

**МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
(INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL)**

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА НАУКОВА РАДА

Збірник тез наукових робіт

**IV МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ**

**«ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ ТА
ФІНАНСІВ»**

«28» грудня 2015

I том

**Київ–Прага–Відень
2015**

**МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
(INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL)**

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА НАУКОВА РАДА

Збірник тез наукових робіт

**IV МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ**

**«ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ
ТА ФІНАНСІВ»**

«28» грудня 2015

Сборник тезисов научных работ

**IV МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ**

**«ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ
И ФИНАНСОВ»**

«28» декабря 2015

Abstracts of scientific papers

**IV INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE**

«GLOBAL ISSUES OF ECONOMY AND FINANCE»

«28» december 2015

I том

Москва–Прага–Відень
2015

ББК 65
УДК 330.1
Г-52

Г-52 Глобальні проблеми економіки та фінансів: збірник тез наукових робіт IV Міжнародної науково-практичної конференції (Київ–Прага–Відень, «28» грудня 2015 року), I том / Фінансово-економічна наукова рада, 2015. — 174 с.

У збірнику представлені матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції: «Глобальні проблеми економіки та фінансів».

Матеріали публікуються мовою оригіналу у авторській редакції.

Редакція не завжди поділяє думки і погляди автора. Відповідальність за достовірність фактів, імен, географічних назв, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

Відповідно до Закону України «Про авторське право і суміжні права», при використанні наукових ідей та матеріалів цього збірника, посилання на авторів і видання є обов'язковими.

ББК 65
УДК 330.1

© Автори статей, 2015
© Фінансово-економічна наукова рада, 2015
© Міжнародний науковий журнал, 2015

Організаційний комітет конференції

Голова редакційної колегії: **Тарасенко Ірина Олексіївна** — доктор економічних наук, професор.

Заступник голови редакційної колегії: **Коваленко Дмитро Іванович** — кандидат економічних наук, доцент.

Заступник голови редакційної колегії: **Золковер Андрій Олександрович** — кандидат економічних наук.

Член редакційної колегії: **Денисенко Микола Павлович** — доктор економічних наук, професор, член-кореспондент Міжнародної академії інвестицій і економіки будівництва, академік Академії будівництва України та Української технологічної академії.

Член редакційної колегії: **Кухленко Олег Васильович** — доктор економічних наук, професор.

Член редакційної колегії: **Чубукова Ольга Юріївна** — доктор економічних наук, професор.

Член редакційної колегії: **Драган Олена Іванівна** — доктор економічних наук, професор.

Член редакційної колегії: **Захарін Сергій Володимирович** — доктор економічних наук, старший науковий співробітник, професор.

Член редакційної колегії: **Лойко Валерія Вікторівна** — доктор економічних наук, професор.

Член редакційної колегії: **Скрипник Маргарита Іванівна** — доктор економічних наук, професор.

Член редакційної колегії: **Селіверстова Людмила Сергіївна** — доктор економічних наук, професор.

Член редакційної колегії: **Гоблик Володимир Васильович** — доктор економічних наук, кандидат філософських наук, доцент, Заслужений економіст України.

Член редакційної колегії: **Мигус Ірина Петрівна** — доктор економічних наук, професор.

Член редакційної колегії: **Єфименко Надія Анатоліївна** — доктор економічних наук, професор.

Член редакційної колегії: **Ніценко Віталій Сергійович** — доктор економічних наук, доцент.

Член редакційної колегії: **Чаленко Надія Володимирівна** — кандидат економічних наук, доцент.

Член редакційної колегії: **Бугас Наталія Валеріївна** — кандидат економічних наук, доцент.

Член редакційної колегії: **Русіна Юлія Олександрівна** — кандидат економічних наук, доцент.

Член редакційної колегії: **Белялов Таят Енверович** — кандидат економічних наук, доцент.

Член редакційної колегії: **Рамський Андрій Юрійович** — кандидат економічних наук, професор.

Член редакційної колегії: **Безверхий Костянтин Вікторович** — кандидат економічних наук.

Член редакційної колегії: **Бадзим Олександр Сергійович** — кандидат економічних наук.

