabezpieczenie w energię może być zarówno jak zaletą tak i wadą, co powoduje nieefektywne struktury sektora gospodarczego w regionie, tworząc korzystne warunki dla rozwoju przemysłów energochłonnych.

Z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju niedobory energii powinny być traktowane nie tylko jako negatywny czynnik w gospodarce regionalnej. Według teorii międzynarodowej konkurencyjności M. Portera, brak jakiegokolwiek czynnika produkcyjnego pobudza przedsiębiorstwa do zwalczania tego zagrożenia poprzez wsparcie innowacyjności. W tym przypadku, pokonanie zagrożenia niedostatecznej podaży energii możliwe jest poprzez obniżenie energochłonności produkcji i wprowadzenie technologii energooszczędnych, co z kolei powinno doprowadzić do zrównoważonego rozwoju i bezpieczeństwa energetycznego regionu. Wraz ze wzrostem efektywności ekonomicznej kompleksu przemysłowego, wykonanie kryteriów zgodności bezpieczeństwa energetycznego poprawia stan środowiska.

Bezpieczeństwo energetyczne jest warunkiem zrównoważonego rozwoju regionu. Przy tym na poziom bezpieczeństwa wpływają zagrożenia wynikające z: nieskutecznego zarządzania dostaw energii; nadmiernego osłabienia środków trwałych przedsiębiorstw sektora paliwowo-energetycznego oraz sieci dystrybucji energii elektrycznej, gazu i ciepła; niedostatecznego finansowania zakładów energetycznych w regionie; braku środków na modernizację i rozbudowę obiektów energetycznych i infrastruktury dostaw energii.

Jednak rozwój sektora energetycznego i eksploatacja obiektów energetycznych stają się źródłem zagrożeń dla zrównoważonego rozwoju w regionie, gdyż zużywają zasoby nieodnawialne (ropa, gaz, węgiel) i zanieczyszczają atmosferę. Ponadto rozbieżność pomiędzy ceną a jakością usług

przedsiębiorstw sektora energetycznego negatywnie wpływa na poziom życia mieszkańców, zwiększając napięcie społeczne.

Ponadto, bezpieczeństwo energetyczne jest związane z innymi komponentami bezpieczeństwa, które z kolei określają poziom zrównoważonego rozwoju regionu i jego bezpieczeństwa ekonomicznego. W szczególności bezpieczeństwo naukowe i technologiczne określa zdolność przedsiębiorstw i organizacji regionu opracowywać i wprowadzać nowe technologie, w tym energooszczędne.

Terminowe i wystarczające udzielanie przedsiębiorstwom przemysłowym źródeł energii ma wpływ na poziom bezpieczeństwa przemysłowego w regionie, od którego bezpośrednio zależy ekonomiczny element zrównoważonego rozwoju.

Bezpieczeństwo energetyczne regionu — jest to stan regionalnego sektora energetycznego, który umożliwia osiąganie interesów regionu w oparciu o zmniejszenie zagrożeń dla rozwoju sektora energetycznego poprzez modernizację przedsiębiorstw przemysłowych, wprowadzanie energooszczędnych technologii, dywersyfikację źródeł energii, i tym samym zmniejszenie wpływu na środowisko.

W celu określenia poziomu bezpieczeństwa energetycznego na szczeblu regionalnym używa się indeks integralny. Z listy wskaźników, przewidzianych w wytycznych [1; 2], zalecamy wybrać wskaźniki, które odzwierciedlają cechy regionalne kompleksu paliwowo-energetycznego i podlegają regulacji przez władze lokalne. W związku z tym bezpieczeństwo energetyczne regionów oceniamy stosując następujące parametry: energochłonności produktu regionalnego brutto (GRP), kg paliwa na 1 UAH GRP (poniżej 0,2); udział dominujących zasobów paliwa w całkowitym zużyciu zasobów energetycznych, % (maksymalnie 30%).

Według naszych obliczeń, w 2013 roku najniższą efektywność energetyczną zaobserwowano w obwodzie Donieckim — energochłonność GRP była 0,206 ton standardowego paliwa (t s. p.) na 1000 UAH i przekroczyła wartość progową wskaźnika (tab. 1). Przy tym udział paliwa dominującego (węgiel) w całkowitym zużyciu zasobów energetycznych również przekroczył próg i wyniósł 77,8%. Ta rozbieżność głównych wskaźników i kryteriów bezpieczeństwa doprowadziły do najniższego poziomu bezpieczeństwa energetycznego w obwodzie Donieckim wśród regionów Ukrainy.

