

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА»

ISSN 2520-2057

INTERNATIONAL
SCIENTIFIC JOURNAL
«INTERNAUKA»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ
НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
«ИНТЕРНАУКА»

№ 3 (43) / 2018
2 том



**МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
«ІНТЕРНАУКА»**

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL
«INTERNAUKA»**

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
«ИНТЕРНАУКА»**

*Свидетельство
о государственной регистрации
печатного средства массовой информации
КВ № 22444-12344ПР*

Сборник научных трудов

№ 3 (43)

2 том

Київ 2018



Полное библиографическое описание всех статей Международного научного журнала «Интернаука» представлено в: **Index Copernicus International (ICI); НЭБ elibrary.ru; Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib; Turkish Education Index; Научная периодика Украины.**

Журнал зарегистрирован в международных каталогах научных изданий и наукометрических базах данных: **Index Copernicus International (ICI); Ulrichsweb Global Serials Directory; Google Scholar; НЭБ elibrary.ru; Open Academic Journals Index; Research-Bib; Scientific Indexing Services; Turkish Education Index; Polish Scholarly Bibliography; Electronic Journals Library; Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg Carl von Ossietzky; InfoBase Index; International Institute of Organized Research; CiteFactor; Open J-Gate; Cosmos Impact Factor; Scholar Steer; Eurasian Scientific Journal Index; Academic keys; Российский импакт-фактор; Научная периодика Украины; JOURNAL FACTOR; Bielefeld Academic Search Engine (BASE); The Journals Impact Factor (JIF); CrossRef.**

В журнале опубликованы научные статьи по актуальным проблемам современной науки.

Материалы публикуются на языке оригинала в авторской редакции.

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

При использовании научных идей и материалов этого сборника, ссылки на авторов и издания являются обязательными.

Редакция:

Главный редактор: **Коваленко Дмитрий Иванович** — кандидат экономических наук, доцент (Киев, Украина)
Заместитель главного редактора: **Золковер Андрей Александрович** — кандидат экономических наук, доцент (Киев, Украина)
Секретарь: **Колодич Юлия Игоревна**

Редакционная коллегия:

Глава редакционной коллегии: **Каминская Татьяна Григорьевна** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)
Заместитель главы редакционной коллегии: **Курило Владимир Иванович** — доктор юридических наук, профессор (Киев, Украина)
Заместитель главы редакционной коллегии: **Тарасенко Ирина Алексеевна** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)

Раздел «Экономические науки»:

Член редакционной коллегии: **Баланюк Иван Федорович** — доктор экономических наук, профессор (Ивано-Франковск, Украина)
Член редакционной коллегии: **Бардаш Сергей Владимирович** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)
Член редакционной коллегии: **Бондарь Николай Иванович** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)
Член редакционной коллегии: **Вдовенко Наталия Михайловна** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)
Член редакционной коллегии: **Гоблик Владимир Васильевич** — доктор экономических наук, кандидат философских наук, доцент, Заслуженный экономист Украины (Мукачево, Украина)
Член редакционной коллегии: **Гринько Алла Павловна** — доктор экономических наук, профессор (Харьков, Украина)
Член редакционной коллегии: **Гуцаленко Любовь Васильевна** — доктор экономических наук, профессор (Винница, Украина)
Член редакционной коллегии: **Дерий Василий Антонович** — доктор экономических наук, профессор (Тернополь, Украина)
Член редакционной коллегии: **Денисенко Николай Павлович** — доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент Международной академии инвестиций и экономики строительства, академик Академии строительства Украины и Украинской технологической академии (Киев, Украина)
Член редакционной коллегии: **Дмитренко Ирина Николаевна** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)
Член редакционной коллегии: **Драган Елена Ивановна** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)
Член редакционной коллегии: **Ефименко Надежда Анатольевна** — доктор экономических наук, профессор (Черкассы, Украина)
Член редакционной коллегии: **Заруцкая Елена Павловна** — доктор экономических наук, профессор (Днепр, Украина)
Член редакционной коллегии: **Захарин Сергей Владимирович** — доктор экономических наук, старший научный сотрудник, профессор (Киев, Украина)
Член редакционной коллегии: **Зелиско Инна Михайловна** — доктор экономических наук, профессор, академик Академии экономических наук Украины (Киев, Украина)
Член редакционной коллегии: **Зось-Киор Николай Валерьевич** — доктор экономических наук, профессор (Полтава, Украина)
Член редакционной коллегии: **Ильчук Павел Григорьевич** — доктор экономических наук, доцент (Львов, Украина)
Член редакционной коллегии: **Клочан Вячеслав Васильевич** — доктор экономических наук, профессор (Николаев, Украина)
Член редакционной коллегии: **Копилюк Оксана Ивановна** — доктор экономических наук, профессор (Львов, Украина)
Член редакционной коллегии: **Кравченко Ольга Алексеевна** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)
Член редакционной коллегии: **Курило Людмила Изодоровна** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)
Член редакционной коллегии: **Кухленко Олег Васильевич** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)
Член редакционной коллегии: **Лойко Валерия Викторовна** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)

Член редакционной коллегии: **Лоханова Наталья Алексеевна** — доктор экономических наук, профессор (Львов, Украина)

Член редакционной коллегии: **Малик Николай Иосифович** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)

Член редакционной коллегии: **Мигус Ирина Петровна** — доктор экономических наук, профессор (Черкассы, Украина)

Член редакционной коллегии: **Мухсинова Лейла Хасановна** — доктор экономических наук, доцент (Оренбург, Российская Федерация)

Член редакционной коллегии: **Ниценко Виталий Сергеевич** — доктор экономических наук, доцент (Одесса, Украина)

Член редакционной коллегии: **Олейник Александр Васильевич** — доктор экономических наук, профессор (Харьков, Украина)

Член редакционной коллегии: **Осмятченко Владимир Александрович** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)

Член редакционной коллегии: **Охрименко Игорь Витальевич** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)

Член редакционной коллегии: **Паска Игорь Николаевич** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)

Член редакционной коллегии: **Разумова Екатерина Николаевна** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)

Член редакционной коллегии: **Рамский Андрей Юрьевич** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)

Член редакционной коллегии: **Селиверстова Людмила Сергеевна** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)

Член редакционной коллегии: **Скрипник Маргарита Ивановна** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)

Член редакционной коллегии: **Смолин Игорь Валентинович** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)

Член редакционной коллегии: **Сунцова Алеся Александровна** — доктор экономических наук, профессор, академик Академии экономических наук Украины (Киев, Украина)

Член редакционной коллегии: **Танклевская Наталья Станиславовна** — доктор экономических наук, профессор (Херсон, Украина)

Член редакционной коллегии: **Токарь Владимир Владимирович** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)

Член редакционной коллегии: **Тульчинская Светлана Александровна** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)

Член редакционной коллегии: **Хахонова Наталья Николаевна** — доктор экономических наук, профессор (Ростов-на-Дону, Российская Федерация)

Член редакционной коллегии: **Чижевская Людмила Витальевна** — доктор экономических наук, профессор (Житомир, Украина)

Член редакционной коллегии: **Чубукова Ольга Юрьевна** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)

Член редакционной коллегии: **Шевчук Ярослав Васильевич** — доктор экономических наук, старший научный сотрудник, доцент (Нововолынск, Волынская обл., Украина)

Член редакционной коллегии: **Шинкарук Лидия Васильевна** — доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент Национальной академии наук Украины (Киев, Украина)

Член редакционной коллегии: **Шпак Валентин Аркадьевич** — доктор экономических наук, профессор (Киев, Украина)

Член редакционной коллегии: **Беялов Талат Энверович** — кандидат экономических наук, доцент (Киев, Украина)

Член редакционной коллегии: **Скрыньковский Руслан Николаевич** — кандидат экономических наук, член-корреспондент Украинской академии наук (Львов, Украина)

Член редакционной коллегии: **Peter Bielik** — Dr. hab. (Словацкая Республика)

Член редакционной коллегии: **Eva Fichtnerová** — University of South Bohemia in České Budějovice (Чешская Республика)

Член редакционной коллегии: **József Káposzta** — Dr. hab. (Венгрия)

Член редакционной коллегии: **Henrietta Nagy** — Dr. hab. (Венгрия)

Член редакционной коллегии: **Anna Törő-Dunay** — Dr. hab. (Венгрия)

Член редакционной коллегии: **Mirosław Wasilewski** — Dr. hab., Associate professor WULS-SGGW (Польша)

Член редакционной коллегии: **Natalia Wasilewska** — Doctor of Economic Sciences, professor UJK (Польша)

Член редакционной коллегии: **Venelin Terziev** — Professor Dipl.Eng., PhD, доктор экономических наук, член-корреспондент Российской академии естественной истории (Русе, Болгария)

Член редакционной коллегии: **Эмине Лейла Кыят** — доктор экономических наук, доцент (Турция)

ЗМІСТ
CONTENTS
СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Kórshunova Alexandra, Shulýndina Elena ENERGÍA ALTERNATIVA DE CHILE: RIESGOS Y PERSPECTIVAS DE INVERSIÓN	7
Бень Владислав Петрович ЗАСТОСУВАННЯ АЛГОРИТМУ БУСТІНГА ПРИ СТВОРЕННІ АНСАМБЛЮ МОДЕЛЕЙ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ СКОРИНГОВОЇ ОЦІНКИ ПОЗИЧАЛЬНИКІВ-ФІЗИЧНИХ ОСІБ.....	11
Бут Олена Анатоліївна МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНКИ ЛІКВІДНОСТІ ТА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	16
Газуда Леся Михайлівна, Сідун Христина Іванівна, Шеверя Катерина Іванівна ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ СЕЛА	19
Галавтіна Анна Вадимівна, Болотна Оксана Володимирівна ОБҐРУНТУВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ІМІДЖУ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МАРКИ «МІВІНА»	23
Гевчук Анна Вікторівна ЕКОНОМІКО-ЮРИДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЗМІСТУ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ	28
Головко Віктор Іванович, Безкоровайна Олена Олександрівна ВИКОРИСТАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ АНАЛІЗУ ГРОШОВИХ КОШТІВ ТА ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА В УПРАВЛІННІ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ОПТИМІЗАЦІЇ	35
Головко Віктор Іванович, Кляченко Валерія Вячеславівна АНАЛІЗ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО ТРАКТУВАННЯ СУТНОСТІ ТА КЛАСИФІКАЦІЇ ПОХІДНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ТА ЇХ СКЛАДОВИХ.....	38
Даллакян Светлана Аркадьевна, Саркисян Саркис Арутюнович МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ФИНАНСОВОЙ И КРЕДИТНОЙ ПОДДЕРЖКИ	43
Дубас Ярослав Юрійович ЦІНОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА.....	47

Дуброва Наталя Петрівна, Гелюх Юлія Валеріївна ОЦІНКА КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	50
Дуброва Наталя Петрівна, Глущенко Тетяна Василівна, Уманська Альона Сергіївна ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	53
Дуброва Наталя Петрівна, Дрожаков Єгор Станіславович УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА	56
Дуброва Наталя Петрівна, Тріль Анастасія Олександрівна КРЕДИТНА ПОЛІТИКА КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ	59
Загоруйко Світлана Володимирівна ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ	62
Кириченко Ольга Миколаївна, Химич Катерина Вікторівна ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ...	66
Котенко Ольга Юріївна КЛАСИФІКАЦІЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ЯК ОБ'ЄКТІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ...	70
Кучкова Крістіна Олексіївна, Бугаєнко Дарина В'ячеславівна ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ	76
Поснова Тетяна Вікторівна, Химорода Ольга Павлівна, Тершак Надія Андріївна КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ	81

UDC 330.15

Kórshunova Alexandra

Estudiante

Universidad de Finanzas adscrita al Gobierno de la Federación de Rusia

Коршунова Александра Ивановна

студент

Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Korshunova Alexandra

Student of the

Financial University under the Government of the Russian Federation

Shulýndina Elena

Profesora del Departamento de Formación de Idiomas

Universidad de Finanzas adscrita al Gobierno de la Federación de Rusia

Шулындина Елена Владимировна

преподаватель Департамента языковой подготовки

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Shulyndina Elena

Teacher of the Language Training Department

Financial University under the Government of the Russian Federation

ENERGÍA ALTERNATIVA DE CHILE: RIESGOS Y PERSPECTIVAS DE INVERSIÓN

АЛЬТЕРНАТИВНАЯ ЭНЕРГЕТИКА ЧИЛИ: РИСКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ ИНВЕСТОРОВ

ALTERNATIVE ENERGY IN CHILE: RISKS AND PROSPECTS FOR INVESTORS

Resumen. El artículo analiza el potencial del desarrollo de energía renovable en Chile. El autor revela los principales objetivos y direcciones del desarrollo de energía alternativa en este país, considera las perspectivas de un mayor uso de fuentes de energía renovable en la escala de suministro de energía del país. La mayor atención se presta a la generalización de positivos y negativos consecuencias de los programas para el desarrollo de la energía solar: el autor destaca las ventajas y desventajas de esta solución para el desarrollo de la región de América Latina, analiza su impacto en la economía del país.

Palabras clave: energía, energía renovable, sector energético, La República de Chile, energía solar, electricidad, América Latina, infraestructura energética.

Аннотация. В статье проводится анализ потенциала развития альтернативной энергетики в Чили. Автор раскрывает основные цели и направления развития альтернативной энергетики в этой стране, рассматривает перспективы дальнейшего применения альтернативных источников энергии в масштабе энергоснабжения страны. Наибольшее внимание уделяется обобщению позитивных и негативных последствий программ по развитию солнечной энергетики: автор выделяет преимущества и недостатки данного решения для развития латиноамериканского региона, анализирует его влияние на экономику страны.

Ключевые слова: энергетика, возобновляемая энергетика, Чили, солнечная энергетика, электричество, Латинская Америка, энергетическая инфраструктура.

Summary. The article analyzes the potential of alternative energy development in Chile. The author reveals the main goals and directions of alternative energy development in this country, considers the prospects for further use of alternative energy sources on the scale of energy supply of the country. The greatest attention is paid to the generalization of positive and negative consequences of programs for the development of solar energy: the author highlights the advantages and disadvantages of this solution for the development of Latin American region, analyzes its impact on the economy of the country.

Key words: energy, renewable energy, Chile, solar energy, electricity, Latin America, energy infrastructure

El sector de la energía es de fundamental importancia para el crecimiento económico y la sostenibilidad ambiental. El acceso a una energía asequible, confiable y sostenible es vital para erradicar la pobreza extrema y promover la prosperidad universal.

Alrededor de 1.1 billones de personas en todo el mundo todavía no tienen acceso a la electricidad, la mayoría en África y Asia, lo que afecta la educación de los niños, la seguridad pública, la provisión de servicios y la creación de nuevos empleos. Otros 2.800 millones utilizan madera u otra biomasa para cocinar y calentarse, lo que conduce a la contaminación del aire interior y exterior, que causa alrededor de 4,3 millones de muertes al año.

Por otro lado, hay países con suficiente energía o incluso un exceso de energía. Una de las tendencias actuales más significativas en el sector energético es el cambio de las fuentes de energías tradicionales, como el petróleo y el gas, a las fuentes renovables, es decir, las energías que se obtienen de fuentes naturales virtualmente inagotables. La República de Chile es el mejor ejemplo de eso, el país lidera la evaluación en Sudamérica según el nuevo informe del Banco Mundial RISE, que evalúa a 111 países, es el primer estudio que realiza una calificación de políticas en tres aspectos como acceso a la energía, eficiencia energética y la procedencia de fuentes renovables.

A principios del auge de la producción en Chile ha llevado a un aumento significativo de las necesidades energéticas del país. El sector privado ha llegado al rescate: 29 parques solares fueron construidos. El boom solar chileno ocurrió sin ningún impuesto explícito sobre el carbono o el subsidio a las energías renovables. En la actualidad, la capacidad total de las plantas de energía solar en

Chile es de 770 megavatios, de las cuales más de la mitad se introdujo en 2015. Para comparar — en Rusia se pusieron en ese mismo periodo 55 megavatios. Para agravar la situación en Chile es que en 2016 el plan de

energía local para construir más capacidad para 1.400 gigavatios, casi triplicando su energía solar durante 12 meses. Una parte significativa de la estación se encuentra en el desierto de Atacama, que está cerca de Ecuador, donde el sol está en el cenit en medio-día.

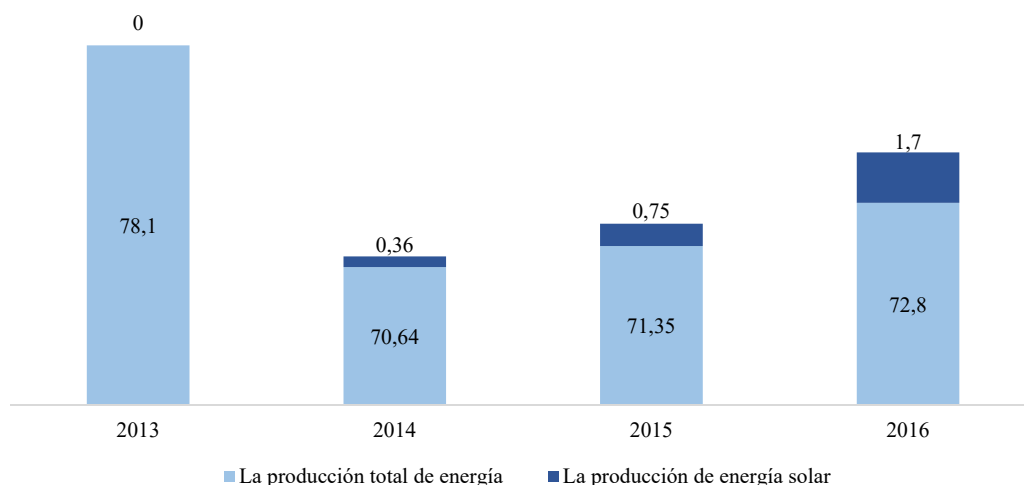
La construcción de plantas de energía se llevó a cabo con la expectativa de un crecimiento económico continuo. Pero ahora la economía mundial se desacelera, y Chile ya no necesita tanta energía. El mercado regional, cerca de las plantas de energía de Atacama, se redujo un poco. La industria del cobre, que domina el consumo de electricidad en el norte del país, carece de demanda en todo el mundo, por lo que la fundición de este metal en Chile disminuyó. Industria del cobre chileno consumió la mayor parte de la energía, y después la demanda del cobre cayó, las instalaciones no son capaces de consumir tanta energía como antes. Pero todavía en Chile hay muchos días soleados, y las estaciones producen una gran cantidad de energía.

Por lo tanto, en el sector energético chileno la oferta excede significativamente la demanda, a pesar de que Chile es ahora el país con el mayor consumo de energía per cápita en América Latina, muy por delante de países más grandes como Argentina, Brasil y Colombia.

Las condiciones favorables en Chile han llevado a precios sorprendentemente bajos para la energía solar. Durante las subastas de agosto de 2016, por ejemplo, la oferta ganadora fue de \$29.10 / MWh, el precio más bajo para la energía solar.

Por lo tanto, el país tiene tanta energía renovable que los consumidores lo obtienen gratis. En año 2016, los precios de la electricidad en Chile durante más de 200 días consecutivos cayeron a cero.

Los problemas mencionados anteriormente se complementan con el hecho de que todo el sistema de energía se divide en dos partes: central y norte. Ambas partes no están conectadas. El ex jefe del sector de energía renovable, Carlos Barria, argumenta que si una parte



Gráfica 1. La producción de energía en Chile (TWh) [1]

del excedente energético y la otra requiere más energía, no se puede hacer nada.

Es claro que esta situación con la energía gratis es favorable para la población local y los propietarios de empresas intensivas en energía.

Pero la energía gratis tiene un lado negativo. El hecho es que las compañías de energía en Chile pertenecen a empresas privadas, que ahora no reciben ningún beneficio o ingreso. Pero mantener la infraestructura energética en orden de funcionamiento requiere dinero.

Las empresas han tenido problemas para financiar proyectos a estos precios bajos. Es un problema muy grave para los inversores que están perdiendo dinero. Por ejemplo, Acciona SA invirtió \$343 millones en la construcción de una estación de 247 megavatios. Según el plan, esta es la estación más grande de toda América Latina. Pero ahora no podemos estar seguros si hay una ganancia (o al menos un reembolso) o no.

Además, otras barreras importantes que enfrentan los proyectos de energía renovable en Chile son el alto costo de la inversión inicial, el acceso limitado al financiamiento, la oposición de las comunidades locales, las dificultades prácticas y regulatorias para conectarse a la red y la falta de interés de los grandes consumidores para firmar contratos a largo plazo con fuentes intermitentes (la energía solar se produce solo durante el día y la energía eólica se produce solo cuando sopla suficiente viento, la solar y la eólica tienen un factor de planta de 30% o 40% como máximo).

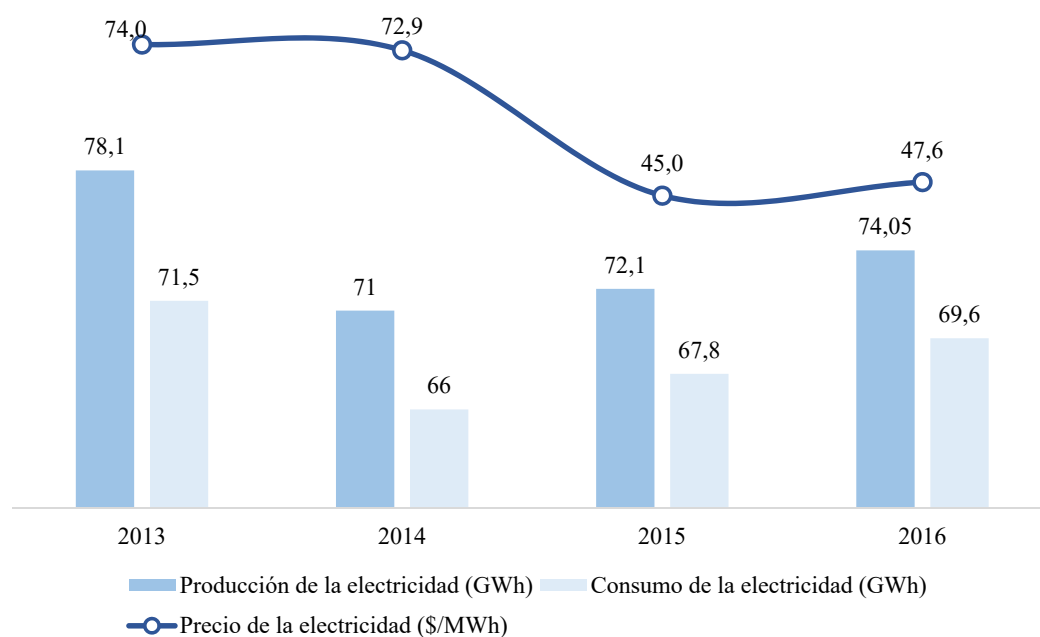
Eliminar o al menos mitigar estas barreras y crear incentivos adicionales sigue siendo un desafío clave para el desarrollo del sector de energía renovable en Chile.

Para atraer la inversión en energía renovable, se han introducido varios nuevos incentivos reglamentarios.

En 2008, el gobierno chileno dio un importante primer paso al exigir a las empresas generadoras de energía que incluyeran al menos el 5% de su electricidad de fuentes de energía renovables no convencionales para 2010, sin incluir grandes hidroeléctricas (solo hasta 20 MW). Esta cuota de energía renovable establece un objetivo del 5% desde 2010 hasta 2014 como el período de transición, con incrementos de 0.5% desde 2015 hasta 2024, cuando se espera que los generadores produzcan el 10% de la energía generada a través de fuentes renovables. Si las empresas no cumplen con la cuota, tienen que pagar una multa, que se duplica si el incumplimiento se produce nuevamente.

Para mejorar la situación actual, el gobierno chileno necesita desarrollar una red de líneas eléctricas tanto dentro del país, como con regiones cercanas. Vale la pena señalar que actualmente una línea de transmisión de potencia con una longitud de 3000 kilómetros ya está en construcción. Además, se construirá otra línea de 753 kilómetros de largo, para mejorar la coherencia del sistema energético del norte.

Quizás apuntar a los países europeos también ayudara a aumentar el atractivo del negocio energético tanto para las empresas como para los inversores chilenos. Primero, en Europa, las empresas energéticas son más fáciles de hacer frente a los bajos precios de las energías renovables, ya que los productores permanecen en territorio positivo incluso a precios negativos debido a subsidios para la producción de energía limpia. En Alemania, a los consumidores de energía en algunos días incluso se les paga por usar electricidad. Por lo tanto, el 8 de mayo de 2016, Alemania estableció un nuevo récord para generar electricidad a partir de fuentes renovables. Gracias al clima solar y ventoso, la generación total de electricidad mediante plantas



Gráfica 2. La producción y el consumo de la electricidad en Chile (GWh) [1]

solares, eólicas, hidroeléctricas y bioeléctricas fue de aproximadamente 55 GW. En total, se consumieron cerca de 63 GW de energía en el país este día. Por lo tanto, la proporción de fuentes renovables fue de alrededor del 87%. Durante varias horas los precios entraron en negativo, lo que significa pagos a los consumidores de electricidad.

Además, los problemas de excedentes energéticos en Europa se resuelven exportando a los países vecinos. Por ejemplo, Alemania en días ventosos y soleados descarga el exceso de energía en Polonia y la República Checa, mientras que en América del Sur la mayoría de

los países ni siquiera tienen un solo sistema de energía interna, por no mencionar suficientes líneas eléctricas para las exportaciones de electricidad. Ahora se planea corregir la situación, pero esto llevará tiempo.

En resumen, debe tenerse en cuenta que el desarrollo de la energía solar es un proyecto importante para la economía chilena. En solo 3 años, esto tuvo un gran impacto en todo el sistema económico de la región, y el potencial para el desarrollo de este tipo de energía es enorme. Hay varios problemas que deben ser resueltos. Chile necesita aprender a lidiar con los problemas emergentes para un crecimiento económico efectivo.

Referencias

1. Banco Mundial. Banco Mundial califica políticas sobre energía sostenible de 111 países. Disponible en: <http://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2017/02/15/world-bank-scores-sustainable-energy-policies-in-111-countries> (consultado el 05.01.2018).
2. International Energy Agency. Renewables 2017. Disponible en: <https://www.iea.org/publications/renewables2017/> (consultado el 05.01.2018).
3. Chile Ministerio de energía. Annual Progress Report 2016. A good year for energy in Chile. Disponible en: http://www.energia.gob.cl/sites/default/files/annual_progress_report_-_eng.pdf (consultado el 05.01.2018).
4. Chile Comisión Nacional de Energía. 2015 Energy Statistical Yearbook Chile. Disponible en: https://www.cne.cl/wp-content/uploads/2016/07/AnuarioCNE2015_vFinal-Ingles.pdf (consultado el 10.01.2018).
5. Norton Rose Fulbright. Renewable energy in Latin America: Chile. Disponible en: <http://www.nortonrosefulbright.com/knowledge/publications/134773/renewable-energy-in-latin-america-chile> (consultado el 15.01.2018).
6. World Energy Council. World Energy Resources 2016. Disponible en: <https://www.worldenergy.org/wp-content/uploads/2016/10/World-Energy-Resources-Full-report-2016.10.03.pdf> (consultado el 15.01.2018).

УДК 519.86:336.717

Бень Владислав Петрович
провідний спеціаліст
Акціонерне товариство «МОТОР СІЧ»
Бень Владислав Петрович
ведущий специалист
Акционерное общество «МОТОР СИЧ»
Ben' Vladyslav
Leading Specialist
The Company «MOTOR SICH»

ЗАСТОСУВАННЯ АЛГОРИТМУ БУСТІНГА ПРИ СТВОРЕННІ АНСАМБЛЮ МОДЕЛЕЙ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ СКОРИНГОВОЇ ОЦІНКИ ПОЗИЧАЛЬНИКІВ-ФІЗИЧНИХ ОСІБ

ПРИМЕНЕНИЕ АЛГОРИТМА БУСТИНГА ПРИ СОЗДАНИИ АНСАМБЛЯ МОДЕЛЕЙ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СКОРИНГОВОЙ ОЦЕНКИ ЗАЕМЩИКОВ-ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

APPLICATION OF BOOSTING ALGORITHM IN CREATING ANSEMBLE MODELS FOR MEASURE SCORING OF BORROWERS-INDIVIDUALS

Анотація. Стаття присвячена застосуванню алгоритму бустінгу на основі використання нейромереж для розв'язання задачі скорингової оцінки позичальників банку.

Ключові слова: скоринг, бустінг, нейромережі.

Аннотация. Статья посвящена применению алгоритма бустинга на основе использования нейросетей при решении задачи скоринговой оценки заемщиков банка.

Ключевые слова: скоринг, бустинг, нейросети.

Summary. The article is devoted to the application of the bootstrap algorithm based on the use of neural networks in solving the problem of scoring the borrowers of the bank.

Key words: scoring, boosting, neural networks.

Постановка проблеми. Оцінка надійності позичальника банку є однією з важливих задач банківських установ. Недосконалі механізми оцінки кредитоспроможності здатні призвести до суттєво негативних наслідків. В найгіршому випадку — до банкрутства банківської установи. В інших, менш катастрофічних випадках, наслідком може бути таке негативне явище, як порушення ліквідності банку.

Найчастіше, для оцінки кредитоспроможності позичальників, банки застосовують скорингові моделі. Скоринговою моделлю називають математичну або статистичну модель, яка, на основі наявної інформації про попередній кредитний досвід позичальни-

ків банку, дає змогу оцінити кредитоспроможність потенційного клієнта [1]. При розробці скорингової оцінки застосовується широкий клас математичних моделей. Одним з видів моделей, що дають високу якість результатів є нейромережі. Однак, при розрахунках скорингової оцінки, в якості вхідних даних доцільно використовувати інформацію, що може бути представлена як кількісними, так і якісними показниками. До останніх відносяться анкетні дані позичальника, інформація від операторів мобільного зв'язку, відомості про активність потенційного клієнта у соціальних мережах тощо. Обробка такої специфічної інформації є складною проблемою. Тому не завжди вдається на її основі отримати достатній

рівень точності класифікації позичальників. Саме з метою пошуку шляхів підвищення ефективності моделей пов'язана ідея створення ансамблів (комітетів) моделей.

Створення ансамблю покликано за допомогою кількох моделей, кожна з яких окремо має досить низьку точність оцінювання, утворити таку процедуру проведення класифікації, що дасть можливість отримати більш високий рівень загальної точності класифікації ансамблем моделей [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічна база для аналізу та дослідження загальних питань кредитного ризику та зокрема розробки скорингових моделей розвинута вітчизняними вченими Вітлінським В. В., Камінським А. Б., Кишакевичем Б. Ю., Пернарівським О. В., Писанцем К. К. Сучасний математичний інструментарій — методи нечіткої логіки та нейронних мереж в управлінні діяльності комерційного банку застосовано та розвинуто в роботі Великоіваненко Г. І., Трокоз Л. О. [3]. Однак потреби врахування специфіки інформаційного забезпечення процесу оцінювання кредитоспроможності клієнтів банку вимагають подальших досліджень. Одним з підходів в даному напрямку є використання ансамблів моделей.

Підходи до створення та застосування ансамблевих структур почали розвиватись у кінці минулого століття з роботи Р. Шепайре [4] де було вперше запропоновано ідею бустінгу. Успішність подальших модифікацій початкової ідеї бустінгу та створення нових алгоритмів роботи комітетів моделей дали поштовх до використання ансамблів у різних сферах досліджень. Однак, лише останнім часом комітети моделей почали використовувати також і для розв'язання задачі кредитного скорингу. Тому кількість публікацій за даною темою досить обмежена. В роботі [5] розглянуто застосування алгоритму бустінгу для проведення кредитного скорингу на основі дерев рішень. Використання дерев рішень є одним з найбільш простих методів при розробці скорингових моделей, тому недоцільно обмежуватись лише результатами таких досліджень. Цікавою є робота [6], в якій описано процедуру розробки ансамбля для розв'язання задачі проведення поведінкового скорингу. В роботі наведено основні аспекти, що впливають на підвищення точності роботи ансамблевих структур та розглянуто реалізацію одного з таких аспектів, а саме — метод узагальнення результатів окремих моделей ансамблю. Отже залишаються відкритими для дослідження інші питання. Наприклад, проблеми вибору окремих моделей, які складатимуть комітет.

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження процесу застосування базового варіанту алгоритму бустінгу на основі використання нейромереж в якості окремих моделей ансамблю при розв'язанні задачі скорингової оцінки позичальників-фізичних осіб.

Виклад основного матеріалу. На сьогодні розроблено та описано значну кількість різноманітних

видів ансамблів, які різняться за алгоритмами побудови. В процесі удосконалення таких алгоритмів деякі з них, наприклад бустінг, мають кілька модифікацій та вже перетворились у окремі сімейства алгоритмів.

За алгоритмом бустінгу (підсилення) моделі ансамблю будуються послідовно таким чином, щоб кожна наступна модель проводила класифікацію тих прикладів, які не змогли класифікувати моделі на попередніх кроках. Для цього спеціальною процедурою проводиться формування навчальних вибірок. Експерти комітету навчаються послідовно на різних масивах початкових даних. Однаковим для всіх експертів є лише обсяг навчальної вибірки. Таким чином, кожен з експертів не може повторити помилки попереднього, що забезпечує незалежність похибок окремих моделей комітету. А це, в свою чергу, є однією з умов підвищення ефективності роботи комітету [2].

Статистичною базою дослідження є дані з кредитних заявок позичальників-фізичних осіб комерційного банку та відомостей щодо виконання ними зобов'язань за отриманими кредитами. Представлена інформація містить дані за 6 чинниками та нараховує 2175 спостережень.

Досліджувався базовий варіант алгоритму бустінгу [2]. Всі наявні дані було розділено на дві частини — навчальну та тестову вибірки. Навчальна вибірка складається з 600 значень, решта 1575 використовуються як тестова вибірка. Незначний розмір навчальної вибірки обумовлений недостатньо великим обсягом наявного масиву даних, щоб забезпечити паритет надійних та дефолтних позичальників. Зауважимо, що у літературі [2, 7] вказується на необхідність значного обсягу даних для застосування даного алгоритму. Деталізовану схему алгоритму бустінгу для досліджуваних даних проілюстровано на рис. 1.

На першому кроці навчається перший експерт комітету, для якого обсяг навчальної вибірки сформований із 600 спостережень. За результатами класифікації першим експертом формується навчальна вибірка для другого експерта. Вона повинна мати той самий обсяг, що і початкова вибірка, та містити рівно половину її прикладів, всі з яких були точно класифіковані першим експертом. Тобто, в даному випадку слід обрати по 150 надійних (0) та дефолтних (1) позичальників. Інші 300 прикладів для навчальної вибірки другого експерта випадковим чином обираються з тестового масиву. Залишок елементів з тестового масиву першого експерта стає тестовим масивом для другого експерта (в нашому дослідженні тестова вибірка для другого експерта складатиметься з 1275 значень).

За результатами обчислень, проведених першим та другим експертами, формується навчальна вибірка для третього експерта. Вона має містити також 600 прикладів, до яких із застосованих раніше мають

увійти лише ті, за якими результати класифікації першим та другим експертами відрізняються. В початковій вибірці таких розбіжностей серед надійних позичальників виявлено 75, а з-поміж дефолтних — 115. Отже, для забезпечення потрібного обсягу навчальної вибірки для третього експерта необхідно взяти із тестової вибірки другого експерта ще 225 прикладів надійних позичальників (які характеризуються нульовими значеннями) та 185 — дефолтних (що представлені одиницями). Залишок тестової вибірки другого експерта, який склав 865 елементів, стає тестовою вибіркою для третього експерта.

Першим експертом перш за все було взято нейромережу радіально-базисної архітектури з 124 нейронами проміжного шару. Така мережа в проведеному раніше дослідженні [8] демонструвала найкращий результат для незначних обсягів навчальної вибірки. З метою обґрунтованого вибору першого експерта разом з цією моделлю було розглянуто ще дві нейромережі з високою точністю класифікації (див. табл. 1).

На основі даних табл. 1 можна зробити висновок, що обраний обсяг навчальної вибірки не надає можливості якісного навчання моделі. Про це свідчить значна розбіжність між показниками точності класифікації для навчальної (близько 80%) та тестової (не перевищує 53%) вибірок. Тобто модель, налаштована на невеликій навчальній вибірці, не буде достатньо гнучкою для ефективного моделювання усього різноманіття варіантів із тестової вибірки. Для підвищення точності класифікації можна збільшити обсяг навчальної вибірки, однак в даному дослідженні такої можливості не було через незначний обсяг наявних даних.

Відповідно до табл. 1, найефективнішою моделлю можна вважати нейромережу з радіально-базисною архітектурою та 124 нейронами проміжного шару як за показниками класифікації окремо для навчальної та тестової вибірок, так і за узагальненими даними по всьому масиву значень.

При виборі другого та третього експертів проводились аналогічні попередньому випадку експериментальні розрахунки.

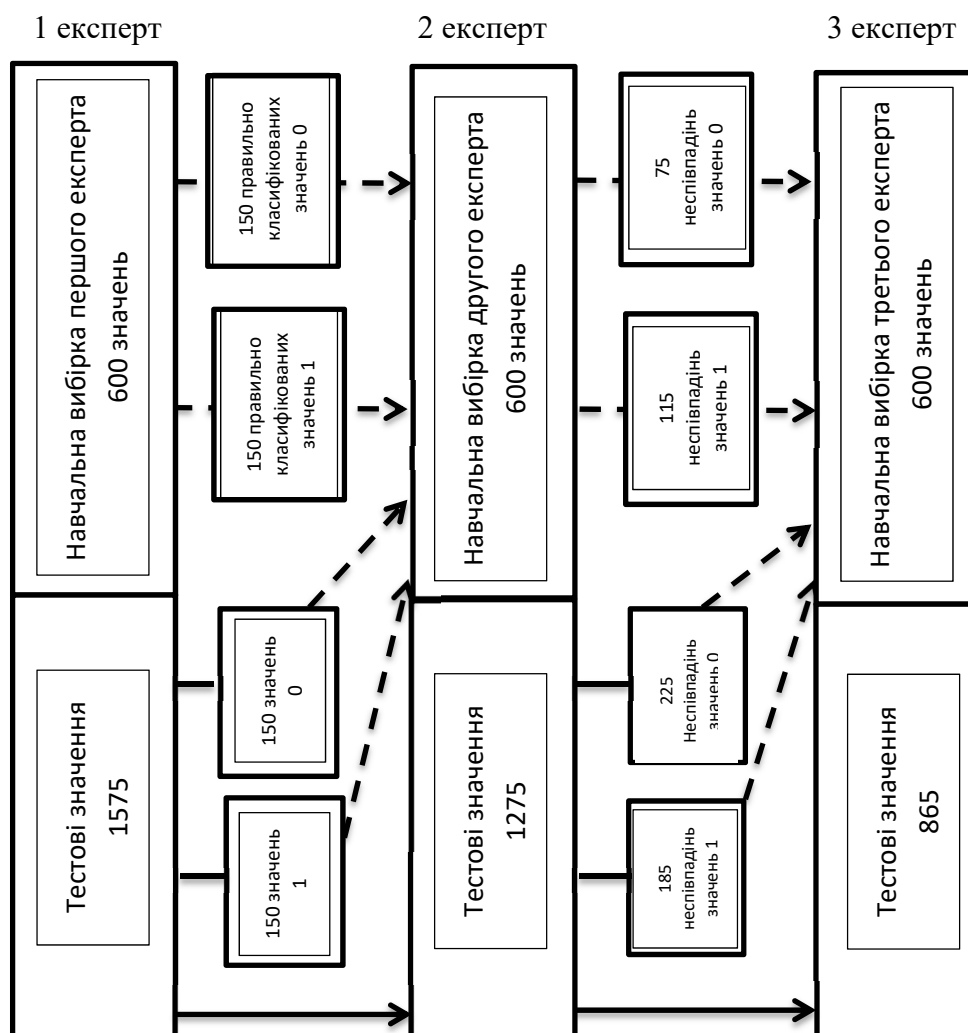


Рис. 1. Схема алгоритму бустінгу для навчальної вибірки з 600 значень
Джерело: розробка автора

Таблиця 1

Розрахунки ефективності нейромереж для вибору параметрів моделі-першого експерта за алгоритмом бустінгу

Архітектура мережі, кількість входів, кількість нейронів проміжного шару	Відсоток правильно класифікованих спостережень у навчальній вибірці, %	Відсоток правильно класифікованих спостережень у тестовій вибірці, %	Узагальнені дані по всьому масиву (без поділу на навчальну та тестову вибірки)		Правильно класифікованих, %
			Клас	Всього	
Тришаровий персептрон, 6, 6	75,5	52,5	0	1131	56,5
			1	1044	61,3
Радіально-базисна, 6, 124	81,7	53	0	1131	58,4
			1	1044	63,3
Радіально-базисна, 6, 187	84,3	50	0	1131	57,7
			1	1044	62,5

Джерело: розробка автора

У якості другої моделі-експерта було обрано нейромережу з радіально-базисною архітектурою та 13 нейронами проміжного шару. Вона має вищі показники точності класифікації порівняно з іншими моделями як у розрізі навчальної та тестової вибірок, так і за узагальненими даними. В якості третього експерта було обрано нейромережу з радіально-базисною архітектурою та 28 нейронами проміжного шару.