Член редакційної колегії: **Квасова Ольга Петрівна** — кандидат економічних наук.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. PR, РЕКЛАМА І МАРКЕТИНГ	8
Бончик Ю.С., Леонова С.В. Формування комплексу маркетингу для дрібних виробників кондитерських виробів.....	8
Гаранина І.І., Дмитриєв В.І. Спонсорство: особливості використання в стратегії продвиження підприємства.....	11
Мазуренко Т.Р., Фіщук Н.Ю. Роль міжнародного маркетингу у підвищенні конкурентоспроможності підприємства	14
Нохріна Л.А., Куценко Ю. Фактори формування попиту на ринку туристських послуг	19
Оболенцева Л.В., Андрус К.В., Гарькуша О.А. Імідж як інструмент управління інвестиційною привабливістю регіону ...	23
Читайло М.Б., Леонова С.В. Вірусний маркетинг: основні принципи і перспективи застосування	26
Яцкевич А.В., Зеленська М.О. Специфіка маркетингу у видавничо-поліграфічній галузі.....	28
СЕКЦІЯ 2. БАНКІВСЬКА СПРАВА	30
Бакаїм Н.Я. Проблеми нормативно-правового забезпечення контролю банків в Україні	30
Vlasenko N. M. Change of banks' strategic credit guidelines under the impact of global financial and economic crisis	33
Гудищенко Ірина Олександрівна Проблеми адаптації фінансової звітності банківських установ до МСФЗ ...	38
Yevseienko O. S. Kreditmarkt in der ukraine und in ländern der europäischen union	41
Lesik V.O. Contemporary approaches to the definition of the banking system financial stability	44
Семенченко Ю.В. Лояльність фізичних осіб до банку	49

СЕКЦІЯ 3. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ, УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК І АУДИТ..	53
Бацоровська В.В.	
Проблеми обліку земель сільськогосподарського призначення	53
Vakarchuk V., Plikus I.	
Die steuerung immaterieller vermögenswerte im krisenmanagement	56
Омельченко Н.В.	
Світовий досвід побудови інтегрованої системи обліку витрат та перспективи впровадження на практиці підприємств водного транспорту	62
Пінчук Л.В., Семекрас І.О.	
Відображення та оцінка дебіторської заборгованості в обліку	66
СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІКА ПРАЦІ Й УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ .	69
Дмитрієв Є.Є., Сисова Є.В.	
Диференціація механізмів управління персоналом в рамках стадій життєвого циклу компанії.....	69
СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ	73
Гришко О.А.	
Інтегровані системи менеджменту як стратегічний напрямок розвитку промислового підприємства Укрзалізниці.....	73
СЕКЦІЯ 6. ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	78
Гук О.В., Шарай І.В.	
Венчурний бізнес в Україні.....	78
Мізгерова А.В.	
Ефективність розвитку молочного скотарства Черкащини.....	81
Посилкіна Ольга Вікторівна, Гордієнко Вікторія Юріївна	
Шляхи удосконалення управління інноваційно-інвестиційним розвитком фармацевтичних підприємств	84
Старостіна А. Ю., Муциньська Н. Ю., Плужнікова М. К.	
Модель управління інтеграцією проектів енергозбереження на промислових підприємствах	87
Ткаленко Яна Миколаївна, Криниця Сергій Олександрович	
Фінансова стійкість підприємства та фактори впливу на неї.....	92
СЕКЦІЯ 7. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА.....	97
Островський І.В.	
Екологічна модернізація техногенно небезпечних виробництв.....	97
Рибальченко К.В.	
Вплив антиінфляційної політики на фінансову безпеку держави	101

СЕКЦІЯ 8. ЕКОНОМІЧНА КІБЕРНЕТИКА	104
Солодухін С.В., Полукетов В.В.	
Моделювання процесів прийняття рішень на фінансових ринках на основі агентно-орієнтованого підходу	104
СЕКЦІЯ 9. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ	108
Бакіна Т.В.	
Формування та реалізація людського капіталу як фактора постіндустріального розвитку економіки України	108
Заверуха М.М.	
Тінюва економіка і проблеми соціально-економічного розвитку	112
Малько К.С.	
Іноземний капітал: його сутність та функції	115
Цанько О.О.	
Теоретичні підвалини формування та реалізації інвестиційної політики держави	118
СЕКЦІЯ 10. ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ..	121
Катран М.В.	
Регулювання внутрішнього ринку споживчих товарів	121
СЕКЦІЯ 11. ІНВЕСТИЦІЇ	123
Кривда І.В., Лазоренко Т.В.	
Аналіз інвестиційного клімату для розвитку ІТ сфери в Україні	123
СЕКЦІЯ 12. МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА	125
Меркулов К. О., Колобердянко І. І.	
Розрахунок індексу умов торгівлі між Україною та Чеською Республікою	125
Оніщенко І.О.	
Стан іноземного інвестування в економіку України	129
СЕКЦІЯ 13. ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА	133
Сомик Катерина Олександрівна	
Негативні наслідки зростання ставок акцизного податку на тютюнові та алкогольні вироби в Україні	133
СЕКЦІЯ 14. ПРОБЛЕМИ МАКРОЕКОНОМІКИ	138
Кравець І.М., Кримчак О.А.	
Безробіття як основна соціальна проблема сьогодення	138
СЕКЦІЯ 15. РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА	142
Вагайцева О. С.	
Регіональна економіка дніпропетровської області	142