Najwyższa wartość integralnego wskaźnika bezpieczeństwa energetycznego była obserwowana w Kijowie (0,788) i Sewastopolu (0,788). W tych miastach w 2013 r. energochłonność GRP była najniższa między regionami i wyniosła odpowiednio 0,022 i 0,033 ton standardowego paliwa. Wysokie bezpieczeństwo energetyczne również jest cechą charakterystyczną dla obwodu Chersońskiego (0,608), gdzie energochłonność GRP była niska (0,048).

Tak więc można stwierdzić, że pomimo wysokiego udziału paliwa dominującego w całkowitym zużyciu zasobów energetycznych w tych regionach, wysoki poziom bezpieczeństwa energetycznego jest spowodowany przede wszystkim niską energochłonnością GRP.

Tabela 1

Wskaźniki wartości i integralny wskaźnik bezpieczeństwa energetycznego regionów Ukrainy w 2013 roku

Obwód	Energochłonność GRP, kg paliwa/ 1 UAH	Udział dominujących zasobów paliwa w całkowitym zużyciu zasobów energetycznych, %	Integralny wskaźnik bezpieczeństwa energetycznego
AR Krym	0,056	71,0	0,520
Winnicki	0,130	57,3	0,344
Wołyński	0,051	65,3	0,580
Dniepropietrowski	0,107	58,3	0,376
Doniecki	0,206	77,8	0,251
Żytomierski	0,053	70,5	0,521
Zakarpacki	0,051	63,8	0,569
Zaporoski	0,124	65,1	0,330
Iwano-Frankowski	0,184	70,4	0,262
Kijowski	0,083	48,9	0,481
Kirowogradski	0,050	59,2	0,577
Ługański	0,193	63,2	0,296
Lwowski	0,074	59,8	0,460
Mikołajowski	0,063	69,4	0,485
Odeski	0,057	75,0	0,504
Połtawski	0,074	80,5	0,417
Rówieński	0,078	71,1	0,418
Sumski	0,068	79,8	0,433
Tarnopolski	0,068	73,3	0,451
Charkowski	0,094	46,2	0,454
Chersoński	0,048	59,1	0,608
Chmielnicki	0,067	61,3	0,486
Czerkaski	0,106	75,4	0,345
Czerniowiecki	0,060	66,9	0,505
Czernihowski	0,071	56,5	0,483
<i>m. Kijów</i>	<i>0,022</i>	<i>74,3</i>	<i>0,788</i>
<i>m. Sewastopol</i>	<i>0,033</i>	<i>69,3</i>	<i>0,788</i>

Obliczone według: [3, s. 58]

Regiony Ukrainy znacznie różnią się w ilości i jakości zużywanych zasobów energetycznych. Największymi odbiorcami energii w 2013 r. były obwody Doniecki (zużycie zasobów energii na jednego mieszkańca wynosi 7,65 t s. p.), Dniepropietrowski (4,81 t s. p.) Ługański (4,80 t s. p.), Iwano-Frankowski (4,38 t s. p.), Zaporoski (3,8 t s. p.), Kijowski (3,22 t s. p.). Przy tym istnieją różnice regionalne w strukturze zużycia surowców energetycznych. Głównym źródłem energii w obwodzie Donieckim jest węgiel, którego udział w całkowitym zużyciu energii wynosi 77,8%, a dla m. Kijów — gaz ziemny (74,3%).

Taka sytuacja w sektorze paliwowo-energetycznym w pewnym stopniu wpływa na stan ekologicznego bezpieczeństwa regionów. Lokalizacja energochłonnych gałęzi przemysłu (hutnictwo, produkcja niemetalicznych produktów mineralnych i środków chemicznych) w dużym stopniu zależy od obecności lokalnych i wygody dostarczania importowanych surowców energetycznych. W związku z tym koncentracja przemysłu ma negatywny wpływ na środowisko naturalne oraz zrównoważony rozwój regionu.

Literatura:

1. Наказ Міністерства економіки України від 02 березня 2007 р. № 60 «Про затвердження методики розрахунку рівня економічної безпеки України» // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.expert-ua.info/document/archivepa/law5xwqoi/index.htm>.
2. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України. Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29 жовтня 2013 року № 1277 // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://cct.com.ua/2013/29.10.2013_1277.htm.
3. Україна у цифрах 2013. Статистичний збірник [Текст] / за ред. Осауленка О.Г. — К.: Державна служба статистики України, 2014. — 240 с.