Загальний результат роботи комітету моделей визначається простим голосуванням: приклад відноситься до того класу, до якого його віднесено трьома чи двома експертами. На всьому масиві даних (з 1465 значень) правильно класифікованих комітетом надійних позичальників, що представлені нулями, виявилось 58,68%, дефолтних (одиниць) — 56%.

Для можливості співставлення ефективності роботи комітету з окремими його моделями в табл. 2 наведено показники точності класифікації першого,

другого та третього експертів окремо та спільно для масиву даних із 1465 значень.

Дані табл. 2 підтверджують, що точність класифікації комітетом є вищою за окремі його моделі. Однак, все одно відсоток правильно класифікованих комітетом прикладів є досить невисоким.

На нашу думку, головною проблемою в даному випадку є неефективність використання комітетів моделей для вибірок малого обсягу. Як зазначається в [2, 7], призначення комітетів моделей — обробка даних, що нараховують 100 тисяч і більше записів. У даному випадку малий обсяг навчальної вибірки не дає достатніх можливостей для ефективного навчання навіть першого експерта. А при подальшій послідовній зміні навчальної вибірки з неї взагалі вилучаються певні її значущі частини, що призводить до її виродження. Це є відомим недоліком даного методу [7]. Крім того, в дослідженні було реалізовано найпростіший варіант з усіх модифікацій сімейства алгоритмів бустінгу.

Таблиця 2

Показники ефективності класифікації окремими експертами та комітетом, сформованим за алгоритмом бустінгу

Архітектура мережі, кількість входів, кількість нейронів проміжного шару	Узагальнені дані по всьому масиву (без поділу на навчальну та тестову вибірки)		Правильно класифікованих, %
	Клас	Всього	
Радіально-базисна, 6, 124	0	756	49
	1	709	61,6
Радіально-базисна, 6, 13	0	756	53,6
	1	709	52,8
Радіально-базисна, 6, 28	0	756	55
	1	709	55
Комітет моделей	0	756	58,6
	1	709	56

Джерело: розробка автора

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. На сьогоднішній день, для проведення скорингової оцінки позичальників банку, слід враховувати великі обсяги різномірної інформації. Таке завдання вимагає пошуку нових методів та підходів щодо обробки масивів даних з особливою специфікою. Одним з напрямків розв'язання цієї проблеми є застосування ансамблевих структур. В якості окремих моделей ансамблю можна використовувати різні види математичних моделей. Процес відбору окремих моделей до комітету вимагає проведення ряду експериментальних

розрахунків, оскільки вибір окремих експертів значною мірою впливатиме на ефективність його роботи. Результати розрахунків підтверджують, що реалізація алгоритму бустінгу дозволяє підвищити точність класифікації позичальників банку. Однак для коректного застосування алгоритму бустінгу слід використовувати початкові данні більшої розмірності.

Отримані результати досліджень можуть бути основою для реалізації інших модифікацій алгоритму бустінгу або інших алгоритмів при створенні анасамблів моделей.

Література

1. Сорокин А. С. Построение скоринговых карт с использованием модели логистической регрессии. [Электронный ресурс] / А. С. Сорокин / Интернет-журнал «Науковедение». — 2014. — Вып. 2. — С. 1–29. — Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/180EVN214.pdf>.
2. Научная сессия МИФИ-2007. IX Всероссийская научно-техническая конференция «Нейроинформатика-2007»: Лекции по нейроинформатике / [авт.тексту С. А. Терехов]. — Часть 2. — М.: МИФИ, 2007. — 148 с.
3. Великоиваненко Г. І. Нейро-нечітка модель оцінювання прострочених позик комерційного банку / Г. І. Великоиваненко, Л. О. Трокоз // Нейро-нечіткі технології моделювання в економіці. — 2014. — № 3. — С. 23–66.
4. Robert E. Schapire. Theoretical views of boosting and applications / Algorithmic Learning Theory, 10th International Conference, ALT '99, Tokyo, Japan, December 1999, Proceedings [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www-ai.cs.uni-dortmund.de/LEHRE/PG/PG445/literatur/schapire_99a.pdf.
5. Bastoi J. Credit scoring with boosted decision trees / MPRA Paper No. 8156, posted 8. April 2008. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/8156/1/paper.pdf>
6. Кузнецов И. А. Разработка ансамбля алгоритмов классификации с использованием энтропийного показателя качества для решения задачи поведенческого скоринга / И. А. Кузнецов, В. С. Киреев // Труды XVIII Международной конференции DAMDID/RCDL'2016 «Аналитика и управление данными в областях с интенсивным использованием данных», Ершово, 11–14 октября 2016. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ceur-ws.org/Vol-1752/paper07.pdf>
7. Паклин Н. Б. Бизнес-аналитика: от данных к знаниям: Учебное пособие. 2-е изд. испр. / Н. Б. Паклин, В. П. Орешков. — СПб: Питер. 2013. — 704 с.
8. Савина С. С. Вибір архітектури нейромережі для розв'язання задачі класифікації надійності позичальників-фізичних осіб / С. С. Савина, В. П. Бені // Нейро-нечіткі технології моделювання в економіці. — 2015. — № 5. — С. 123–151.

References

1. Sorokin, A. S. (2014). Postroenie skorinhovih kart s ispol'zovaniem modeli logisticheskoy regressii. Internet-zhurnal «Naukovedenie», 2. Retrieved from <http://naukovedenie.ru/PDF/180EVN214.pdf>.
2. Nauchnaya sessiya MIFI-2007. IX Vserossiyskaya nauchno-tekhnicheskaya konferentsiya «Neyroinformatika-2007»: Lektsii po neyroinformatike. / [avt.tekstu S. A. Terekhov]. — Chast 2. — M.: MIFI, 2007. — 148 S.
3. Velykoivanenko, H. I., & Trokoz, L. O. (2014). Nejro-nechitka model' otsiniuvannia prostrochenykh pozyk komertsijnogo banku. Nejro-nechitki tekhnologhii modeliuvannia v ekonomitsi (Neuro-Fuzzy Modeling Technigues in Economics), 3, 23–66.
4. Robert E. Schapire. Theoretical views of boosting and applications // Algorithmic Learning Theory, 10th International Conference, ALT '99, Tokyo, Japan, December 1999, Proceedings [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: http://www-ai.cs.uni-dortmund.de/LEHRE/PG/PG445/literatur/schapire_99a.pdf.
5. Bastoi J. Credit scoring with boosted decision trees // MPRA Paper No. 8156, posted 8. April 2008. [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/8156/1/paper.pdf>.
6. Kuznetsov I. A. Razrabotka ansamblya algoritmov klassifikatsii s ispolzovaniem entropiynogo pokazatelya kachestva dlya resheniya zadachi povedencheskogo skoringa / I. A. Kuznetsov, V. S. Kireev // Trudy XVIII Mezhdunarodnoy konferentsii DAMDID/RCDL'2016 «Analitika i upravlenie dannymi v oblastyakh s intensivnym ispolzovaniem dannyykh», Yershovo, 11–14 oktyabrya 2016. [Yelektronnyy resurs]. — Rezhim dostupu: <http://ceur-ws.org/Vol-1752/paper07.pdf>.
7. Paklin N. B. Biznes-analitika: ot dannyykh k znaniyam: Uchebnoe posobie. 2-e izd. ispr. / N. B. Paklin, V. P. Oreshkov — SPb: Piter. 2013. — 704 s.
8. Savina S. S. Vybir arkhitektury nejromerezhi dlja rozv'jazannja zadachi klasyfikacii nadijnosti pozychalnykiv-fizychnykh osib / S. S. Savina, V. P. Benj // Nejro-nechitki tekhnologhiji modeljuvannja v ekonomici. — 2015. — # 5. — S. 123–151.

УДК 330.658

Бут Олена Анатоліївна

*студентка магістратури факультету обліку і фінансів
Дніпровського державного аграрно-економічного університету*

Бут Елена Анатольевна

*студентка магистратуры факультета учета и финансов
Днепропетровского государственного аграрно-экономического университета*

But Olena

*Masters of the Faculty of Accounting and Finance
Dnipro State Agrarian and Economic University*

МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНКИ ЛІКВІДНОСТІ ТА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

METHODOLOGY OF ASSESSMENT OF LIQUIDITY AND PLANNED CAPACITY OF THE ENTERPRISE

Анотація. Досліджено теоретичні питання методології оцінки ліквідності та платоспроможності підприємства

Ключові слова: платоспроможність, ліквідність, методи оцінки, показники ліквідності, коефіцієнт ліквідності, показники платоспроможності.

Аннотация. Исследованы теоретические вопросы методологии оценки ликвидности и платежеспособности предприятия.

Ключевые слова: платежеспособность, ликвидность, методы оценки, показатели ликвидности, коэффициент ликвидности, показатели платежеспособности.

Summary. Theoretical questions of the methodology of estimation of liquidity and solvency of the enterprise are investigated.

Key words: solvency, liquidity, estimation methods, liquidity indicators, liquidity ratio, solvency indices.

Постановка проблеми. За останні роки економічної кризи фінансовий стан і діяльність підприємств значно погіршилась, а деякі знаходяться на межі банкрутства. Ліквідність і платоспроможність — умови стабільності і фінансової стійкості підприємств. З цих позицій об'єктивно зростає актуальність ефективного антикризового управління як системи своєчасних методів та прийомів, здатних запобігти фінансовій кризі і уникнути банкрутства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням управління ліквідністю підприємства займався цілий ряд вчених, серед яких: А. В. Ружицький, А. Г. Гончарук, А. І. Ковальов, В. М. Суторміна, В. Ю. Бабаєв, Г. В. Блакита, Г. О. Крамаренко, І. О. Гальченко, Л. М. Блащак, О. Л. Польова, та інші. Високий науковий внесок зазначених вчених створив вагоме підґрунтя для подальших досліджень

у напрямку забезпечення ліквідності і платоспроможності підприємств.

Виклад основного матеріалу. В умовах ринкових відносин платоспроможності суб'єктів господарської діяльності приділяється особлива увага. Аналіз платоспроможності необхідний і для самого підприємства, з метою оцінки фінансової діяльності, і для зовнішніх інвесторів(банків). Показником платоспроможності підприємства є відсутність прострочених боргів банку, бюджету, постачальникам, робітникам та службовцям. Оцінка платоспроможності здійснюється на основі характеристики ліквідності поточних активів.

Ліквідність — термін, який характеризує здатність окремих видів майнових цінностей швидко і без значних втрат своєї вартості перетворюватися на кошти. Ліквідність підприємства — це його спроможність швидко реалізувати активи й одержати

гроші для оплати своїх зобов'язань [3], тобто співвідношення величини високоліквідних активів підприємства (ринкові цінні папери, кошти, дебіторська заборгованість) та короткострокової заборгованості.

Ліквідність балансу — це ступінь покриття зобов'язань підприємства його активами, строк перетворення яких на грошові кошти відповідає строкам погашення зобов'язань. Ліквідність підприємства оцінюється відношенням величини його високоліквідних активів (чистої реалізованої вартості коштів, їх поточних фінансових інвестицій; дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги, дебіторської заборгованості за рахунками та іншої поточної дебіторської заборгованості) до короткострокової заборгованості.

У процесі розрахунку показників ліквідності застосовується коефіцієнтний аналіз: коефіцієнт абсолютної, швидкої, поточної та загальної ліквідності.

Платоспроможність підприємства полягає у його готовності негайно погасити короткотермінову заборгованість власними коштами. Основними ознаками платоспроможності є: наявність у достатньому обсязі коштів на поточних рахунках; відсутність простроченої кредиторської заборгованості [4]. Регулювання платоспроможністю складається з аналізу та управління руху грошових потоків, тобто передбачає цілеспрямований вплив на процеси обертання грошових коштів, а отже, і їх витрачання та перерозподіл [1].

Важливою функцією управління платоспроможністю є оцінювання, методи проведення якого залежать від цілей застосування його результатів. Аналіз платоспроможності ґрунтується на використанні системи показників.

Вирізняються два загальні підходи стосовно визначення платоспроможності підприємства: статистичний та динамічний. Для діагностики платоспроможності підприємства, за статистичним підходом, використовується і кількісна, і якісна оцінка.

Кількісна оцінка передбачає використання системи фінансових коефіцієнтів, що дозволяють зіставити вартість поточних активів, які мають різний ступінь ліквідності із сумою поточних зобов'язань. У кількісній оцінці платоспроможності підприємства крім відносних показників використовують і абсолютні показники.

Одним із основних абсолютних показників є власні оборотні кошти, який характеризує ту частину власного капіталу, що є джерелом покриття його поточних активів. Даний показник залежить від структури активів та пасивів, і розраховується як різниця між власним капіталом, необоротними активами та поточними зобов'язаннями підприємства.

Проводячи якісну оцінку платоспроможності підприємства — використовують метод групування балансових даних, який передбачає проведення оцінки стану платоспроможності на основі розробки «балансу ліквідності». Аналіз ліквідності балансу здійснюється шляхом порівняння активів, розташованих у порядку зниження їх ліквідності, із зобов'язаннями по пасиву, по зростанню термінів їх погашення.

Серед показників, які характеризують платоспроможність підприємства в динаміці можна виокремити синхронність надходження та витрат грошових потоків і обсяг сальдового грошового потоку характеризує надходження та витрачання грошових потоків на підприємстві у часі.

Для нормального розподілу у часі та узгодженості грошових потоків, що значним чином визначає стан фінансової рівноваги підприємства, даний показник має наближатися до нуля. Складання матричного балансу, вважається простим і надійним інструментом, що дозволяє управляти платоспроможністю. Від традиційного бухгалтерського балансу матричний відрізняється формою подання. Для складання матричного балансу потрібно зіставити статті активу і пасиву.

Основними показниками, на основі яких можна визначити платоспроможність підприємства, є: коефіцієнт автономії (фінансової незалежності), коефіцієнт фінансової стабільності, коефіцієнт забезпеченості власними коштами, коефіцієнт фінансового левериджу. Коефіцієнт автономії (K_a) — показник, який характеризує частку власних активів у загальній сумі всіх активів підприємства, розраховується діленням суми власного капіталу на вартість майна підприємства. Мінімальне (нормативне) значення коефіцієнта автономії $K_a > 0,5$. Таке значення цього показника дає змогу припустити, що всі зобов'язання підприємства можуть бути покриті власними активами. Чим більший коефіцієнт автономії, то кращий фінансовий стан підприємства.

Коефіцієнт фінансової стабільності ($K_{ф.с.}$) — показник, який характеризується відношенням власних і позикових коштів підприємства, тобто він показує, скільки позикових коштів залучило підприємство в розрахунку на 1 грн, вкладених в активи власних коштів [2].

Значення показника $K_{ф.с.} > 1$ є нормативним. Перевищення власних коштів над позиковими свідчить про те, що підприємство має стійкий фінансовий стан і відносно незалежне від зовнішніх фінансових джерел.

Коефіцієнт забезпеченості власними коштами ($K_{вл.к.}$) — показник, який характеризує рівень забезпеченості підприємства власними джерелами формування оборотних активів, тобто показує, скільки власних джерел формування оборотних активів підприємства припадає на одиницю цих активів.

Розраховується цей коефіцієнт за даними балансу підприємства за відповідний період у такому порядку: від підсумку за першим розділом пасиву балансу віднімається підсумок за першим розділом активу й отримана різниця ділиться на суму підсумку другого розділу активу балансу, тобто розрахована фактична наявність власних джерел формування обігових коштів ділиться на фактичну вартість наявних обігових коштів.

Коефіцієнт фінансового левериджу (Кф.л.) характеризується відношенням довгострокових зобов'язань і джерел власних коштів підприємства (скільки довгострокових зобов'язань припадає на одиницю джерел власних коштів) [5].

Підвищення рівня платоспроможності підприємства залежить від поліпшення результату його виробничої та комерційної діяльності. Разом із цим надійний фінансовий стан, його ліквідність та платоспроможність теж залежать від раціональної організації використання фінансових ресурсів.

Висновки. Отже, в умовах ринкової економіки необхідно здійснювати не тільки оцінку активів і пасивів балансу, а й поглиблений щоденний аналіз стану та використання господарських засобів. Тому кожне підприємство повинно мати в своєму розпорядженні достатньо ліквідні кошти, що є запорукою їх процвітання та подальшого розвитку. Підприємствам потрібно формувати ефективну систему управління грошовими коштами, що забезпечують поточну і перспективну платоспроможність і ліквідність.

Література

1. Кривдюк А.В. Дослідження економічної категорії платоспроможності підприємства / А.В. Кривдюк, С.Є. Яцишина // Економічний простір. — 2008. — № 15. — С. 185–190.
2. Горячева К.С. Фінансова безпека підприємства. Сутність та місце в системі економічної безпеки / К.С. Горячева // Економіст. — 2003. — № 8. — С. 65–67.
3. Ярошевська О.В. Методи оцінки ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємств. [Електронний ресурс] / О.В. Ярошевська // Стратегія и механізм регулювання промислового розвитку. — 2013. — С. 175–193.
4. Горбатенко А.А. Оцінка платоспроможності підприємства в кризових умовах / А.А. Горбатенко // Вісник Української академії Банківської Справи. — 2009. — № 1. — С. 31–40.
5. Болюк М.А. Економічний аналіз / М.А. Болюк, В.З. Бурчевський, М.І. Горбатов. — К.: КНЕУ, — 2003. — С. 540.

УДК 336.5.02

Газуда Леся Михайлівна

*доктор економічних наук, професор
Ужгородський національний університет*

Газуда Леся Михайловна

*доктор экономических наук, профессор
Ужгородский национальный университет*

Gazuda Lesya

*Doctor of Economics, Professor
Uzhgorod National University*

Сідун Христина Іванівна

*магістр
Ужгородського національного університету*

Сидун Кристина Ивановна

*магистр
Ужгородского национального университета*

Sidun Hrystuna

*Master's Degree of the
Uzhgorod National University*

Шеверя Катерина Іванівна

*магістр
Ужгородського національного університету*

Шеверя Екатерина Ивановна

*магистр
Ужгородского национального университета*

Shevera Kateryna

*Master's Degree of the
Uzhgorod National University*

ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ СЕЛА

ФИНАНСИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ СЕЛА

FINANCING OF THE DEVELOPMENT OF SECTORS OF SOCIAL RURAL INFRASTRUCTURE

Анотація. У межах статті проаналізовано основні джерела фінансування галузей соціальної інфраструктури, що на сьогодні можна виділити, аналізуючи особливості функціонування та розвитку економіки. Джерелами фінансування соціальної розбудови села є асигнування державного і місцевих бюджетів, позабюджетних та спеціальних фондів, власні нагромадження підприємств, організацій і громадян, кредитні ресурси, кошти від приватизації майна, благодійних фондів тощо. Важливим важелем економічного впливу суб'єктів господарювання і держави на розвиток соціально-економічних процесів в аграрному секторі є інвестиційна діяльність. Головною метою реформування соціальної інфраструктури на місцевому рівні є збереження й забезпечення ефективного функціонування і подальшого розвитку сфери послуг для задоволення соціально-культурних, житлово-комунальних та побутових потреб населення.

Ключові слова: фінансування, соціальна інфраструктура, державний бюджет.

Аннотация. В рамках статьи проанализированы основные источники финансирования отраслей социальной инфраструктуры, на сегодняшний день можно выделить, анализируя особенности функционирования и развития экономики. Источниками финансирования социальной развития села являются ассигнования государственного и местных бюджетов, внебюджетных и специальных фондов, собственные накопления предприятий, организаций и граждан, кредитные ресурсы, средства от приватизации имущества, благотворительных фондов и тому подобное. Важным рычагом экономического воздействия субъектов хозяйствования и государства на развитие социально-экономических процессов в аграрном секторе является инвестиционная деятельность. Главной целью реформирования социальной инфраструктуры на местном уровне является сохранение и обеспечение эффективного функционирования и дальнейшего развития сферы услуг для удовлетворения социально-культурных, жилищно-коммунальных и бытовых нужд населения.

Ключевые слова: финансирование, социальная инфраструктура, государственный бюджет.

Summary. The article analyzes the main sources of funding for the social infrastructure sectors that can be distinguished today by analyzing the peculiarities of the functioning and development of the economy. Sources of financing social development of the village are allocating state and local budgets, extra budgetary and special funds, own accumulation of enterprises, organizations and citizens, credit resources, funds from privatization of property, charitable foundations, etc. An important lever of economic influence of economic entities and the state on the development of socio-economic processes in the agricultural sector is investment activity. The main objective of the social infrastructure reform at the local level is to maintain and ensure the effective functioning and further development of the service sector in order to meet the socio-cultural, housing and communal needs of the population.

Key words: financing, social infrastructure, state budget.

Постановка проблеми. Кризові явища, що спостерігалися в економіці України, проникли і в сільську місцевість. Низький платоспроможний попит сільських жителів не відповідає високоякісним послугам, які пропонують приватні підприємства соціальної інфраструктури. Як результат — село знову опинилось у колі невирішених завдань. З одного боку, підприємства соціальної інфраструктури з державною формою власності перестають функціонувати внаслідок відсутності бюджетного фінансування, а з другого боку, підприємства з приватною та колективною формами власності також згортають свою діяльність внаслідок низького рівня платоспроможності населення. Вихід із такого становища необхідно шукати для підприємств державної форми власності в удосконаленні механізму фінансування розвитку соціальної інфраструктури села, а для підприємств з приватною та колективною формами власності — в удосконаленні фінансово-кредитної та податкової систем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку та фінансування сфери соціальної інфраструктури присвячено чимало наукових робіт вчених-економістів. Функціональне призначення соціальної інфраструктури вивчає Пігуль Н. Г. [1], соціальну інфраструктуру як чинник відтворення людського капіталу висвітлює Осипенко М. В. [2], основні аспекти розвитку соціальної інфраструктури в контексті транскордонного співробітництва досліджує О. В. Перепелюкова [3].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Питання фінансування галузей соціальної інфраструктури є одними із основних проблемних аспектів розвитку соціальної інфраструктури та соціальної сфери в цілому. В основі вищезгаданих економічних процесів лежить проблема фінансу-

вання соціальної сфери за «залишковим» методом успадкована Україною від колишнього Радянського Союзу.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є систематизація та виділення джерел альтернативного фінансування галузей соціальної інфраструктури. Соціальна сфера розвивається згідно з соціальною політикою, яку формує держава відповідно до умов національного, культурного і духовного життя.

Виклад основного матеріалу. Серед економічних важелів, що забезпечують функціонування галузей соціальної інфраструктури села, потрібно звернути увагу на ті, від яких безпосередньо залежить розвиток соціальної сфери у сільській місцевості, а саме: 1) бюджетне фінансування галузей соціальної інфраструктури села; 2) механізм оподаткування підприємств, які функціонують у сільській місцевості; 3) державні та недержавні інвестиції; 4) банківські кредити. В умовах формування ринкових відносин на селі держава відіграє головну роль у стабілізації соціально-економічного розвитку. Головним економічним важелем регулювання соціального розвитку села законодавство визначило бюджетне фінансування за рахунок Державного і місцевих бюджетів. Основними джерелами фінансування розвитку соціальної інфраструктури повинні бути:

- 1) кошти Державного бюджету (місцевого, районного, обласного, Державного);
- 2) відрахування підприємств та організацій у фонд розвитку села;
- 3) частка плати за земельні ресурси, що входить до фіксованого сільськогосподарського податку; благодійні кошти громадян і організацій;
- 4) кредити банку;
- 5) інвестиції (зовнішні та внутрішні);

6) збори з населення на будівництво нових, реконструкцію діючих об'єктів соціальної інфраструктури.

Оскільки серед бюджетних асигнувань на підтримку розвитку сільської соціальної інфраструктури переважають відшкодування витрат господарств на будівництво відповідних закладів, органи державного управління практично не мають можливості управляти цим процесом. Тому найбільше коштів витрачено на створення інженерних комунікацій (насамперед, будівництво газопроводів) та зовсім недостатньо — на зміцнення матеріальної бази освіти, охорони здоров'я, соціального забезпечення. Кошти Державного бюджету повинні виділятися на цільове будівництво необхідних об'єктів соціальної інфраструктури чи під конкретні соціальні програми, що стосуються питань охорони здоров'я, довкілля, розвитку освіти, соціального захисту населення тощо. В умовах перехідної економіки спостерігається дефіцит коштів місцевого бюджету. Тому місцеві органи влади повинні вирішити питання власності об'єктів соціальної інфраструктури. Саме невизначеність щодо питань власності підприємств соціальної інфраструктури є головним стримуючим фактором їх розвитку.

Перспектива розвитку об'єктів соціальної інфраструктури залежить від бюджетного фінансування. На державному рівні фінансуються установи освіти, науки, охорони здоров'я, культури і мистецтва. Ці установи функціонують за рахунок коштів Державного бюджету. Необхідність бюджетного фінансування підприємств соціальної інфраструктури державної форми власності обумовлена тим, що вони потребують стабільності у фінансуванні і, насамперед, стабільності виплати заробітної плати спеціалістам. В умовах формування ринкових відносин на селі цільове фінансування об'єктів соціальної інфраструктури визначається державою, оскільки саме вона регулює процес фінансової діяльності, не дивлячись на те, що розмір державного бюджетного фінансування соціальної інфраструктури не відповідає сьогодишнім потребам у послугах жителів села. За останній час спостерігається тенденція до зниження розміру державного бюджетного фінансування розвитку соціальної інфраструктури села.

Аналіз даних Головного управління статистики у Закарпатській області засвідчує правильність такого висновку. За 2014–2016 роки ми маємо дефіцит місцевого бюджету кожного року. Нині центр уваги у формуванні фінансових ресурсів на утримання закладів соціальної інфраструктури певної території переноситься на місцеві бюджети, від формування і використання яких залежить рівень розвитку

соціальної сфери. Місцеві органи влади повинні вирішувати питання власності об'єктів соціальної інфраструктури. Саме невизначеність щодо питань власності підприємств соціальної інфраструктури є головною причиною згортання їх діяльності. Наразі фінансова спроможність місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування є недостатньою для забезпечення ефективного регіонального розвитку та подолання диспропорцій з урахуванням особливостей регіонів, їх потенціалу щодо адаптації до ринкових умов господарювання.[4].

Висновки і пропозиції. Враховуючи дефіцит державного бюджету, державна політика щодо соціального розвитку сільських поселень повинна здійснюватись у таких напрямках:

- обов'язкове централізоване фінансування державних установ соціальної інфраструктури;
- регулювання податкового механізму для підприємств, які функціонують у сільській місцевості;
- приватизація підприємств соціальної інфраструктури.

Удосконалення механізму фінансування підприємств соціальної інфраструктури є одним із головних чинників подолання економічної кризи на селі. Адже фінансовий стан підприємств соціальної інфраструктури вкрай незадовільний. У них практично відсутня можливість оновлення матеріально-технічної бази, а рівень заробітної плати працівників невиробничої сфери є найнижчим. Кошти державного бюджетного фінансування установ соціальної інфраструктури села в основному використовуються на:

- заробітну плату працівникам державних установ;
- будівництво та ремонт державних установ соціальної інфраструктури, насамперед освіти та охорони здоров'я.

Подальший соціальний розвиток села в умовах становлення ринкових відносин неможливий без докорінної перебудови бюджетної та податкової систем, без створення ефективного механізму фінансування соціального розвитку села. Принципова його особливість полягає у переході від галузевого до територіального формування капіталовкладень на розвиток соціальної інфраструктури, у перебудові бюджетної системи з метою забезпечення прискореного розвитку об'єктів соціальної сфери, а місцевого самоврядування в сільських районах — реальною фінансово-економічною базою. Бюджетне регулювання розвитку соціальної сфери села треба здійснювати через районні та сільські бюджети, що забезпечить безпосередню участь місцевих рад у соціальному розвитку села.

Література

1. Пігуль, Н. Г. Соціальна інфраструктура: функціональне призначення та особливості розвитку [Текст] / Наталя Георгіївна Пігуль // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. — Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2014. — Том 16. — № 1. — С. 117–122.
2. Осипенко М. В. Соціальна інфраструктура як чинник відтворення людського капіталу [Текст] / Наукові праці НДФІ — 2016. — № 3 (76). — с. 149–158.
3. Перепелюкова О. В. Роль соціальної інфраструктури регіону в розвитку транскордонного співробітництва України [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=5008>
4. Головне управління статистики у Закарпатській області [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.uz.ukrstat.gov.ua>

References

1. Pihul', N. H. (2014) Sotsial'na infrastruktura: funktsional'ne pryznachennya ta osoblyvosti rozvytku [Social infrastructure: functionality & peculiarities of development] — Ternopil: Publishing and Printing Center of Ternopil National Economic University «Economic Thought» (in Ukrainian).
2. Osypenko M. V. (2016) Sotsial'na infrastruktura yak chynnyk vidtvorennya lyuds'koho kapitalu [Social infrastructure as a factor of reproduction of human capital] / Scientific works NDFI — # 3 (76). — pp. 149–158.
3. Perepelyukova O. V. (2016) Rol' sotsial'noyi infrastruktury rehionu v rozvytku transkordonnoho spivrobitnytstva Ukrainy [The role of social infrastructure of the region in cross-border cooperation of Ukraine] — Retrieved from — <http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=5008>
4. Holovne upravlinnya statystyky u Zakarpat's'kiy oblasti [The Main Department of Statistics in Transcarpathian region] — Retrieved from — <http://www.uz.ukrstat.gov.ua>

УДК 339.138

Галавтіна Анна Вадимівна

студентка економічного факультету

Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Галавтина Анна Вадимовна

студентка экономического факультета

Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина

Galavtina Anna

Student of the Economic Faculty of

V.N. Karazin Kharkiv National University

Болотна Оксана Володимирівна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри маркетингу та менеджменту

зовнішньоекономічної діяльності економічного факультету

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Болотная Оксана Владимировна

кандидат экономических наук,

доцент кафедры маркетинга и менеджмента

внешнеэкономической деятельности экономического факультета

Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина

Bolotna Oksana

PhD in Economics, Associate Professor of the

Department of Marketing and Management of Foreign

Economic Activities of the Economic Faculty

V.N. Karazin Kharkiv National University

ОБҐРУНТУВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ІМІДЖУ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МАРКИ «МІВІНА»

ОБОСНОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ИМИДЖА ТОРГОВОЙ МАРКИ «МИВИНА»

RATIONALE FOR USING INNOVATIVE TECHNOLOGIES TO IMPROVE THE BRAND IMAGE OF «MIVINA»

Анотація. Статтю присвячено виявленню можливих шляхів покращення іміджу торговельної марки шляхом застосування інноваційних технологій на ринку вермішелі швидкого приготування. Було проаналізовано сучасне становище іміджу торгової марки «Мівіна». Особливу роль у статті приділено впливу інноваційних технологій на імідж торговельної марки. Визначено ставлення споживача до товару загалом, без прив'язки до торговельної марки. Визначено основні напрямки підвищення конкурентоспроможності продукції. Досліджені ефективні приклади покращення іміджу торгової марки. Проаналізовано вплив іміджу торговельної марки на загальний прибуток підприємства. Запропоновано шляхи покращення іміджу торговельної марки завдяки використанню нових технологій виробництва вермішелі швидкого приготування. Запропонований варіант може бути одним з рішень для підприємств, що виробляють товари швидкого приготування в умовах популяризації здорового образу життя.

Ключові слова: імідж, інновація, технологія, товари швидкого приготування, торговельна марка.

Аннотация. Статья посвящена выявлению возможных путей улучшения имиджа торговой марки путем применения инновационных технологий на рынке вермишели быстрого приготовления. Было проанализировано современное положение имиджа торговой марки «Мивина». Особую роль в статье уделено влиянию инновационных технологий на

имидж торговой марки. Определено отношение потребителя к товару в общем, без привязки к торговой марке. Определены основные направления повышения конкурентоспособности продукции. Исследованы эффективные примеры улучшения имиджа торговой марки. Проанализировано влияние имиджа торговой марки на общую прибыль предприятия. Предложены пути улучшения имиджа торговой марки благодаря использованию новых технологий производства вермишели быстрого приготовления. Предложенный вариант может быть одним из решений для предприятий, производящих товары быстрого приготовления в условиях популяризации здорового образа жизни.

Ключевые слова: имидж, инновация, технология, товары быстрого приготовления, торговая марка.

Summary. The article is devoted to the identification of possible ways to improve the brand image by applying innovative technologies in the market of noodles. The present position of trade mark «Mivina» image was analyzed. A special role in the article is devoted to the influence of innovative technologies on the image of a trademark. The attitude of the consumer towards the product as a whole, without reference to the trademark is determined. The basic directions of increase of competitiveness of production are determined. Effective examples of brand image enhancement have been explored. The influence of the trademark image on the total profit of the enterprise is analyzed. The ways of improving the brand image through the use of new technologies for the production of quick-cooked spaghetti are proposed. The proposed option can be one of the solutions for enterprises that produce fast-food products in a healthy lifestyle.

Key words: fast food, image, innovation, technology, trade mark.

Не так давно Wall Street Journal опублікувала курйозну суперечку, що стала притчею серед керівників, викладачів шкіл бізнесу, теоретиків і письменників, — суперечка навколо слова інновація. Автор статті Денніс Берман почав своє спостереження з Джона Брайанта, усіма шанованого CEO міжнародної компанії Kellogg, що виробляє сухі сніданки з 1906 року. Наводилися слова Брайанта, коли він описував одне з заслужуючих на увагу «інноваційних рішень» компанії 2013 року. Це було печиво з новим смаком арахісової пастки із серії «Поп-тарт».

Складно не відзначити стійкі (нехай і не дуже вражаючі) результати компанії за останні сто років або навіть «Поп-тарт». Але якщо CEO великої міжнародної компанії може назвати інновацією печиво з новим смаком, то що ж тоді не є інновація?

Денніс Берман приводить один красномовний (і сумний) приклад: за час конференції з аналітиками з Уолл-стріт керівництво Hewlett-Packard — компанії, жадібною до привабливих новинок і хитрих стратегій, — вжило слово «інновація» 70 разів (на жаль, ця компанія стала живим прикладом «стабільно безуспішних» організацій: вона роками виживає, нікого не вражаючи)! Який контраст з промовою Тіма Кука і живою реакцією у відповідь на рутинні питання аналітика про перспективи Apple. Навіщо вживати популярне слово, коли можна заявити про справжні глибокі переконання компанії — основі її майбутнього [8]?

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми. Методологічною основою соціологічного вивчення іміджу організації як особливого соціального процесу мають роботи О. Болотна, І. Альошина, К. Бабиць та І. Лахно, М. Томілова, І. Швець, Т. Приймак, С. Горін, О. Ротовський, та інші. Прийоми ефективного управління іміджем організації досліджували Ж. П. Бодуан, Т. Пітерс, Р. Уотермен.

Метою статті є вивчення особливостей формування іміджу торгової марки та обґрунтування до-

цільності використання інноваційних технологій задля покращення іміджу на прикладі вже існуючої торговельної марки.

Виклад основного матеріалу. Nestle вірить, що для того, аби компанія була успішною впродовж тривалого періоду та мала цінність для акціонерів, потрібно, щоб вона становила цінність для суспільства. Для Nestle це означає пропонувати продукти і послуги, що дозволяють людям покращувати своє харчування, здоров'я та добробут, а це, відповідно, забезпечить ще більшу цінність для акціонерів. Генрі Нестле започаткував компанію в 1866 році, базуючись на успіху життєво необхідної молочної суміші для немовлят, і сьогодні компанія планує підвищити якість життя, пропонуючи більш смачну та здорову їжу та напої на всіх етапах життя людини.

Провівши дослідження вермішелі швидкого приготування ТМ «Мівіна», можна сказати, що саме до торгової марки відношення позитивне, але основна проблема — це імідж самого продукту. У більшості людей вермішель швидкого приготування, якої б вона не була торгової марки, асоціюється зі шкідливим продуктом.

Саме тому, тут дуже важливо передати філософію компанії на конкретній торговельній марці.

Для того, щоб змінити відношення до продукту, а, тим самим, і до самої ТМ «Мівіна», потрібно змінити склад продукту. Звичайно, такий крок одразу ж підвищить ціну на продукт, але додасть йому натуральності.

Підвищення якості і конкурентоспроможності продукції має соціально-економічне значення, яке полягає передусім у наступному:

- якісна та конкурентоспроможна продукція задовольняє потреби суспільства в ній краще та повніше;
- у підвищенні якості продукції специфічною формою виявляється закон економії робочого часу, оскільки навіть якщо досягнення більш

високої якості пов'язане з додатковими витратами, загальна сума витрат суспільної праці на виготовлення й використання такої продукції суттєво зменшується;

- одержання компанією максимально можливого прибутку а також забезпечення фінансової стійкості можливо лише при умові конкурентоспроможності продукції;
- підвищення якості та конкурентоспроможності продукції також має вплив на підвищення продуктивності суспільної праці, структуру виробництва та функціональний розподіл потужностей, темпи й ефективність науково-технічного прогресу.

За даними дослідження, проведеного на замовлення Verizon і Campbell Soup, добре продумані корпоративні програми соціальної відповідальності збільшують дохід та прибуток на цілих 20%, а також підвищує лояльність клієнтів на 60% [7].