СЕКЦІЯ 16. СВІТОВА І РЕГІОНАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ІНТЕГРАЦІЇ...	146
Маркович І.Б.	
Регіональні утворення в світовій економічній системі.....	146
СЕКЦІЯ 17. СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.....	149
Грищенко Наталія Вячеславівна	
Стратегія диверсифікації діяльності консалтингових компаній в сучасних глобальних умовах.....	149
СЕКЦІЯ 18. ТЕОРІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИ- МИ СИСТЕМАМИ.....	151
Циганенко Г. В.	
Системний підхід до вдосконалення менеджменту організації.....	151
СЕКЦІЯ 19. ТОРГІВЛЯ І ЛАНЦЮГ ПОСТАВОК.....	155
Хорешко Вікторія Віталіївна, Стеблянко Ірина Олегівна	
Особливості стратегії просування нового товару на ринок	155
СЕКЦІЯ 20. ФІНАНСИ, ГРОШІ І КРЕДИТ.....	158
Будім Р.С., Скулиш Ю. І.	
Пенсійна система України: сучасні проблеми та перспективи розвитку...158	
Манжула Д.П., Вдовенко Л.О.	
Особливості кредитних операцій комерційних банків.....	160
Пономарьова О.Б., Сидорчук С.О.	
Роль та значення страхових резервів в інвестиційному процесі країни... 163	
Радченко Н.Г., Москаленко П.В.	
Оцінка ліквідності та платоспроможності банків України	165
Чкан І.О., Арабаджийський О.І.	
Проблеми впровадження обов'язкового державного медичного страхування в Україні	170

Секція 1.

PR, РЕКЛАМА І МАРКЕТИНГ

Бончик Ю.С.

студентка групи МК-41

Національний університет «Львівська політехніка»

Леонова С.В.

к.е.н., асистент кафедри маркетингу і логістики

Національний університет «Львівська політехніка»

м. Львів, Україна

ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ДРІБНИХ ВИРОБНИКІВ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ

Кондитерський ринок — один із найпривабливіших і таких, що динамічно розвивається в Україні поруч з м'ясо-молочним, хлібопекарським та іншими сегментами харчової промисловості. На сьогодні обсяг виробництва кондитерської продукції складає близько 3% ВВП країни [1, с. 19].

На думку експертів, кондитерський ринок в Україні характеризується низкою особливостей, зокрема [2]:

- матеріалоемність — більша частина витрат спрямована на придбання сировини;
- коливання цін на сировину (цукор, борошно, какао-боби) протягом року;
- виражена сезонність попиту, що завжди спостерігалася на цьому ринку, починає повільно згладжуватися.

Ринок насичується досить швидко, а особливо набуває популярності виробництво кондитерських виробів у домашніх умовах (далі: дрібні виробники).

Переважно технології дрібних виробників слабо модернізовані, ринки збуту обмежені, серед них відсутні розвинені торгові марки. Дрібні виробники не конкурують із великими виробниками та займають відносно вільні ніші — виробництво борошняних кондитерських виробів із використанням ручної роботи (торти й тістечка); робота на замовлення роздрібних торговельних мереж. Саме тому набуває актуальності формування комплексу маркетингу для дрібних виробників кондитерських виробів.

Доцільно почати із розроблення такого асортименту продукції, який приносить би підприємству прибуток, задовольняв запити споживачів. Оскільки масштаби виробництва у даному випадку досить мізерні, особливу увагу необхідно приділити маркетинговому дослідженню популярності тих чи інших видів кондитерської продукції саме на регіональному рівні.