Секція 16: ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОИЗВОДСТВА И МЕНЕДЖМЕНТ, СИСТЕМИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

ЛОПАТОВСЬКИЙ В.Г.

Кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку та аудиту
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький, Україна

ГЕВАЛ Т.М.

Магістрант спеціальності «Облік і аудит»
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ, ОБЛІКУ ВИТРАТ І КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ПИВОВАРНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Актуальність теми. Головною умовою ефективного управління виробничим підприємством є отримання повної, достовірної та оперативної інформації про витрати, які формують собівартість виготовленої продукції. Таку інформацію надає облік витрат виробництва, що є центральною підсистемою в інформаційній системі бухгалтерського обліку.

Від належної організації обліку витрат та калькулювання собівартості продукції багато в чому залежать рівень економічного управління підприємством, ступінь впливу результатів діяльності окремих підрозділів на підвищення ефективності виробництва, обґрунтованість планування якісних та кількісних показників та оптимальне ціноутворення.

Облік витрат виробництва та калькулювання собівартості продукції завжди вважалися найважчими ділянками в роботі бухгалтерії будь-якого виробничого підприємства. І ці важливі та важкі ділянки обліку мають коло проблем, що потребують вирішення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний внесок у дослідження питань методології обліку витрат та калькулювання собівартості продукції зробили такі вітчизняні вчені: А.І. Біленко [3], І.А. Білоусова [4], О.В. Гамова [6], О.А. Мошковська [8], Л.В. Нападовська [9], В.В. Сопко [10], Л.М. Чернелевський [11] та інші. Однак на да-

**Секція 16: ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОИЗВОДСТВА И МЕНЕДЖМЕНТ,
СИСТЕМИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ**

ний час більшість досліджень, що проводилися останніми роками у галузі управлінського обліку, були присвячені більшою мірою загальним аспектам промисловості і не торкалися особливостей побудови обліку на підприємствах пивоварної промисловості.

Мета дослідження. Проаналізувати існуючі методи калькулювання витрат виробництва; запропонувати більш доцільне та ефективне застосування методів калькулювання витрат на підприємствах пивоварної промисловості.

Виклад основного матеріалу дослідження. На підприємствах пивоварної промисловості з метою управління витратами використовується групування за структурними підрозділами підприємства, за виробничими ланками та за етапами технологічного процесу. Виробництва поділяються на основні та допоміжні. В пивоварній промисловості до основних виробництв, за якими ведуть планування та облік витрат відносять виробництва, наведені у таблиці 1 [11].

Таблиця 1

**Основні виробництва, за якими ведуть планування
та облік витрат на підприємствах пивоварної промисловості**

Найменування виробництва	Найменування підрозділів, за якими ведуть облік витрат та калькулювання собівартості продукції	Найменування напів-фабрикатів та готової продукції
Виробництво пива	а) Солодовий цех: замочування зерна, солодження (пророщування), сушка солодженого зерна, відбиття проростків, очищення солодженого зерна	Готовий солод
	б) Варильний цех: дроблення солоду, полірування і розмел несолоджених матеріалів, затирання та фільтрація сусла	Гаряче сусло
	в) Бродильний цех: охолодження і головне бродіння	Зелене пиво
	г) Лагерний цех: виброджування, витримка та фільтрація пива	Лагерне пиво
	д) Цех розливу пива: розлив, укупорювання та затарювання	Пиво в пляшках (скло), ПЕТ-пляшки, КЕГи, ємкісне
Виробництво інших видів продукції з вхідів пивоварного виробництва	а) Виробництво вуглекислоти	Вуглекислота
	б) Виробництво сухих дріжджів	Сухі дріжджі
	в) Виробництво ферментів	Ферменти

До допоміжних виробництв в пивоварній промисловості відносяться: котельні, електростанції (електросилові установи), компресорні станції, системи водопостачання, механічні та ремонтні майстерні (в т.ч. з виготовлення та ремонту тари), транспортні цехи або відділи, інші цехи та виробництва.

Крім того, на підприємствах можуть бути непромислові господарства. До непромислових господарств відносять житлово-комунальні господарства та господарства, призначені для побутового обслуговування персоналу. Продукцію і послуги непромислових господарств в реалізовану продукцію не враховують і їх витрати планують та обчислюють окремо від витрат виробничої діяльності підприємства [11].