Завдяки інноваційним технологіям, компанія Campbell Soup Co. скоротила логістичні витрати і підвищила експлуатаційну ефективність, а також значно зменшила викиди вуглекислого газу, відкривши власний завод з виробництва ПЕТ-пляшок на своїй локації в Парижі, штат Техас. Компанія з виробництва пляшок Amcor Rigid Plastics раніше забезпечувала паризький завод Campbell Soup Co. зі своєї фабрики в Форт-Уорт.

Переміщення виготовлення пляшок на завод Campbell в Парижі дозволило заощадити на доставці 2000 контейнерів на рік і зменшити викиди вуглекислого газу на більше ніж 376 тонн.

Amcor інвестувала 7 млн. Доларів США для переобладнання заводу Campbell, завдяки цьому, Amcor зможе випускати до 50 мільйонів пляшок щороку. Campbell повідомляє, що його пляшки V8 є тепер екологічно чистими, виготовленими з пластику, що переробляється та не містять бісфенолу. Згідно з дослідженнями, бісфенол є хімічною речовиною, яка кваліфікується управлінням з санітарного нагляду за якістю харчових продуктів та медикаментів (FDA) США, безпечною при нинішніх низьких рівнях впливу на людину. Але за іншими дослідженнями, FDA висловило «деяку заклопотаність» потенційними наслідками бісфенолу на мозок, поведінку і передміхурову залозу людини [6].

Перехід з пальмового стеарину на соняшникову олію від локального постачальника дасть збільшення ціни на дану сировину на 19%, що є досить великим подорожчанням, але якщо зробити перерахунок на готову продукцію, підвищення буде не таким суттєвим. До того ж, відмова від посилювачів смаку та аромату, а також консервантів допоможе зекономити.

Тут можна взяти за приклад використання інноваційних технологій ще однієї торгової марки, що виробляється на ТОВ Техноком — «Maggi», для якої негативний імідж став також проблемою на європейських ринках. Зараз бренд намагається використовувати інгредієнти, які люди знають

і приймають. Щоб в продукті були речовини, які споживачі хочуть бачити в своїй тарілці. Так, наприклад, замість мальтодекстрину, модифікованого крохмалю і емульгаторів стали застосовувати сушені трави і спеції. Також змінилася упаковка, на ній тепер красуються написи «Simply good for you» і «Know what is inside». На зворотному боці упаковки розказано, якими здоровими добавками слід доповнити локшину. Наприклад, доречні будуть на тарілці салат або овочі [5].

Однак, тут є ризик втратити той самий смак, що подобається українському споживачеві.

Перехід на більш натуральні інгредієнти також дуже гарно пов'язано з загальною політикою Nestle, тому вважаємо, що для компанії це також буде важливим та суттєвим кроком, покращити свій продукт задля покращення життя населення — «Good Food for Good Life». Однак такий процес дуже ресурсозатратний, та може зайняти багату часу, адже потребує зміни технологій та процесів виробництва, переобладнання, пошук нових постачальників тощо. Тому він може бути реалізований у середньостроковій перспективі.

Однак, на жаль тільки зміни технології виробництва недостатньо для покращення іміджу торгової марки «Мівіна». Для отримання очікуваного ефекту від введення інноваційних технологій необхідно змінити і сприйняття продукту у свідомості споживачів.

По-перше, потрібно провести широку рекламну та PR-кампанію. Дана кампанія повинна бути спрямована на ознайомлення більш детально з процесом приготування вермішелі швидкого приготування, з традиціями в'єтнамської кухні — звідки вона пішла, та різноманітними способами приготування.

Однак, звичайна рекламна кампанія на телебаченні не буде мати достатнього ефекту, оскільки люди не довіряють такій рекламі. А ось такі розгорнуті PR-кампанії у ЗМІ як наприклад, статті про вермішель швидкого приготування з посиланням на ТМ «Мівіна» у газетах та журналах, участь продукції у телевізійних шоу з докладним описом самого продукту можуть визвати позитивні асоціації у споживачів та покращити імідж продукту. Потрібно вести відкритий діалог зі споживачем, розповідати йому про свій товар. До того ж, кілька років тому була успішною рекламна кампанія ТМ «Мівіна», де на вулиці стояв фургончик нібито вуличної їжі, у якому повар готував вермішель швидкого приготування ТМ «Мівіна», але не звичним способом, а як її готують у країнах, звідки вона пішла. Такий експеримент визвав цікавість у публіки та розповів більше про сам продукт. На жаль, ця кампанія проводилася лише у Києві, а от поширення її на усю країну могло б дати позитивний ефект. Такий фургончик з їжею можна поставити, наприклад, на таких популярних зараз фуд-фестивалях, та також розповісти більше про вживання вермішелі швидкого приготування.

На нашу думку, потрібно підвищувати ціну створюючи більш дорогі товари, такі як, наприклад є

закордоном, особливо в азіатських країнах, де локшину вживають повсемісно у різних варіаціях, тобто зробити переорієнтацію продукту та запустити абсолютно нові види. Це також буде гарним рішенням у контексті популяризації азіатської кухні в Європі. У зв'язку з цим, пропонуємо випустити новий продукт «Мівіна. Чаруюча Азія».

Даний продукт буде позиціонуватися як страва азіатської кухні — борошняна локшина рамен, що буде знайомити споживача зі східною культурою. Способи приготування, що можуть виноситися на упаковку, а також рекламна кампанія у підтримку будуть допомагати зробити це знайомство легшим для споживача. Такий продукт не тільки допоможе зекономити час, але й урізноманітнити страви. Така локшина може стати альтернативою популярним наразі «вокам» — локшині у коробочці. Нова локшина від ТМ «Мівіна» дасть змогу приготувати східну страву у домашніх умовах, зробивши азіатську кухню ще ближчою для пересічного громадянина.

Висновки. Вермішель швидкого приготування ТМ «Мівіна» — один з найсильніших українських брендів. За даними досліджень, 8 з 10 українців знають, що таке Мівіна. Основною цільовою аудиторією продукту є студенти та офісні працівники, які хочуть зекономити гроші та час. Основною концепцією ТМ «Мівіна» є економія часу своїх споживачів для більш важливих справ.

Однією з найбільших проблем іміджу ТМ «Мівіна» є наразі існуючі тенденції здорового образу життя. Оскільки продукти швидкого приготування асоціюються у суспільстві з некорисною їжею, це має високий вплив на торговельні марки цієї галузі, к тому числі і ТМ «Мівіна». Тому, залишати плин речей таким, яким він є зараз надалі неможливо. На перший план виходять інноваційні для даної галузі технології виробництва, які допоможуть зробити продукт більш натуральним та позбавитися від шкідливих інгредієнтів.

Компанія Nestle турбується про якість своїх продуктів для якісного життя населення, тож покращення рецептур вермішелі швидкого приготування ТМ «Мівіна» є необхідним кроком у досягненні глобальної мети компанії. Тільки завдяки перетворенню вермішелі швидкого приготування на здоровий продукт можна відповідати вибагливим вимогам сучасного споживача.

Впровадження інноваційних технологій виробництва, змінення складу продукту разом із повним оновленням бренду, яке буде підкріплене сильною PR-кампанією, що також буде мати відсилку до популярних наразі тенденцій соціального маркетингу, може дати позитивний ефект зі зростанням прибутку до 20%.

Література

1. Болотна О. В. Маркетинг відносин як сучасна концепція маркетингу / Траектория науки: электронный научный журнал. — № 2-3-2015.
2. Болотна О. В., Підлубна В. Р. Аналіз методів формування лояльності споживачів на ринку харчових продуктів / Ефективна економіка. — 2017. — № 7. — Режим доступу: <http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=5705>. — Назва з екрану.
3. Болотна О. В., Терзян Ю. Г., Хомутова О. О. Актуальність впровадження ефективної товарної стратегії бренду на підприємстві / Ефективна економіка. — 2016. — № 7. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5095&p=1>. — Назва з екрану.
4. Ларіна Т. Ф. Інститут держави в контексті набуття структурної конкурентоспроможності економікою України / Т. Ф. Ларіна. // Економіка. Управління. Інновації. — 2011. — № 2. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_2_27. — Назва з екрану.
5. На пороге тотальных перемен: что станет с классической лапшой быстрого приготовления? [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. — Електронні дані. — Rus.Postimees.ee — Режим доступу: <https://rus.postimees.ee/3930555/na-poroge-totalnyh-peremen-cto-stanet-s-klassicheskoy-lapshoy-bystrogo-prigotovleniya> — Назва з екрану.
6. Hermes J. Campbell Soup Cuts Freight Cost, Emissions with On-Site Bottling Plant [Електронний ресурс] / J. Hermes // Environmental Leader — 2017. — Режим доступу: <https://www.environmentalleader.com/2017/04/campbell-soup-cuts-freight-cost-emissions-site-bottling-plant/?amp=1> — Назва з екрану.
7. Hardcastle J. L. CSR Programs Increase Revenue up to 20%, Says Verizon, Campbell Soup Study [Електронний ресурс] / J. L. Hardcastle // Environmental Leader — 2015. — Режим доступу: <https://www.environmentalleader.com/2015/07/csr-programs-increase-revenue-up-to-20-says-verizon-campbell-soup-study/?amp=1> — Назва з екрану.
8. Taylor W. C. Simply Brilliant. How Great Organizations Do Ordinary Things in Extraordinary Ways / W. C. Taylor. — Portfolio/Penguin, 2016. — 272 pp.

References

1. Bolotna O. V. Marketynh vidnosyn yak suchasna kontseptsiaa marketynhu / Traektoryia nauky: elektronnyy nauchnyy zhurnal. — # 2-3-2015.

2. Bolotna O. V., Pidlubna V. R. Analiz metodiv formuvannia loialnosti spozhyvachiv na rynku kharchovykh produktiv / Efektyvna ekonomika. — 2017. — #7. — Rezhym dostupu: <http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyv-na-ekonomika&s=ua&z=5705>. — Nazva z ekranu.

3. Bolotna O. V., Terzian Yu. H., Khomutova O. O. Aktualnist vprovadzhennia efektyvnoi tovarnoi stratehii bren-du na pidpriemstvi / Efektyvna ekonomika. — 2016. — #7. — Rezhym dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5095&p=1>. — Nazva z ekranu.

4. Larina T. F. Instytut derzhavy v konteksti nabuttia strukturnoi konkurentospromozhnosti ekonomikou Ukrainy / T. F. Larina. // Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. — 2011. — # 2. — Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_2_27. — Nazva z ekranu.

5. Na poroge total'nykh peremen: chto stanet s klassicheskoy lapshoy bystrogo prigotovleniya? [Elektronniy resurs]: [Veb-sayt]. — Elektronni dani. — Rus.Postimees.ee — Rezhim dostupu: <https://rus.postimees.ee/3930555/na-poroge-totalnyh-peremen-chto-stanet-s-klassicheskoy-lapshoy-bystrogo-prigotovleniya> — Nazva z ekranu.

6. Hermes J. Campbell Soup Cuts Freight Cost, Emissions with On-Site Bottling Plant [Elektronnyi resurs] / J. Hermes // Environmental Leader — 2017. — Rezhym dostupu: <https://www.environmentalleader.com/2017/04/campbell-soup-cuts-freight-cost-emissions-site-bottling-plant/?amp=1> — Nazva z ekranu.

7. Hardcastle J. L. CSR Programs Increase Revenue up to 20%, Says Verizon, Campbell Soup Study [Elektronnyi resurs] / J. L. Hardcastle // Environmental Leader — 2015. — Rezhym dostupu: <https://www.environmentalleader.com/2015/07/csr-programs-increase-revenue-up-to-20-says-verizon-campbell-soup-study/?amp=1> — Nazva z ekranu.

8. Taylor W. C. Simply Brilliant. How Great Organizations Do Ordinary Things in Extraordinary Ways / W. C. Taylor. — Portfolio/Penguin, 2016. — 272 pp.

УДК 657.1

Гевчук Анна Вікторівна*кандидат економічних наук, доцент**ПВНЗ «Вінницький фінансово-економічний університет»***Гевчук Анна Викторовна***кандидат экономических наук, доцент**ЧВУЗ «Винницкий финансово-экономический университет»***Hevchuk Anna***PhD in Economic Sciences, Associate Professor**Vynnytsia University of Economy and Finance*

ЕКОНОМІКО-ЮРИДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЗМІСТУ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ

ЭКОНОМИКО-ЮРИДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СОДЕРЖАНИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕТА ОБЯЗАТЕЛЬСТВ

ECONOMIC AND LEGAL APPROACH TO DETERMINING CONTENT AND IMPROVING ACCOUNTING LIABILITIES

Анотація. В статті розглянуто проблему визначення змісту категорії «зобов'язання» з врахуванням економіко-юридичного підходу, що дає можливість удосконалення обліку зобов'язань. Розрішення цієї проблеми ведеться на підставі наукового аналізу, історичного та подальшого розвитку зобов'язань шляхом поєднання їх економічного та юридичного змісту, що розкриває додаткові можливості вирішення задач зобов'язального характеру в процесі розрахунків та проведення розрахункових операцій.

В статті розглядаються три підходи при розгляді сутності поняття зобов'язань: юридичної, економічної та бухгалтерської природи. При їх узгодженні виділенні проблемні питання формування зобов'язань, їх змісту та управління зобов'язаннями на підприємствах різних форм власності.

В статті є вагомим аргументом визначення зобов'язань через економічний чинник, що дає можливість враховувати важливе значення, коли економічна величина зобов'язань з часом зменшується, тобто має місце знецінення, що є ризиком для однієї чи іншої сторони. З фінансової точки зору зобов'язання передбачає облік ресурсами в грошовій формі, зобов'язання при цьому може бути локалізоване в часі, що юридично обумовлюється договорами.

В статті в результаті досліджень визначено групу проблемних питань щодо категорій зобов'язань, які потребують першочергового визначення як економічно-правової так і облікової категорії, тобто облікове відображення в процесі господарської діяльності, а також в частині контролю і управління зобов'язаннями на підприємстві.

Результатом даного дослідження щодо зобов'язань є основою для практичного використання по удосконаленню системи управління зобов'язаннями, удосконалення обліку зобов'язань перевірки по рахунках заборгованості надає можливості покращити облікове відображення зобов'язань.

Ключові слова: зобов'язання, економіко-юридичний підхід, бухгалтерський облік, управління зобов'язаннями, оподаткування, кредитор, боржник.

Аннотация. В статье рассмотрена проблема определения содержания категории «обязательства» с учетом экономико-юридического подхода, что позволяет совершенствование учета обязательств. Решение этой проблемы ведется на основании научного анализа, исторического и дальнейшего развития обязательств путем сочетания их экономического и юридического содержания, что раскрывает дополнительные возможности решения задач обязательственного характера в процессе расчетов и проведении расчетных операций.

В статье рассматриваются три подхода при рассмотрении сущности понятия обязательств: юридической, экономической и бухгалтерской природы. При их согласовании выделение проблемных вопросов формирования обязательств, их содержания и управления обязательствами на предприятиях различных форм собственности.

В статье является весомым аргументом определение обязательств через экономический фактор, что позволяет учитывать важное значение, когда экономическая величина обязательств со временем уменьшается, то есть имеет место

обесценення, що є ризиком для однієї або іншої сторони. С фінансової точки зору зобов'язання передбачає урахування ресурсів у грошовій формі, зобов'язання при цьому можуть бути локалізовані в часі, юридично визначаються угодами.

В статті в результаті досліджень визначено групу проблемних питань категорій зобов'язань, що потребують першочергового визначення як економічно-правової, так і бухгалтерської категорії, тобто відображення в процесі господарської діяльності, а також в частині контролю та управління зобов'язаннями підприємства.

Результатом даного дослідження по зобов'язанням є основою для практичного використання по удосконаленню системи управління зобов'язаннями, удосконалення обліку зобов'язань перевірки по рахункам задолженості дозволяє покращити відображення зобов'язань.

Ключові слова: зобов'язання, економіко-юридичний підхід, бухгалтерський облік, управління зобов'язаннями, оподаткування, кредитор, боржник.

Summary. The article deals with the problem of determining the content of the category of «liabilities» taking into account the economic and legal approach, which provides opportunities for improving the accounting of liabilities. The solution of this problem is based on scientific analysis, historical and further development of liabilities by combining their economic and legal content, which reveals additional possibilities of solving tasks of obligatory nature in the process of calculations and conducted accounting operations.

In the article three approaches are considered when considering the essence of the notion of liabilities: legal, economic and accounting nature. With their consistent allocation of problem issues in the formation of obligations, their changes and management of liabilities in enterprises of different forms of ownership.

In the article is a weighty argument for defining liabilities through an economic factor, which makes it possible to take into account the importance when the economic value of liabilities decreases over time, that is, there is a depreciation and it makes a risk for one or the other party. From a financial point of view, liabilities involve accounting for resources in cash, while the liabilities may be localized in time, which is legally stipulated by the contracts.

In the article, as a result of the research, a group of problem issues has been identified regarding the categories of liabilities that require the prior definition of both economic and legal categories, that is, accounting reflection in the process of economic activity, as well as in terms of control and management of liabilities in the enterprise.

The result of this liabilities study is the basis for practical use to improve the liability management system, improving the accounting of debts oversight liabilities, provides an opportunity to improve the record reflection of liabilities.

Key words: commitment, economic and legal approach, accounting, liability management, taxation, creditor, debtor.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Розвиток економічних відносин у суспільстві пов'язаний із виникненням взаємних зобов'язань суб'єктів господарювання. На сьогодні дослідження поняття «зобов'язання» залишається актуальним, оскільки перехід до ринкової економіки Україна зіштовхнулася із рядом старих невирішених економічних проблем у сфері виробництва, переміщення, розподілу і реалізації товарів, побутового обслуговування населення, охорони здоров'я, культури, освіти й інших сферах. Необхідність дослідження зобов'язань з позиції поєднання їх економічного та юридичного змісту обумовлена необхідністю отримання повної та достовірної інформації про величину зобов'язань підприємства як одного з основних факторів, що впливають на його майновий стан. Саме тому економіко-юридичний підхід є актуальним до розуміння зобов'язань і виступає основою при виявленні шляхів удосконалення організації і методики обліку і аналізу зобов'язань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний вклад у розвиток теорії, методології обліку та контролю зобов'язань внесли такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як Х. В. Майкут [1], Я. В. Соко-

лов [2], І. В. Орлов [3], Б. Райан [5], І. Я. Омецінська [7], В. С. Толстой [8] та інші.

Дослідження свідчать, що в науковій, юридичній та економічній літературі зобов'язання виділяються в більшій мірі як суто правова категорія з незначною характеристикою економічного підходу. Історичний розвиток зобов'язань засвідчує саме юридичний підхід до розкриття змісту терміну «зобов'язання» оскільки основою регулювання будь-яких питань зобов'язального характеру безпосередньо складали цивільно-правові документи та закони. Вагоме місце вчені приділяли зобов'язанням із спричинення шкоди, оскільки виникнення одного із юридичних факторів, а саме спричинення шкоди та безпідставне збагачення є підставою для розслідування судовими органами. Проте в системі бухгалтерського обліку більш вагомішим при визначенні зобов'язань вчені вважають економічний чинник.

Формування цілей статті. Метою статті є аналіз та подальший розвиток процесу поєднання економічного та юридичного змісту категорії «зобов'язання», що дозволить сформувати більш чіткіші підходи зобов'язального характеру економічних відносин між контрагентами в процесі розрахунків та проведення розрахункових операцій.

Виклад основного матеріалу. У вітчизняній практиці є чимало проблемних питань пов'язаних із

сутністю зобов'язань. Дана проблема виходить із глибокої сутності терміну та його історичного становлення на теренах кожної країни. Дослідження показали, що в більшості авторів, зокрема Ю. А. Задорожний схиляється до однієї думки у питанні схожості положень зобов'язувального характеру, які визначалися у «Руській правді», Литовських статутах до положень, що наводяться у римському праві. Історичний розвиток зобов'язань показав суто юридичний підхід до трактування терміну. Задля встановлення основних взаємопов'язаних умов юридичного та бухгалтерського змісту зобов'язань, як необхідність, звернемося до історії розвитку юридичного права (рис. 1).

Із наведеного рис. 1 Можна зробити висновок, що «зобов'язання» в різні періоди розглядається з юридичної точки зору, оскільки основою регулювання будь-яких питань зобов'язального характеру безпосередньо є складання цивільно-правових документів відповідно до законів. Основою виникнення зобов'язань контрагентами вбачали договір або інші засвідчуючі документи, що видаються боржником кредиторів. Вагоме місце вчені приділяли зобов'язанням із спричиненням шкоди, оскільки виникнення одного із юридичних фактів, а саме спричинення шкоди та безпідставне збагачення, є підставою для розслідування

судовими органами. Погляди вчених на зобов'язання, як юридичної категорії наведено на рис. 2.

Щодо визначення «зобов'язання» з точки зору бухгалтерського підходу набуває економічний чинник; основні питання якого направлені на визнання та економічну оцінку зобов'язання; формування договору, як основи виникнення зобов'язань; оцінка ризиків та невизначеності в процесі виникнення та погашення зобов'язань.

Соколов Я. В. вказує: «У економічному сенсі зобов'язання демонструють майбутні потоки засобів, обумовлені кредитами, наданими і отриманими господарюючими суб'єктами» [2, с. 281]. Відповідно, економічний зміст зобов'язань показує рівень кредиторської та дебіторської заборгованості підприємства.

Виникнення зобов'язань передбачає постійний контроль, що може бути направлений на організацію обліку зобов'язань, оскільки несвоечасне відображення в обліку зобов'язань, може призвести до нарахування штрафів за невиконання умов договору, втрати довіри у кредитора та складність у залученні позик в майбутньому.

Таким чином, оцінка зобов'язань з економічної точки зору полягає в тому, що його оцінка з моменту виникнення до моменту погашення є різною. З часом економічна величина зобов'язань зменшу-

Закони XII таблиць (451–450 до н.е.). Висвітлено значення кредиту в економіці Стародавнього Риму, про це свідчить місце, що було відведено процедурі повернення боргу. Відповідно до його приписань боржнику, що не погасив в строк своїх зобов'язань, надавалося тридцять пільгових днів, протягом яких він міг сплатити борг. Після закінчення цього строку, якщо невдачливий дебітор залишився боржником держави, то його (боржника) продавали разом з усім його майном у рабство за кордон

Дигести Юстиніана. У Дигестах Юстиніана знаходимо вислів: «Немає нічого більш природного, ніж те, що у який спосіб було зв'язано, у такий і потрібно розв'язувати». А тому словесне зобов'язання припиняється словесно, а зобов'язання на основі голої угоди розв'язується протилежною угодою. Беручи до уваги даний вислів також підкреслює юридичну силу документу, тобто договору в даному випадку

Руська правда. Зобов'язальне право в Київській Русі було досить розвинене, підтвердженням цього є велика кількість статей у «Руській правді», які регламентували зобов'язальні відносини, так, як відповідно до ст.83 Розширеної редакції «Руської правди», притягувалася до вищої міри покарання особа, яка вчинила підпал сховища зібраного врожаю

Литовські статuti. Литовські статuti, які використовувалися на українських землях аж до середини XIX століття, також приділяли значну увагу способам забезпечення виконання зобов'язань і у великій мірі опиралися на положення давньоруського права, розвиваючи його за допомогою рецепції римського приватного права

Рис. 1. Історичні документи у сфері зобов'язального права (узагальнення автором)

ється, тобто має місце знецінення, що є ризиком для однієї із сторін договору — кредиторів. Проте, для успішного зростання діяльності підприємства, все ж таки наявна потреба саме у довгостроковому залученні позикового капіталу, оскільки досягнення значних масштабів обороту нових виробничих ліній, наукових розробок, потребує довготривалого періоду розвитку.

Зобов'язання з фінансової точки зору в такому разі передбачає обмін ресурсами, які мають грошовий вимір. Крім того, зобов'язання може бути локалізоване у часі, тобто може бути момент настання зобов'язання і період часу, протягом якого воно діє. При цьому зобов'язання повинно бути юридично обумовленим [3, с. 56]. Однак, при юридичному змісті зобов'язань майбутні потоки засобів залишаються

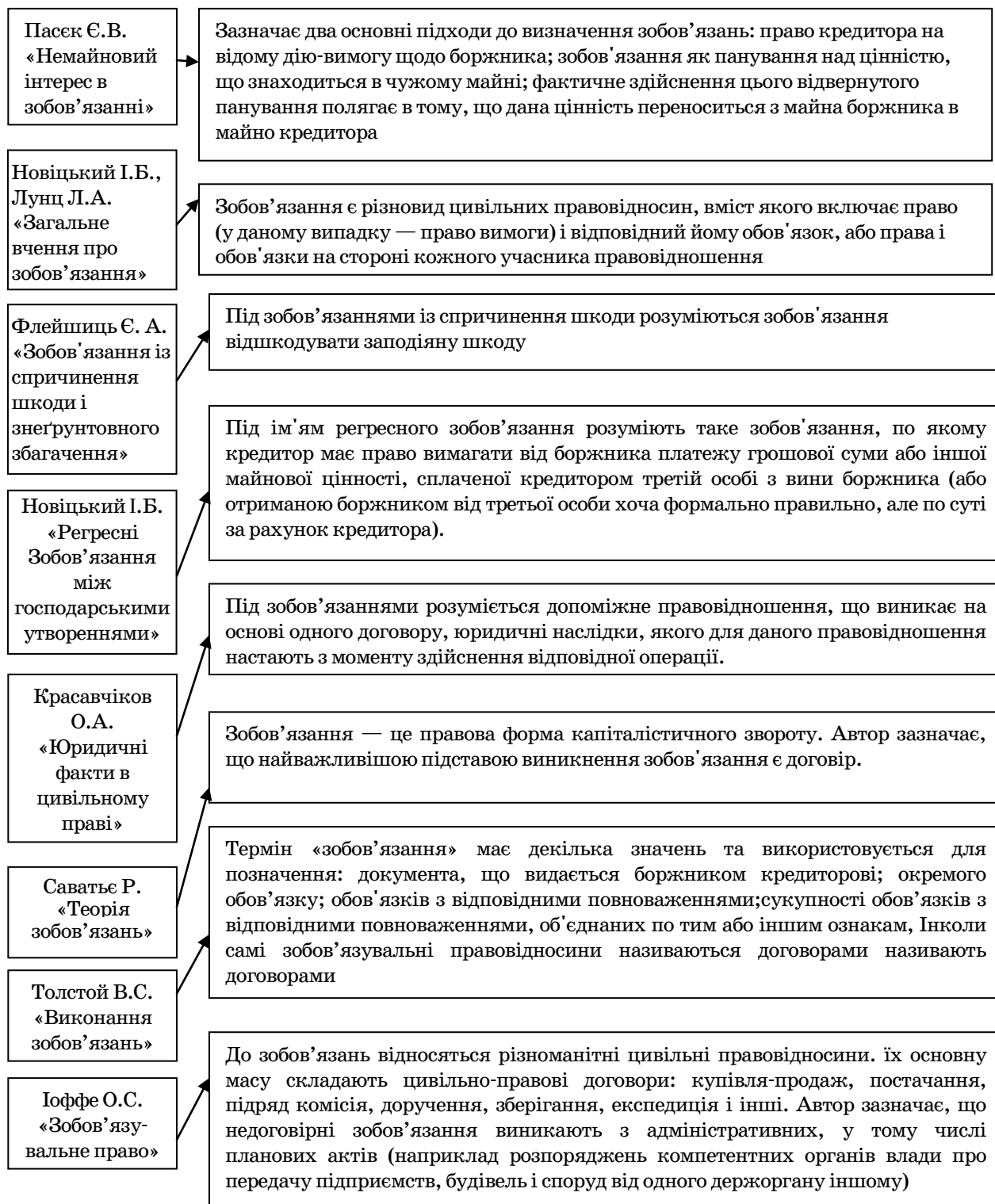


Рис. 2. Погляди вчених на «зобов'язання» як юридичної категорії



Рис. 3. Взаємозв'язки між зобов'язаннями, що визнані у правовій та обліковій природі

незмінними, оскільки існує першочергова умова договору. Саме тому, різниця між економічним та юридичним підходом полягає в тому, що майбутні потоки засобів піддаються під вплив фактів зміни, таких, наприклад, як інфляція, що зменшує величину зобов'язань з часом.

Проаналізувавши визначення «зобов'язання» іноземними науковцями можна зробити висновок про те, що вони чітко визначають дану категорію, як об'єкт бухгалтерського обліку. Оскільки, в англійській літературі для визначення зобов'язання використовуються два терміни: «liabilities» — зобов'язання з бухгалтерської точки зору; «obligati-

ons» — зобов'язання з юридичної точки зору. На основі проведених досліджень, ми дійшли висновку, що дійсно визначення «зобов'язання» має юридичну та бухгалтерську природу, тому вважаємо за доцільне розглянути це більш детально.

Зокрема, І. В. Орлов вказує на те, що «протягом XV–XX ст. сформувались два окремі наукові, напрями в бухгалтерському обліку: економічний та юридичний. Якщо юридичне трактування зобов'язань зародилось ще в XVIII ст., то економічне їх розуміння відноситься до початку XIX ст.» [6, с. 170]. Автор пояснює, що в юридичній природі походження зобов'язань — профілює дія нормативно-правових



Рис. 4. Взаємозв'язок юридичної, економічної та бухгалтерської природи категорії «зобов'язання»

актів, що обумовлює виникнення як юридичних, так і економічних відносин між суб'єктами господарювання, які виявляються у взаємних правах та обов'язків сторін таких відносин. Наявність обов'язків у суб'єкта господарювання характеризується виникненням зобов'язань з нормативно-правовим (або законодавчим) джерелом. Особливістю таких зобов'язань є те, що вони виникають у результаті дії норм чинного законодавства, а не за згодою сторін. Переважно, до них відносяться зобов'язання підприємства зі сплати податків, платежів за загальнообов'язковим державним соціальним і пенсійним страхуванням. Такі зобов'язання цілком залежать від встановлених об'єкта та бази оподаткування, порядку нарахування та погашення податкового або іншого зобов'язання.

Омельцінська І. Я. в своїй дисертаційній роботі [7] схематично відобразила різницю в позиціях, коли зобов'язання за своєю природою є правовими

та обліковими, наочно цю різницю можна розглянути на рис. 3.

Відрізок БВ характеризує зобов'язання, визнані у цивільному законодавстві, що знайшли відображення на рахунках бухгалтерського обліку. Другу категорію (відрізок АВ) становлять зобов'язання, які визнані в правовій площині, проте не відображаються в обліку. Так, у момент підписання договору на поставку матеріальних цінностей у підприємства виникає юридичне зобов'язання, оскільки відповідно до ст. 611 Цивільного кодексу України укладення договору вже є підставою для їх виникнення. Проте таке зобов'язання не відобразатиметься на рахунках бухгалтерського обліку і в балансі. Коли ж підприємству будуть передані права на такі матеріальні цінності, це зобов'язання реєструватимуться в обліку. На відрізку ВГ показані зобов'язання, відображені в обліку, але котрі не підпадають під норми цивільного законодавства, оскільки відсутня ідентифікація їх суб'єктів.

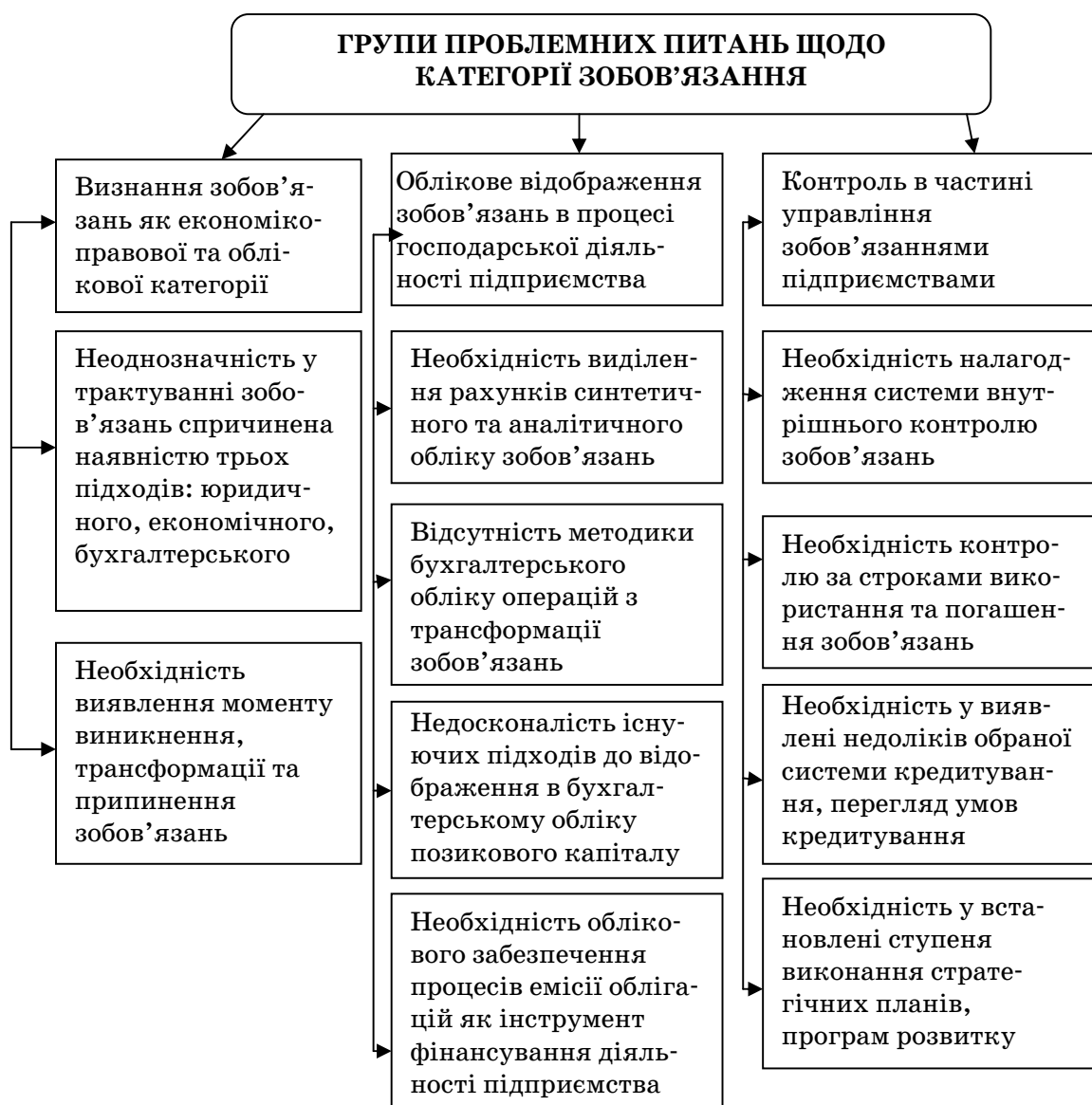


Рис. 5. Групи проблемних питань щодо категорії зобов'язання

Таким чином, при розгляді поняття «зобов'язання» необхідно розглядати три підходи, а саме юридичний, економічний та бухгалтерський, оскільки кожен підхід різниться між собою та визначає різні сторони даної категорії, викликає проблеми їх ідентифікації як об'єкта бухгалтерського обліку. Дане проблемне питання може бути вирішене при узгодженні трьох підходів у визначенні сутності зобов'язань (рис. 4).

При поясненні природи зобов'язань необхідно враховувати і те, що взаємодія боржника і кредитора відбувається через систему розрахунків, а невиконання розрахунків призводить до виникнення зобов'язань.

Виникнення зобов'язань відбувається якщо одна особа (боржник) зобов'язана вчинити на користь іншої особи (кредитора) певну дію, тобто передати майно, виконати роботу, сплатити гроші тощо, або утриматися від певної дії, а кредитор має право вимагати від боржника виконання його обов'язку. Іншими словами, зобов'язання не простий юридичний склад правовідносини, сторонами якого є кредитор і боржник, а основним змістом — права і обов'язки сторін.

Дослідження проблематики зобов'язань в бухгалтерському обліку дало можливість визначити основні питання, що потребують на сьогодні першочергове вирішення. У узагальненні основних проблемних питань за групами виділимо на рис. 5.

Дані рис. 5 свідчать, що дослідники здійснюють свої дослідження, виходячи із наявних практичних проблемних питань щодо даної категорії, а саме: формування зобов'язань, їх зміна та управління зобов'язаннями на підприємствах різних форм власності.

Відмітимо, що ефективна система управління зобов'язаннями підприємства при цьому буде можлива лише за умовами деталізованого розподілу обов'язків усіх працівників, що задіяні у сфері зобов'язальних відносин, а це може бути можливим при належній організації облікового відображення зобов'язань за фактичними термінами виникнення, трансформації та погашення довгострокових зобов'язань.

Слід додати, що використання можливості автоматизованого ведення обліку, значно полегшить функцію контролю на підприємстві, оскільки перевірка оборотних відомостей по рахунках заборгованості шляхом вибору функції вибірки по рахункам заборгованості, надасть змогу отримувати точні відомості оперативного характеру про стан зобов'язань та скоротить часові витрати в обробці відомостей, що надає реальні можливості посилити контрольні функції системи управління зобов'язаннями.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. На підставі результатів дослідження такої важливої категорії, як «зобов'язання» можна зробити висновки, про те, що виникнення зобов'язань передбачає постійний поточний контроль, що може бути направлений на організацію обліку зобов'язань, оскільки несвочасне облікове відображення зобов'язань, може призвести до нарахування штрафів за невиконанням умов угоди, втрати довіри у кредитора та складність у залученні позик в майбутньому.

Наші пропозиції стосовно проблемних питань щодо зобов'язань є основою для подальшого дослідження та практичного використання по удосконаленню системи управління зобов'язаннями, націленої на визначення основних переваг та недоліків залучення, використання та погашення зобов'язань.

Література

1. Майкут Х. В. Інститут забезпечення зобов'язань на українських землях за Статутами Великого князівства Литовського / Х. В. Майкут // Часопис Київського університету права. — 2009. — № 3. — С. 68–72.
2. Соколов Я. В. Бухгалтерский учет от истоков до наших дней / Я. В. Соколов. — М.: Аудит, ЮНИТИ, 1996. — С. 281.
3. Орлов І. В. Сутність поняття «зобов'язання» / І. В. Орлов [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc-gum/Vzhdtu_econ/2010-1/18.pdf.
4. «Basic accounting concepts» In Hoyle and Ray (eds), Advanced Accounting Boston: McGraw — Hill, 1998.
5. Райан Б. Стратегический учет для руководителя / Б. Райан // Пер. с англ. Под. ред. В. А. Микрюкова — М.: Аудит, ЮНИТИ. 1998. — 616 с.
6. Орлов І. В. Генезис поняття «Зобов'язання» / І. В. Орлов // Міжнародний збірник наукових праць. — 2009. — Випуск 1 (16). — С. 170.
7. Омецінська, І. Я. Облік і аналіз зобов'язань будівельних підприємств: методика та організація / І. Я. Омецінська // Дис. Канд. екон. наук: 08.00.09. — Тернопіль, 2008. — 234 с.
8. Толстой В. С. Исполнение обязательств / В. С. Толстой. — М.: Юрид. лит., 1973. — 208 с.