Вивчення вторинної інформації є найпростішим способом досліджень, які можна проводити власними силами для прийняття необхідних поточних рішень. Дрібний виробник може обмежитись лише вторинною інформацією для формування власного асортименту. Проте актуальним залишається проведення опитування серед потенційних споживачів в обраному сегменті. Варто зазначити, що транспортні витрати для дрібних виробників можуть значно збільшити собівартість виробництва, тому сегментування варто проводити за географічною ознакою [3, с. 54].

Дрібні виробники зазвичай скорочують собівартість продукції за рахунок дешевшої сировини, таким чином є місце для цінової конкуренції; ціни продажу є гнучкими [4, с. 152; 5].

Обмеженість збутової площі залишає за дрібним виробником можливість продажу своєї продукції через нульовий або однорівневий канал розподілу (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика каналів розподілу, які доцільно використовувати дрібним виробникам кондитерських виробів

Критерії	Канал розподілу	
	Нульовий	Однорівневий
Вартість	Безкоштовно	Оренда місця у торговій точці
Зв'язок із споживачем	Зустріч віч-на-віч виробника і клієнта підвищує рівень довіри до продукції	Відсутній
Обсяг реалізації	Одиничні замовлення кінцевих споживачів	Періодичні замовлення торгових точок

Джерело: [власна розробка]

Просування товару на ринку здійснюється за допомогою системи маркетингових комунікацій. Очевидно, що дрібні виробники не можуть дозволити собі значні витрати на рекламу. Однак є ряд доступних мало-затратних засобів просування та популяризації домашньої випічки. Серед них варто виділити:

- просування у соціальних мережах (SMM) [6, с. 90–92];

- створення кулінарного Інтернет-сайту з рецептами домашньої випічки та порадами кондитерам-початківцям;
- проведення майстер-класів та тренінгів;
- організація дегустації на відкритих фестивалях;
- участь у благодійних проєктах;
- розробка безкоштовних супутніх послуг та гарантій (наприклад, доставка);
- розроблення системи знижок для постійних покупців тощо.

Таким чином, маркетингову діяльність у розрізі дослідження місцевого ринку та формування елементів «4Р» дрібні виробники кондитерських виробів можуть проводити самостійно, в «домашніх» умовах, і очікуваний ефект від запропонованих заходів у вигляді зростання доходів та розширення кола вдячних клієнтів не змусить на себе довго чекати.

Література

1. Гузей Л. А. Оптимизация объемов выпуска тортов кондитерской фабрики «Лучиано» / Л. А. Гузей // Укравління розвитком – 2014. – № 7. – с. 19–20.
2. Лазебна І. В. Ринок кондитерських виробів України / І. В. Лазебна // Товари і ринки. – 2011. – № 1. – с. 67–76
3. Мороз Л. А., Чухрай Н. І. Маркетинг: Навч. посібник. – Львів: Державний університет «Львівська політехніка» (ІВЦ «Інтелект +» ІПК), 2006. – 244 с.
4. Шкварчук Л. О. Ціноутворення: Підручник. – К.: Кондор. – 2006. – 460 с.
5. Словopedia: гнучкі ціни – [Інтернет-ресурс] – Режим доступу: <http://slovoedia.org.ua/38/53395/378440.html>
6. Бончик Ю. С., Глинський Н. Ю. Розвиток бізнесу за допомогою соціальних мереж / 71-ша науково-технічна конференція: Збірник тез доповідей. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. – 256 с.

Гаранина И.И.

*старший преподаватель кафедры маркетинга
Открытый международный университет развития человека «Украина»
г. Киев, Украина*

Дмитриев В.И.

*студент специальности «Маркетинг»
Открытый международный университет развития человека «Украина»
г. Киев, Украина*

СПОНСОРСТВО: ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Спонсорство постоянно получает новые импульсы к развитию, следовательно задачу создания имиджа компании, марки целесообразно и эффективно реализовывать с помощью спонсорского маркетинга. Удачный спонсорский проект — это мощный микс из действенных инструментов продвижения. В современной литературе специалисты по маркетингу не имеют единой точки зрения относительно спонсорства. Одни считают спонсорство лишь частью PR-кампании, другие — наоборот определяют спонсорский маркетинг как отдельный, особый средство маркетинговых коммуникаций. Но эти разногласия в терминологии не влияют на сущность этого инструмента маркетинговых коммуникаций для формирования имиджа марки и поддержания репутации компании.