Облік витрат і калькулювання собівартості продукції, робіт та послуг в системі вітчизняного бухгалтерського фінансового обліку регламентується П(С)БО 16 «Витрати». Кожен суб'єкт господарювання має право обрати самостійно варіант ведення обліку витрат в розрізі сучасного діючого Плану рахунків. Перший варіант передбачає використання рахунку 23 «Виробництво» та рахунків 9 класу. Другий варіант дозволяє використовувати рахунки 8 класу і здійснювати облік витрат в розрізі елементів витрат. Третій варіант являє собою комбінований варіант одночасного використання активних рахунків 8 і 9 класів [8].

Виробничий облік передбачає збір інформації про витрати підприємства, документальне оформлення господарських операцій, пов'язаних з виробничими витратами, їх узагальнення і угруповання по різним ознакам. Тільки після цього можливе калькулювання собівартості. Для здійснення калькуляційних розрахунків необхідні два показники: величина виробничих витрат протягом певного періоду і обсяг виготовленої продукції або виконаних робіт в цьому ж періоді.

Підприємства пивоварної промисловості здійснюють планування, облік і калькулювання собівартості продукції з урахуванням вимог відповідних галузевих методичних рекомендацій [2].

На підприємствах пивоварної галузі використовується попередільний метод обліку витрат на виробництво та калькулювання собівартості продукції за безнапівфабрикатним варіантом (за винятком напівфабрикатів, солоду) з використанням елементів нормативного методу — систематичне виявлення відхилень фактичних витрат від діючих (поточних) норм, а також виявлення зміни цих норм. Одиницею обліку та калькулювання всіх видів (сортів) пива є об'ємний декалітр, солоду — одна тонна [11].

Щодо попередільного методу, то це метод, який передбачає облік витрат за окремими стадіями виробничого процесу (переділів) і структурними підрозділами та віднесення цих витрат до обраного об'єкта калькулювання. Його суть полягає у тому, що собівартість продукції калькулюється на кожному переділі окремо. Витрати узагальнюються за статтями номенклатури по переділах.

За безнапівфабрикатного варіанта, який використовується на підприємствах пивоварної промисловості, калькулюється лише собівартість готового продукту, яка складається із витрат на сировину (матеріали) та заробітну плату в початковому переділі та витрат на обробку в наступних переділах.

Застосування елементів нормативного методу обліку забезпечує своєчасне виявлення економії або додаткових витрат, пов'язаних з порушенням встановленого технологічного процесу, змінами складу використання сировини, напівфабрикатів та матеріалів, асортименту випущеної продукції [6].

Собівартість продукції є одним із найважливіших показників діяльності підприємства, який впливає на рентабельність і самоокупність підприємства. Згідно П(С)БО 16 «Витрати», до виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) включаються: прямі матеріальні витрати; прямі витрати на оплату праці; інші прямі витрати; змінні загальновиробничі та постійні розподілені загальновиробничі витрати. Виробнича собівартість продукції зменшується на справедливую вартість супутньої продукції, яка реалізується, та вартість супутньої продукції в оцінці можливого її використання, що використовується на самому підприємстві [1].

На основі цього групування витрат підприємства кожної конкретної галузі визначають статті витрат виробництва і реалізації продукції при плануванні, обліку і калькуляції собівартості з урахуванням характеру і структури виробництва.

На підприємствах пивоварної промисловості витрати на виробництво продукції при їх плануванні, обліку і калькулюванні групуються за такими статтями: сировина і основні матеріали; напівфабрикати власного виробництва; зворотні відходи (вираховуються); сировина за вирахуванням зворотних відходів; допоміжні матеріали на технологічні цілі; паливо і енергія на технологічні цілі; електроенергія на технологічні цілі; холод на технологічні цілі; заробітна плата виробничих робітників; відрахування на соціальні заходи; загальновиробничі витрати; втрати від браку; інші виробничі витрати.

Наведені статті калькуляції підприємства можуть самостійно об'єднувати кілька статей в одну статтю калькуляції або виділяти з однієї статті кілька статей калькуляції [11].

Висновки. Підсумовуючи вище наведене, варто відмітити, що така галузь як пивоваріння має свої особливості накопичення та аналізу виробничих витрат в залежності від розміру, організаційних особливостей конкретного підприємства.