УДК 657

Головко Віктор Іванович

кандидат економічних наук,

доцент кафедри обліку і аудиту

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Головко Виктор Иванович

кандидат экономических наук,

доцент кафедры учета и аудита

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко

Golovko Viktor

PhD, Associate Professor of

Department of Accounting and Audit

Taras Shevchenko National University of Kyiv

Безкорвайна Олена Олександрівна

студентка

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Безкорвайная Елена Александровна

студентка

Киевского национального университета имени Тараса Шевченко

Bezkorovayna Olena

Student of the

Taras Shevchenko National University of Kyiv

ВИКОРИСТАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ АНАЛІЗУ ГРОШОВИХ КОШТІВ ТА ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА В УПРАВЛІННІ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ОПТИМІЗАЦІЇ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ АНАЛИЗА ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ И ПОТОКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ В УПРАВЛЕНИИ И ПУТИ ЕГО ОПТИМИЗАЦИИ

USING THE RESULTS OF THE ANALYSIS OF CASH FLOWS AND FLOWS OF THE ENTERPRISE IN THE MANAGEMENT AND WAYS OF ITS OPTIMIZATION

Анотація. Узагальнено методи оптимізації грошових потоків залежно від виду діяльності підприємства. Запропоновано критерії оптимізації грошових потоків для операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. Визначено особливості впровадження методів оптимізації грошових потоків на підприємстві.

Ключові слова: грошові кошти, грошовий потік, оптимізація грошових потоків, управлінські рішення, фінансовий стан підприємства, ліквідність та платоспроможність.

Аннотация. Обобщены методы оптимизации денежных потоков в зависимости от вида деятельности предприятия. Предложены критерии оптимизации денежных потоков для операционной, инвестиционной и финансовой деятельности. Определены особенности внедрения методов оптимизации денежных потоков на предприятии.

Ключевые слова: денежные средства, денежный поток, оптимизация денежных потоков, управленческие решения, финансовое состояние предприятия, ликвидность и платежеспособность.

Summary. The methods of optimizing cash flow, depending on the type of business have been generalized. The criteria for optimization of cash flows for operating, investment and financing activities have been offered. The features of introducing the methods of optimization of cash flows at an enterprise have been defined.

Key words: cash, cash flow, optimization of cash flows, management decisions, financial condition of the enterprise, liquidity and solvency.

У кожній державі грошові потоки є основним об'єктом управління на кожному підприємстві.

Здійснення будь-якої господарської діяльності супроводжується рухом грошових потоків. Це зумовлено тим, що існують ділові взаємини підприємства з іншими юридичними особами: покупцями та замовниками, банками, постачальниками та підрядниками, покупцями і замовниками, бюджетом та позабюджетними фондами, а також із власним персоналом.

У навчальній та методичній літературі з фінансів є ціла низка визначень поняття «грошовий потік підприємства», але чіткого поняття грошового потоку немає. Можна виділити три основні підходи до визначення поняття «грошовий потік», які найчастіше можна зустріти:

- грошовий потік — це потік грошових коштів;
- грошовий потік — різниця між притоком і відтоком грошових коштів;
- грошовий потік — співмірні і розподілені в часі надходження і видатки [2, с. 305–306].

Для забезпечення платоспроможності підприємства та зменшення максимальної та середньої потреби в залишках грошових коштів підприємство повинно обирати найефективніші форми регулювання середнього залишку грошових активів, тобто здійснити його оптимізацію.

Оптимізація грошових потоків передбачає вибір найкращих форм їх організації на підприємстві з урахуванням умов та особливостей здійснення господарської діяльності. Збалансування та оптимізація відбуваються завдяки виявленню резервів, що дають змогу зменшити залежність підприємства

від зовнішніх джерел залучення грошових коштів, забезпеченню рівномірності витрачання грошових коштів у часі та за обсягами, збільшення суми та якості чистого грошового потоку, а також впливу на фінансовий цикл підприємства.

Найважливішими завданнями оптимізації грошових потоків є:

- виявлення і реалізація резервів, що дозволяють знизити залежність підприємства від зовнішніх джерел залучення коштів;
- забезпечення оптимальної збалансованості позитивних і негативних грошових потоків у часі і за обсягом;
- оптимальне узгодження в управлінні грошовими потоками за окремими видами господарської діяльності з метою досягнення загальної стратегічної мети підприємства;
- нарощування обсягу та поліпшення якості чистого грошового потоку, що генерується господарською діяльністю підприємства [4, с. 244–246].

Важливою передумовою оптимізації грошових потоків є їх визначення відповідно до основних видів діяльності підприємства, вивчення факторів, які впливають на їх об'єм, та методів їх оптимізації. У таблиці 1 наведено оптимізацію грошових потоків відповідно до видів діяльності підприємства.

Методи оптимізації грошових потоків на підприємстві, які наведені в таблиці, враховують такі положення:

- 1) метод оптимізації в часі — розроблення графіків закупівлі сировини, податкових платежів, матеріалів та врівноваження їх із термінами реалізації продукції, встановлення порядку здійснення розрахункових операцій;

Таблиця 1

Методи оптимізації грошових потоків

Грошовий потік від виду діяльності	Фактори впливу	Метод оптимізації
Операційна діяльність	– Господарський (життєвий) цикл; – тривалість операційного циклу; – сезонність виробництва; – амортизаційна політика	– Метод оптимізації в часі; – метод оптимізації поточних товарних запасів — модель Уілсона; – метод управління ліквідністю (залишком грошових коштів на розрахунковому рахунку) — модель Баумоля-Тобіна
Фінансова діяльність	– Кон'юнктура товарного та фінансового ринків; – система оподаткування; – умови кредитування; – доступність видів кредиту; – система розрахункових відносин із контрагентами;	– Метод максимізації чистого грошового потоку; – метод оптимізації середнього залишку грошових активів — модель Міллера-Орра
Інвестиційна діяльність	– Інвестиційна привабливість підприємства; – рівень інфляції; – рівень інвестиційного ризику; – інвестиційна інфраструктура;	– Метод оптимізації за обсягами; – метод визначення оптимізації залишку грошових активів — модель Стоуна

Джерело: складено автором за [1, с. 98–100].

- 2) метод оптимізації поточних товарних запасів передбачає використання моделі Уілсона (алгоритм, який визначає оптимальний розмір товару, що замовляється, і який дозволяє мінімізувати загальні змінні витрати, пов'язані із замовленням і зберіганням запасів);
- 3) метод управління ліквідністю передбачає використання моделі Баумоля-Тобіна (алгоритм, що дозволяє визначити оптимальну частоту поповнення й оптимальний розмір залишку коштів, при яких сукупні втрати будуть мінімальними);
- 4) метод максимізації чистого грошового потоку — підвищення ефективності використання ресурсів та прискорення фінансового циклу підприємства;
- 5) метод оптимізації середнього залишку грошових активів передбачає використання моделі Міллера-Орра (алгоритм, що дозволяє оптимізувати величину середнього та максимального залишків грошових активів підприємства з урахуванням обсягу його платіжного обороту та вартості обслуговування короткотермінових фінансових вкладень);
- 6) метод оптимізації за обсягами — залучення стратегічних інвесторів з метою збільшення обсягу

власного капіталу, проведення додаткової емісії акцій, продажу частини фінансових інвестиційних інструментів та здавання в оренду обладнання, будівель, які не використовуються; залучення пільгових кредитів;

- 7) метод визначення оптимізації залишку грошових активів передбачає використання моделі Стоуна (алгоритм, що дозволяє визначити величину верхньої грошової межі, двоконтрольні та внутрішні ліміти грошових активів) [3, с. 118–122].

Оптимізація грошових потоків сприяє підвищенню їхньої ефективності в майбутньому періоді, забезпечує фінансову рівновагу підприємства у процесі його стратегічного розвитку, який значною мірою залежить від різноманітності грошових потоків та їх синхронізації в часі та об'ємі. Визначено методи оптимізації грошових потоків на підприємстві залежно від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. Результати та дослідження сприятимуть підвищенню ефективності управлінських рішень щодо управління грошовими потоками на підприємстві.

Література

1. Єрьоменко Г. В. Обґрунтування вибору методу оптимізації грошових потоків на підприємстві / Г. В. Єрьоменко // Управління розвитком. — 2013. — № 13. — С. 98–100.
2. Майборода О. Є Напрями управління грошовими потоками підприємства / О. Є Майборода // Економіка і суспільство. — 2017. — № 10. — С. 305–309.
3. Некрасенко Л. А., Напрямки удосконалення управління грошовими потоками / Л. А. Некрасенко, І. М. Гнилосир // Наукові праці ПДАА. Вип. 2. — Т. 3. Економічні науки. — Полтава: ПДАА. — 2011. — С. 118–122.
4. Тимош І. Оптимізація грошових потоків у системі підприємницької діяльності / І. Тимош // Економічний аналіз. — 2009. — № 3. — С. 244–246.

Головко Віктор Іванович

кандидат економічних наук,

доцент кафедри обліку і аудиту

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Головко Виктор Иванович

кандидат экономических наук,

доцент кафедры учета и аудита

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко

Golovko Viktor

PhD, Associate Professor of

Department of Accounting and Audit

Taras Shevchenko National University of Kyiv

Кляченко Валерія Вячеславівна

студентка

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Кляченко Валерия Вячеславовна

студентка

Киевського національного університету імені Тараса Шевченко

Kliachenko Valeriia

Student of the

Taras Shevchenko National University of Kyiv

АНАЛІЗ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО ТРАКТУВАННЯ СУТНОСТІ ТА КЛАСИФІКАЦІЇ ПОХІДНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ТА ЇХ СКЛАДОВИХ

АНАЛИЗ НАУЧНЫХ ПОДХОДОВ К ТРАКТОВКЕ СУЩНОСТИ И КЛАССИФИКАЦИИ ПРОИЗВОДНЫХ ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ И ИХ СОСТАВЛЯЮЩИХ

ANALYSIS OF SCIENTIFIC APPROACHES TO THE INTERPRETATION OF THE NATURE AND CLASSIFICATION OF DERIVATIVES AND THEIR COMPONENTS

Анотація. Досліджено питання трактування поняття «деривативи», їх застосування та надано пропозиції щодо категорії «похідні фінансові інструменти».

Ключові слова: похідні фінансові інструменти, стандарти бухгалтерського обліку.

Аннотация. Исследован вопрос трактовки понятия «деривативы», их применение и даны предложения по категории «производные финансовые инструменты».

Ключевые слова: производные финансовые инструменты, стандарты бухгалтерского учета.

Summary. The question of interpretation of the concept of «derivatives», their application and proposals on the category «Derivative financial instruments» is presented.

Key words: derivative financial instruments, accounting standards.

Постановка проблеми. Для українського фінансового ринку традиційними для розуміння є операції з первинними фінансовими інструментами, які здобули більш широкого застосування. Застосування в українській практиці похідних фінансових інструментів, на відміну від первинних фінансових інструментів, має свою новизну, а тому породжує багато проблемних питань. Похідні фінансові інструменти — одна з найскладніших економічних категорій, що відображає відносини, які виникають у процесі перерозподілу фінансових ресурсів між суб'єктами господарювання. Розбіжності у законодавчих актах щодо визначення сутності категорії «деривативи» значно гальмують розвиток методики бухгалтерського обліку. Зазначене визначає актуальність даного дослідження.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Визначенню підходів до трактування сутності деривативів присвятили свої праці такі вітчизняні науковці як Л. О. Примостка, О. І. Рогач, О. Ю. Смолянська, О. О. Солодка та інші.

Метою дослідження є дослідження підходів трактування такої категорії як «похідні фінансові інструменти», формування єдиної категорії «деривативи», яка зважає на специфічні характеристики даного поняття.

Перше, з чого пропонується розпочати дослідження, — розуміння категорії. Похідні фінансові

інструменти (деривативи) отримали свою назву від англійського терміну «derivative» — «похідний». Французькою мовою «derivatif» — вихід, латинською — «derivare» — відводити, проводити. Дериватив дістав свою назву від того, що його вартість є похідною від вартості фундаментальних, базових інструментів, покладених в основу угоди.

Проблему визначення слід розглянути на основі різних варіацій категорії «деривативи».

Автори при розгляді сутності похідних фінансових інструментів наводять наступні поняття: договір — 11,87%, фінансовий актив — 8%, фінансові інструменти — 13,03%, стандартний документ — 29,12%, контракти — 17%, цінні папери — 5,60% контракти — 9%, інструменти торгівлі фінансовим ризиком 6,38%. Графічно кількісний розподіл підходів дослідників щодо визначення похідних фінансових інструментів можна представити наступним чином (рис. 1).

Графічно-кількісний розподіл щодо визначення деривативів вказує, що чітко визначеної позиції серед авторів щодо трактування поняття не спостерігається.

Залежно від сфери використання фінансових інструментів можна виділити юридичний та фінансовий підходи науковців до трактування поняття «деривативи», які пов'язані між собою (рис. 2).

Аналіз визначення поняття «деривативи» у нормативних актах України піднімає значну кількість



Рис. 1. Підходи до трактування деривативів

Джерело: складено автором на основі [2; 4; 5; 6; 7; 8; 10; 11; 14]

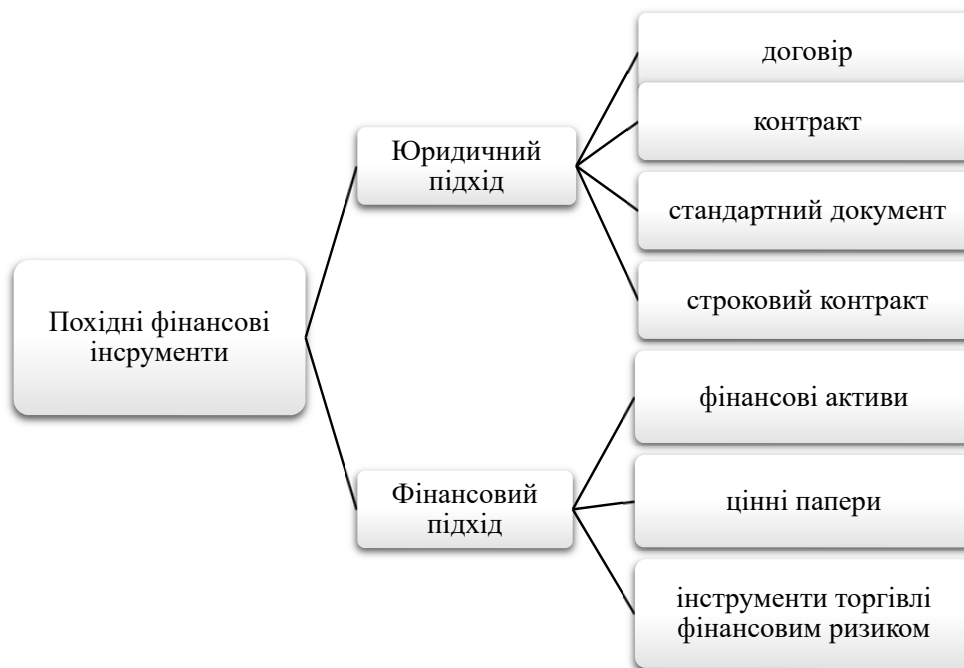


Рис. 2. Підходи до трактування «похідні фінансові інструменти»

Джерело: складено автором на основі [9, 10, 16]

спірних питань. Законодавча база цих інструментів знаходиться лише у стадії формування.

Вперше термін «дериватив» на рівні закону було закріплено у Законі України «Про оподаткування прибутку підприємств», який визначає дериватив як «стандартний документ, що засвідчує право та/або зобов'язання придбати або продати цінні папери, матеріальні або нематеріальні активи, а також кошти на визначених ним умовах у майбутньому» [9, ст. 1]. Іншим нормативним актом, що є ідентичним до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» визначає дериватив, є Положення про вимоги до стандартної (типової) форми деривативів [14].

Також слід зазначити запропоновану категорію «похідного фінансового інструменту» у Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 13 «Фінансові інструменти» Міністерства фінансів України, яким визнається «похідний фінансовий інструмент: розрахунки за яким провадитимуться у майбутньому; вартість якого змінюється внаслідок змін відсоткової ставки, курсу цінних паперів, валютного курсу, індексу цін, кредитного рейтингу (індексу) або інших змінних, що є базисними; який не потребує початкових інвестицій» [14, п. 4]. Визначення, є таким, що відображає багатогранну природу похідних фінансових інструментів, і є найбільш точним та вірним з усіх нормативних визначень. Також треба зазначити, у даному П(с)БО наводяться визначення усіх складових деривативів, що відображає конкретику та детальне регламентування зазначених інструментів.

В ході дослідження встановлено, що основу класу похідних фінансових інструментів становлять ф'ю-

черсні, форвардні, опціонні угоди та свопи (рис. 3). Оскільки всі вони пов'язані з виконанням певних дій протягом визначеного періоду часу або у визначений момент у майбутньому, їх ще називають строковими контрактами.

Строкові контракти за дослідником Шелудько В. М. визначаються своїми специфікаціями — юридичними документами, в яких обумовлюється обсяг базового активу в одному контракті, термін виконання, валюта розрахунку, спосіб виконання (поставка активу чи розрахунки грошовими коштами) та інші характеристики.

Використання строкових угод дає змогу учасникам ринку зменшувати ступінь ризику майбутніх операцій з купівлі-продажу активів на ринку, зменшуючи при цьому і можливі прибутки чи збитки від таких операцій. При цьому продавець певного виду продукції страхується за допомогою строкового контракту від можливого падіння ціни на дану продукцію в момент, коли йому потрібно буде її продати, а покупець продукції — від можливого зростання цін на момент купівлі даної продукції на ринку. В результаті укладання такої угоди одночасно виникає два зобов'язання: зобов'язання продавця і зобов'язання покупця, які одночасно є і відповідними майновими правами [5].

Автори Т. А. Батяєва та І. І. Столяров основними особливостями похідних інструментів вважають наступні [1, с. 152]:

- ціна похідних інструментів базується на ціні основного активу;
- функціонування похідних інструментів аналогічне функціонуванню основних цінних паперів;

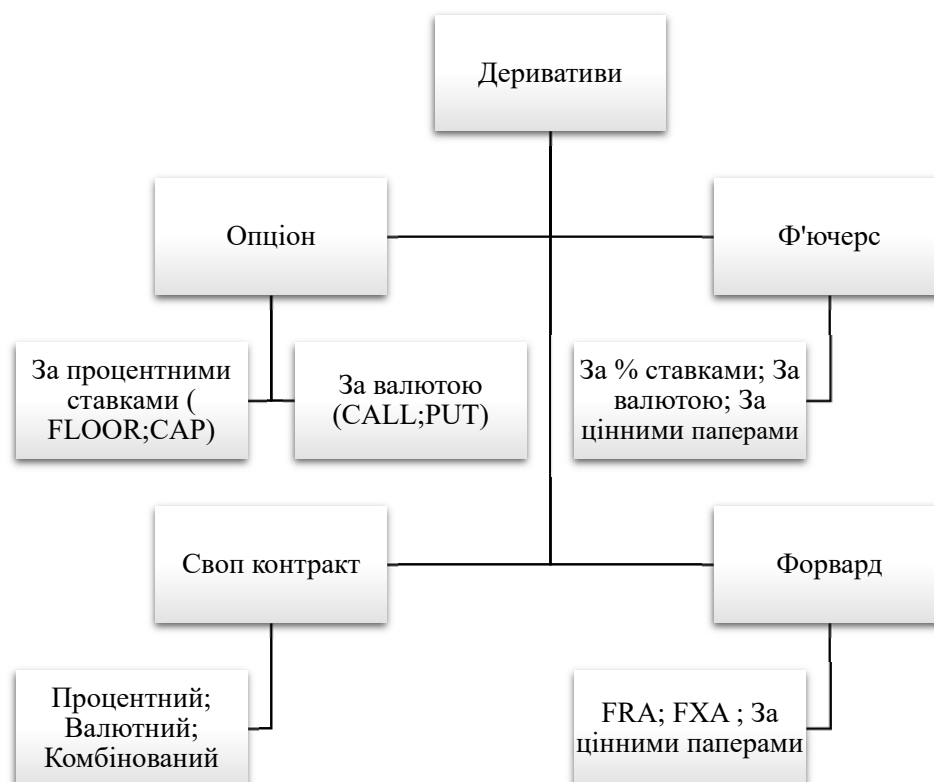


Рис. 3. Класифікація похідних фінансових інструментів

Джерело: складено автором на основі [4]

- похідні інструменти мають обмежений термін функціонування в порівнянні з вихідним активом;
- похідні інструменти дозволяють отримати прибуток за мінімальних інвестицій в порівнянні з іншими активами, оскільки інвестор сплачує не всю вартість активу, а лише гарантійний вклад.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, аналізуючи поняття «похідні фінансові інструменти» та виокремлюючи їх особливі риси, під похідними фінансовими інструментами пропонується розуміти стандартний документ, ціна якого прямопропорційно залежить від предмета даної угоди та який засвідчує право на придбання чи продаж предмету угоди на визначених умовах. Визначення є найбільш прийнятним та більш оптимальним для розуміння сутності деривативів та подальшої розробки методологічної та законодавчої бази, оскільки врахована специфіка даного поняття.

Під час аналізу законодавчо-нормативної бази України в частині визначення категорії «похідні фінансові інструменти» було виявлено неузгодженість законодавчих актів між собою. Запровадження єдиного категоріального апарату дозволить вирішити питання неготовності законодавства для регулювання ринку похідних фінансових інструментів і дозволить оновити законодавчо-нормативні акти без прийняття нових законів чи норм.

Отже, сутність поняття похідні фінансові інструменти є досить широким як і сфера їх застосування. Запропоноване визначення дозволить усунути неузгодженість законодавчих актів між собою та сприятиме розробці методики бухгалтерського обліку. Для потреб бухгалтерського обліку воно є прийнятним, оскільки відображає:

- 1) вид документу;
- 2) спосіб визначення ціни;
- 3) характер здійснення угоди.

Література

1. Батяева Т. А., Столяров И. И. Рынок ценных бумаг: Учеб. Пособие. — М.: ИНФРА-М, 2006. — 304 с.
2. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. Фінансовий словник. — 4-те вид., випр. та доп. — К.: Т-во «Знання», КОО; Л.: Вид-во Львів. Банк. Ін-ту НБУ. — 566 с.
3. Здреник В.С., Слобчинська А.І. Сутність похідних фінансових інструментів та їх законодавче визначення / Вісник ЖДТУ // Економічні науки. — 2008. — № 1 (43). — С. 257–262.

4. Зімін А. І. Інвестиції-запитання і відповіді / А. І. Зімін // Вісник Чернігівського державного технологічного університету». Серія: Економічні науки. — 2011. — С. 256.
5. Павлов В. І., Пилипенко І. І., Кривов'язюк І. В. Цінні папери в Україні: Навчальний посібник. — Видання 2-ге, доповнене. — К.: Кондор, 2004. — 400 с.
6. Бухгалтерський словник. / За ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. — Житомир: ПП «Рута», 2001. — 224 с.
7. Економічний тлумачний словник / Понятійна база законодавства у сфері економіки / Гордієнко Д. Д. — К.: КНТ, 2006. — 308 с.
8. Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств» від 28 грудня 1994 року № 334/94-ВР. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» від 23 лютого 2006 року № 3480-IV.
9. Міжнародний стандарт фінансової звітності 7 «Фінансові інструменти: розкриття інформації» від 01.01.2012 зі змінами та доповненнями, [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929_007
10. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка» від 01.01.2012 зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_015
11. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 13 «Фінансові інструменти», затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 30.11.2001 р. № 559. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1050-01>
12. Положення про вимоги до стандартної (типової) форми деривативів № 632 від 19 квітня 1999 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/632-99-п>
13. Рішення Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку « Про затвердження Порядку реєстрації випуску опціонних сертифікатів та проспекту їх емісії» № 209 від 23.03.2017 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0525-17>

УДК 334.012.6

Даллакян Светлана Аркадьевна

кандидат экономических наук, научный сотрудник

Институт экономики Национальной академии наук Армении

Dallakyan Svetlana

The Degree of Doctor Philosophy (PhD) in Economics, Research

Institute of Economics of the National Academy of Sciences of Armenia

Саркисян Саркис Арутюнович

АССА, Заместитель генерального директора,

руководитель отдела рисков

ЗАО «АКБА ЛИЗИНГ»

Sargsyan Sargis

ACCA, Deputy General Manager,

Head of Risk Management Division

«ACBA LEASING» co CJSC

МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ФИНАНСОВОЙ И КРЕДИТНОЙ ПОДДЕРЖКИ

SMALL AND MEDIUM ENTREPRENEURSHIP IN RA: INTERNATIONAL EXPERIENCE OF FINANCIAL SUPPORT

Аннотация. В данной статье рассматриваются основные факторы и резервы эффективности функционирования малого и среднего предпринимательства (МСП). В статье делается обзор финансовых ресурсов и источников финансирования МСП в РА. А также проводится описание существующих в мире программ поддержки субъектов МСП в сфере финансового стимулирования и кредитования.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательства (МСП), финансирование, конкурентоспособность, мобильность, кредитование.

Summary. The main factors and potential of efficient functioning of small and medium entrepreneurship (SME) are discussed in current article. Financial resources and sources of funding for SMEs in RA are viewed in the article. The programs of supporting SMEs in the sphere of financial stimulating and funding are described here too.

Key words: small and medium entrepreneurship (SME), funding, competitiveness, mobility, crediting.

Постановка проблемы. В современной экономической ситуации ключевым элементом прогресса ведущих стран мира является малый и средний бизнес, развитие которого способствует созданию благоприятных условий для динамичного развития: формированию конкурентной среды, созданию дополнительных рабочих мест, насыщению рынка.

Вопросам развития малого и среднего предпринимательства уделяется особое внимание в современной Армении, поскольку малый и средний бизнес рассматривается как одно из ключевых условий обновления страны, экономики, а также как основа для реализации огромного творческого и предпринимательского потенциала народа. Следует при этом

отметить необходимость усиления регулирующей роли государства, поскольку существующий комплекс мер, программы поддержки малого и среднего предпринимательства не образуют целостной системы в силу разрозненности целей и несогласованности регулятивов. Рассмотрим существующие механизмы финансового и кредитного стимулирования, а также программы поддержки субъектов МСП, существующие в мировой практике.

Изложение основного материала. Развитие МСП является основным условием укрепления экономической конкурентоспособности Армении — небольшой страны, не имеющей выхода к морю и сильно зависящей от экспорта и денежных переводов. РА достигла значительных успехов в развитии деловой

среды и в 2018 году занимает 47-е место в мире, согласно докладу Всемирного банка «Doing Business» [4, с. 11] (четвертое место среди всех стран Восточного партнерства). В Индексе глобальной конкурентоспособности за 2017–2018 годы Армения улучшила индекс и стоит на 73-й [5, с. 23] позиции среди 137 стран по сравнению с 79-м местом в 2016–2017 [5, с. 24].

Опираясь на сильную предпринимательскую культуру, на солидный опыт разработки и реализации реформ делового климата, а также на развитую инфраструктуру поддержки предпринимательства, которую координирует одно из самых динамичных ведомств по делам МСП в регионе, правительство Армении после 2012 года продолжало совершенствовать рамочные основы экономической политики в отношении МСП. Процесс упрощения нормативно-правовой базы и механизм оценки регулирующего воздействия в Армении способствуют оптимизации делового климата для МСП.

Надо отметить, что 2016 г. существовала 77163 МСП [6, с. 5]. Из рис. 2 очевидно, что число МСП возросло от 74365 до 77163. Вклад МСП в ВВП тоже вырос по сравнению с 2014 годом и в настоящий момент составляет 33.1% [6, с. 6] (рис. 1). Важно отметить, что в РА 2016 году 101003 лиц считаются активными налогоплательщиками, из которых 76% считаются активными налогоплательщиками МСП [6, с. 5]. Это означает, что в Армении МСП является одним из приоритетных направлений развития экономики. В 2016 году на МСП были заняты около 238311 человек (64.8% от общей численности занятого населения). Основная часть сотрудников МСП приходится на микропредприятия — 116722 или 31.5% [6, с. 7]. Для сравнения надо отметить, что в странах ОЭСР этот показатель колеблется в среднем от 35% [7].

Чтобы развивались предпринимательства, нужны государственные меры по поддержке МСП. В мировой практике принято разделять 3 основных направления финансовой и кредитной помощи предпринимателям: 1) *предоставление государственных гарантий по кредитам*; 2) *реализация программ дешевого фондирования по сниженной процентной ставке и софинансирование или прямое софинансирование кредитов для малого и среднего бизнеса*; 3) *В рамках не прямой финансовой поддержки стоит выделить разработку программ для привлечения ресурсов с фондового рынка и в рамках венчурного инвестирования* [1, с. 51–59]. В целях преодоления проблем финансирования субъектов МСБ с 2003 в РА реализуется программы предоставления кредитных гарантий, частичного субсидирования процентной ставки (до 6%) по предоставляемым кредитам [2, с. 7, 8]. В РА применяются еще ряд механизмов, таких как различные программы льготного кредитования, лизинг и франчайзинг и еще в рамках не прямой финансовой поддержки (венчурное финансирование, финансирование при участии бизнес-ангелов — FAST).

В РА малый и средний бизнес ощущает недостаток средств в основном на этапе своего формирования. С одной стороны общеизвестно, что финансово-кредитные организации не склонны вкладывать средства в формирующееся предприятие, поскольку риски невозврата чрезвычайно высоки. С другой — процентные ставки и сроки также не всегда устраивают малый бизнес (средняя процентная ставка по драмовым кредитам составляет 18–19%, по долларовым — 14–15%), исходя из чего в общем объеме банковского кредитования в РА доля субъектов МСБ составляет порядка 10% [2, с. 15]. Отметим, что кроме высоких процентных ставок, для клиентов существенны также суммы, взимаемые банками за

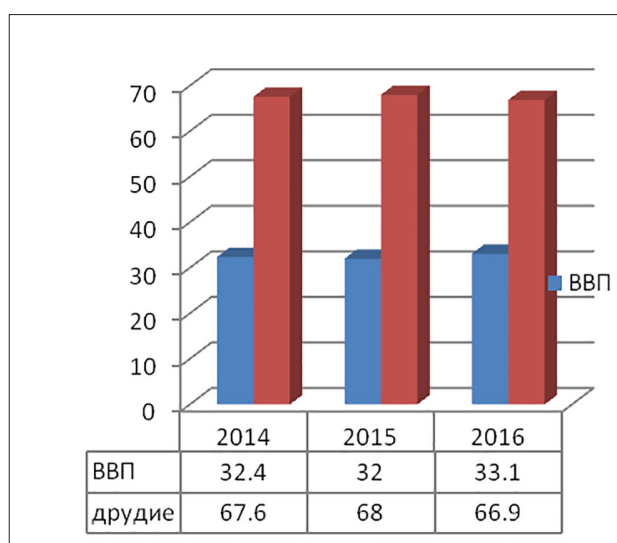


Рис. 1. Вклад МСП в ВВП

Источник: Составлено автором на основе [6, с. 5–6]

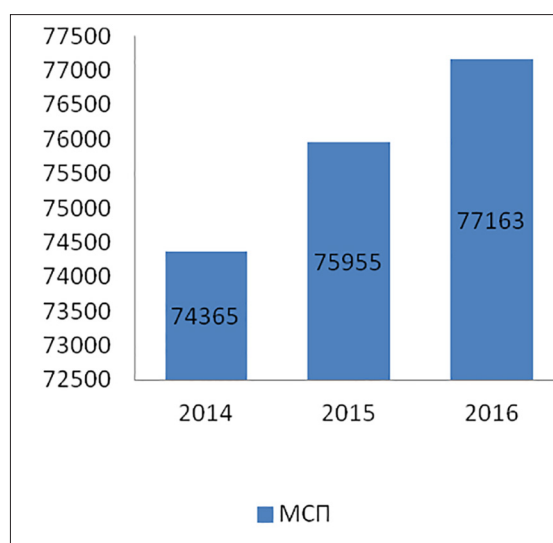


Рис. 2. Число МСП 2014–2016 гг.

предоставление и текущее обслуживание кредита. Финансовые проблемы субъектов МСБ обусловлены также тем, что последние, как правило, не обладают достаточным для кредитования залого-гарантийным обеспечением. Коммерческие банки, даже в экономически развитых странах, предпочитают более выгодные и менее рискованные операции.

Рассмотрим, какие программы поддержки субъектов МСП существуют в мировой практике.

В таблице 1 представлены структурированные основные государственные меры финансовой и кредитной поддержки МСП. Исходя из указанных мер поддержки, наиболее распространенной является гарантийная поддержка МСП со стороны государства. Следует учитывать, что гарантии по кредитам МСП и прямое кредитование предприятий, представляют собой основные меры государственной поддержки, реализуемые в большинстве стран Европы, Америки и Азии. При этом, гарантии по кредитам МСП являются наиболее приоритетным и распространенным видом финансовой поддержки, поскольку не требуют прямого участия государства в финансировании предпринимательской деятельности.

Выводы. Таким образом, в РА МСП является одним из приоритетных направлений экономики. Для того чтобы развивалась предпринимательства нужны государственные меры и финансовые поддержки. Получить кредит для малых предприятий, работающих менее года, практически нереально. Также это невозможно сделать, если предприятие ведет упрощенную систему налогообложения и не имеет залога или поручителя. Мировая практика нарабатала достаточно обширный материал по снижению кредитных рисков малого предпринимательства. В большинстве стран применяют стандартные модели, которые можно использовать и в нашей стране. На основании проведенного исследования выявлено, что в мировой практике существуют разнообразные по значимости и эффективности механизмы финансовой и нефинансовой поддержки МСП, среди которых выделены ряд эффективных программ. Во многих странах функционируют специализированные фонды, за счет чего диверсифицируются возможные риски. Таким образом, сложившаяся ситуация в экономике дает шанс микрофинансовым организациям увеличить свою нишу на кредитном рынке.

Таблица 1

Государственные меры по поддержке МСП, реализуемые в разных странах [3, с. 16]

Перечень мер	Страны
Гарантии по кредитам МСП	Австрия, Бельгия, Канада, Чили, Колумбия, Чешская Республика, Дания, Эстония, Финляндия, Франция, Греция, Венгрия, Ирландия, Израиль, Италия, Япония, Корея, Мексика, Нидерланды, Норвегия, Португалия, Россия, Сербия, Словацкая Республика, Словения, Испания, Швейцария, Таиланд, Турция, Соединенное Королевство, Соединенные Штаты
Специальные условия по гарантиям и кредитам для стартапов	Австрия, Канада, Чешская Республика, Дания, Эстония, Мексика, Нидерланды, Новая Зеландия, Сербия, Соединенное Королевство
Прямое кредитование МСП	Австрия, Бельгия, Канада, Колумбия, Чешская Республика, Дания, Эстония, Финляндия, Венгрия, Греция, Корея, Нидерланды, Новая Зеландия, Испания, Швеция
Субсидирование процентной ставки по кредитам МСП	Австрия, Бельгия, Канада, Чили, Чешская Республика, Эстония, Финляндия, Франция, Греция, Венгрия, Ирландия, Израиль, Япония, Корея, Норвегия, Португалия, Сербия, Словацкая Республика, Словения, Испания, Швеция, Турция, Соединенное Королевство
Венчурное финансирование, участие в капитале, финансирование при участии бизнес-ангелов	Австрия, Бельгия, Канада, Чили, Чешская Республика, Дания, Эстония, Финляндия, Франция, Греция, Венгрия, Ирландия, Израиль, Мексика, Нидерланды, Новая Зеландия, Норвегия, Португалия, Словацкая Республика, Испания, Швеция, Турция, Соединенное Королевство
Специализированные банки для поддержки МСП	Чехия, Франция, Португалия, Россия, Соединенное Королевство
Консалтинговые услуги	Колумбия, Чехия, Дания, Финляндия, Нидерланды, Новая Зеландия, Швеция
Налоговые отсрочки и льготы	Бельгия, Финляндия, Италия, Новая Зеландия, Норвегия, Испания, Швеция, Турция
Посредничество в кредитовании	Бельгия, Франция, Ирландия, Новая Зеландия, Испания
Стимулирование банков к кредитованию МСП, отрицательные ставки для банков по депозитам в ЦБ	Ирландия, Дания

Литература

1. Мортаза А. Я. Механизмы финансового стимулирования и кредитной поддержки малого предпринимательства в мировой экономике / МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). — 2017. — Т. 8. — № 1. — С. 51–59. DOI: 10.18184/2079–4665.2017.8.1.51–59
2. «О состоянии малого и среднего предпринимательства в государствах-участниках СНГ», информационно-аналитический обзор, подготовленный в соответствии с решением, принятым на 13-м заседании Консультативного совета по поддержке и развитию малого предпринимательства в государствах-участниках СНГ, 7 октября 2011 г., 135 с.
3. Развитие малого и среднего предпринимательства. Зарубежный опыт / Декабрь, 2015. ВЭБ МСП Банк, 23 с.
4. A World Bank Group Flagship, “Doing business 2018, Reforming to Create Jobs” Report Comparing Business Regulation for Domestic Firms in 190, Economies, 312 p.
5. The Global Competitiveness Report 2017–2018, Klaus Schwab, World Economic Forum, 393 p.
6. Research on SME taxation field 2016, EBRD Business support office, Erevan 2017, 15 p.
7. Экономический обзор ОЭСР: Российская Федерация, январь 2014 URL: http://www.oecd.org/eco/surveys/Overview_RUSSIA_Rus_2013.pdf

УДК 338.567.2

Дубас Ярослав Юрійович

студент

Національного авіаційного університету

Дубас Ярослав Юрьевич

студент

Национального авиационного университета

Dubas Yaroslav

Student of the

National Aviation University

ЦІНОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА ЦЕНОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ THE PRICE STRATEGY OF THE ENTERPRICE

Анотація. У статті проаналізовано проблеми сучасного ціноутворення та стратегічного розвитку підприємства та надані практичні рекомендації щодо формування цінової стратегії підприємства. Також формування ціни в ринкових умовах орієнтує підприємство на інноваційні методи, потреби зменшення витрат, підвищення якості товарів та послуг, а також попит споживача.

Ключові слова: стратегія, стратегія розвитку, ціна, ціноутворення, цінова стратегія.

Аннотация. В статье проанализированы проблемы современного ценообразования и стратегического развития предприятия и даны практические рекомендации по формированию ценовой стратегии предприятия. Также формирование цены в рыночных условиях ориентирует предприятие на инновационные методы, нужности снижения издержек, повышения качества товаров и услуг, а также спрос потребителя.

Ключевые слова: стратегия, стратегия развития, цена, ценообразование, ценовая стратегия.

Summary. The article analyzes the problems of modern pricing and strategic development of the enterprise and provides practical recommendations for the formation of a pricing strategy of the enterprise. Also, the formation of prices in market conditions orientates the company to innovative methods, the need to reduce costs, improve the quality of goods and services, as well as consumer demand.

Key words: strategy, development strategy, price, pricing, pricing strategy.