С точки зрения маркетинга, спонсорство — это взаимовыгодное сотрудничество различных субъектов рынка, основанной на реализации совместных коммуникационных проектов. Этот процесс рассматривается как особый вид коммерческих инвестиций в социальные проекты. Их назначение — повышение ценности компании, работа на имидж и над имиджем компании. Спонсорская поддержка отличается от других видов инвестиций тем, что предполагает получение встречной услуги: средства вкладываются в обмен на ожидаемую маркетинговую или коммуникационную услугу [1].

Снижение эффективности традиционной рекламы способствует массовому применению спонсорства на потребительском рынке, в отличие от традиционной рекламы спонсорство не имеет жестких законодательных ограничений по продвижению алкогольных напитков и табачных изделий, что делает его почти единственным эффективным и законным средством продвижения алкогольной и табачной продукции.

Привлекательность спонсорства как инструмента продвижения это, прежде всего возможность применения в одном проекте нескольких

средств продвижения. То есть, такой формат коммуникационного проекта присущ эффект синергии, который возникает в результате сочетания всех маркетинговых составляющих, которые задействованы в конкретном проекте. Где каждый из средств продвижения не только выполняет свои прямые задачи, а и усиливает эффективность других средств.

Перед принятием решения стать спонсором того или иного проекта, компания должна провести всесторонний анализ предстоящего мероприятия, попытаться спрогнозировать все плюсы и минусы от спонсорского участия в акции. Отправной точкой спонсорского проекта является совпадение собственно задач спонсора и задач, решаемых спонсорским проектом. Успех спонсорского проекта во многом определяется качеством спонсорского пакета.

Спонсорский пакет — это комплект юридических, программных, финансовых, творческих и нормативных документов, обеспечивающих необходимый эффект спонсируемой акции. Спонсорский пакет бывает первоначальный, с которым фандрайзер (лицо, осуществляющее сбор и поиск средств, как правило, для некоммерческих организаций, на осуществление некоммерческих проектов) выходит на переговоры, и окончательный, который содержит все уточненные данные и формируется в процессе переговоров. В каждом конкретном случае детали спонсорского пакета оговариваются отдельно.

Как правило, спонсорский пакет включает: описание проекта, социальную и юридическую поддержку проекта, бюджет проекта, описание медиа поддержку проекта и прогноз спонсорского эффекта.

В качестве основных спонсорских градаций используются следующие категории:

- титульный спонсор — стоимость спонсорского пакета должна составлять 100% стоимости затрат на проведение проекта. В таких случаях название организации-спонсора включается в название проекта, но иногда мероприятия обходятся без титульного спонсора;
- генеральный спонсор — как правило, стоимость пакета составляет 50% стоимости проекта. При отсутствии титульного спонсора и финансового участия организаторов в проекте может быть один генеральный спонсор с 70–80% участием в спонсируемом мероприятии. Если титульные спонсоры есть, то генеральных не должно быть более двух.
- официальный спонсор — как правило, 25% стоимости проекта.
- спонсор-участник — спонсорские пакеты оцениваются от 5 до 10%
- информационные спонсоры (СМИ) — их задачей является оповещение о мероприятии по заданному графику и количества различных публикаций, информирование через другие источники (ТВ, радио, Интернет).

- бартерные спонсоры предоставляют содействие и помощи не финансами, а различными товарами или услугами по согласованию с организаторами.
- другие градации спонсоров – возможные спонсоры отдельных сервисов и внутренних событий. Например, билетные спонсоры, спонсоры питание и проживание, экскурсии и фуршетов, рецепшен, и тому подобное.

Кроме весомых преимуществ, у спонсорства есть ряд существенных недостатков. Спонсоры не всегда могут контролировать ход событий, а их результаты бывают непредсказуемыми. чаще всего это свидетельствует о неправильно выбранные мероприятия, которые спонсируемые. Наконец, несмотря на доверие одних потребителей к спонсорам мероприятий, другие потребители, наоборот, очень неодобрительно относятся к спонсорству, считая его средством коммерциализации мероприятий.