Вміло організований облік витрат та калькулювання собівартості продукції пивоварної промисловості, повинен забезпечити оперативне, достовірне та повне надходження інформації щодо кількості та вартості одержаної продукції, трудових, матеріальних та грошових витрат на виробництво продукції по підприємству в цілому та окремих його структурних підрозділах.

Отже, проаналізувавши існуючі методи калькулювання та обліку витрат ми запропонували більш доцільне та ефективне застосування методів обліку витрат та економічно обгрунтовані принципи формування собівартості відповідно до галузевих особливостей пивоварної промисловості.

Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 року №318 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>.
2. Методичні рекомендації з формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості затверджені Наказом Міністерства промислової політики України від 09.07.2007 року №373 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua-info.biz/legal/basebw/ua-wmehft.htm>.
3. Біленко А.І. Особливості обліку витрат та калькулювання собівартості у рослинництві / А.І. Біленко // Київський торговельно-економічний університет. – 2012. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/bilenko-a-i-osoblivosti-obliku-vitrat-ta-kalkulyuvannya-sobivartosti-u-roslinnitstvi/>.
4. Білоусова І.А. Проблеми обліку виробничих витрат і калькулювання собівартості продукції в промисловості / І.А. Білоусова, М.Г. Чумаченко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 4. – С. 3-11.
5. Войнаренко М.П. Управлінський облік: підручник / М. П. Войнаренко, Л. П. Радецька, Л. В. Овод. – Хмельницький : ХНУ, 2013. – 363 с.
6. Гамова О.В. Облік виробничої собівартості продукції: теоретичні аспекти / О.В. Гамова, В.А. Головань // Запорізька державна інженерна акаде-

**Секція 16: ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОИЗВОДСТВА И МЕНЕДЖМЕНТ,
СИСТЕМИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ**

мія. — 2012. / [Електронний ресурс].— Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_3_039.pdf.

7. Главацький Е.О. Методи та проблеми обліку виробничих витрат собівартості продукції підприємства / Е.О. Главацький, В.А. Суприган // Вінницький торговельно-економічний інститут. — 2013. / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=75890>.

8. Мошковська О.А. Облік затрат і калькулювання собівартості продукції згідно вітчизняного законодавства: подальший розвиток і шляхи вдосконалення / О.А. Мошковська // Електронний архів Житомирського державного технологічного університету. — 2009. № 3 (49) / [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://eztuir.ztu.edu.ua/1837/1/23.pdf>.

9. Нападівська Л. В. Управлінський облік: підручник. — 2-ге вид., доопрац. та допов. — Київ : КНТЕУ, 2010. — 647с.

10. Сопко В.В. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством: навчальний посібник / В.В. Сопко // Київський національний економічний університет ім. В.Гетьмана. — К.: КНЕУ, 2006. — 526 с.

11. Чернелевський Л.М. Управлінський облік на підприємствах харчової промисловості: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л. М. Чернелевський, Г. Г. Осадча. — К. : Пектораль, 2005. — 364 с.

Секция 17: МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНТЕГРАЦИИ

**ХАДЖАЕВ Х. С.,
ФАЙЗИЕВ Ш. Ш.**

*старший преподаватель кафедры
бизнес и предпринимательства
Ташкентский финансовый институт,
г. Ташкент, Республика Узбекистан*

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ ПОСЛЕ КРИЗИСА

Данная статья посвящена анализу макроэкономической ситуации в мировой экономике и в некоторых странах после мирового кризиса. Необходимо отметить то, что глубокие изменения структуры экономики мира стал важнейшим фактором укрепления экспортного потенциала некоторых стран, устойчивого роста и позитивных сдвигов в структуре экспорта их отечественной продукции.

Явления, изучаемые макроэкономикой, затрагивают жизнь каждого из нас. Макроэкономические проблемы также играют важнейшую роль в международных отношениях. Учитывая то, что макроэкономическая ситуация в мировой экономике является важной, мы уделяем внимание на анализ ее состояния, особенно после мирового кризиса, который начался в 2008 году. В этом году в мировой экономике основной макроэкономический показатель ВВП 171 страны мира увеличился на 5,8 триллион долларов, а ВВП 11 стран мира в совокупности сократился на 267 миллиард долларов. Если одна шестая глобального экономического роста пришлось долю Китая, то половина сокращения пришлось на долю Великобритании, а 40% на долю Южной Кореи.