Постановка проблеми та її зв'язки з науковими чи практичними завданнями. Економічна криза, що пов'язана із політичною ситуацією в Україні погіршила загальне економічне становище потенційних споживачів, яке вплинуло й на стан підприємств. Дана ситуація вимагає реформи щодо розробки цінової стратегії підприємства, що дозволить підтримувати ефективну діяльність підприємства, формування стійких відносин зі споживачем, що сприятиме забезпеченню стабільності їх функціонуванню. З огляду на це, ціна є основним засобом, який одночасно інформує споживача про корисність продукції, її якість і властивості, відображає імідж і репутацію підприємства. У зв'язку з цим побудова, розробка, вдосконалення, утворення та вибір оптимальної цінової стратегії є першочерговим завданням підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, на які спирається автор з посиланням на джерела. Надзвичайну важливість практичних та теоретичних аспектів дослідження цінової стратегії підприємства зумовлює постійний інтерес до цієї сфери з боку науковців, як вітчизняних, так і зарубіжних. Проблема сучасного цінової стратегії є предметом численних наукових досліджень, які відображають різні її аспекти. Зокрема, проблеми розвитку процесу ціноутворення історично знайшли відображення у працях класиків економічної науки А. Сміта, Д. Рікардо, К. Маркса, А. Маршалла, Дж. М. Кейнса, Дж. К. Гелбрейта. Висвітленню проблем теорії та практики сучасного ціноутворення присвячені дослідження В. М. Гальперіна, В. Є. Єсіпова, І. А. Єрухимовича, І. В. Ліпсіца, А. Д. Чудакіна, Л. О. Шкварчук. Ефективність управління

цінами та ціновою політикою знайшла відображення в роботах Т. Г. Євдокимової, Г. А. Маховикової, І. А. Желтякової, С. В. Переверзевої, Я. В. Литвиненка, В. Л. Корінева. Обґрунтування стратегії і тактики ефективного ціноутворення розкрито в роботах Т. Т. Негла, Р. Дж. Долана, Г. Саймона. Практичний досвід дослідження конкурентних цінових переваг підприємства висвітлено в роботах М. В. Марна, Е. В. Регнера, К. К. Завади. Дослідження проблем сучасного державного регулювання цін у зарубіжних країнах подано в роботах М. Ю. Лева, Є. Д. Чувиліна, В. Г. Дмитрієвої.

Цікаво, що тоді як більшість підприємств, в умовах праці намагаються будь-якими методами втримати свого споживача, часто застосовуючи гнучкі системи знижок, або й значно знижують ціну на свою продукцію, то вітчизняні підприємства навпаки підвищують її, часто втрачаючи и без того нечисленність підприємств.

Виділення не вирішених частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Незважаючи на вагомий здобутки в дослідженні цінової стратегії підприємства, необхідно відмітити, що існуючі методологічні засади не дозволяють повною мірою комплексно підійти до її вирішення на підприємстві.

Формування цілей статті. Метою статі є узагальнення розглянутих в економічній літературі економічних аспектів щодо принципів і цілей формування цінової стратегії підприємства, а також супроводжуваних цей процес управлінських рішень. Слід визначити цілі підприємства, які є похідними для них. Розглянемо ці цілі:

- 1) Максимізація поточного прибутку. Оцінюють попит на товар і витрати стосовно різних рівнів цін і відповідних обсягів збуту та обирають ціну, яка приведе до максимального прибутку.
- 2) Збільшення частки ринку. Підприємство знижує ціну і сподівається, що таким чином в майбутньому вона буде отримувати більше прибутку.
- 3) Завоювання підприємства на ринку за якістю продукції. Підприємство пропонує найкращий товар за високою ціною, яка повинна покрити витрати розробки і виробництва високоякісної продукції. Незважаючи на таку ціну, товар знаходить своїх покупців.
- 4) Забезпечення виживання підприємства у складній ринковій ситуації. Труднощі можуть виникнути внаслідок надлишкових потужностей, інтенсивної конкуренції чи змін в уподобаннях споживачів. Щоб забезпечити роботу підприємства і збут продукції, ціни знижують. У такій ситуації виживання важливіше за прибутковість. Доти, доки знижені ціни ще покривають витрати, фірма може деякий час існувати. Однак зрозуміло, що така ціль може бути лише тимчасовою.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підприємство самостійно встановлює ціни на свій існуючий товар, завдяки своїй власній думці цінової

стратегії і покладаючись на власні знання і практичні навички. Суть цінової стратегії полягає у встановленні на товари підприємства таких цін і вмінні варіювати ними в залежності від попиту на ринку, щоб опанувати його певною частиною, забезпечити намічений обсяг прибутку і вирішувати інші стратегічні та оперативні завдання підприємства.

Цінова стратегія підприємства визначається в першу чергу її власним потенціалом, наявністю достатнього капіталу, кваліфікованістю кадрів, організацією діяльності, а не тільки станом попиту і пропозиції на ринку. Навіть наявний попит треба вміти задовольнити, причому в потрібний час, в потрібному обсязі, в потрібному місці і при забезпеченні необхідного ринку якості продукції.

Стратегія ціноутворення є важливим складовим елементом загальної системи управління підприємством. Вона виражається у встановленні на товар такої ціни і умінні варіювати ними так, щоб займати або утримувати певну частину ринку і вирішувати стратегічні і тактичні завдання. Ціна — це інструмент, за допомогою якого підприємство максимізує свій прибуток. Послідовно цінової стратегія полягає в реалізації ряду етапів: поставка завдань ціноутворення; визначення попиту; оцінка витрат; аналіз цін і витрат конкурентів; вибір методу ціноутворення; встановлення залишкової вартості. На формування ціни впливають інституційні умови, фактори попиту, конкурентні умови формування ціни, витрати виробництва, канали просування і реалізації продукції.

Підприємство самостійно визначає схему розробки цінової стратегії виходячи з цілей і завдань розвитку фірми, організаційної структури та методів управління, сталих традицій на підприємстві, рівня витрат виробництва та інших внутрішніх факторів, а також стану і розвитку підприємницького середовища, тобто зовнішніх чинників.

При розробці цінової стратегії зазвичай вирішуються такі питання:

- в яких випадках необхідно використовувати при розробці цінову стратегію;
- коли необхідно відреагувати за допомогою ціни на ринкову політику конкурентів;
- якими заходами цінової стратегії повинно супроводжуватися введення на ринок нового продукту;
- по яких товарах з продаваного асортименту необхідно змінити ціни;
- на яких ринках треба проводити активну цінову політику, змінити цінову стратегію;
- як розподілити в часі певні цінові зміни;
- якими ціновими заходами можна посилити ефективність збуту;
- як врахувати в ціновій стратегії наявні внутрішні і зовнішні обмеження підприємницької діяльності і ряд інших.

Процес розробки та реалізації цінової стратегії підприємства можна представити схематично.

Підприємство розробляє цінову стратегію виходячи з особливостей товару, можливостей зміни цін і умов виробництва (витрат), ситуації на ринку, співвідношення попиту і пропозиції.

Підприємство може вибирати пасивну цінову стратегію, слідуючи за «лідером в цінах» або більшістю виробників на ринку, або спробувати реалізувати активну цінову стратегію, що враховує, перш за все його власні інтереси. Вибір цінової стратегії, крім того, багато в чому залежить від того, чи пропонує підприємство на ринку новий, модифікований або традиційний товар.

Дослідження цінової стратегії підприємства на ринку, є визначною тематикою даної статті. Цінова стратегія підприємства визначається в першу чергу її власним потенціалом, наявністю достатнього капіталу, кваліфікованістю кадрів, організацією діяльності, а не тільки станом попиту і пропозиції на ринку. Навіть наявний попит треба вміти задовольнити, причому в потрібний час, в потрібному обсязі, в потрібному місці і при забезпеченні необхідного ринку якості продукції.

Разом з цим, політика цін і управління ціноутворенням відіграють настільки важливу роль в діяльності підприємства, що це є одним з основних моментів його стратегічного розвитку. З метою розробки якісної стратегії ціноутворення фірми необхідно відпрацювати збір інформації про ринок, його дослідження, підготовку і пропозиція нових товарів, а також оптимальну організацію збуту. На підставі аналізу зібраної інформації про ринок підприємство розробляє свою стратегію ціноутворення.

На політику цін великий вплив мають керівники служби збуту, завідувачі виробництвом, керівники фінансових відділів, бухгалтерія. Тому питаннями розробки цінової політики підприємства займаються поряд з планово-економічними службами і маркетингові відділи. У складі основних елементів цінової політики підприємства присутні блоки, що представляють собою етапи маркетингових досліджень [2, с. 126]. Алгоритм побудови цінової стратегії на підприємстві можна представити в наступній послідовності:

- поставка завдань ціноутворення;
- визначення попиту;

- оцінка витрат;
- аналіз цін і витрат конкурентів;
- вибір методу ціноутворення;
- встановлення залишкової вартості.

Висновки даного дослідження і перспективи подальших робіт у цьому напрямку. Таким чином, розглядати цінову стратегію підприємства слід лише у взаємозв'язку з тими завданнями які ставить перед собою підприємство. Перш за все, необхідно ґрунтуватися на рекомендованих принципах формування цінової стратегії, потім вирішити які саме цілі підприємство намагається досягти за допомогою конкретного товару. Проблеми, які існують на даний час в цінової стратегії знижують, як ефективність діяльності підприємства загалом, так і дієвість цінової стратегії зокрема.

Тому, подальшого дослідження і вирішення потребують такі питання як: забезпечення відповідностей цінової стратегії загальній політиці розвитку підприємства; формування економічно-обґрунтованої цінової стратегії з урахуванням невизначеності; створення комплексної системи оцінки ефективності цінової стратегії на відповідному етапі підприємства.

На сьогоднішній день ринку потрібно конкурентоспроможний товар з максимум корисних властивостей за справедливою ціною, особливі претензії своєчасне оновлення асортименту товарів і послуг і комплекс інших заходів, спрямованих на створення і підтримання іміджу процвітаючої фірми.

Тому можна зробити висновки та в подальшому порекомендувати на перспективи подальших завдань:

- 1) Об'єктивно оцінювати свої ресурсні можливості і визначити оптимальні обсяги виробництва (відповідний розрахунок зроблений в проектній частині роботи); приділяти належну увагу стратегічному плануванню.
- 2) Доповнювати політику ціноутворення системою пільгових знижок і заліків, диференціюючи за категоріями покупців або видам послуг, переглянути політику ціноутворення передбачивши можливість зниження цін з метою забезпечення конкурентоспроможності фірми і розширення ринку збуту своїх послуг.

Література

1. Антикризисное управление: Учеб. пособие для техн. вузов / Под ред. Э.С. Минаева, В.П. Панагуш. — К.: ПРИОР, 1999. — 432 с.
2. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посіб. — К.: Вид-во КНЕУ, 2000. — 360 с.
3. Економіка виробничого підприємництва: Навч. посіб. / За ред. Й. М. Петровича. — К.: Знання, КОО, 2001. — 406 с.
4. Економіка підприємства: Підруч. / За заг. ред. С.Ф. Покропівного. — 2-ге вид., перероб. та доп. — К.: Вид-во КНЕУ, 2000. — 528 с.
5. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств. — К.: Знання, 2000.

УДК 336.64

Дуброва Наталя Петрівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів та банківської справи
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Дуброва Наталья Петровна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры финансов и банковского дела
Днепропетровский государственный аграрно-экономический университет*

Dubrova Natalia

*PhD, Associate Professor of Finance and Banking Department
Dnipro State Agrarian and Economic University*

Гелюх Юлія Валеріївна

*магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»
Дніпровського державного аграрно-економічного університету*

Гелюх Юлия Валериевна

*магистр специальности «Финансы, банковское дело и страхование»
Днепропетровского государственного аграрно-экономического университета*

Geluych Yulia

*Master of Specialty «Finance, Banking and Insurance» of the
Dnipro State Agrarian and Economic University*

ОЦІНКА КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ОЦЕНКА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

THE ASSESSMENT THE SOLVENCY OF ENTERPRISE

Анотація. В статті розглянута сутність кредитоспроможності підприємств. Зазначені основні підходи до оцінки кредитоспроможності, що використовуються в практиці світових та вітчизняних банків. Визначені основні проблеми в використанні методів оцінки вітчизняними банками та напрями їх вирішення.

Ключові слова: Кредитоспроможність, банківські установи, сільськогосподарські підприємства, методи оцінки кредитоспроможності, фінансові коефіцієнти.

Аннотация. В статье рассмотрена сущность кредитоспособности предприятий. Указаны основные подходы к оценке кредитоспособности, которые используются в практике мировых и отечественных банков. Определены основные проблемы в использовании методов оценки кредитоспособности отечественными банками и направления их решения.

Ключевые слова: Кредитоспособность, банковские учреждения, сельскохозяйственные предприятия, методы оценки кредитоспособности, финансовые коэффициенты.

Summary. The essence of solvency of enterprises is examined in the article. The main approaches to the solvency assessment, that using in practice of world and domestic banks are pointed. The main problems in usage of solvency assessment methods in domestic banks and directions of its solution are determined.

Key words: Solvency, banking institutions, agricultural companies, solvency assessment methods, financial coefficients.

Постановка проблеми. Становлення та розвиток ринкової економіки, кризи які супроводжують ці зміни призвели до суттєвої перебудови структури фінансових ресурсів підприємства. Кредитні ресурси для більшості сільськогоспо-

дарських товаровиробників є дефіцитними, незважаючи на розширення кола кредитних відносин, виникнення як нових позик, так і кредитних інструментів. Для банківської системи України, яка перебуває в кризі в умовах економічного спаду

економіки, постає проблема неповернення кредитів, що вимагає формування дієвої системи оцінки кредитоспроможності позичальника. Тому питання удосконалення методичних підходів до оцінки кредитоспроможності сільськогосподарських підприємств є актуальним.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідженням цього питання займалися багато вітчизняних вчених і науковців, таких як: Виговський В. Г., Галасюк В. В., Гула А. С., Жуковська О. А., Кильницька Є., Криклій О. А., Маслак Н. Г., Мельник К. В., Паламарчук О., Рудченко І. В., Соколова Л. В., Фурик В. Г., Чайковський Я. І. та інші. Особливу актуальність здобуває застосування економічно обґрунтованої оцінки їх кредитоспроможності, від достовірності якої залежить ефективність здійснення кредитних угод та формування кредитної політики банку. Оцінка фінансової стійкості позичальника дозволяє банку раціонально використовувати наявні кредитні ресурси і отримувати прибуток.

Метою статті є розгляд основних методичних підходів до оцінки кредитоспроможності сільськогосподарського підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кредитоспроможність є складною науковою категорією внаслідок неоднозначності її трактування. Вона безпосередньо пов'язана з фінансово-господарським станом підприємства, його платоспроможністю, прибутковістю, фінансовою стабільністю і діловою активністю. Науковці по-різному трактують дану категорію. Так, Гуменюк М. М. та Перебиківська Т. І. вважають, що кредитоспроможність — «це спроможність підприємства, яке на даний час не має достатніх власних коштів для здійснення та розширення своєї фінансово-господарської діяльності, у визначені терміни та в повному обсязі розраховуватися за зобов'язаннями, які настануть у разі залучення підприємством кредитних ресурсів» [3].

На думку І. В. Рудченко, «кредитоспроможність охоплює такі сторони фінансового становища підприємства, як платоспроможність, фінансова стійкість, ділова активність, прибутковість, якість і вартість забезпечення, кредитна історія позичальника тощо» [6].

Тобто, кредитоспроможність підприємства є комплексним поняттям, яке потрібно розглядати з точки зору конкретної ситуації та спроможності підприємства здійснювати фінансування господарської діяльності за рахунок позикових коштів. Різноманітність підходів до визначення кредитоспроможності проявляється також і в підходах до її оцінки. Кожен банк розробляє власні критерії та методики оцінки кредитоспроможності позичальника на основі кількісних та якісних характеристик [1–3].

Національний банк України в «Положенні про порядок формування та використання резерву для відшкодування можливих втрат за кредитними операціями банків», затверджене Постановою Правління НБУ від 06.07.2000 № 279, надає методи-

ку аналізу фінансового стану позичальника, яка має бути використана банками в обов'язковому порядку. В подальшому було прийнято «Положення про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями», затверджене Постановою Правління НБУ від 25.01.2012 № 23. Цим документом запропонована система рейтингової оцінки кредитоспроможності позичальників — юридичних осіб, основою якої є, розроблена д.е.н., проф. О. О. Терещенком галузевих дискримінантних функціях для українських галузей промисловості.

Однак, вищенаведені методики є мінімально необхідними і кожен банк має можливість розробити власну систему оцінки кредитоспроможності позичальника, виходячи із своєї специфіки, основних положень кредитної політики та конкретних економічних умов. Зокрема, банки самостійно визначали: нормативні значення та відповідні бали для кожного показника залежно від його вагомості (значимості) серед інших показників; додаткові критерії оцінки; значущість кожного із запропонованих НБУ показників індивідуально для кожної групи позичальників залежно від кредитної політики банку, особливостей клієнта, ліквідності балансу, становища на ринку тощо [1–4].

Іртищева І. О. та Крамаренко І. С. пропонують виділяти п'ять основних етапів у процесі оцінки кредитоспроможності потенційного позичальника [4], а саме:

1. Визначення факторів, що впливають на кредитоспроможність сільськогосподарського підприємства та показників, які їх відображають.
2. Розрахунок показників кредитоспроможності підприємства у межах груп.
3. Оцінка виробничого потенціалу, економічної ефективності, ринкової позиції, фінансового стану та грошового потоку підприємства.
4. Інтегральна оцінка кредитоспроможності підприємства.
5. Прийняття рішення про надання кредиту сільськогосподарському підприємству на основі інтегральної оцінки його кредитоспроможності.

В банках України застосовується широкий спектр підходів і методів оцінювання кредитоспроможності та визначення рейтингу позичальника, що базуються на використанні кількісних та якісних показників. Серед яких використовують наступні методи оцінки кредитоспроможності позичальника: метод розрахунку фінансових коефіцієнтів; метод аналізу грошових потоків; метод аналізу ділового ризику; прогностичні методи оцінки кредитоспроможності (зокрема, модель Бівера, моделі прогнозування банкрутства), спрощені методи оцінки кредитоспроможності (зокрема модель CART), рейтингові (бальні) моделі оцінки кредитоспроможності, комплексні моделі оцінки кредитоспроможності із застосуванням експертних методів («правило

шести С», КАМПАРИ (CAMPARI), ПАРТС (PARTS), ПАРЗЕР (PARSER), Система 4FC, MEMO RISK), дискримінантні факторні моделі, кредитний скоринг [1–7]. Кожний з методів має свої переваги та недоліки, однак комплексне використання може дати прийнятний результат в рамках кредитної політики банку. Серед найбільш широко використовуваних методів оцінки кредитоспроможності виділяють наступні: методи коефіцієнтного аналізу, статистичні й експертні методи.

На практиці кожен комерційний банк вибирає для себе певні коефіцієнти і вирішує питання, пов'я-

зані з методикою їх розрахунку. Цей підхід дозволяє характеризувати фінансовий стан позичальника на основі синтезованого показника-рейтингу, що розраховується в балах та присвоюється кожному значенню коефіцієнта.

Висновки і пропозиції. Кредитоспроможність являє собою багатогранне поняття, яке не має однозначного трактування. Також в світовій та вітчизняній практиці існує різноманіття підходів щодо її оцінки. Кожний банк відповідно до своєї кредитної політики розробляє систему оцінки кредитоспроможності підприємств-позичальників.

Література

1. Аптекар С. С. Проблеми і перспективи сучасних методик бізнес-аналізу в оцінці кредитоспроможності позичальників / С. С. Аптекар, К. А. Скомаровська // Проблеми економіки. — 2013. — № 3. — С. 261–266.
2. Галасюк В. В. Оцінка кредитоспроможності позичальників: що оцінюємо? / В. В. Галасюк // Вісник Національного банку України. — 2001. — № 5. — С. 54–56.
3. Гуменюк М. М. Шляхи вдосконалення методики оцінки кредитоспроможності підприємства / М. М. Гуменюк, Т. І. Перебиківська // Економіка і суспільство. — 2016. — Випуск № 7. — С. 727–732.
4. Іртищева І. О. Методичні підходи до оцінки кредитоспроможності підприємств агропродовольчої сфери / І. О. Іртищева, І. С. Крамаренко // Агросвіт. — 2011. — № 19. — С. 2–4.
5. Крутова А. С. Теоретико-методичні аспекти аналізу кредитоспроможності підприємства / А. С. Крутова, Н. Б. Кащенко // Проблеми економіки. — 2017. — № 1. — С. 211–216.
6. Рудченко І. В. Кредитоспроможність позичальника як критерій формування кредитних відносин / І. В. Рудченко // Держава та регіони. — 2008. — № 5. — С. 162–166.
7. Смолева Т. М. Сучасні методи оцінки кредитоспроможності позичальників банками України / Т. М. Смолева // Финансы, учет, банки. — 2014. — № 1 (20). — С. 241–245.

References

1. Aptekar, S.S. and Skomarovska, K.A. (2013), The problems and perspective of modern methodology of business analyses in solvency assessment of borrowers», Problemy ekonomiky, vol. 3, pp. 261–266.
2. Halasiuk, V. V. (2001), «The solvency assessment of borrowers: what do we evaluate?», Visnyk Natsionalnoho banku Ukrainy, vol. 5 (20), pp. 54–56.
3. Humeniuk, M.M. and Perebykivska, T.I. (2016), «The ways of methodology of solvency assessment improvement», Ekonomika i suspilstvo, vol. 7, pp. 727–732.
4. Irtyshcheva, I.O. and Kramarenko, I. S. (2011), «Methodical approaches to solvency assessment of agricultural enterprises», Ahrosvit, vol. 19, pp. 2–4.
5. Krutova, A.S. and Kashchena, N. B. (2017), «The theoretical and methodical aspects of solvency analyses of an enterprise», Problemy ekonomiky, vol. 1, pp. 211–216.
6. Rudchenko, I.V. (2008), «The solvency of borrowers as a criterion of credit relation formation», Ekonomika ta derzhava, vol. 5, pp. 162–166.
7. Smoleva, T.M. (2014), «The modern methods of solvency assessment of borrowers by banks of Ukraine», Finansy, uchet, banki, vol. 1 (20), pp. 241–245.

УДК 338.314

Дуброва Наталя Петрівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів та банківської справи
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Дуброва Наталья Петровна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры финансов и банковского дела
Днепропетровский государственный аграрно-экономический университет*

Dubrova Natalia

*PhD, Associate Professor of Finance and Banking Department
Dnipro State Agrarian and Economic University*

Глущенко Тетяна Василівна

*магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»
Дніпровського державного аграрно-економічного університету*

Глущенко Татьяна Васильевна

*магистр специальности «Финансы, банковское дело и страхование»
Днепропетровского государственного аграрно-экономического университета*

Gluschenko Tetiana

*Master of Specialty «Finance, Banking and Insurance» of the
Dnipro State Agrarian and Economic University*

Уманська Альона Сергіївна

*магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»
Дніпровського державного аграрно-економічного університету*

Уманская Алена Сергеевна

*магистр специальности «Финансы, банковское дело и страхование»
Днепропетровского государственного аграрно-экономического университета*

Umans'ka Al'ona

*Master of Specialty «Finance, Banking and Insurance» of the
Dnipro State Agrarian and Economic University*

ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

ORGANIZATION OF COST MANAGEMENT SYSTEM IN AN ENTERPRISE

Анотація. В статті розглянута організація системи управління витратами як складової управління прибутком підприємства. Визначена сутність управління витратами, основні складові системи, об'єкт та суб'єкт. Зазначено, що система управління витратами забезпечує успішне функціонування підприємства на ринку.

Ключові слова: управління прибутком, управління витратами, складові системи витрат, об'єкт управління, суб'єкт управління.

Аннотация. В статье рассмотрена организация системы управления затратами как части управления прибылью предприятия. Определена сущность управления затратами, основные составляющие системы, объект и субъект. Указано, что система управления затратами обеспечивает успешное функционирование предприятия на рынке.

Ключевые слова: управление прибылью, управление затратами, составляющие системы затрат, объект управления, субъект управления.

Summary. The organization of a cost management system as a part of the enterprise profit management is considered in the article. The essence of cost management, the main components of the system, the object and the subject are defined. It is indicated that the cost management system provide the successful functioning of the enterprise on the market.

Key words: profit management, cost management, cost system components, management object, management subject.

Постановка проблеми. Однією з найважливіших задач, що стоїть перед менеджментом підприємства є зростання прибутку та ринкової вартості. Основними складовими системи управління прибутком є управління доходами та витратами. Управління витратами, в сучасних умовах є одним з найважливіших проблем, які вирішуються керівниками усіх ланок, бо від рівня та динаміки витрат залежать прибутки або збитки. Тому з метою контролю за витратами на підприємстві створюється система управління прибутком, інформаційною базою якої є управлінський облік.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Управління витратами та методи їх розрахунку є предметом дослідження таких вчених, як І. Білоусова, О. Довжик, В. Іваненко, О. Колібаби, Т. Котенко, Е. Мних, О. Мачулка, І. Панченко, Н. Піскунової, П. Попович, Н. Черткова, М. Чумаченко, А. Ясинської та інші, у працях яких розглядаються проблеми обліку та калькулювання, класифікації витрат, сучасні методики аналізу та планування.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значні доробки науковців невирішеними питаннями є щодо формування та імплементації цілісної системи управління витратами на підприємстві.

Метою статті є теоретичні дослідження особливостей управління витратами підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринкова орієнтація економіки України потребує інтенсивної роботи з удосконалення управління витратами і собівартістю. Облік і розподіл витрат за видами продукції посилює контрольні функції управління витратами в процесі виробництва. Тим самим діяльність підприємства переорієнтовується на кінцевий фінансовий результат.

З витратами тісно пов'язана собівартість продукції. Вона виступає як результативний показник стосовно витрат і продукції. Окрім цього, собівартість є важливим якісним показником, що характеризує результати виробничо-господарської діяльності. Рівень рентабельності або збитковості відповідних видів продукції знаходиться в прямій залежності від їх собівартості [1].

Метою створення системи управління витратами є набір елементів (складових), за допомогою яких здійснюється збирання та оброблення даних про витрати, а також надання інформації для прийняття управлінських рішень саме в той момент, коли вона може бути використана найефективніше.

Головна мета управління витратами — побудова внутрішнього економічного процесу обліку та контр-

олю витрат по підприємству загалом та в розрізі його підрозділів задля виявлення реального фінансового результату роботи підприємства. Управління витратами на підприємстві має сприяти комплексному вирішенню таких основних задач: оцінювання ефективності виробництва; планування перспективи розвитку підприємства; виявлення ролі управління витратами як чинника підвищення економічних результатів діяльності; визначення витрат за основними функціями управління; розрахунок витрат за виробничими підрозділами підприємства; розрахунок необхідних витрат на одиницю продукції (робіт, послуг); виявлення технічних способів і засобів виміру і контролю витрат; вивчення методики планування загальних і середніх витрат; постійний аналіз взаємозв'язку «обсяг виробництва — витрати — прибуток» з метою уникнення негативного ефекту масштабу виробництва; аналіз інвестиційної привабливості підприємства [1–6].

До основних принципів управління витратами відносять [4]: застосування системного підходу до управління витратами; взаємозв'язок окремих елементів підсистем із завданнями системи загалом; відповідність системи обліку завданням управління витратами; аналіз і виявлення альтернативних шляхів досягнення мети; повнота і аналітичність інформації щодо рівня витрат; застосування ефективних методів зниження витрат; стимулювання і мотивація працівників до зниження витрат; оцінка і контроль результатів діяльності підрозділів; забезпечення та реалізація останніх досягнень економіки, математики та практики для подальшого удосконалення.

Управління витратами на підприємстві передбачає виконання всіх функцій управління, які реалізуються через складові (елементи) управлінського процесу: прогнозування, планування, нормування, організація, калькулювання, мотивація, облік, аналіз, регулювання та контроль витрат (рис. 1).

Як зазначає Ясинська А. І. «виконання всіх функцій управління по всіх елементах — це взаємодія керуючої підсистеми (суб'єкт управління) на керовану підсистему (об'єкт управління). Суб'єктами управління витратами є керівники, менеджери, спеціалісти, бухгалтери підприємства, які беруть участь у виконанні окремих функцій або елементів управління витратами. Об'єктами управління є витрати на виробництво, реалізацію продукції (робіт)» [6].

Управління витратами полягає у цілеспрямованому впливові на витрати для зміни їхнього складу, структури або поведінки у зв'язку зі зміною умов виробничо-господарської діяльності підприємства. Сформована система управління витратами дасть можливість забезпечити успішне функціонування

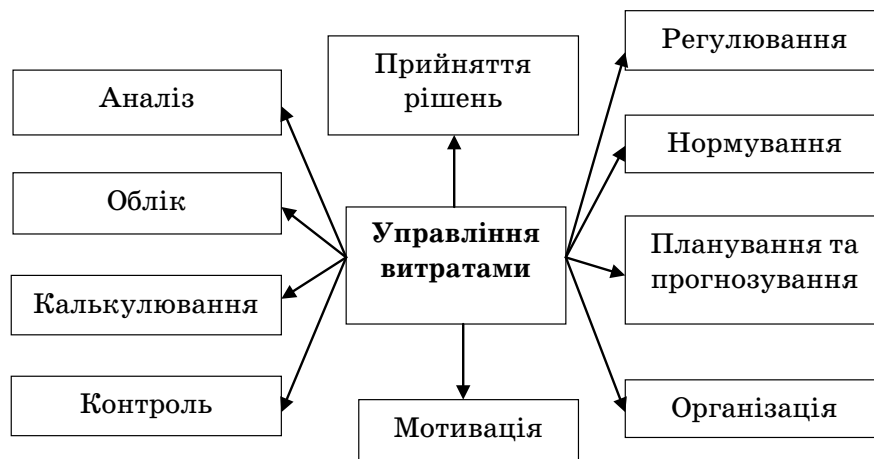


Рис. 1. Основні складові системи управління на підприємстві

Джерело: складено на основі [3, 6]

підприємства на ринку, виробництво конкурентоспроможної продукції та генерувати прийнятний рівень прибутку.

Висновки і пропозиції. Таким чином, управління витратами являє собою систему цілеспрямованого впливу на склад, структуру і поведінку витрат та їх чинники на всіх етапах формування і розподілу витрат, з метою підвищення ефективності діяльності підприємства на основі оптимізації рівня витрат, забезпечення його кон-

курентоспроможності на ринку та досягнення стратегічної мети і поточних завдань його розвитку. Система управління витратами підприємства визначається як сукупність елементів (прогнозування, планування, нормування, організування, калькулювання, мотивування, обліку, аналізу, регулювання, контролю), які взаємодіють між собою з метою цілеспрямованого формування і використання витрат для підвищення ефективності функціонування підприємства.

Література

1. Довжик О. О. Управління витратами як чинник підвищення прибутковості і рентабельності сільськогосподарських підприємств / О. О. Довжик, С. А. Гаркуша // Економічний аналіз. — 2016. — Том 23. — № 2. — С. 37–44.
2. Колібаба О. А. Функції управління витратами як інтегральна складова управлінського обліку / О. А. Колібаба // Науковий вісник НЛТУ України. — 2013. — Вип. 23.11. — С. 234–239.
3. Колісник Г. М. Складові системи управління витратами підприємницьких структур / Г. М. Колісник // Економічний вісник університету. — 2011. — № 17. — Режим доступу до журн.: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/evu/2011_17_2/Kolisnuk.pdf.
4. Котенко Т. Ю. Управління витратами на підприємстві: сучасні тенденції / Т. Ю. Котенко // Фінансова система України. — 2009. — Вип. 12. — С. 55–60.
5. Піскунова Н. В. Аналіз витрат виробництва як важлива ланка ефективного управління промислового підприємства / Н. В. Піскунова, М. Г. Федорець, К. С. Піскунова // Економічний аналіз. — 2013 рік. — Том 13. — С. 357–364.
6. Ясінська А. І. Сутність управління витратами на вітчизняних підприємствах / А. І. Ясінська // Логістика: [зб. наук. пр.] / відп. ред. Є. В. Крикавський. — Л.: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2007. — 512 с. — С. 357–360.

References

1. Dovzhyk, O.O. and Harkusha, S.A. (2016), «Cost management as a factor of profitability and cost-effectiveness increasing of agricultural enterprises», *Ekonomichnyi analiz*, vol. 23, no. 2, pp. 37–44.
2. Kolibaba, O.A. (2013), «Functions of cost management as an integral component of management accounting», *Naukovyi visnyk NLTU Ukraine*, vol. 23.11, pp. 234–239.
3. Kolisnyk, H.M. (2011), «The components of cost management systems in business structures», *Ekonomichnyi visnyk universytetu* [Online], vol. 17, available at: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/evu/2011_17_2/Kolisnuk.pdf (Accessed 4 Feb 2018).
4. Kotenko, T. Yu. (2009), «Cost management at the enterprise: modern trends», *Finansova systema Ukrainy*, vol. 12, pp. 55–60.
5. Piskunova, N.V Fedorets, M.H. and Piskunova, K.S. (2013), «The cost production analyses as an important link of effective management of an industrial enterprise», *Ekonomichnyi analiz*, vol. 13, pp. 357–364.
6. Yasinska, A.I. (2007), «The essence of cost management in domestic enterprises», *Lohistyka: [zb. nauk. pr.]*, Publishing house of Lviv Polytechnic National University, pp. 357–360.

УДК 336.64

Дуброва Наталя Петрівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів та банківської справи
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Дуброва Наталья Петровна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры финансов и банковского дела
Днепропетровский государственный аграрно-экономический университет*

Dubrova Natalia

*PhD, Associate Professor of Finance and Banking Department
Dnipro State Agrarian and Economic University*

Дрожаков Егор Станіславович

*магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»
Дніпровського державного аграрно-економічного університету*

Дрожаков Егор Станиславович

*магистр специальности «Финансы, банковское дело и страхование»
Днепропетровского государственного аграрно-экономического университета*

Drozhakov Egor

*Master of Specialty «Finance, Banking and Insurance» of the
Dnipro State Agrarian and Economic University*

УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ

THE ACCOUNTS RECEIVABLE MANAGEMENT IN FINANCIAL MANAGEMENT SYSTEM OF A COMPANY

Анотація. В статті розглянута організація управління дебіторською заборгованістю у системі фінансового менеджменту. Наведені основні етапи системи управління дебіторською заборгованістю. Зазначені способи її реалізації: самостійне та на основі аутсорсингу.

Ключові слова: управління дебіторською заборгованістю, безнадійна заборгованість, кредитна політика, аутсорсинг.

Аннотация. В статье рассмотрена организация управления дебиторской задолженностью в системе финансового менеджмента. Приведены основные этапы системы управления дебиторской задолженностью. Указаны способы ее реализации: самостоятельное или на основе аутсорсинга.

Ключевые слова: управление дебиторской задолженностью, безнадежная задолженность, кредитная политика, аутсорсинг.

Summary. The organization of the accounts receivable management in financial management system is considered in the article. The main stages of the accounts receivable management system are given. The ways of its realization, such as independent or based on outsourcing are indicated.

Key words: management of accounts receivable, bad debts, credit policy, outsourcing.

Постановка проблеми. Фінансовий менеджмент підприємства призначений до формування такої системи функціонування фінансів, яке забезпечувало покращення фінансового стану, зростання його ринкової вартості. Серед нагальних питань, що входить до компетенції фінансового менеджменту є управління дебіторською заборгованістю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В сучасній економічній літературі науковці досліджують питання управління дебіторською заборгованістю, в частині методики її аналізу, методів рефінансування та формування кредитної політики. Проблеми управління дебіторською заборгованістю досліджували: Бабаєв В. Ю. [1], Дубровська Є. В. [2], Ковтуненко К. В. [3], Онисько С. [4], Павлюк Т. С. [5], Чорнобривець М. М. [6], Ямненко Г. [7].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В наукових працях багато приділяється уваги до питань управління дебіторською заборгованістю, однак недостатньо уваги приділено розробленню системи управління дебіторською заборгованістю підприємства.

Метою статті є розглянути теоретичні питання системи управління дебіторською заборгованістю підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Питання управління дебіторською заборгованістю є важливою для більшості підприємств, бо проблема неплатежів призводить до зниження грошового потоку підприємства та обмеження маневрування в процесі фінансово-господарської діяльності. Як зазначають науковці, основними причинами зростання дебіторської заборгованості є збільшення обсягів продажу, нераціональної кредитної політики, неплатоспроможності покупців тощо. В свою чергу перевищення дебіторської заборгованості призводить до зниження фінансової стійкості підприємства та вимагає залучення додаткових джерел фінансування [1–7].

Управління дебіторською заборгованістю розглядають як процес розробки та реалізації управлінських рішень стосовно дебіторської заборгованості. Як зазначають С. Онисько і О. Рубай «управління дебіторською заборгованістю на підприємствах зводиться до формування звітів поточної діяльності й відображення в балансі підприємства операцій, у результаті яких виникає ця заборгованість. У ліпшому разі результати інвентаризації сум дебіторської заборгованості, які мали місце впродовж минулих періодів, екстраполюються на майбутні періоди. При цьому основним критерієм слугує лише достовірність обліку дебіторської заборгованості й точність обчислення її тренду» [4]. Головна мета управління дебіторською заборгованістю полягає в мінімізації її обсягу та термінів інкасації боргу.

До основних завдань управління дебіторською заборгованістю відносять наступні [6]: систематизація та аналіз інформації про покупців, замовни-

ків та інших дебіторів підприємства; моніторинг розміру і структури дебіторської заборгованості покупців, замовників та інших дебіторів за відвантаженою продукцією, виконані роботи, надані послуги; забезпечення високої швидкості обороту дебіторської заборгованості; виявлення величини впливу дебіторської заборгованості на прибуток та поточну платоспроможність і ліквідність активів підприємства; забезпечення оптимального співвідношення між платоспроможністю і рентабельністю шляхом підтримки відповідних розмірів і структури оборотних активів; захист від інфляції; виявлення умов, які сприяють виникненню ризику втрати ліквідності та зниженню ефективності діяльності підприємства; контроль за заборгованістю, строк сплати по якій ще не настав, а також заборгованістю, не сплаченою в строк; розрахунок прогнозного розміру резерву сумнівних боргів; розроблення варіантів рефінансування дебіторської заборгованості; сприяння зростанню обсягу продаж шляхом надання комерційного кредиту; визначення ступеня ризику несплати рахунків покупцями; надання рекомендацій щодо зменшення кількості фактично або потенційно неплатоспроможних покупців; підвищення конкурентоздатності за допомогою відтермінування платежів.

Від стану й обсягу дебіторської заборгованості також залежать ліквідність активів та фінансова платоспроможність підприємств, тому розробка і впровадження системи управління дебіторською заборгованістю підприємств є актуальною. Остання включає наступні етапи [4, 6]:

- вибір кредитної політики підприємства;
- аналіз та оцінка поточного стану дебіторської заборгованості;
- формування системи кредитних умов;
- визначення можливої суми оборотного капіталу, спрямованого в дебіторську заборгованість;
- комплексний підхід до оцінки покупців;
- планування розміру та розробка заходів з управління дебіторської заборгованістю в цілому по підприємству;
- використання сучасних форм рефінансування дебіторської заборгованості;
- моніторинг та контроль дебіторської заборгованості;
- оцінювання ефективності управління дебіторською заборгованістю;
- інформаційне забезпечення системи управління дебіторської заборгованістю підприємства.

В сучасній практиці фінансового менеджменту використовується наступні способи управління дебіторською заборгованістю на підприємстві: самостійне управління та управління заборгованістю на основі аутсорсингу. Самостійне управління передбачає формування комплексу управлінських дій по сприянню недопущення виникнення дебіторської заборгованості, прогнозування її обсягу у майбутньому, заходи щодо її погашення.