2009 год охарактеризовался как год распространение кредитного кризиса. В этом этапе с учетом рыночных обменных курсов ВВП 127 стран мира сократился в совокупности на 4,1 триллион долларов, а ВВП 56 стран мира увеличился на 767,1 миллиард долларов. В этом этапе сокращение произошло в первую очередь в Великобритании, России и Германии, на долю которых соответственно при-

**Секция 17: МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
ИНТЕГРАЦИИ**

шелся 12 %, 11% и 8% от общего сокращения, а доля роста пришлось Китаю 61%, Японии – 20% и Индонезии – 4%.

2010 год был годом восстановления, так как с учетом рыночных обменных курсов ВВП 148 стран вырос на 5,3 триллион долларов, а по паритету покупательной способности валют, ВВП 169 стран мира увеличился на 4,2 триллион долларов. Если пять крупнейших «спонсоров» глобального расширения продукции по первому показателю были Китай – 17%, США – 10%, Бразилия – 9%, Япония – 8% и Индия – 5%, а пятью крупнейшими «локомотивами» глобального развития по второму показателю были те же страны со следующими данными: Китай – доля 25%, США – 13%, Индия – 10%, Япония – 5% и Бразилия – 4%.

Но вместе с тем в этом этапе ВВП 35 стран мира сократился на 338,5 миллиард долларов и в основном сокращении произошли в Франции – 22%, Италии – 18%, Испании – 17%, Венесуэле – 10% и Германии – 7%. По второму показателю ВВП 14 стран мира сократился на 17,8 миллиард долларов за счет таких стран как Греция – 67%, Венесуэла – 19%, Румыния – 5%, Гаити – 3% и Хорватия – 2%.

Начиная, 2011 года в мировой экономике более быстрыми темпами началась развития стран БРИК* или БРИКС**. Члены БРИКС – развивающиеся или новые индустриальные страны, но они отличаются своими большими, быстро растущими экономиками и значительным влиянием на региональных и глобальных рынках, все пять участников БРИКС – члены G-20, о чем, свидетельствуют данные таблицы 1.

Таблица 1

Характеристика стран G20 (по состоянию на 2014 год)

Страны	Население, млн. человек	Размер номинального ВВП, млрд. долларов США	Размер ВВП на душу населения, тыс. долларов США	Инфляция, %	Уровень безработицы, %	Торговый баланс, млрд. долларов США
Австралия	22.5	1483.0	65.9	2.7	6.0	4.9
Аргентина	43.0	536.2	12.5	36.4	7.7	10.6
Бразилия	202.7	2244.0	11.1	6.3	5.5	0.8
Велико-британия	63.7	2848.0	44.7	1.6	5.7	-182.6
Германия	81.0	3820.0	47.2	0.9	5.0	228.0
Индия	1236.3	2048.0	1.7	8.0	8.6	-165.6

**Секция 17: МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
ИНТЕГРАЦИИ**

Страны	Населе- ние, млн. че- ловек	Размер но- минального ВВП, млрд. дол- ларов США	Размер ВВП на душу насе- ления, тыс. долларов США	Инфля- ция, %	Уровень безрабо- тицы, %	Торговый баланс, млрд. дол- ларов США
Индонезия	253.6	856.1	3.4	6.3	5.7	12.7
Италия	61.7	2129.0	34.5	0.1	12.5	52.0
Канада	34.8	1794.0	51.6	2.0	6.9	-17.0
Китай	1355.7	10360.0	7.6	2.1	4.1	292.0
Мексика	120.3	1296.0	10.8	3.8	4.7	-0.7
Россия	142.5	2057.0	14.4	9.1	4.9	196.4
Саудовская Аравия	27.3	777.9	28.5	2.9	11.2	197.2
США	318.9	17420.0	54.6	2.0	6.2	-724.0
Турция	81.6	813.3	10.0	8.9	9.4	-63.8
Франция	66.3	2902.0	43.8	0.7	9.7	-55.7
ЮАР	48.4	341.2	7.0	6.0	25.0	-4.3
Южная Корея	49.0	1449.0	29.6	1.5	3.3	85.1
Япония	127.1	4770.0	37.5	2.8	3.6	-101.4

Источник – CIA World Factbook

Как видно из данных таблицы по состоянию на 2014 год, пять стран БРИКС представляют почти 3 миллиарда человек, а общий номинальный ВВП стран составляет немного больше чем 17,050 триллион долларов. Что касается показателей уровня безработицы и инфляции то, кроме ЮАР в котором уровень безработицы составил 25,0 % и Индии где она была равна 8,6 %, в остальных странах она была на уровне естественных норм в пределах 4-5,5 %, а на мировом уровне 8,3 %, самый высокий уровень инфляции наблюдалась в России 9,1 %.