При цьому можуть використовувати різноманітні методи управління дебіторською заборгованістю, а саме [5]:

- юридичні — претензійна робота, подача позову до суду;
- економічні — фінансові санкції (штраф, пеня, неустойка), передача в заставу майна і майнових прав, призупинення поставок продукції;
- психологічні — нагадування телефоном, факсом, поштою, використання ЗМІ чи поширення інформації серед суміжних постачальників, що загрожує боржнику втратою іміджу;
- фізичні — арешт майна боржника, вироблений органами державної виконавчої служби.

У разі якщо підприємство не може самостійно вирішити проблеми з поверненням дебіторської заборгованості, то може звернутися до послуг аутсор-

сингових компаній. Аутсорсинг (outsourcing) — це від англійського «outside resource using» — використання зовнішніх ресурсів. Аутсорсинг дозволяє доручити роботу по управлінню дебіторською заборгованістю спеціалізованій організації [1].

Ринок аутсорсингових послуг з управління дебіторською заборгованістю включає послуги наступних організацій: кредитних бюро, страхових, кредитних, юридичних, факторингових, колекторних компаній.

Висновки і пропозиції. Безперечно на підприємстві завжди буде заборгованість, однак задача системи управління дебіторською заборгованістю не допустити наявності безнадійної. Управління дебіторською заборгованістю безпосередньо впливає на прибутковість підприємства, визначає кредитну політику, шляхи прискорення повернення боргів, зменшення безнадійної заборгованості.

Література

1. Бабаєв В. Ю. Управління дебіторською заборгованістю підприємств / В. Ю. Бабаєв, І. О. Гальченко // Теорія та практика державного управління. — 2011. — Вип. 2. — С. 164–170.
2. Дубровська Є. В. Методичний інструментарій щодо управління дебіторською заборгованістю / Є. В. Дубровська // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. — 2009. — Вип. 3. — С. 299–308.
3. Ковтуненко К. В. Управління дебіторською заборгованістю як інструмент зменшення фінансових ризиків на малих підприємствах / К. В. Ковтуненко, О. А. Ковалик // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. — 2017. — № 1 (1). — С. 52–57.
4. Онисько С. Управління дебіторською заборгованістю у сучасних умовах господарювання / С. Онисько, О. Рубай // Вісник Львівського національного аграрного університету. Сер: Економіка АПК. — 2013. — № 20(1). — С. 154–157.
5. Павлюк Т. С. Основні напрями вдосконалення процесу управління дебіторською заборгованістю / Т. С. Павлюк, О. М. Рудницька // Науковий вісник НЛТУ України. — 2011. — Вип. 21.8. — С. 272–278.
6. Чорнобрівець М. М. Управління дебіторською заборгованістю підприємства / М. М. Чорнобрівець // Науковий вісник НЛТУ України. — 2013. — Вип. 23.13. — С. 241–246.
7. Ямненко Г. Механізм управління дебіторською заборгованістю підприємства / Г. Ямненко // Траектория науки. — 2017. — Т. 3. — № 2. — С. 51–57.

References

1. Babaiev, V. Yu. and Halchenko, I. O. (2011), «The accounts receivable management in enterprises», *Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia*, vol. 2, pp. 164–170.
2. Dubrovskaya, Ye. V. (2009), «The methodical tools for accounts receivable management», *Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky*, vol. 3, pp. 299–308.
3. Kovtunenka, K. V. and Kovalyk, O. A. (2017), «An accounts receivable management as an instrument of financial risks reduction in small enterprises», *Ekonomichnyi zhurnal Odeskoho politekhnichnoho universytetu*, vol. 1 (1), pp. 52–57.
4. Onysko, S. and Rubai, O. (2013), «An account receivable management in the modern condition of manage», *Visnyk Lvivskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. Ser: Ekonomika APK*, vol. 20 (1), pp. 154–157.
5. Pavliuk, T. S. and Rudnytska, O. M. (2011), «Basic directions of improvement of process of an account receivable management», *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, vol. 21.8, pp. 272–278.
6. Chornobryvets, M. M. (2013), «The account receivable management in an enterprise», *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, vol. 23.13, pp. 241–246.
7. Yamnenko, H. (2017), «The mechanism of an account receivable management in an enterprise», *Traektoryia nauky*, vol. 3, no. 2, pp. 51–57.

УДК 336.711

Дуброва Наталя Петрівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів та банківської справи
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Дуброва Наталья Петровна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры финансов и банковского дела
Днепропетровский государственный аграрно-экономический университет*

Dubrova Natalia

*PhD, Associate Professor of Finance and Banking Department
Dnipro State Agrarian and Economic University*

Тріль Анастасія Олександрівна

*магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»
Дніпровського державного аграрно-економічного університету*

Триль Анастасия Александровна

*магистр специальности «Финансы, банковское дело и страхование»
Днепропетровского государственного аграрно-экономического университета*

Tril' Anastasia

*Master of Specialty «Finance, Banking and Insurance» of the
Dnipro State Agrarian and Economic University*

КРЕДИТНА ПОЛІТИКА КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА THE CREDIT POLICY OF A COMMERCIAL BANK

Анотація. Розглянута сутність кредитної стратегії та політики банку. Наведені фактори, що впливають на формування кредитної політики. Зазначені етапи процесу банківського кредитування.

Ключові слова: кредитна стратегія, кредитна політика, фактори кредитної політики, система основних цілей кредитної політики.

Аннотация. Рассмотрена сущность кредитной стратегии и политики банка. Приведены факторы, которые влияют на формирование кредитной политики. Определены этапы процесса банковского кредитования.

Ключевые слова: кредитная стратегия, кредитная политика, факторы кредитной политики, система основных целей кредитной политики.

Summary. The essence of credit strategy and credit policy is determined. Factors that influences on credit policy forming are given. Stages of banking credit process are determined.

Key words: Credit strategy, credit policy, factors of credit policy, system of main aims of a credit policy.

Постановка проблеми. В сучасних умовах функціонування банківської системи України основна увага приділяється формуванню кредитної політики банку. Ефективна кредитна політика банку сприяє зниженню банківських ризиків та зростанню прибутку банку навіть за несприятливого економічного середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Кредитна діяльність банківських установ перебуває у центрі уваги науковців і на сьогодні є найбільш дослідженим розділом банківської справи. Дослідженню теорії та практики організації кредитних відносин присвячені праці вітчизняних вчених-економістів, а саме: В. Л. Андрущенка, О. В. Васюренка, О. В. Дзюблюка,

О. Т. Євтуха, Ю. В. Єрмакова, Б. С. Івасіва, В. Д. Лагутіна, О. В. Лисенок, М. В. Лукашук, Б. Л. Луціва, А. М. Мороза, О. М. Ольховської, О. В. Петрука, Є. С. Полякової, О. В. Примостки, М. Ф. Пуховкіної, Б. І. Пшика, М. І. Савлука та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Разом з тим є ряд питань стосовно формування кредитної стратегії та кредитної політики в умовах економічної нестабільності України.

Метою статті є розгляд теоретичних аспектів формування кредитної політики комерційного банку.

Виклад основного матеріалу дослідження. В міжнародній практиці банківські установи активно розробляють та застосовують на практиці стратегії управління своєю кредитною діяльністю і формують на їх основі кредитну політику, що дозволяє більш успішно здійснювати фінансово-економічну діяльність у ринковому середовищі. Як зазначає Лисенок О. В. «стратегічне управління кредитними операціями — це діяльність щодо розробки кредитних стратегій банківської установи, формування мети, завдань та вибору методів їх досягнення» [3]. Чітко визначена стратегія розвитку банку, зокрема і в частині кредитних операцій дає змогу максимально використовувати наявні ресурси та реагувати на зміни, що відбуваються як в зовнішньому та внутрішньому середовищі.

Стратегія кредитної діяльності формується банком в процесі формування кредитної політики, яка являє собою це сукупність факторів, документів і дій, що визначають розвиток комерційного банку в галузі кредитування. Саме остання визначає завдання і пріоритети кредитної діяльності банку, засоби і методи їх реалізації, а також принципи і порядок організації кредитного процесу, створює основу організації кредитної роботи банку відповідно до загальної стратегії його діяльності, виступаючи необхідною умовою розробки системи документів, що регламентують процес кредитування [1].

Кредитна політика повинна охоплювати найважливіші елементи та принципи організації кредитної роботи в банку, визначати пріоритетні напрями кредитування, а також перелік кредитів, які не повинні входити до кредитного портфеля. Кредитна політика будь-якого банку визначає внутрішню банківську

процедуру видання кредиту, документообіг, моніторинг за кредитним портфелем, роботу з проблемними кредитами, встановлення процентних ставок за кредитом. Її головною метою є досягнення зростання шляхом зміцнення та підвищення надійності якості кредитного портфеля банку [2].

Кредитна політика банку повинна бути спрямована як на зростання обсягів активів, так і на підвищення їх якості. Одним зі шляхів цього є уникнення проблемних кредитів, для чого необхідно звернути увагу на досконалість вивчення якості кредитного портфеля і кваліфікацію працівників, що проводять цю оцінку. Якщо застосовані заходи неефективні, то банк повинен забезпечити задоволення своїх інтересів, вимагаючи погашення боргу за рішенням судових органів. Важливим напрямом є визначення факторів кредитної політики банку, які згруповані у табл. 1.

Кредитна політика охоплює найважливіші елементи і принципи організації кредитної роботи в банку, які фіксуються у письмовому вигляді та затверджуються на засіданнях кредитного комітету і комітету кредитного нагляду. Ця політика формується на основі факторів, що визначаються обсягом капіталу, активів та кредитного портфеля банку, складом його клієнтури, спеціалізацією, місцезнаходженням, наявністю мережі філій, ситуацією на грошовому ринку тощо. У процесі реалізації кредитної політики банківські установи виходять із необхідності забезпечити поєднання своїх інтересів та інтересів акціонерів, вкладників і позичальників.

З огляду на це, основним критерієм кредитної політики є принцип пріоритетності мінімізації рівня ризику над дохідністю, відповідно до якого банк, незалежно від суми потенційного доходу, має відмовити клієнту в наданні кредиту, якщо така операція пов'язана з недопустимим рівнем ризику. Тобто рішення банку щодо надання кредиту залежить від критерію: бажаний дохід/допустимий рівень ризику [3].

Слід зазначити, що організаційна структура управління кредитною діяльністю може бути різною в кожному банку, оскільки особливості її будови залежать від загальної організаційної структури самої банківської установи, принципів кредитних процесів та кількості відокремлених підрозділів (рис. 1) [3].

Таблиця 1

Фактори кредитної політики [2]

Зовнішні фактори	Внутрішні фактори
Макроекономічна ситуація в країні та тенденції її розвитку	Кваліфікація персоналу банку
	Відсоткова політика банку
Потенціал та економічні особливості регіону, в якому розташований банк	Потенційні та існуючі позичальники банку
	Управління кредитними ризиками
Стан та рівень розвитку грошового ринку країни	Внутрішньобанківські нормативні документи з кредитування
Кредитна політика конкурентів	Управління кредитним портфелем
Законодавчі обмеження на об'єм кредитних операцій	Забезпеченість персоналу інформаційними матеріалами

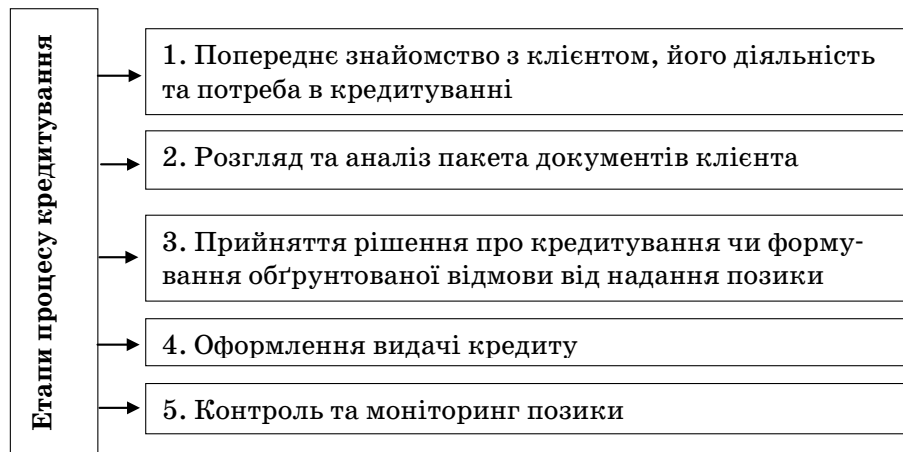


Рис. 1. Етапи процесу банківського кредитування [3]

Система основних цілей кредитної політики комерційного банку в сучасних умовах має включати [4]:

- забезпечення максимального рівня дохідності кредитного портфеля та акціонерного капіталу комерційного банку при мінімальному рівні ризику;
- підтримання оптимального співвідношення між кредитами, депозитами та іншими зобов'язаннями і власним капіталом банку;
- забезпечення фінансової стійкості комерційного банку у процесі здійснення кредитної діяльності;
- розширення клієнтської бази шляхом надання кредитних послуг високої якості;
- забезпечення зваженого та оптимального використання кредитних ресурсів;
- збереження високого рівня довіри юридичних і фізичних осіб до комерційного банку шляхом своєчасного та повного виконання своїх зобов'язань перед вкладниками й акціонерами.

У процесі управління кредитною політикою банківські установи виходять із необхідності забезпечити поєднання своїх інтересів та інтересів акціонерів банку, вкладників і позичальників. З огляду на це банк незалежно від суми потенційного доходу може відмовити клієнту в наданні кредиту, у випадку якщо операція пов'язана з недопустимим рівнем ризику [4].

Висновки і пропозиції. Управління кредитною політикою банку є невід'ємною частиною забезпечення прибутковості його кредитних вкладень та ефективної діяльності. Таким чином, у процесі управління кредитною політикою українські банки мають приділяти значну увагу створенню стратегії та постановці ключових цілей кредитної політики, в результаті якої досягається основна мета її реалізації — «отримання максимального процентного доходу від кредитних вкладень, що безпосередньо впливає на забезпечення рентабельності банківської установи» [4].

Література

1. Волкова Н.І. Вибір кредитної стратегії банками України / Н.І. Волкова // Науковий вісник НЛТУ України. — 2014. — Вип. 24.3. — С. 291–301.
2. Єрмакова Ю.В. Визначення впливу факторів на якість кредитної політики банку / Ю.В. Єрмакова // Управління розвитком. — 2014. — 15 (178). — 59–61.
3. Лисенок О.В. Формування стратегії та політики управління кредитними операціями банків / О.В. Лисенок // ВІСНИК ЖДТУ. — 2016. — № 1 (75). — С. 185–190.
4. Ольховська О.В. Шляхи підвищення ефективності управління кредитною політикою банку / О.В. Ольховська // Управління розвитком. — 2013. — 20(160). — 59–60.
5. Полякова Є.С. Кредитна політика як інструмент управління дебіторською заборгованістю комерційних банків / Є.С. Полякова, М.В. Лукашук // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Економіка. — 2011. — Вип. 18. — С. 423–428.

References

1. Volkova, N.I. (2014), «The choice of credit strategy by the banks of Ukraine», *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, vol. 24.3, pp. 291–301.
2. Yermakova, Yu.V. (2014), «Determination of influence of factors is on quality of credit politics of bank», *Upravlinnia rozvytkom*, vol. 15 (178), pp. 59–61.
3. Lysenok, O.V. (2016), «Forming of strategy and politics of management of banks credit operations», *VISNYK ZhdTU*, vol. 1 (75), pp. 185–190.
4. Olkhovska, O. V. (2013), «Ways of increase of efficiency of management of bank credit politics», *Upravlinnia rozvytkom*, vol. 20(160), pp. 59–60.
5. Poliakova, Ye.S. and Lukashuk, M.V. (2011), «Credit politics as instrument of management an account receivable of commercial banks», *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia. Serii: Ekonomika*, vol. 18, pp. 423–428.

Загоруйко Світлана Володимирівна

старший викладач кафедри фінансів і банківської справи

Ужгородський національний університет

Загоруйко Светлана Владимировна

старший преподаватель кафедры финансов и банковского дела

Ужгородский национальный университет

Zagorujko Svitlana

Senior Lecturer of the Department of Finances and Banking

Uzhhorod National University

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СУЩНОСТИ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА

THEORETICAL ASPECTS OF DETERMINATION OF ESSENCE OF THE CURRENT CAPITAL

Анотація. У статті розглянуто теоретичну сутність оборотного капіталу підприємства. Зазначено, що для вітчизняної економіки термін «оборотний капітал» є відносно новим, більш звичним і використовуваним був термін «оборотні кошти», який фігурував у законодавчих і нормативних актах, у господарській практиці. Нові економічні реалії вимагають нових підходів до визначення цієї економічної категорії. На основі аналізу наукових праць відомих вітчизняних і зарубіжних економістів виділено три підходи до розуміння економічної категорії «оборотний капітал». Також висвітлено визначення оборотного капіталу у законодавчих актах України. Зокрема, розглянуто його висвітлення у Господарському кодексі України, Національних стандартах бухгалтерського обліку та Міжнародних стандартах бухгалтерського обліку. У результаті проведеного дослідження обґрунтовано та наведено визначення оборотного капіталу підприємства.

Ключові слова: оборотний капітал, оборотні кошти, поточні активи, оборотні засоби, грошові кошти, фонди обігу, оборотні виробничі фонди.

Аннотация. В статье рассмотрена теоретическая сущность оборотного капитала предприятия. Отмечено, что для отечественной экономики термин «оборотный капитал» является относительно новым, более привычным и используемым был термин «оборотные средства», который фигурировал в законодательных и нормативных актах, в хозяйственной практике. Новые экономические реалии требуют новых подходов к определению этой экономической категории. На основе анализа научных трудов известных отечественных и зарубежных экономистов выделены три подхода к пониманию экономической категории «оборотный капитал». Также отражено определение оборотного капитала в законодательных актах Украины. В частности, рассмотрено его трактование в Хозяйственном кодексе Украины, Национальных стандартах бухгалтерского учета и Международных стандартах бухгалтерского учета. В результате проведенного исследования обоснованно и приведено определение оборотного капитала.

Ключевые слова: оборотный капитал, оборотные средства, текущие активы, денежные средства, фонды обращения, оборотные производственные фонды.

Summary. The Article considers the theoretical essence of the company's current capital. Indicated that for the national economy, the term «current capital» is relatively new, more familiar and used was the term «negotiable remedies», which became active in the legislative and regulatory acts in the business. New economic realities require new approaches to the definition of this economic category. Based on the analysis of the scientific publications of famous domestic and foreign economists highlighted three approaches to understanding the economic category of «working capital». Also clarifies the definition of the current capital in the legislative acts of Ukraine. In particular, considered his coverage in the Commercial code of Ukraine, the National accounting standards and the International accounting standards. As a result of the conducted research is substantiated and the definition of the current capital of the enterprise.

Key words: current capital, working capital, current assets, current medications, cash funds, current production funds.

Постановка проблеми. Для вітчизняної економіки термін «оборотний капітал» є відносно новим, більш звичним і використовуваним був термін «оборотні кошти», який фігурував у законодавчих і нормативних актах, у господарській практиці. Із виходом українських підприємств у міжнародний економічний простір, із приведенням національних стандартів обліку до міжнародних вимог виникає потреба у єдиній термінології та методиці аналізу управління оборотним капіталом.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження сутності економічної категорії «оборотний капітал» зробило багато науковців, зокрема, Кравцова Г. І. [1], Ткачук М. І. [1], Шашковський А. В. [1], Азаренкова Г. М. [2], Журавель Т. М. [2], Михайленко Р. М. [2], Роштейн Л. О. [3], Василик О. Д. [4], Моляков Д. С. [5], Поддєрьогін А. М. [5], Єрмасова Н. Б. [7], Ченг Ф. Лі та Джозеф І. Фіннерті [8], Крейніна М. Н. [9], Бердар М. М. [10], Ковальов В. В. [11], Русак Н. А. [12], Бланк І. О. [14].

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є наукове обґрунтування економічної сутності оборотного капіталу на основі синтезу існуючих підходів до розуміння цієї категорії вітчизняними та зарубіжними вченими.

Виклад основного матеріалу. Проблемам аналізу оборотних коштів в радянській спеціальній науковій літературі приділялося багато уваги, проте методологія аналізу оборотних коштів в основному носила макроекономічний характер, що було зумовлено централізованим управлінням держави.

Нині у науковій літературі можна зустріти різноманітні підходи до визначення і трактування оборотного капіталу. Для його характеристики використовують такі економічні поняття як «оборотні засоби», «оборотні кошти», «оборотні активи», «оборотний капітал», «чистий оборотний капітал», «брутто-оборотний капітал», «короткострокові активи», «поточні активи».

Поняття «оборотний капітал» та «оборотні активи» ототожнюються багатьма економістами і використовуються як синоніми. Розглянемо різні підходи науковців до визначення оборотного капіталу та інших понять, пов'язаних з ним.

Перша група економістів вважає, що оборотний капітал має грошову природу, виконує функцію платіжного обслуговування кругообігу та визначає його як грошові ресурси, вкладені до оборотних виробничих фондів і фондів обігу для забезпечення безперервного виробництва і реалізації виробленої продукції.

Так вчені Кравцова Г. І., Ткачук М. І. та Шашковський А. В. зазначають, що сукупність грошових коштів, що планомірно авансуються підприємством для утворення оборотних виробничих фондів і фондів обігу становить оборотні кошти [1, с. 71].

На думку Азаренкової Г. М., Журавель Т. М., Михайленка Р. М., оборотні засоби — це грошові ресурси, які вкладено в оборотні засоби і фонди обігу для забезпечення безперервного виробництва та реалізації виготовленої продукції, які беруть участь у виробничому процесі один раз і повністю переносять свою вартість на собівартість продукції [2, с. 129].

Роштейн Л. О. Зазначає, що «оборотні кошти — це грошові кошти, що знаходяться в розпорядженні об'єднання для створення запасів сировини, матеріалів і інших матеріальних цінностей» [3, с. 61].

Василик О. Д. вважає, що обігові кошти — це «грошові засоби, авансовані в оборотні виробничі фонди і фонди обігу» [4, с. 246].

Друга група економістів визначає оборотний капітал як авансовану вартість. На відміну від розглянутих вище визначень, тут підкреслюється, по-перше, рухомий відновлюваний характер вартості, яка лише авансується й повертається після кожного кругообігу в грошовій формі. По-друге, у характеристиці оборотного капіталу як авансованої вартості підкреслюється, що створений додатковий продукт до оборотного капіталу не відноситься.

Традиційна радянська фінансова школа (Д. С. Моляков) визначає оборотні кошти як «авансовану в грошовій формі вартість для планомірного створення та використання оборотних виробничих фондів і фондів обігу в мінімально необхідних розмірах, що забезпечують виконання підприємством виробничої програми і своєчасного здійснення розрахунків» [5, с. 54].

Поддєрьогін А. М. об'єднує терміни «оборотний капітал» і «оборотні кошти». З точки зору А. М. Поддєрьогіна, «Оборотний капітал (оборотні кошти) — це кошти, авансовані в оборотні виробничі фонди і фонди обігу для забезпечення безперервності процесу виробництва, реалізації продукції та отримання прибутку» [6, с. 159].

Єрмасова Н. Б. об'єднує поняття «оборотні кошти» і «поточні активи», і дає наступне визначення «оборотні кошти (поточні активи) — засоби інвестовані підприємством в поточні операції в час кожного операційного циклу» [7, с. 78]. Таке визначення вважається більш загальним і не дає точної характеристики оборотним коштам.

Ченг Ф. Лі та Джозеф І. Фіннерті використовують термін «оборотний капітал». Під ним розуміють відображені в доларах поточні активи організації, які включають грошові кошти, цінні папери, що легко реалізуються, товарно-матеріальні запаси та дебіторську заборгованість [8, с. 479]. Розглядаючи це визначення, слід зауважити, що у ньому показано оборотний капітал з позиції вкладення коштів у складові оборотних активів і, тим самим, підкреслено сутність поняття «капітал» як економічної категорії.

Третя група економістів визначають оборотний капітал як мобільні активи, які використовуються і реалізуються підприємством протягом року або

операційного циклу. Тобто це активи, які на протязі одного виробничого циклу або одного календарного року можуть бути перетворені в гроші.

Крейніна М. Н. вважає, що оборотні активи — це мобільна частина майна підприємства, тобто вся вартість тих оборотних активів, які при нормальних умовах роботи протягом року (або навіть більш коротшого періоду в межах року) перетворюються в грошові кошти в результаті отримання виручки від реалізації, обігу цінних паперів і т.п. [9, с. 35]. У даному визначенні акцентується увага на терміну використання оборотних активів, але грошові кошти не розглядаються як складова оборотних активів.

На думку Бердар М. М., оборотні активи — це грошові кошти та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи підприємства, призначені для реалізації або споживання протягом операційного циклу чи протягом 12 місяців із дати складання балансу. У виробничій сфері оборотні активи авансуються в оборотні виробничі фонди і фонди обігу [10, с. 175].

Ковальов В. В. вважає, що оборотний капітал «належить до мобільних активів підприємства, які є грошовими коштами або можуть бути перетворені в них протягом року або одного виробничого циклу» [11, с. 330]. До аналогічної точки зору схиляється і Русак Н. А. [12]. Це визначення досить точно відображає суть оборотного капіталу, проте воно не розкриває економічної природи даної категорії.

Брейлі Р. та Майерс С. застосовують поняття «оборотні активи», «короткострокові активи», «поточні активи» [13, с. 740]. На їх думку, поточні активи (короткострокові активи, оборотні активи) — це такі активи, які компанія в найближчому майбутньому збирається перетворити в грошові кошти [13, с. 744]. На нашу думку, представлене визначення є не зовсім коректним, оскільки грошові кошти також не включені до складу оборотних активів.

Відомий сучасний економіст Бланк І. О. трактує оборотні (поточні) активи як сукупність майнових цінностей підприємства, що обслуговують поточний господарський процес і повністю споживаються протягом одного операційного циклу [14, с. 62]. У даному визначенні чітко надано економічний зміст оборотних активів.

Поряд з визначенням категорій «оборотні кошти» та «оборотний капітал» у літературних джерелах, існують визначення в законодавчих актах України.

У ст. 139 Господарського кодексу України зазначається, оборотними засобами є сировина, па-

ливо, матеріали, малоцінні предмети та предмети, що швидко зношуються, інше майно виробничого і невиробничого призначення, що віднесено законодавством до оборотних засобів [15].

Відповідно до НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», 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 [16, с. 7]. Отже, як випливає з цього визначення, оборотні активи включають у себе виробничі оборотні засоби й засоби обігу взяті разом. Тому у вартісному вираженні можна ототожнити такі поняття як оборотні активи й оборотні кошти.

У МСБО 1 «Подання фінансової звітності» розглядається таке поняття як поточні активи. Згідно ст. 66 суб'єкт господарювання повинен класифікувати актив як поточний, якщо:

1) він сподівається реалізувати цей актив або має намір продати чи спожити його у своєму нормальному операційному циклі;

2) він утримує актив в основному з метою продажу;

3) він сподівається реалізувати актив протягом дванадцяти місяців після звітного періоду;

4) актив є грошовими коштами чи еквівалентами грошових коштів (як визначено у МСБО 7), якщо немає обмежень щодо обміну чи використання цього активу для погашення зобов'язання принаймні протягом дванадцяти місяців після звітного періоду.

Здійснений аналіз визначень свідчить про ототожнення понять «оборотний капітал», «оборотні засоби», «оборотні кошти», а іноді «власний оборотний капітал».

Висновки з даного дослідження. У результаті проведеного дослідження пропонуємо таке розуміння «оборотного капіталу»: Оборотний капітал — це кошти, вкладені в активи, величина яких повинна забезпечувати досягнення ліквідності, фінансової стійкості, платоспроможності, ділової активності і рентабельності, а також характеризують сукупність майнових цінностей підприємства, що обслуговують поточну виробничо-господарську діяльність, величина яких визначається її масштабом і характером, тривалістю і специфікою виробничого циклу, станом основних фондів підприємства, його взаєминами з контрагентами (внутрішні фактори), а також макроекономічними (зовнішніми) параметрами.

Література

1. Кравцова Г. И. Финансы промышленности: учеб. для экон. вузов / Г. И. Кравцова, М. И. Ткачук, А. В. Шашковский; Под ред. М. И. Ткачук. — Мн.: Выш. шк., 1990. — 223 с.
2. Азаренкова Г. М. Финансы підприємств: навч. посібник [для самост. вивч. дисципліни]. / Г. М. Азаренкова, Т. М. Журавель, Р. М. Михайленко. — 3-тє вид., виправл. і доп. — К.: Знання-Прес, 2009. — 299 с. — ISBN 978-966-311-073-8.

3. Роштейн Л. А. Оборотные средства в промышленности / Л. А. Роштейн. — М.: ФиС, 1986. — 93 с.
4. Василик О. Д. Теорія фінансів: підручник / О. Д. Василик. — К.: НІОС, 2000. — 416 с.
5. Маргасова В. Г. Системний підхід до управління оборотним капіталом на підприємствах харчової промисловості / В. Г. Маргасова // Актуальні проблеми економіки. — 2004. — № 7. — С. 53–59.
6. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств: Підручник / А. М. Поддєрьогін, Л. Д. Буряк, Г. Г. Нам та ін. / керівник авт. кол. і наук. ред. А. М. Поддєрьогін. — 3-тє вид., перероб. та доп. — К.: КНЕУ, 2000. — 460 с.
7. Ермасова Н. Б. Финансовый менеджмент: конспект лекций / Н. Б. Ермасова. — М.: Юрайт-Издат, 2007. — 192 с.
8. Ченг Ф. Ли. Финансы корпораций: теория, методы и практика / Ченг Ф. Ли, Джозеф И. Финнерти. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 685 с.
9. Крейнина М. Н. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / М. Н. Крейнина. — М.: Дело и сервис, 1998. — 304 с.
10. Бердар М. М. Фінанси підприємств. Навч. посіб. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 352 с.
11. Ковалев В. В. Финансы предприятий: учеб. пособие / В. В. Ковалев, Вит. В. Ковалев. — М.: ООО «ВИТ + РЭМ», 2002. — 352 с.
12. Русак Н. А. Финансовый анализ субъекта хозяйствования: справ. пособие / Н. А. Русак, В. А. Русак. — Мн.: Выssh. shk., 1997. — 309 с.
13. Брейли Р. Принципы корпоративных финансов / Р. Брейли, С. Майерс. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 1997. — 1088 с.
14. Бланк И. А. Управление активами / И. А. Бланк. — К.: Ника -Центр: Эльга, 2002. — 720 с.
15. Господарський кодекс України у редакції від 06.01.2018 / <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page1>
16. Національні стандарти бухгалтерського обліку / Все про бухгалтерський облік. Спецвипуск № 424. — 2017. — № 66 (2543). — 194 с.
17. МСБО 1 «Подання фінансової звітності» у редакції від 01.01.12 / http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_013

References

1. Kravtsova G. I. Finansy promyshlennosti: ucheb. dlya ekon. vuzov / G. I. Kravtsova, M. I. Tkachuk, A. V. Shashkovskiy; Pod red. M. I. Tkachuk. — Mn.: Vyssh. shk., 1990. — 223 s.
2. Azarenkova Gh. M. Finansy pidpryemstv: navch. posibnyk [dlja samost. vyvch. dyscypliny]. / Gh. M. Azarenkova, T. M. Zhuravelj, R. M. Mykhajlenko. — 3-tje vyd., vypravl. i dop. — K.: Znannja-Pres, 2009. — 299 s. — ISBN978-966-311-073-8.
3. Roshteyn L. A. Oborotnye sredstva v promyshlennosti / L. A. Roshteyn. — M.: FiS, 1986. — 93 s.
4. Vasylyk O. D. Teoriya finansiv: pidruchnyk / O. D. Vasylyk. — K.: NIOS, 2000. — 416 s.
5. Marghasova V. Gh. Systemnyj pidkhid do upravlinnja oborotnym kapitalom na pidpryjemstvakh kharchovoji promyslovosti / V. Gh. Marghasova // Aktualni problemy ekonomiky. — 2004. — # 7. — S. 53–59.
6. Poddjerjoghin A. M. Finansy pidpryemstv: Pidruchnyk / A. M. Poddjerjoghin, L. D. Burjak, Gh. Gh. Nam ta in. / kerivnyk avt. kol. i nauk. red. A. M. Poddjerjoghin. — 3-tje vyd., pererob. ta dop. — K.: KNEU, 2000. — 460 s.
7. Yermasova N. B. Finansovyy menedzhment: konspekt leksiy / N. B. Yermasova. — M.: Yurayt-Izdat, 2007. — 192 s.
8. Cheng F. Li. Finansy korporatsiy: teoriya, metody i praktika / Cheng F. Li, Dzhozef I. Finnerti. — M.: INFRA-M, 2000. — 685 s.
9. Kreynina M. N. Finansovyy menedzhment: ucheb. posobie / M. N. Kreynina. — M.: Delo i servis, 1998. — 304 s.
10. Berdar M. M. Finansy pidpryemstv. Navch. posib. — K.: Centr uchbovoji literatury, 2010. — 352 s.
11. Kovalev V. V. Finansy predpriyatij: ucheb. posobie / V. V. Kovalev, Vit. V. Kovalev. — M.: ООО «VIT + REM», 2002. — 352 s.
12. Rusak N. A. Finansovyy analiz subekta khozyaystvovaniya: sprav. posobie / N. A. Rusak, V. A. Rusak. — Mn.: Vyssh. shk., 1997. — 309 s.
13. Breyli R. Printsipy korporativnykh finansov / R. Breyli, S. Mayers. — M.: ZAO «Olimp-Biznes», 1997. — 1088 s.
14. Blank I. A. Upravlenie aktivami / I. A. Blank. — K.: Nika -Tsentr: Elga, 2002. — 720 s.
15. Ghospodarskyj kodeks Ukrainy u redakcii vid 06.01.2018 / <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page1>
16. Nacionalni standarty bukhghaltersjkocho obliku / Vse pro bukhghaltersjkyj oblik. Specvypusk # 424. — 2017. — #66 (2543). — 194 s.
17. MSBO 1 «Podannja finansovoji zvitnosti» u redakcii vid 01.01.12 / http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_013

УДК 339.137.22

Кириченко Ольга Миколаївна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Національний університет харчових технологій*

Кириченко Ольга Николаевна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента и администрирования
Национальный университет пищевых технологий*

Kyrychenko Olga

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Management and Administration
National University of Food Technology*

Химич Катерина Вікторівна

*студентка
Національного університету харчових технологій*

Химич Екатерина Викторовна

*студентка
Национального университета пищевых технологий*

Khymych Kateryna

*Student of the
National University of Food Technology*

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

FORMATION OF THE STRATEGY OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Анотація. Досліджено теоретичні підходи до визначення поняття конкурентоспроможності підприємства та узагальнено основні напрями підвищення її рівня. Зокрема, висвітлено ключові етапи процесу формування та розробки стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, підвищення конкурентоспроможності підприємства, стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Аннотация. Исследовано теоретические подходы к определению понятия конкурентоспособности предприятия и обобщены основные направления повышения ее уровня. В частности, освещены ключевые этапы процесса формирования и разработки стратегии повышения конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, повышение конкурентоспособности предприятия, стратегия повышения конкурентоспособности предприятия.

Summary. The theoretical approaches to the definition of the concept of enterprise competitiveness are explored and the main directions of raising its level are summarized. In particular, the key stages of the process of forming and developing a strategy for increasing the competitiveness of an enterprise are highlighted.

Key words: enterprise competitiveness, increase of enterprise competitiveness, strategy of enterprise competitiveness increase.

Постановка проблеми. На сучасному етапі економічного розвитку України проблема підвищення рівня конкурентоспроможності 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 підприємства, активно нарощувати конкурентні переваги, постійно досліджувати і аналізувати як внутрішнє, так і зовнішнє середовище підприємства. Тому питання стратегічного забезпечення підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на світовому ринку є одним із найважливіших завдань розвитку підприємництва і країни в цілому.

Аналіз досліджень і публікацій з проблеми. Дослідженню теоретичних проблем конкурентоспроможності підприємств у ринкових умовах господарювання присвячені праці М. Портера, І. Ансоффа, А. Курно, Ф. Еджуорт, Дж. Робінсона, Ж.-Ж. Ламбена, Ф. Котлера, Д. Кемпбела, Дж. Стоунхауса, Б. Х'юстона, С. І. Савчука, Г. Л. Азоева, А. Ю. Юданова та ін. Практичні питання дослідження конкурентоспроможності промислових підприємств розглянуто у публікаціях Г. Л. Багієва, Т. О. Загорної, І. З. Должанського, М. Г. Долинської, В. Є. Реутова, О. М. Ястремської, Т. Ф. Рябової, В. А. Тарана, Н. М. Купріної, Х. Фасхієва, Р. А. Фатхутдінова та ін.

Проведений аналіз праць учених дозволяє констатувати, що сучасна наукова думка пропонує декілька підходів до дефініції «конкурентоспроможність підприємства», тому узагальнення цієї категорії є досить актуальним питанням, що є важливим для вирішення задач формування та реалізації стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Метою статті є наукове дослідження та узагальнення теоретико-методичних положень, що стосуються сутності дефініції «конкурентоспроможність підприємства» та заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства з метою сформувати оптимальну конкурентну стратегію розвитку підприємства.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність (тобто здатність (спроможність) підприємства вести суперництво у базовій галузі, на міжгалузевому та світових ринках) — це комплексна категорія, її переваги остаточно реалізуються через торгівлю, але базис конкурентних переваг створюється на всіх ланках суспільного виробництва, у тому числі значною мірою за рахунок структурної перебудови та дійової економічної політики [9].

Розглянемо детальніше поняття конкурентоспроможності підприємства, оскільки саме підприємства змагаються між собою, ведуть безперервну

конкурентну боротьбу за клієнтів і за своє місце як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Різні науковці по-різному визначають сутність поняття конкурентоспроможності підприємства, тому єдиного, загальноприйнятого визначення цього поняття не існує. Плотіцина Т. М. згрупувала визначення конкурентоспроможності підприємства, які були запропоновані вченими, у три групи:

- до першої групи вона віднесла визначення, які базуються на внутрішній та зовнішній діяльності підприємства;
- до другої групи були віднесені визначення, які базуються на товарній складовій, тобто поняття конкурентоспроможності підприємства визначається через конкурентоспроможність продукції підприємства;
- до третьої групи віднесені визначення, що поєднують в собі як товарну складову, так і складову виробничої діяльності підприємства [7]

У таблиці 1 наведені основні трактування категорії «конкурентоспроможність підприємства»:

Загалом після вивчення різноманітних визначень поняття конкурентоспроможності підприємства можна зробити висновок, що воно є досить широким. До нього входить як конкурентоспроможність товарів та послуг, що надає підприємство, так і ефективність його фінансово-економічної діяльності, продуктивність праці, загальні конкурентні переваги.

Узагальнивши всі наведені трактування, нами було виведено наступне визначення даної дефініції: конкурентоспроможність підприємства — це комплексна характеристика діяльності підприємства, що показує позицію даного підприємства у конкурентній боротьбі за задоволення конкретних потреб споживача шляхом досягнення конкурентних переваг власного продукту над продуктами-конкурентами, а також відображає можливість підприємства забезпечити успішний продаж власної продукції на певному ринку у визначений час у конкурентних умовах.