Многие потребляемые нами товары и услуги произведены за границей, с учетом этого свободный импорт и экспорт выгоден гражданам всех стран. [1]

Как известно, для улучшения макроэкономической ситуации необходимо улучшить решение главной фундаментальной проблемы экономики, т.е. проблемы ограниченности ресурсов при неограниченных потребностях. Как мы знаем, международная торговля наилучшим образом решает эту проблему. Развитие международной торговли и других форм внешнеэкономических отношений, которые

позволяют каждой стране специализироваться на производстве товаров или оказании услуг. Эта дает странам получить выгоду за счет взаимного обмена с учетом теории сравнительного преимущества международной торговли. Поскольку страны мира настолько экономически взаимозависимы, вопросы мировой экономики играют центральную роль и в политике. [2]

С учетом этого мы должны обратить внимание на сальдо торгового баланса между странами. Как видно из таблицы из выше названных пяти стран БРИКС отрицательное сальдо наблюдалось в Индии и в ЮАР, т.е. в этих странах объем импорта из-за рубежа был больше, чем их экспорт за рубеж.

В апреле и мае 2013 года Глобальным разведывательным альянсом была проведена он-лайн опрос руководителей 431 мировых компаний и организаций относительно их работы и планов на развивающихся рынках. По результатам опроса страны БРИКС сохраняют свои лидирующие позиции как лучшие развивающиеся рынки в мире. Индия, Китай и Бразилия считаются одинаково важными рынками в ближайшие пять лет; Россия остается значительным игроком на мировых рынках, но уровень интереса к ней значительно ниже, чем к первой тройке. Индонезия является следующим после БРИК развивающимся рынком и находится на пятом месте, после стран БРИК и перед ЮАР, которая находится в шестой позиции. В их докладе отмечается, что основной причиной у респондентов для инвестирования в развивающиеся экономики стало создание базы для долгосрочного успеха на этих рынках, и в гораздо меньшей степени поиск более низких издержек производства. По мнению руководителей опрошенных компаний: Топ-10 развивающихся рынков на 2012-2017 годы таковы: 1. Индия – 66,4 процента респондентов, 2. Бразилия – 65,7 процентов, 3. Китай – 65,4 процента, 4. России – 39,7 процентов, 5. Индонезия – 27,4 процента, 6. ЮАР – 22,2 процента, 7. Вьетнам – 20,1 процента, 8. Мексика – 18,5 процентов, 9. Турция – 17,8 процента, 10. Аргентина – 10,3 процента. [3]

В настоящее время Китай переживает замедление, так как переводит свою экономику на путь более устойчивого роста, движимого внутренним потреблением, а не экспортом. Индия вышла на более стабильную траекторию роста, Бразилия и Россия привыкают к резкому падению активности, но это может помочь им проводить более эффективную политику. [4]

В заключении можем отметить то, что страны БРИКС несмотря на происходящие события на мировой арене последнее время, игра-

ют значительную роль в развитии мировой экономики и интеграционных процессов.

Литература

1. Г.Мэнкью. Макроэкономика. Пер.с англ. – М.: Изд-во МГУ, 1994.- 736 с
2. В.К.Ломакин. Мировая экономика. Учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.-735 с.
3. Мировая экономика. Основные принципы экономического развития. <http://www.ereport.ru>.
4. Пять причин, чтобы позитивно судить о мировой экономике. Usatoday.com, Ereport.ru

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
(International Scientific Journal)**

**ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
НАУЧНЫЙ СОВЕТ**

Сборник тезисов научных работ

**II МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ»**

Том 2

29 апреля 2015

Издано в авторской редакции

Адрес: Украина, г.Киев, ул. Павловская, 22, оф.23
Контактный телефон: +38(044) 222-5-889
E-mail: info@frada.com.ua
www.frada.com.ua

Подписано в печать 12.05.2015 Формат 60x84/16
Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman. Печать на дупликаторе.
Тираж 50. Заказ № 229.
Цена договорная. Напечатано с готового оригинал-макета.

Напечатано в полиграфическом центре ООО «Финансовая Рада Украины»
Контактный телефон: +38(050) 647-1543