Основними шляхами вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності підприємства, є:

- підвищення якості управління;
- удосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем;
- упровадження (проведення) стратегічного маркетингу «виходу» і «входу» організації;
- удосконалення організації інноваційної діяльності;
- упровадження нових інформаційних технологій;
- упровадження нових фінансових і облікових технологій;
- аналіз ресурсомісткості кожного товару за стадіями його життєвого циклу і впровадження ресурсозберігаючих технологій;
- підвищення організаційно-технічного рівня виробництва;
- розвиток логістики;
- розвиток тактичного маркетингу [11].

Таблиця 1

Основні трактування категорії «Конкурентоспроможність підприємства»

Автор	Трактування категорії
1	2
Азоєв Г. Л.	Здатність ефективно розпоряджатися власними та позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку, це результат його конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління підприємством.
Зав'ялов П. С.	Здатність підприємства конкурувати на ринках з виробниками та продавцями аналогічних товарів за допомогою забезпечення більш високої якості, доступних цін, створення зручних умов для покупців, споживачів.
Кіперман Г. Я.	Здатність протидіяти на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції (конкурентам) як за рівнем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності.
Перцовський Н. І.	Можливість ведення ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку; це узагальнюючий показник життєвої стійкості підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціали.
Фатхутдінов Р. А.	Здатність виробляти конкурентоспроможну продукцію, перевага підприємства порівняно з іншими підприємствами даної галузі як всередині країни, так і за її межами.
Хруцький В. С., Корнеева І. В.	Здатність оперувати на конкретному ринку (регіоні збуту) у даний період часу шляхом випуску й реалізації конкурентоспроможних товарів та послуг.
Шершньова З. Є., Оборська С. В.	Рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту, навичок і знань персоналу тощо, що знаходить вираження в таких результуючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо.

Джерело: складено автором на основі [1, 3, 4, 7, 12, 13, 14]

Також ключовими факторами підвищення конкурентоспроможності підприємства стають зниження витрат, диференціація і системна інтеграція.

Стійке зростання конкурентоспроможності підприємства і, як наслідок, посилення конкурентних позицій на ринку неможливі без ретельно проробленої організаційно-економічної моделі управління конкурентоспроможністю підприємства, заснованої на комплексному механізмі реалізації його конкурентних переваг [2, с 124].

Підвищення конкурентоспроможності підприємства становить процес змін, здійснення якого вимагає стратегічного підходу, оскільки зміни торкаються всіх основних організаційних складових, включаючи структуру кадрів, кваліфікацію, технологію, устаткування, продукцію, ринки збуту. Це викликає необхідність розробки стратегії підвищення конкурентоспроможності.

Існує кілька підходів до формування стратегії конкурентоспроможності підприємства. Різні автори по-різному підходять до питання виокремлення етапів, ступеня деталізації процесу. Ф. Котлер визначає послідовність етапів розробки стратегії конкурентоспроможності, яка спирається на програмну заяву підприємства, викладення допоміжних цілей і завдань, «здоровий» господарський портфель (набір напрямків діяльності) і стратегії зростання [5].

М. Портер вирізняє такі шляхи розробки стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства:

- аналіз перспектив підприємства;
- аналіз позицій у конкурентній боротьбі;
- вибір стратегії конкурентоспроможності [8].

Деякі науковці вважають, що сучасна стратегія конкурентоспроможності складається з розробки комплексного плану з урахуванням впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, підвищення до максимуму ефективності управління для досягнення кінцевої мети [10]. У той же час при розробці стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства повинні орієнтуватися на нестабільне і швидко змінне зовнішнє середовище.

На думку А. Сміта, вибір стратегії конкурентоспроможності підприємства визначається, насамперед, його фінансовим станом, а основною концепцією формування стратегії підвищення конкурентоспроможності є процесний підхід, хоча кожне підприємство реалізує свою стратегію [5].

Окремі стратегії підвищення конкурентоспроможності можуть на певний період забезпечити конкурентоспроможність господарюючих структур. Однак, як підтверджують дослідження сучасних реалій, кінцеву високу результативність підприємств та їхню конкурентоспроможність можна забезпечити системою стратегій, які формуються на принципах комплексного підходу. Особливо потребують подальшої теоретичної розробки методологічні підходи до формування портфеля стратегій, які забезпечують конкурентоспроможність підприємств.

Враховуючи різноманітність чинників, які забезпечують конкурентоспроможність, формувати портфель стратегій необхідно на основі принципів системності та комплексності. Такий підхід дозволить сформувати систему на збалансованій основі (від загального до часткового) та визначити можливості для забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Розробка алгоритму (системи етапів) формування стратегії повинна здійснюватись таким чином, щоб кожний наступний етап планування відрізнявся від попереднього своїми специфічними методами виконання. При цьому процес розробки стратегії підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств може бути представлений у вигляді етапів послідовного вирішення низки взаємопов'язаних стратегічних питань:

- виявлення сфери діяльності для використання капіталу підприємства;
- визначення основної стратегічної мети, місії діяльності підприємства.
- оцінка впливу чинників;
- визначення тактичних завдань і пріоритетів у процесі здійснення перетворень і стратегії;
- оцінка сучасного технічного та технологічного стану підприємства;
- аналіз діяльності потенційних конкурентів даному ринку;
- формулювання стратегії досягнення поставленої мети.

На завершальному етапі вибирається альтернативний варіант, на основі якого управлінський персонал розробляє детальний бізнес-план реалізації стратегії. Для того щоб обрана стратегія почала функціонувати, необхідно:

- розробити систему цільових показників, які б орієнтували підприємство на досягнення цілей, закладених у стратегії;
- здійснити відповідні зміни в організаційній структурі;
- забезпечити виробничий комплекс не обхідними ресурсами згідно із затвердженою стратегією [6, с. 52].

Висновки. Конкурентоспроможність підприємства — це комплексна характеристика діяльності підприємства, що показує позицію даного підприємства у конкурентній боротьбі за задоволення конкретних потреб споживача шляхом досягнення конкурентних переваг власного продукту над продуктами-конкурентами, а також відображає можливість підприємства забезпечити успішний продаж власної продукції на певному ринку у визначений час у конкурентних умовах. Підвищення конкурентоспроможності підприємства становить процес змін, здійснення якого викликає необхідність розробки стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. Конкурентну стратегію необхідно формувати, виходячи з специфіки, можливостей, потреб та цілей підприємства.

Література

1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. — 208 с.
2. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: [навч. посіб.] / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. — К., 2006. — 384 с.
3. Завьялов Ф. Н. Ранговая оценка конкурентоспособности массового потребительского товара (на примере рынка хлебобулочных изделий) / Ф. Н. Завьялов, О. В. Каплина, Д. А. Зайченко // Маркетинг в России и за рубежом. — 2005. — № 3 (47). — С. 90–103.
4. Киперман Г. Я. Рыночная экономика: словарь / под общ. ред. Г. Я. Кипермана. — М.: Республика, 1993. — 524 с.
5. Малік М. Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: [монографія] / М. Й. Малік, О. А. Нужна. — К.: Інститут аграрної економіки, 2007. — 270 с.
6. Маховський Д. В. Формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств АПК / Д. В. Маховський // Агросвіт. — 2013. — № 13. — С. 51–53.
7. Перцовский Н. И. Международный маркетинг: учебн. пособ. / под ред. Н. И. Перцовского. — М.: Высшая школа, 2001. — 239 с.
8. Плотицина Т. М. Определение конкурентоспособности предприятия / Т. М. Плотицина // Вестник ТГТУ. — 2010. — № 1. — Том 16. — С. 205–211.
9. Портер М. Конкуренция: уч. пос. / М. Портер. — Москва: Вильямс, 2001. — 425 с.
10. Рибаківа О. В. Конкуренція і конкурентоспроможність: економічна суть та фактори підвищення / Рибаківа О. В. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://archive.nbuv.gov.ua>.
11. Россіхіна О. Є. Основні фактори конкурентоспроможності підприємства / О. Є. Россіхіна // Держава та регіони. — 2010. — № 2. — С. 184–187.
12. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 312 с.
13. Хруцкий В. Е. Современный маркетинг / В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева, Е. Е. Автухова. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 356 с.
14. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник / З. Є. Шершньова — 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2004. — 699 с.

Котенко Ольга Юріївна
студентка магістратури
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Котенко Ольга Юрьевна
студентка магистратуры
Киевского национального университета имени Тараса Шевченко
Kotenko Olha
Student of the
Taras Shevchenko National University of Kyiv

КЛАСИФІКАЦІЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ЯК ОБ'ЄКТІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

КЛАССИФИКАЦИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ КАК ОБЪЕКТОВ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА

CLASSIFICATION OF INTANGIBLE ASSETS AS OBJECTS OF ACCOUNTING

Анотація. Досліджено підходи до класифікації нематеріальних активів як специфічного ресурсу підприємства та об'єкту обліку. Розглянуто проблемні аспекти наявної класифікації та запропоновані шляхи їх вирішення вченими-економістами.

Ключові слова: нематеріальні активи, класифікація нематеріальних активів, облік нематеріальних активів.

Аннотация. Исследованы подходы к классификации нематериальных активов как специфического ресурса предприятия и объекта учета. Рассмотрены проблемные аспекты существующей классификации и предложены пути их решения учеными-экономистами.

Ключевые слова: нематериальные активы, классификация нематериальных активов, учет нематериальных активов.

Summary. The approaches to the classification of intangible assets as a specific resource of the enterprise and the object of accounting were investigated. Problematic aspects of existed classification are considered and proposed ways of their solution by scientists-economists.

Key words: intangible assets, classification of intangible assets, accounting of intangible assets.

Постановка проблеми. Наявність нематеріальних активів у складі ресурсів підприємства збільшує його ринкову вартість та підвищує інвестиційну привабливість. Водночас, сучасні тенденції розвитку економіки свідчать про те, що частка цих активів в загальній структурі капіталу постійно зростає. Проте, бухгалтерський облік в Україні не може забезпечити повноту та точність розкриття інформації про них. Перш за все, причинами цього є недосконалість класифікації та законодавчої бази нематеріальних активів. Як наслідок, в балансі більшості вітчизняних підприємств нематеріальні активи або відсутні або наявні у незначній сумі. Але це не означає, що вони не відіграють суттєвої ролі у його господарській діяльності. Саме тому, є актуальним формулювання

оптимального підходу до класифікації нематеріальних активів, що дасть можливість належного обліку, контролю і ефективного управління ними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми класифікації нематеріальних активів розглядали такі вітчизняні вчені як Т. М. Банасько, М. І. Бондар, Ф. Бутинець, Т. Польова, Н. М. Проскуріна, О. В. Сизоненко та ін. Також, багато вітчизняних дослідників та вчених присвятили свої праці цим питанням, зокрема Дж. Р. Хітчнер, Н. Бонтіс, Т. Г. Белозерова, К. Е. Свейбі, Т. Стюарт та інші.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз проблем класифікації нематеріальних активів, розкриття підходів до класифікації згідно нормативно-правових актів та згідно поглядів вчених-економістів.

Виклад основного матеріалу. Наукова спільнота визначає поняття класифікації як систему розподілу предметів, явищ або понять на класи, групи тощо за спільними ознаками, властивостями [13]. Погляди С. Мочерного щодо поняття класифікації включають наступне: «поділ відбувається не за будь-якою ознакою, а за найістотнішою, такою, що визначає характер усіх останніх ознак предметів, котрі класифікуються, і дає змогу установити для кожного класу чітко визначене, постійне місце серед інших класів» [4, с. 347–348]. У теоретичному аспекті та вітчизняній практиці бухгалтерського обліку такою найістотнішою ознакою є відповідність вимогам правового регулювання. Так, Методологічною радою з питань бухгалтерського обліку розроблена класифікація нематеріальних активів для цілей бухгалтерського обліку у розрізі однорідних груп, яка викладена в П(С)БО 8, а саме:

- права користування природними ресурсами (право користування надрами, іншими ресурсами природного середовища, геологічною та іншою інформацією про природне середовище тощо);
- права користування майном (право на користування земельною ділянкою, право користування будівлею, право на оренду приміщень тощо);
- права на комерційні позначення (права на торговельні марки (знаки для товарів і послуг), комерційні (фірмові) найменування тощо), крім тих, витрати на придбання яких визнаються роаялті;
- права на об'єкти промислової власності (право на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, сорти рослин, породи тварин, компонування (топографії) інтегральних мікросхем, комерційні таємниці, у тому числі ноу-хау, захист від несумлінної конкуренції тощо), крім тих, витрати на придбання яких визнаються роаялті;
- авторське право та суміжні з ними права (право на літературні, художні, музичні твори, комп'ютерні програми, програми для ЕОМ, компіляції даних (бази даних), виконання, фонограми, відеограми, передачі організацій мовлення тощо), крім тих, витрати на придбання яких визнаються роаялті;
- інші нематеріальні активи (право на провадження діяльності, використання економічних та інших привілеїв тощо) [1].

Така класифікація дає можливість віднести нематеріальні активи до відповідної групи за правовою ознакою та забезпечити відповідним обліковим субрахунком. Схематично поділ НМА за групами та за способом створення можна побачити на рисунку 1. Класифікація нематеріальних активів за способом їх виникнення пов'язана з особливостями їх визнання і оцінки в обліку та звітності, таким чином, вони поділяються на створені власними силами та отримані іншим шляхом.

Одним із найбільш неоднозначних об'єктів бухгалтерського обліку групи «Права на об'єкти промислової власності» є захист від недобросовісної конкуренції. З цього проводу висловили свої думки Н. М. Проскуріна, В. В. Сьомченко і О. М. Бондаренко у своїх наукових працях: «захист прав підприємства через судові органи — це грошові витрати на судочинство, які здійснюються з метою припинення несумлінних дій конкурентів, що в майбутньому можуть призвести до зменшення прибутків фірми. Однак, гроші — це монетарний актив, тому такі грошові витрати не можуть бути визнані в якості нематеріального активу, а, швидше, відповідають бухгалтерській сутності рахунку 39 «Витрати майбутніх періодів» [7, с. 116–117]. Також, Т. В. Польова у своїх дослідженнях пропонує виключити з групи «Права на об'єкти промислової власності» право на захист від несумлінної конкуренції, зважаючи на недоцільність його обліку та неможливість достовірної оцінки.

Разом з тим, для порівняння варто зазначити, що в п. 119 МСБО 38 «Нематеріальні активи» у рекомендаційній формі наведено перелік окремих класів нематеріальних активів, до яких відносять: назви брендів; заголовки та назви видань; комп'ютерне програмне забезпечення; ліцензії та привілеї; авторські права, патенти та інші права на промислову власність, права на обслуговування та експлуатацію; рецепти, формули, моделі, проекти та прототипи; нематеріальні активи на етапі розробки [2]. Зазначені класи поділяються на (об'єднуються у) менші (більші) класи, якщо це приводить до доречнішої інформації для користувачів звітності.

За такої класифікації за МСФЗ бачимо, що вона дещо відрізняється від наведених груп нематеріальних активів у П(С)БО, але вона теж зводиться до переліку видів таких активів з метою привласнення їм облікового рахунку та цілей обліку.

В методичних вказівках № 8 «Оцінка невідчутних (нематеріальних) активів (і інтелектуальної власності)» Європейських стандартів оцінки (ЕСО) [3] наведено такі категорії нематеріальних активів: гудвіл бізнесу (нерозподілені нематеріальні активи); персональний гудвіл; нематеріальні активи, що ідентифікуються; інші нематеріальні активи (сюди включаються людські активи, ринкові активи, організаційні активи).

Крім нормативних актів існує також багато класифікацій, що дають можливість більш широко зрозуміти сутність та удосконалити відображення нематеріальних активів в бухгалтерському обліку. Одна з найбільш розповсюджених класифікацій складових нематеріальних активів це поділ на: 1. Організаційні витрати; 2. Ділова репутація підприємства; 3. Інтелектуальна власність: а) винаходи, б) корисні моделі, в) промислові зразки, г) програми ЕОМ, ґ) бази даних, д) селекційні досягнення, ж) топології інтегральні, з) товарні знаки та

знаки обслуговування [14, с. 292]. На нашу думку, ця класифікація є доволі обмеженою, так як вона не включає різноманітної природи нематеріальних активів. Наприклад, тут відсутній будь-який інтелектуальний капітал підприємства — знання, навички персоналу.

Для формування нематеріальних активів необхідно керуватися загальновідомими принципами класифікації.

1. За рівнем участі у виробництві: функціонуючі (працюючі) нематеріальні активи, використання

яких приносить дохід організації в даний період; не функціонуючі (непрацюючі) нематеріальні активи, які не використовуються з яких-небудь причин, але можуть використовуватися в майбутньому.

2. За ступенем відчуження: відчужувані — повністю передаються при їх продажу, передачі, оренді; невідчужувані — залишаються у власності організації-власника при частковій передачі прав на їх використання.

3. За ступенем впливу на фінансові результати організації: об'єкти нематеріальних активів, здатні

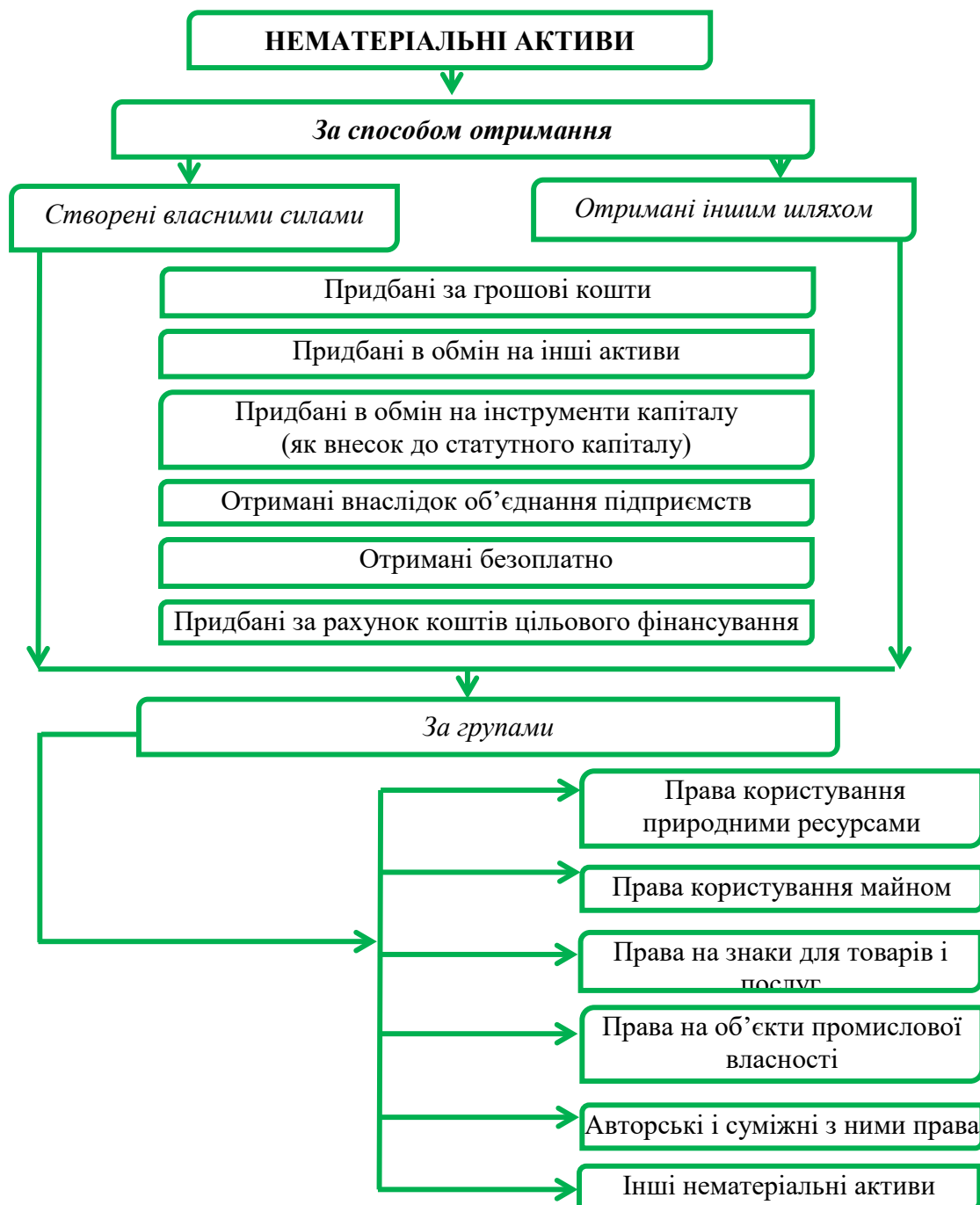


Рис. 1. Класифікація нематеріальних активів в обліку і звітності
Джерело: створено автором на основі [5, с. 334]

приносити дохід прямо, за рахунок впровадження їх в експлуатацію; об'єкти нематеріальних активів, опосередковано впливають на фінансові результати.

4. За ступенем правової захищеності: нематеріальні активи, що захищаються охоронними документами (авторськими правами, патентами, ліцензіями); нематеріальні активи, не захищені охоронними документами (авторськими правами, патентами, ліцензіями).

5. За ступенем вкладення індивідуальної праці працівників даної організації: одноосібні — тобто об'єкти нематеріальних активів, які розроблені особисто працівниками або засновниками організації; пайові — тобто об'єкти нематеріальних активів, розроблені спільно з іншими фізичними або юридичними особами на пайових умовах; придбані зі сторони — тобто об'єкти нематеріальних активів, які отримані від інших фізичних або юридичних осіб, за плату або безоплатно [8, с. 37–38].

Заслужують на увагу останні дослідження вітчизняних вчених-економістів, які вносять свої пропозиції задля покращення та удосконалення існуючої класифікації. Зокрема, Сизоненко О.В. [9] уточнює та удосконалює однорідні групи нематеріальних активів, що дозволить раціонально вести

синтетичний та аналітичний бухгалтерський облік цих економічних ресурсів.

На думку Т. В. Польової [10], для раціональної організації обліку та ефективного управління нематеріальними активами необхідно класифікувати їх за такими ознаками: видами прав; станом використання; строком корисного використання; періодом отримання очікуваної економічної вигоди; ступенем ризику вкладень капіталу в нематеріальні активи; — напрямками вибуття. Також, Т. Польова пропонує новий та досить прогресивний підхід удосконалення класифікації НМА, але до сих пір він є недостатньо обґрунтованим. Зміни полягають у наступному: групу «права на комерційні позначення» перейменувати в «права індивідуалізації учасників цивільного обороту товарів та послуг»; зі складу авторського і суміжних із ним прав виключити право на програми для ЕОМ і додати право на веб-сайт та видавничі права; крім того, всю сукупність нематеріальних активів об'єднати «за природою виникнення об'єктів прав» у дві групи: права на об'єкти, які є та не є результатами інтелектуальної діяльності.

І. Бігдан розробила класифікацію нематеріальних активів за такими характеристиками: об'єктами права; функціональним призначенням; засобами

Таблиця 1

Пропонований методичний підхід до відображення нематеріальних активів у системі бухгалтерського обліку підприємства

Субрахунок	Нематеріальні активи
121 «Нематеріальні активи промислової власності»	• Винахід, корисна модель • Промисловий зразок • Компонування інтегральної мікросхеми • Раціоналізаторська пропозиція • Комерційна таємниця, ноу-хау • Сорт рослин, порода тварин тощо
122 «Інформаційна система»	• Комп'ютерна програма • База даних, веб-сайт • Бібліотечні фонди • Правила, положення, інструкції • Навчальні програми, архіви тощо
123 «Засоби індивідуалізації»	• Комерційне найменування • Торговельна марка • Географічне розташування • Бренд • Слоган, девіз, лозунг тощо
124 «Нематеріальні активи, пов'язані з мистецтвом»	• Літературні та художні твори • Об'єкти суміжних прав (виконання, фонограми, відеограми, програми (передачі) організацій мовлення) • Інші твори
125 «Нематеріальні активи, засновані на договорах»	• Договори, контракти та угоди з клієнтами/партнерами/постачальниками • Договори франчайзингу • Права на провадження діяльності • Права на використання економічних та інших привілеїв • Права на місце в фондовій або товарній біржі • Інші нематеріальні активи тощо
126 «Гудвіл»	—

Джерело: створено автором на основі [12, с. 74]

придбання, характером володіння; використанням у діяльності; терміном корисного використання, засобом оцінки; рівнем правової охорони; можливостями ідентифікації, джерелами придбання; характером участі у виробництві продукції, впливом на фінансовий результат; ступенем ризику вкладень капіталу в активи. Пожарська вказує, що цей підхід відрізняється ґрунтовністю, системністю, максимальним охопленням усіх можливих об'єктів нематеріальних активів за їх характеристиками та призначенням [11].

Класифікацію, в якій визначну роль відіграє правове обґрунтування використання нематеріальних активів, наводить Л. Ю. Мельник. Поділ об'єктів відбувається за такими ознаками: напрямками вибуття; характером функцій у суспільстві; правами використання нематеріальних активів; господарсько-обліковими ознаками; ознаками цілого; способом отримання; наявністю творчого елемента; згідно обліку; згідно з європейськими стандартами [6].

Науковий інтерес становить запропонована класифікація авторами П. Куцик, І. Дрогобицький,

З. Плиса, Х. Скоп, основою якої є модель декомпозиції бухгалтерської статті «Нематеріальні активи» (таблиця 1).

Розглянутий підхід створений, спираючись на властивості системності, які зосереджені на прийомах агрегування та синтезу. Він дає змогу по-новому розглядати та відображати нематеріальне майно, гармонізувати національну та міжнародну системи обліку та загалом впорядкувати процес організації та методики бухгалтерського обліку НМА.

Висновки. Кожна з наведених класифікацій дає можливість отримати необхідну інформацію і розв'язати певні завдання бухгалтерського, податкового, управлінського обліку, економічного аналізу тощо. В той же час, можна зробити висновок про необхідність подальшого удосконалення класифікації нематеріальних активів для цілей обліку в Україні. Для цього актуальним є врахування зарубіжного досвіду, але з орієнтиром на сучасні вітчизняні реалії та максимальним наближенням до діючої практики.

Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи», Наказ Міністерства фінансів України від 28.07.2000 р. № 181. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0487-00>
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 «Нематеріальні активи» від 01.01.12. — Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_050
3. Європейські стандарти оцінки 2012 (посібник № 8 «Нематеріальні активи»). — Режим доступу: www.tegova.org
4. Мочерний С.В. Економічна енциклопедія: в 3 т. / [С.В. Мочерний, О.А. Устенко, В.М. Геець та ін; гол ред. Ради В., Д. Гаврилишин]. — К: Академія 2000. — Т. 2. — 848 с.
5. Бутинець Ф.Ф. Теорія бухгалтерського обліку / Ф.Ф. Бутинець. — Ж: ЖТІ, 2011. — 640 с.
6. Коба О.В. Визнання, ідентифікація та класифікація нематеріальних активів / О.В. Коба, А.О. Софієнко, А.О. Чиж // Економіка і регіон. — 2015. — № 6. — С. 136–142.
7. Проскуріна Н.М. Проблеми та шляхи удосконалення обліку нематеріальних активів / Н.М. Проскуріна, В.В. Сьомченко, О.М. Бондаренко // Вісник Запорізького національного університету: Економічні науки. — Запоріжжя: ЗНУ, 2008. — № 1. — с. 115–119.
8. Бриль І.В. Формування та використання нематеріальних активів підприємств для підвищення їх капіталізації [Текст]: монографія / І.В. Бриль; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. — Київ: ІЕП НАНУ, 2015. — 83 с.
9. Сизоненко О.В. Класифікація нематеріальних активів для потреб бухгалтерського обліку / О.В. Сизоненко // Облік і фінанси АПК.-2008. — № 2 — с. 143–146.
10. Польова Т.В. Облік, аудит і аналіз нематеріальних активів: дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.04 / Польова Тетяна Володимирівна. — Х.: ХДУХТ, 2006. — 159 с.
11. Пожарська Л. Економічна сутність та класифікація нематеріальних активів підприємств телебачення / Л. Пожарська // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. — 2012. — № 1. — С. 33–43. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2012_1_5
12. Куцик П.О., Дрогобицький І.М., Плиса З.П., Скоп Х.І. Облікова концепція управління вартістю нематеріальних активів підприємства [Текст]: монографія / П.О. Куцик, І.М. Дрогобицький, З.П. Плиса, Х.І. Скоп. — Львів: Растр-7, 2016. — 268 с.
13. Академічний тлумачний словник (1970–1980) [Електронний ресурс]: онлайн-версія «Словника української мови» в 11 томах. — Режим доступу: <http://www.sum.in.ua/>
14. Коршуков В.В. Экономика организации (предприятия). Теория и практика: учебник для бакалавров / В.В. Коршуков. — Москва: Юрайт, 2015. — 433 с.

References

1. Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 8 «Nematerialni aktyvy» [Regulation (Standard) 8 «Intangible assets»]; Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 18.10.1999 r. # 242. — Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>
2. Mizhnarodnyi standart bukhhalterskoho obliku 38 «Nematerialni aktyvy» vid 01.01.12 [International Accounting Standard 38 «Intangible Assets»]. — Available at: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_050
3. Yevropeiski standarty otsinky 2012 (posibnyk # 8 «Nematerialni aktyvy»). — Available at: www.tegova.org
4. Mochernyi S.V Ekonomichna entsyklopediia: v 3 t./ [S.V. Mochernyi, O.A. Ustenko, V.M. Heiets ta in; hol red. Rady V., D. Havrylyshyn]. — K: Akademiia 2000. — T. 2. — 848 s.
5. Butynets F. F. Teoriia bukhhalterskoho obliku / F. F. Butynets. — Zh: ZhTI, 2011. — 640 s.
6. Koba O. V. (2015) Vyznannia, identyfikatsiia ta klasyfikatsiia nematerialnykh aktyviv [Recognition, identification and classification of intangible assets] — *Ekonomika i rehion*, pp. 136–142.
7. Proskurina N. M. (2008) Problemy ta shliakhy udoskonalennia obliku nematerialnykh aktyviv [Problems and ways to improve the accounting of intangible assets] — *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu: Ekonomichni nauky*. — Zaporizhzhia: ZNU, pp. 115–119.
8. Bryl I. V. (2015) Formuvannia ta vykorystannia nematerialnykh aktyviv pidpriemstv dlia pidvyshchennia yikh kapitalizatsii [Formation and use of intangible assets of enterprises to increase their capitalization]; NAN Ukrainy, In-t ekonomiky prom-sti. — Kyiv: IEP NANU, pp. 83 s.
9. Syzonenko O. V. (2008) Klasyfikatsiia nematerialnykh aktyviv dlia potreb bukhhalterskoho obliku [Classification of intangible assets for accounting purposes] *Oblik i finansy APK*. Pp. 143–146.
10. Polova T. V. (2006) Oblik, audyt i analiz nematerialnykh aktyviv: dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk: spets. [Accounting, audit and analysis of intangible assets] Kh.: KhDUKhT, 2006. — pp. 159.
11. Pozharska L. (2012) Ekonomichna sutnist ta klasyfikatsiia nematerialnykh aktyviv pidpriemstv telebachennia [Economic essence and classification of intangible assets of television enterprises] *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho tor-hovelno-ekonomichnoho universytetu*. — Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2012_1_5
12. Kutsyk P. O., Drohobyskyi I. M., Plysa Z. P., Skop Kh. I. Oblikova kontseptsiiia upravlinnia vartistiu nematerialnykh aktyviv pidpriemstva [Accounting concept of management of the value of intangible assets of the enterprise— Lviv: Rastr-7, 2016. — pp. 268.
13. Akademichnyi tлумachnyi slovnyk (1970–1980) [Elektronnyi resurs]: onlain-versiia «Slovnyka ukrainskoi movy» v 11 tomakh. — Available at: <http://www.sum.in.ua/>
14. Korshukov V. V. Ekonomika orhanyzatsyy (predpriiatyia). Teoriia y praktyka: uchebnyk dlia bakalavrov / V. V. Korshukov. — Moskva: Yurait, 2015. — 433 s.

УДК 338.436

Кучкова Крістіна Олексіївна

слухач магістратури

Сумського національного аграрного університету

Кучкова Кристина Алексеевна

слушатель магистратуры

Сумского национального аграрного университета

Kuchkova Christina

Master's Student of the

Sumy National Agrarian University

Бугаєнко Дарина В'ячеславівна

слухач магістратури

Сумського національного аграрного університету

Бугаенко Дарина Вячеславовна

слушатель магистратуры

Сумского национального аграрного университета

Bugaenko Darina

Master's Student of the

Sumy National Agrarian University

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ СУМСКОЙ ОБЛАСТИ

RESEARCH OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF AGRICULTURAL ENTERPRISES OF SUMY REGION

Анотація. У статті проведено оцінку конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств Сумської області. Визначено конкурентну позицію сільськогосподарських підприємств Сумщини у галузі сільського господарства. Виявлені основні проблеми у досягненні конкурентних переваг сільськогосподарськими підприємствами Сумської області.

Ключові слова: конкурентні переваги підприємства, сільськогосподарське підприємство, конкурентна позиція, сільське господарство, конкурентний потенціал.

Аннотация. В статье проведена оценка конкурентных преимуществ сельскохозяйственных предприятий Сумской области. Определено конкурентную позицию сельскохозяйственных предприятий региона в сельском хозяйстве Украины. Выявлены основные проблемы в достижении конкурентных преимуществ сельскохозяйственными предприятиями Сумской области.

Ключевые слова: конкурентные преимущества предприятия, сельскохозяйственное предприятие, конкурентная позиция, сельское хозяйство, конкурентный потенциал.

Summary. In the article the estimation of competitive advantages of agricultural enterprises of Sumy region is carried out. The competitive position of agricultural enterprises of the region in agriculture of Ukraine is determined. The main problems in achievement of competitive advantages by agricultural enterprises of Sumy region are revealed.

Key words: Competitive advantages of the enterprise, agricultural enterprise, competitive position, agriculture, competitive potential.

Постановка проблеми. Євроінтеграційні процеси, які відбуваються останнім часом в економіці нашої країни, та негативні наслідки глобалізаційних процесів, ставлять виклики перед сільськогосподарськими підприємствами щодо забезпечення високого рівня конкурентоспроможності за рахунок сформованих конкурентних переваг. В зв'язку з цим, набувають особливої актуальності питання аналізу досягнутих конкурентних переваг.

Аналіз останніх публікацій та досліджень. Питаннями формування конкурентних переваг та забезпечення конкурентоспроможності підприємств взагалі, і сільськогосподарських, зокрема, займалися зарубіжні та вітчизняні вчені: Ю. Іванов, В. Ільїн, М. Портер, Р. Фатхутдінов, С. Кваша, Н. Кузьминчук, М. Малік, О. Непочатенко, Н. Пилипенко, С. Пташник, Н. Стельмащук, Г. Спаський, О. Терованесова, С. Філіппова, С. Черкасова, В. Холод, І. Шаповалова та ін.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз та оцінка основних тенденцій конкурентних переваг окремого регіону — Сумської області — та визначенні пріоритетних напрямів досягнення конкурентних переваг аграрних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Головним рівнем забезпечення конкурентоспроможності галузі є підприємство, так як товар є пасивним об'єктом

і виступає інструментом забезпечення конкурентоспроможності підприємства [1]. Підвищення конкурентоспроможності агропромислового виробництва означає стабільне збільшення виходу продукції на одиницю затрачених ресурсів при зростанні її якості і прибутковості. Конкурентні переваги визначаються показниками виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції [2]. Конкурентні переваги є сукупністю ознак економічної системи суб'єктів господарювання, які визначають їх переваги перед конкурентами та забезпечують стійкий конкурентоспроможний розвиток [3].

Сумщина — один із найважливіших аграрних регіонів України, де виробляється 4% валової продукції сільського господарства держави [4]. Для дослідження конкурентних переваг Сумської області проаналізуємо її місце в вітчизняному аграрному секторі. Головним чинником забезпечення конкурентоспроможності є ефективність господарської діяльності [5]. Виробництво сільськогосподарської продукції рослинництва на 100 га сільськогосподарських угідь перевищує середні рівні по Україні, але виробництво тваринницької продукції більш ніж у 2 рази відстає від загальноукраїнських показників, що є досить негативною тенденцією (рис. 1) і свідчить про неефективне використання наявного потенціалу.

Одним з найважливіших показників конкурентних переваг є продуктивність праці, яка в сільсько-

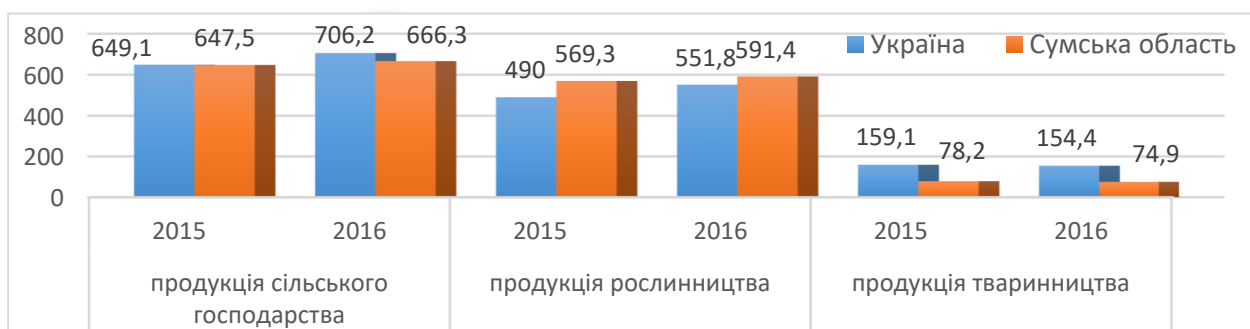


Рис. 1. Продукція сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах у розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь, тис. грн.

* Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики України та Головного управління статистики у Сумській області [6; 7]

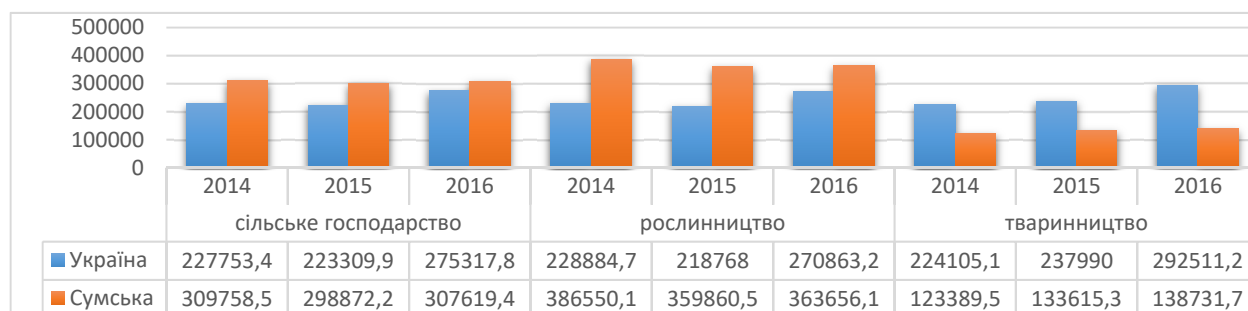


Рис. 2. Порівняння продуктивності праці в сільському господарстві України та Сумської області, грн.

* Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики України та Головного управління статистики у Сумській області [6–9]

господарських підприємствах Сумської області практично не змінилася, навіть дещо зменшилася (на 0,7%), що свідчить про відсутність динаміки зростання (рис. 2).

В середньому по Україні продуктивність праці в сільськогосподарських підприємствах збільшилася на 21%. Але якщо проаналізувати зміну продуктивності праці окремо в галузі рослинництва та тваринництва, то позиція Сумської області різко змінюється. Так, рівень продуктивності праці в тваринництві у 2016 році становить лише 47,5% від середнього по Україні. Основною причиною перевищення рівнів продуктивності праці в рослинництві є конкурентні переваги Сумської області при виробництві основних сільськогосподарських культур (рис. 3). Найбільші переваги наш регіон має по зерновим та зернобобовим за рахунок значного перевищення понад середньоукраїнський рівень врожайності кукурудзи на зерно.

Порівнявши середні ціни реалізації основних видів продукції сільськогосподарськими підприємствами Сумської області із середніми цінами реалізації по Україні в цілому (рис. 4), можна зробити висновок про відповідність якості сільськогосподар-

ської продукції виробленої сільськогосподарськими підприємствами Сумської області загальноукраїнському рівню.

Здійснивши аналіз собівартості виробництва основних видів продукції і порівнявши із загальногалузевим рівнем, було з'ясовано, що в основному виробництво продукції рослинництва сільськогосподарським виробникам Сумщини обходилося дешевше (рис. 5). Негативною є тенденція до збільшення собівартості виробництва овочів, собівартість виробництва яких в Сумській області у 2016 році перевищила середньоукраїнський рівень на 81%.

Проаналізувавши динаміку собівартості виробництва 1 ц продукції тваринництва на Сумщині у 2014–2016 роках, можна відмітити практичну відсутність конкурентних переваг Сумщини: за виключенням приросту ВРХ та молока, виробництво інших видів продукції тваринництва обходилося дорожче. Так собівартість 1 ц приросту птиці майже у 2 рази перевищує середній рівень по Україні, що пояснюється відсутністю великих птахогосподарств із високим техніко-технологічним рівнем у Сумській області (рис. 6).

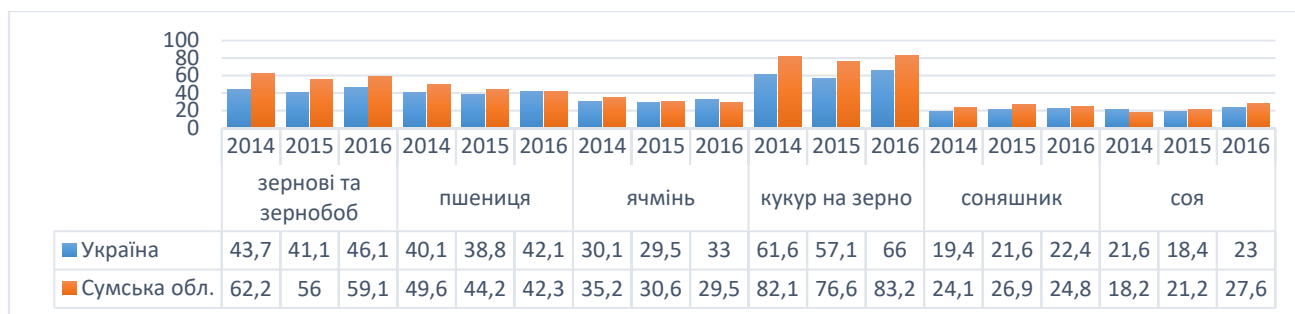


Рис. 3. Порівняння урожайності основних сільськогосподарських культур в сільському господарстві України та Сумської області, ц з 1 га

* Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики України та Головного управління статистики у Сумській області [6–9]

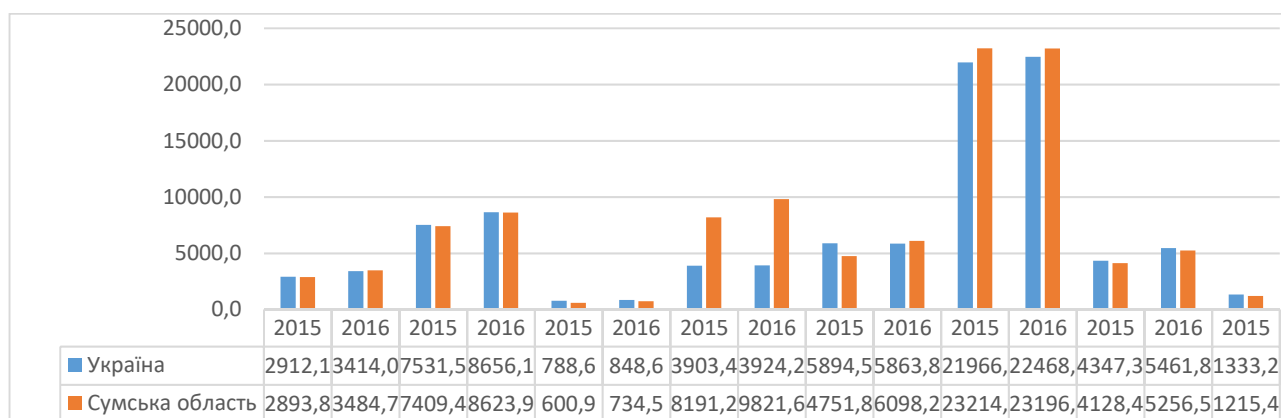


Рис. 4. Порівняння середніх цін реалізації продукції сільськогосподарськими підприємствами України та Сумської області, гривень за 1 тону

* Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики України та Головного управління статистики у Сумській області [6–9]



Рис. 5. Порівняння собівартості виробництва 1 ц продукції рослинництва України та Сумської області, грн.

* Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України та Головного управління статистики у Сумській області [6–9]

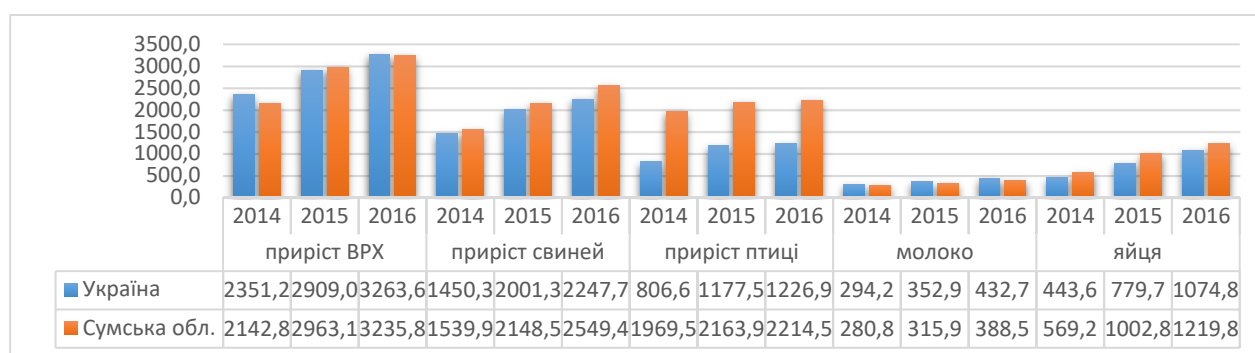


Рис. 6. Порівняння собівартості виробництва 1 ц продукції тваринництва України та Сумської області, грн.

* Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України та Головного управління статистики у Сумській області [6–9]

Отже, за результатами аналізу конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств Сумщини можна зробити висновок, про наявність ряду переваг та слабких сторін. Проблемою нашої області є відсутність великотоварного виробництва тваринницької продукції. Виробництво сільськогосподарської продукції рослинництва на 100 гектарів сільськогосподарських угідь перевищує середні рівні по країні, але виробництво тваринницької продукції більш ніж у 2 рази відстає від загальноукраїнських показників, що є досить негативною тенденцією. Зосередження уваги на слабких сторонах та пошук нових конкурентних переваг складає підґрунтя для управління їх формуванням [10].

Зусилля керівників і спеціалістів мають бути спрямовані на технічне переоснащення підприємств,

впровадження енергозберігаючих та екологобезпечних технологій, вдосконалення організаційно-економічного механізму діяльності. Також, важливим шляхом забезпечення конкурентних переваг сільськогосподарського підприємства є виважена ефективна державна підтримка [11].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Аграрний сектор Сумської області має значний потенціал для конкурентоспроможного розвитку, але він використовується недостатньо. В умовах сьогодення всі зусилля як окремих виробників, так і держави повинні бути спрямовані на повне використання наявного конкурентного потенціалу.

Література

1. Пилипенко Н. М. Конкурентоспроможність: концептуальні основи формування / Вісник СНАУ. Серія «Економіка та менеджмент» — 2006. — Випуск 5–6 (22–23). — С. 52–58.
2. Непочатенко О. О. Аналіз конкурентного середовища сільськогосподарських підприємств / Непочатенко О. О., Пташник С. А. // Економіка АПК. — 2016. — № 5. — С. 43–50.

3. Кучкова К.О Конкурентні переваги сільськогосподарського підприємства в сучасних умовах господарювання / К.О. Кучкова // Ефективна економіка. — 2018. — № 1. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/>
4. Департамент агропромислового розвитку Сумської області [Електронний ресурс]: <http://www.apk.sm.gov.ua/index.php/uk/>
5. Спаський Г.В. Шляхи підвищення виробництва конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції в Закарпатті / Економіка АПК. — 2016. — № 10. — С. 41–46.
6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]: сайт / Держстат України. — Електрон, текстові дані. — [Київ], 1998–2016. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
7. Статистичний щорічник Сумської області за 2014 рік / за ред. Л.І. Олехновича — Головне управління статистики в Сумській області., 2015. — 523 с.
8. Статистичний щорічник Сумської області за 2015 рік / за ред. Л.І. Олехновича — Головне управління статистики в Сумській області., 2016. — 520 с.
9. Статистичний щорічник Сумської області за 2016 рік / за ред. Л.І. Л.І. Олехновича — Головне управління статистики в Сумській області., 2017. — 518 с.
10. Стельмашук Н.А. Діагностика конкурентних переваг аграрних підприємств / Н.А. Стельмашук // Сталий розвиток економіки. — 2013. — № 4. — С. 125–132. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2013_4_29
11. Пилипенко Н. М. Економічна політика в контексті забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / Вісник СНАУ. Серія: економіка і менеджмент. — 2005. — № 6–7. — С. 87–90.

УДК 339.9:330.34:608

Поснова Тетяна Вікторівна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економічної теорії

Університет державної фіскальної служби України

Поснова Татьяна Викторовна

кандидат экономических наук,

доцент кафедры экономической теории

Университет государственной фискальной службы Украины

Posnova Tatiana

PhD in Economics,

Associate Professor of the Department of Economic Theory

University of the State Fiscal Service of Ukraine

Химорода Ольга Павлівна

студентка

Університету державної фіскальної служби України

Химорода Ольга Павловна

студентка

Университета государственной фискальной службы Украины

Hymoroda Olga

Student of the

University of the State Fiscal Service of Ukraine

Тершак Надія Андріївна

студентка

Університету державної фіскальної служби України

Тершак Надежда Андреевна

студентка

Университета государственной фискальной службы Украины

Tershak Nadiya

Student of the

University of the State Fiscal Service of Ukraine

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА: СУЩНОСТЬ, ОСОБЕННОСТИ И ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ

CREATIVE ECONOMY: NATURE, FEATURES AND PRECONDITIONS OF FORMATION

Анотація. У статті мова йде про те, що з початком ХХІ ст. сформувалася нова модель глобалізації, в основі якої лежить розвиток людського капіталу, що формується на основі процесів інтернаціоналізації, інтелектуалізації та креативізації науково-технологічної, соціально-економічної, культурної сфер діяльності суспільства. До основних чинників зростання креативної економіки відносяться: інвестиції, інновації, людський потенціал, внутрішній попит. Численні дослідження показують, що країни з високим рівнем людського потенціалу мають стабільне економічне зростання. У статті викладені основні підходи до визначення креативної економіки, її функції та особливості. У статті наголошено на необхідності створення великих комерційних структур щоб забезпечити максимально ефективний взаємобмін знаннями,

оригінальними ідеями, які можна було б розширити і перетворити в предмет комерції. Також вказано, що передумовами зростання питомої ваги креативної економіки в ВВП є освіта і високий рівень доходів споживачів, знання і професійна підготовка зайнятих в креативному секторі, а також відкритий новим ідеям простір, що відрізняється високим економічним і технологічним рівнем з розвинутою інституціональною базою.

Ключові слова: креативна економіка, креативні індустрії, людський капітал, творчість, знання.

Аннотация. В статье речь идет о том, что с началом XXI века сформировалась новая модель глобализации, в основе которой лежит развитие человеческого капитала, который формируется на основе процессов интернационализации, интеллектуализации и креативизации научно-технологической, социально-экономической, культурной сфер деятельности общества. К основным факторам роста креативной экономики относятся инвестиции, инновации, человеческий потенциал, внутренний спрос. Многочисленные исследования показывают, что страны с высоким уровнем человеческого потенциала имеют стабильный экономический рост. В статье изложены основные подходы к определению креативной экономики, ее функции и особенности. В статье отмечена необходимость создания крупных коммерческих структур для обеспечения максимально эффективного обмена знаниями, оригинальными идеями, которые можно было бы расширить и превратить в предмет коммерции. Также указано, что предпосылками роста удельного веса креативной экономики в ВВП являются образование и высокий уровень доходов потребителей, знания и профессиональная подготовка занятых в креативном секторе, а также открытое новым идеям пространство, которое отличается высоким экономическим и технологическим уровнем с развитой институциональной базой.

Ключевые слова: креативная экономика, креативные индустрии, человеческий капитал, творчество, знания.

Summary. In the article it is said that with the beginning of the XXI century a new model of globalization has been formed, which is based on the development of human capital, which is formed on the basis of internationalization, processes of intellectualization and creativeness of scientific-technological, socio-economic, cultural spheres of society's activity. The main factors of growth of the creative economy are: investment, innovation, human potential, domestic demand. Numerous studies show that countries with high human potential gain sustainable economic growth. The article outlines the main approaches to the definition of a creative economy, its functions and features. In this article it is emphasized on the necessity to create large commercial structures in order to provide the most efficient knowledge exchange, original ideas that could be transformed, expanded and transformed into a commercial object. It is also indicated that the preconditions for growth of the relative weight of the creative economy in GDP are education and a high level of consumer income, knowledge and professional training of the employed in the creative sector, as well as new working area open to new ideas, which are characterized by a high economic and technological level with a developed institutional base.

Key words: creative economy, creative industries, human capital, creativity, knowledge.

Постановка проблеми. Креативна економіка з початком XXI століття стала могутньою перетворюючою силою у сучасному світі. Її потенціал для розвитку величезний, вона є одним із секторів світової економіки, що зростає прискореними темпами. Цей сектор є перспективним не лише з точки зору отримання доходів, але й створення робочих місць та експортних надходжень. Також велика частина світових інтелектуальних та творчих ресурсів зараз інвестуються у культуру на основі галузей, нематеріальні ресурси яких в є такими ж реальними та значними як і інші галузі промисловості. Людська творчість та інновації як на індивідуальному, так і на суспільному рівнях є ключовими чинниками цих галузей, і стали справжнім багатством у XXI столітті.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення сутності креативної економіки, її особливостей та умов формування. Основними завданнями є: зрозуміти сутність креативної економіки та її становлення; дослідити вплив креативної економіки на економічно відсталі регіони та оцінити наслідки цього впливу; визначити рішення проблем щодо формування креативної економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Використання поняття «креативна економіка» пов'язане з іменами таких зарубіжних науковців та експертів як Р. Флоріда [8], Ч. Лендрі [4], Дж. Хоукінс [9] та ін., які заклали основи теорії креативної економіки. Значний внесок у поширення та розвиток культурних і креативних індустрій на міжнародній арені здійснює ЮНЕСКО та UNCTAD (Конференція ООН з торгівлі та розвитку).

Серед українських науковців проблематикою креативної економіки займаються такі вчені як І. Вахович [1], О. Дорошенко [4], О. Чуль [1], О. Ястремська [10]. Проте для прискорення розвитку креативної економіки в Україні потрібно враховувати глобальні тенденції та відповідність їм національних особливостей.

Викладення основного матеріалу дослідження. На початку 21 ст. сформувалася нова модель глобалізації в основі якої лежить розвиток людського капіталу, що формується на основі процесів інтернаціоналізації інтелектуалізації та креативізації науково-технологічної, соціально-економічної, культурної сфер діяльності суспільства.

Корінні зміни, що відбулися у розвитку цивілізації в кінці минулого століття, глобалізація та нова

економіка (економіка знань), створили передумови для виникнення та розвитку так названої «креативної економіки» [6].

Термін «креативність» в широкому значенні означає творчість. До останнього часу і у вітчизняній, і у зарубіжній науковій літературі ці два терміни розглядалися як взаємозамінні. Разом з тим, в останній час ряд авторів схильні розділяти ці два поняття [6].

Креативна економіка виконує такі важливі функції:

- 1) підвищення добробуту суспільства;
- 2) стимулює самоповагу в окремих людей;
- 3) сприяє поліпшенню якості життя в цілому.

Отже, до основних чинників зростання креативної економіки можна віднести: інвестиції, інновації, людський потенціал, внутрішній попит. Численні дослідження показують, що країни з високим рівнем людського потенціалу мають стабільне економічне зростання.

Креативна економіка, крім економічних вигод, створює нематеріальні цінності, які роблять важливий внесок до забезпечення стійкого розвитку, орієнтованого на людину. На зміну таким важливим ресурсам, як земля, робоча сила та капітал приходить інтелектуальна власність. І головним інструментом тут виступає людський мозок, як найбільш коштовний економічний ресурс. А креативність, як одна з його головних властивостей, допомагає досягти найкращих результатів.

Креативність проявляється в активізації творчого потенціалу людини, його вмінню творчо підходити до генерації ідей та вирішення проблемних ситуацій. Креативність також проявляється у здатності індивідуума правильно та вчасно реагувати на різні нововведення та новації. Таким чином, основою креативної економіки виступає людський потенціал.

Аналізуючи доробки науковців, людський потенціал можна розглядати як загальний обсяг людських ресурсів, що характеризується набутими знаннями людини, її здібностями, станом здоров'я та доступом до інформаційних ресурсів. Також людський потенціал — це сукупна здатність певної людської спільноти, а саме народу, територіальної громади, трудового колективу підприємства тощо й окремої людини до економічної і соціальної діяльності та розвитку [7], тобто охоплює не тільки професійно-кваліфікаційні характеристики, а й рівень освіченості, креативності, мобільності, можливість адаптуватися до соціально-економічних змін у суспільстві та інші кількісно-якісні характеристики їх носіїв. Тому й відповідний для країни індекс людського розвитку дозволяє визначати рейтинг та конкурентоспроможність країни.

Розвиток креативної економіки пов'язаний з певними умовами. Вимоги, які необхідно дотримуватися для розвитку креативного сектора, можна класифікувати за трьома основними сферами. Йдеться про споживачів, трудові ресурси і простір (мікроклімат).

Передумовою зростання вкладу креативного сектора економіки в виробництво ВВП є рівень інтелекту і фінансової забезпеченості споживачів, здатності і рівні професійної підготовки робочої сили, а також високорозвинений економічний і технологічний простір, відкритий для нових оригінальних рішень, що володіє розвинутою інституціональною базою. Простір, в якому відбувається динамічний розвиток креативного сектора, відрізняється високим рівнем економічного розвитку, коли у більшій частини населення не виникає проблем в задоволенні своїх потреб, а надлишок фінансових коштів витрачається на придбання продуктів креативного сектора (відвідування концертів, кіно, театру, придбання предметів мистецтва, інтер'єру і т.д.) [4].

Взагалі, виділяють вісім основних факторів успіху, які грають важливу роль в розвитку креативної економіки. Крім того, опис найбільш значущих чинників, які вплинули на розвиток креативної економіки, таких, як, наприклад, університети, в розвитку сприятливого креативного клімату або освіти географічних центрів творчої активності, можна знайти і в роботах Р. Флориди [8, с. 114].

Спираючись на результати вищеназваних досліджень, можна більш повно і точно визначити наступні фактори, що впливають на розвиток креативної економіки, а саме: попит, рівень доходів споживачів, рівень освіти і компетентності, здатність створювати інфраструктури, що необхідні для повноцінної реалізації знань, наявність відповідних навичок, рівень розвитку громадського сектора, відношення громадських і державних інституцій, інтелектуальний капітал, наявність великих комерційних структур, вищих навчальних закладів [4].

Наявність високого споживчого попиту є найважливішим фактором розвитку креативного сектора. Характер попиту визначається рівнем освіти, розвитком творчого потенціалу, здібностями і сприйняттям людини. Необхідно, щоб в суспільстві цінувалися високо насамперед естетика і культурна освіта [9].

Істотним фактором є платоспроможність споживачів, обумовлена їх фінансовими можливостями. Продукція креативної економіки не є предметом першої необхідності. Щоб попит на її продукцію був досить високим, необхідна наявність широких верств багатих людей [9].

Фактор освіти і компетентності залежить як від здібностей зайнятих в креативному секторі людей, так і від споживачів. Тут важлива культурна, естетична і технологічна підготовка населення. Технології в креативній економіці — це всього лише інструмент, а не основний продукт. Володіння новітніми технологіями необхідно не тільки для творців креативної продукції, але і для споживачів. Споживач теж повинен вміти користуватися складними технічними пристроями [6].

До істотних факторів належить і здатність створювати інфраструктури, необхідні для повноцінної

реалізації знань і умінь. У зв'язку з розвитком креативної економіки можна припустити, що ринок праці буде зміщуватися в бік індивідуалізації, коли через електронні мережі творчі особистості будуть обмінюватися накопиченими знаннями та досвідом і об'єднуватися в групи з метою досягнення визначених цілей та поставленої задачі. Найчастіше використовувані досі централізовані структури будуть трансформовані в мережу, створену навколо невеликого ядра [8, с. 101].

Громадський сектор також відіграє важливу роль у створенні сприятливого середовища для розвитку креативної економіки. Увага з боку громадських інституцій до формування креативного середовища веде не тільки до розвитку талантів, а й допомагає розвивати культурне сприйняття майбутніх споживачів. Йдеться про підтримку аматорських товариств, створення музеїв, бібліотек або фінансуванні суспільних замовлень. Подібні громадські замовлення, наприклад організація міського освітлення, озеленення, створення місць загального користування або великі архітектурні замовлення, створюють не тільки нові робочі місця в області креативної економіки, але і впливають на естетичне сприйняття і розвивають естетичні потреби населення. Відбувається зростання естетичних запитів і очікувань окремих громадян, а також відвідувачів подібних громадських місць.

Здатність створювати великі комерційні структури необхідна для того, щоб забезпечити максимально ефективний взаємобмін знаннями, оригінальними ідеями, які можна було б перетворити, розширити і перетворити, розширити і перетворити в предмет комерції. Суттєвим аспектом у справі створення комерційних структур є взаємобмін знаннями і вміннями. Більшу частину креативного сектора становлять малі та середні фірми з високим потенціалом росту, для яких взаємне співробітництво і взаємний обмін є найважливішим фактором успіху. Саме існування в даній сфері великих комерційних структур сприяє проведенню нових експериментів і впровадженню інновацій, а також найбільш ефективному використанню оригінальних ідей, продуктованих невеликими креативними фірмами. Університети і їх якісна робота, як в області підготовки фахівців, так і науково-дослідницької діяльності, є основою інфраструктури креативної економіки і важливим джерелом конкурентних переваг. Університети є рушійною силою освіти і розвитку талантів, що тісно пов'язано з розвитком інтелектуального капіталу, інноваціями та новими технологіями [3, с. 82].

Результатами розвитку креативної та культурної економіки будуть постійне зростання концентрації креативних галузей і творчих людей у великих міських агломератах (географічних «креативних центрах»), географічна сегрегація, поглиблення нерівності доходів і відмінностей між розвиненими країнами та рештою світу.

Економісти і географи постійно звертали увагу на існування і зосередження капіталу в певних промислових центрах. В даний час у зв'язку з розвитком креативної економіки відбувається міграція населення з традиційних центрів промисловості в нові регіони з високою концентрацією творчих працівників, інновацій та високорозвиненими галузями високих технологій.

Креативний сектор на відміну від традиційних галузей промисловості має тенденцію зосереджуватися в великих світових агломераціях. Умовами виникнення подібних «центрів творчості» вже не є ані такі економічні чинники, що існували раніше, як, наприклад, доступність природних ресурсів, транспортних комунікацій або дешевої робочої сили, ані податкові знижки або інші вигоди, які надає фірмам місцевий уряд. Виникнення «центрів творчої активності» обумовлено такими факторами, як концентрація креативних професіоналів, які шукають креативне співтовариство, відкрите для нових ідей, освічений і багатий споживач, а також місця з розвинутою інституціональною інфраструктурою. Тенденція креативного класу залишати традиційні промислові райони і шукати для себе нові місця життя з більш високою концентрацією талановитих і креативних людей, інновацій та сферою високих технологій, що розвивається, в перспективі буде ставати більш помітною [11, с. 324].

Наслідком концентрації креативних особистостей і креативних індустрій в багатовимірних і неоднорідних містах буде постійне поглиблення географічної сегрегації, яка може, врешті-решт, привести до знелюднення периферійних регіонів.

Поступово стануть більш помітними відмінності між високооплачуваною складною розумовою працею в креативному секторі і низькооплачуваною працею з мінімальним рівнем складності, перш за все в сфері послуг. Нерівність доходів, що характеризується коефіцієнтом Джині, в розвинених країнах постійно поглиблюється.

Наприклад (рис. 1).

Можна припустити, що ця негативна тенденція буде рости і надалі. Зростаюча відмінність в розмірах доходів населення, обумовлена творчими здібностями людини, може набутися в майбутньому і географічний відтінок. Оскільки можна припустити, що креативні професіонали будуть прагнути до концентрації в великих і економічно розвинених містах, де зазвичай зосереджені інтереси представників високоприбуткових галузей креативної економіки, то подібна ситуація призведе до додаткових відмінностей між розвиненими і країнами, що розвиваються. Разом з ростом креативної економіки будуть все більше проявлятися відмінності між економічно — розвиненими країнами та іншими країнами світу.

Внесок креативних індустрій в глобальну економіку оцінюється у 7% ВВП при майже 9-відсотковому щорічному прирості [12].

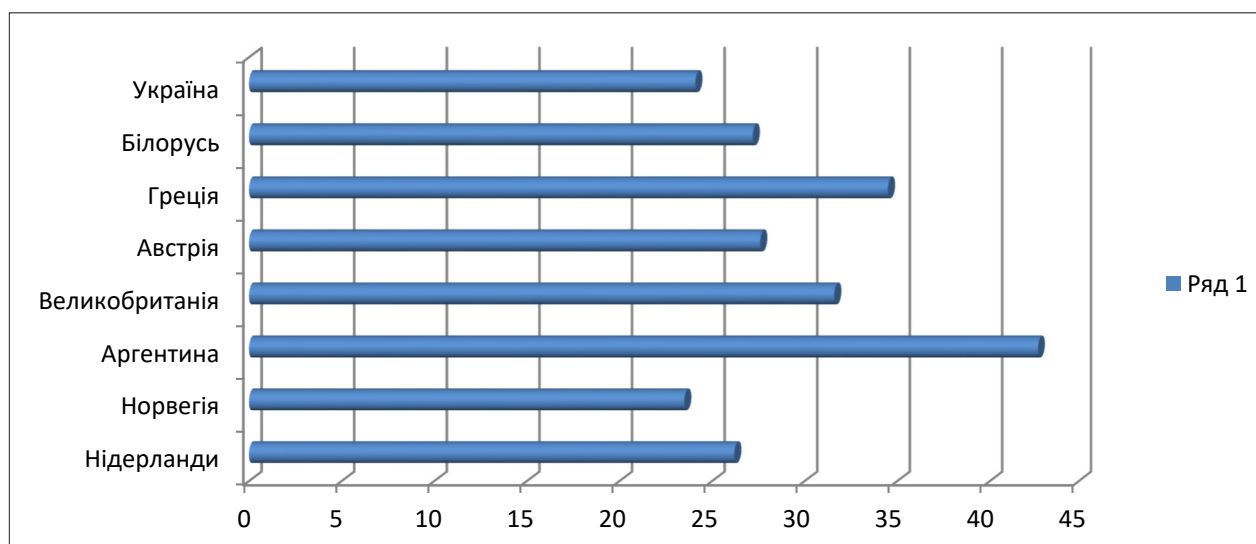


Рис. 1. Значення коефіцієнту Джині для різних країн у 2014 році, %
Джерело: [2]

В країнах ЄС частка креативного сектора в економіці у 2015–2016 рр. виросла на 1,3 — з 1,9% до 3,2%. При цьому в таких країнах, як Швеція, Фінляндія, Нідерланди, Великобританія роль креативного сектора перевищує середнє значення по ЄС майже в 2 рази. В США креативні індустрії формують понад 3% ВВП. Активний розвиток креативного сектора стає неодмінною особливістю не лише розвинених країн, а й тих, що розвиваються. Зокрема, в Китаї цей сектор протягом останнього десятиліття показує щорічне 25-відсоткове зростання, внаслідок чого внесок креативних індустрій у ВВП країни виріс до

3%. Схожа динаміка розвитку креативного сектора відмічається й серед інших країн, що розвиваються (перш за все Аргентині, Бразилії, Індії, Уругваї та ін.). Це дає підстави для обґрунтованих висновків про можливість розгляду креативного сектора як важливого фактора майбутнього глобального розвитку [13].

Висновок. Креативна економіка може розвиватися тільки там, де існують певні умови. Креативна економіка поводить себе зовсім інакше, ніж виробничий сектор. Крім того, вона пред'являє зовсім інші вимоги і до географічного розташування її «підприємств». Креативна економіка формується не там,

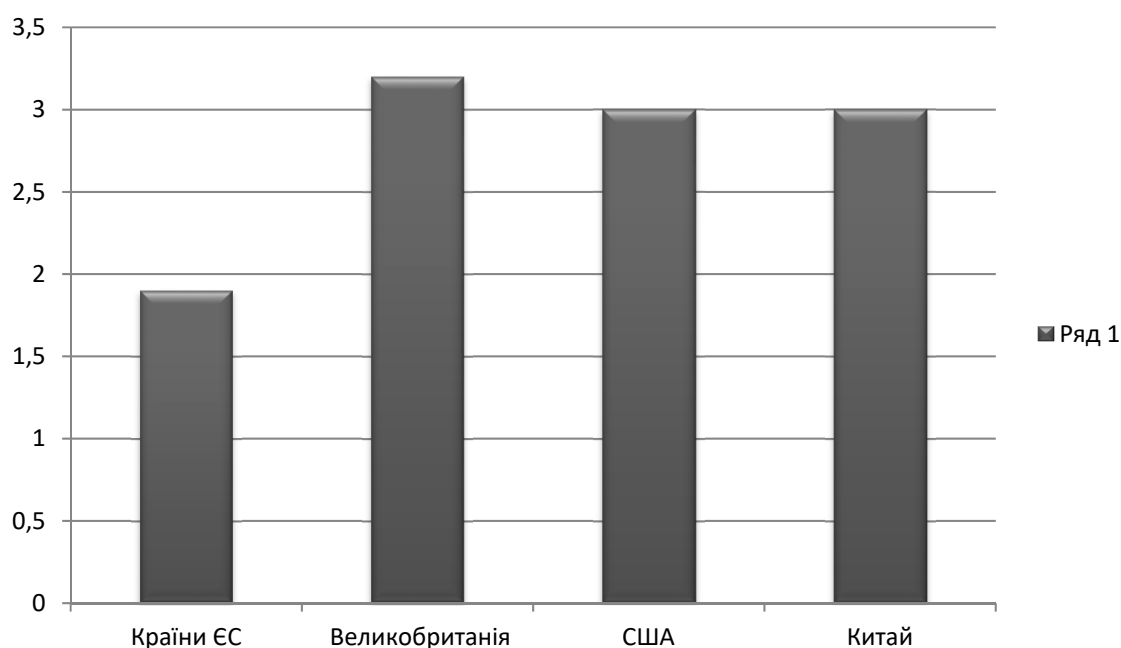


Рис. 2. Частка креативного сектора у відсотках до ВВП у 2015 році
Джерело: [2]

де існує дешева робоча сила, а перш за все там, де сконцентровані творчі голови і є багатий споживач.

Передумовами зростання питомої ваги креативної економіки в ВВП є освіта і високий рівень доходів споживачів, знання і професійна підготовка зайнятих в креативному секторі, а також відкритий новим ідеям робочий простір, що відрізняється високим економічним і технологічним рівнем з розвинутою інституціональною базою [3].

Відсталі регіони стикаються в цьому плані з масою проблем, оскільки їх економіка не відповідає умовам, необхідним для формування креативної галузі: у них відсутня достатня маса багатих споживачів, немає фінансових коштів для підтримки розвитку сфери культури, діяльності аматорських товариств, надання субсидій. Економіка цих країн знаходиться на низькому технологічному рівні [11, с. 335].

Чи будуть в такому випадку такі країни з вкрай низьким рівнем розвитку ще більше відставати від розвинених країн, які користуються вигодами наявності у них необмежених ресурсів економічного зростання, тобто інтелектуального потенціалу? Незважаючи на це в сучасному, переповненому інформацією і глобалізованому світі і менш розвинені держави можуть користуватися економічними благами креативного сектора.

Сьогодні, в умовах турбулентних економічних процесів, необхідно задуматися над можливістю використовувати новий феномен, яким, безумовно, є творчість, і поєднувати його з технологічною зрілістю і накопиченими людством знаннями. Необхідно вести подальші дослідження в цій галузі, які допомогли б віднайти відповідні інструменти та механізми, що зможуть допомогти Україні скористатися перевагами креативної економіки.

Література

1. Вахович І. М. Розвиток креативної економіки в умовах транскордонного співробітництва / І. М. Вахович, О. М. Чуль. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2014-3_0-pages-182_186.pdf
2. Волошина С. В. Нерівність доходів населення України як перешкода розвитку людського капіталу / С. Волошина, А. Скубіліна, А. Чеботаренко. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/153.pdf
3. Вакуленко К. М. Розвиток креативного сектору світової економіки / К. М. Вакуленко. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: — <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/23132/1/%D0%92%D0%B0%D0%BA%D1%83%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9A.%D0%9C..pdf>
4. Дорошенко О. Становлення креативного сектору глобальної економіки / О. Дорошенко // автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.02 — світове господарство і міжнародні економічні відносини / О. С. Дорошенко. — К.: КНЕУ, 2014. — С. 9–10.
5. Словник економічної афористики / уклад.: А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. — Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. — 444 с.
6. Степанов А. А., Савина М. В. Креативная экономика: сущность и проблемы развития / А. А. Степанов, М. В. Савина [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://uecs.ru/marketing/item/2667-2013-12-26-08-35-52>
7. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізації та викликів / Комітет з питань освіти і науки [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://kno.rada.gov.ua/komosviti/control/uk/doccatalog/list?currDir=48718>
8. Флоріда Р. Креативний клас: люди, які змінюють майбутнє / Р. Флоріда. // Классика XXI. — 2005. — С. 251.
9. Хокинс Дж. Креативная экономика / Дж. Хокинс. — М.: «Классика-XXI», 2011. — 256 с.
10. Ястремська О. М. Мотивація креативності новаторів: монографія / О. М. Ястремська, О. І. Бардадим. — Х.: ХНЕУ, 2013. — 212 с.
11. Shapiro J. M. (2006): Smart Cities: Quality of Life, Productivity, and the Growth Effects of Human Capital // Rev. of Econ. and Statistics. Vol. 88(2). P. 435.
12. Creative industries. International Trade Center — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.intracen.org/itc/sectors/creative-industries/>.
13. The value of the creative industries and culture. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.worldcreative.org/>

References

1. Vakhovych I. M. Development of creative economy in conditions of cross-border cooperation / I. M. Vakhovych, O. M. Chul. — [Electronic resource]. — Access mode: http://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2014-3_0-pages-182_186.pdf
2. Voloshyna S. V. Inequality of income of Ukrainian population as an obstacle to the development of human capital / S. Voloshyna, A. Skubilina, A. Chebotarenko. — [Electronic resource]. — Access mode: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/153.pdf

3. Vakulenko K. M. Development of the creative sector of the world economy / KM Vakulenko. — [Electronic resource]. — Access mode: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/23132/1/%D0%92%D0%B0%D0%BA%D1%83%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9A.%D0%9C.pdf>
4. Doroshenko O. The formation of the creative sector of the global economy / O. Doroshenko // author's abstract. dis for obtaining sciences. Degree Candidate econ Sciences: special 08.00.02 — World Economy and International Economic Relations / O. S. Doroshenko. — K.: KNEU, 2014. — P. 9–10.
5. Dictionary of economic aphorism / layout: A. G. Zagorodniy, G. L. Voznyuk. — Lviv: Lviv Polytechnic Publishing House, 2013. — 444 c.
6. Stepanov AA, Savina M. V. Creative economics: essence and problems of development / A. A. Stepanov, M. V. Savina. — [The electronic resource]. — Access mode: <http://uecs.ru/marketing/item/2667-2013-12-26-08-35-5>
7. Strategy of innovative development of Ukraine for 2010–2020 in the context of globalization challenges / Committee on Education and Science. — [Electronic resource] — Access mode: <http://kno.rada.gov.ua/komosviti/control/uk/doccatalog/list?currDir=48718>
8. Florida R. Creative Group: The People Who Change the Future / R. Floreida. // Classics XXI. — 2005. — P. 251.
9. Hawkins J. Creativity / J. Hawkins. — M.: «Classics-XXI», 2011. — 256 p.
10. Yastremskaya O. M. Motivation of creativity of innovators: monograph / O. M. Yastremskaya, O. I. Bardadim. — Kh. KhNEU, 2013. — 212 p.
11. Shapiro J. M. (2006): Smart Cities: Quality of Life, Productivity, and the Growth Effects of Human Capital // Rev. of Econ. and Statistics. Vol. 88(2). P. 435.
12. Creative industries Center. International Trade. — [Electronic resource]. — Access mode: <http://www.intracen.org/itc/sectors/creative-industries/>
13. The value of the creative industries and culture. — [Electronic resource]. — Access mode: <http://www.worldcreative.org/>

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА»
INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL «INTERNAUKA»
МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ИНТЕРНАУКА»

Сборник научных статей

№ 3 (43)

2 том

Глава редакционной коллегии — д.э.н., профессор *Каминская Т.Г.*

Киев 2018

Издано в авторской редакции

Учредитель/Издатель ООО «Финансовая Рада Украины»
Адрес: Украина, г. Киев, ул. Павловская, 22, оф. 12
Контактный телефон: +38(067) 401-8435
E-mail: editor@inter-nauka.com
www.inter-nauka.com

Подписано в печать 28.02.2018. Формат 60×84/8
Бумага офсетная. Гарнитура SchoolBookAC.
Условно-печатных листов 10,23. Тираж 100. Заказ № 398.
Цена договорная. Напечатано с готового оригинал-макета.

Напечатано в издательстве
ООО «Центр учебной литературы»
ул. Лаврская, 20 г. Киев
Свидетельство о внесении субъекта издательского дела
в государственный реестр издателей, изготовителей и распространителей
издательской продукции ДК No 2458 от 30.03.2006 г.