Таким образом, можно утверждать, что любая компания получает ряд преимуществ при применении правильно спланированного спонсорского маркетинга как комплексной программы продвижения, а именно: во-первых, спонсор может использовать оригинальные творческие приемы во время проведения промо-акций в спонсорском пакете, которые способны привлечь внимание целевой аудитории к марке и значительно повысить осведомленность о компании и ее бренды, даже развлекая потребителей. Во-вторых, при применении нетрадиционной медиа стратегии можно более эффективно охватить целевую аудиторию чем традиционные средства продвижения. Это открывает новые возможности для мерчандайзинга, создание и содействие укреплению имиджа, созданию устойчивых ассоциаций не только с брендом, а и с образом жизни потребителей. В-третьих, спонсорство – это мощный инструмент для укрепления репутации компании, улучшение имиджа компании, возможность выразить свою позицию в обществе или относительно актуальных общественных вопросов.

Литература

1. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегія, вітчизняна практика. Навчальний посібник / Діброва Т.Г. – К.: «ВД «Професіонал», 2009. – 320 с.
2. Бове К.Л. Аренс В.Ф. Современная реклама – М.: Издательский дом Довгань, 2001. – 784 с.
3. Діброва Т.Г. Комунікаційна сутність спонсорського маркетингу / Т.Г. Діброва, І.І. Гараніна // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2012. – № 9. – С. 303–308.
4. Росситер Дж.Р. Реклама и продвижение товаров / Росситер Дж. Р, Перси Л.; пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой – СПб.: «Издательство «Питер», 2000. – 656 с.: ил. – (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

Мазуренко Т.Р.

Студентка

Вінницький Національний Аграрний Університет

м. Вінниця, Україна

Фіщук Н.Ю.

Викладач, к.с-г.н., доцент

Вінницький Національний Аграрний Університет

м. Вінниця, Україна

РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність підприємства — це його здатність створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінкові й нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічній продукції конкурентів (з доповіді Всесвітнього економічного форуму). Конкурентоспроможність підприємства може бути визначена як його порівняльна перевага відносно інших підприємств цієї ж галузі як всередині однієї держави, так і за її межами. Це означає, що конкурентоспроможність підприємства оцінюється в межах групи підприємств, які належать до однієї галузі, або підприємств, що випускають взаємозамінні товари. Конкурентоспроможність підприємств є важливою для країни ще й тому, що конкурентоспроможна продукція на зовнішніх ринках дозволяє активувати міжнародну торгівлю, збільшити обсяги експорту та зрівноважити платіжний баланс [2]. Крім того, лише конкурентоспроможні підприємства формують передумови конкурентоспроможності національної економіки.

Підтримка високої конкурентоспроможності означає, що всі ресурси підприємства використовуються настільки продуктивно, що воно виявляється більш прибутковим, чим його головні конкуренти. Однак в житті цей стан не є незмінним. По мірі того того, як змінюються саме підприємство, або його оточення, змінюється і його положення на ринку, а отже конкурентоспроможність.

У загальному конкурентоспроможність підприємства це відносна характеристика, що відображає відмінності його розвитку в порівнянні з розвитком конкурентних підприємств, залежно від ступеня задоволення потреби споживачів товарами (послугами) та по ефективності виробничої діяльності.

Виявити та усвідомити потреби потенційних споживачів з метою забезпечення максимальної споживчої вартості своїх товарів — це пе-

редумова успіху будь-якого підприємства на ринку. Саме це є основою маркетингової концепції управління. Маркетинг, як філософія бізнесу — це унікальна можливість досягнення цілей підприємства, пов'язаних із максимізацією прибутку, проникненням на нові ринки збуту, розвитком бізнесу в цілому. З іншої сторони, маркетинг — це окрема ділянка менеджменту, сфера діяльності, направлена на інформаційне забезпечення підприємства з метою спрощення прийняття управлінських рішень щодо розподілу та просування товарів на ринку [3].

Як зазначається в підручнику Г.М. Дроздової, міжнародний маркетинг ґрунтується на принципах внутрішнього (національного) маркетингу. Тому використані в ньому стратегії, принципи і методики являються характерними і для міжнародного маркетингу. Разом з тим міжнародний маркетинг має свої специфічні особливості. При виході на зовнішній ринок виникає принципово нова ситуація, більш різноманітнішим стає зовнішнє середовище, збільшується число факторів, що впливають на прийняття рішень. Це призводить до того, що: підвищується ступінь невизначеності в діяльності підприємства; зростає ступінь та кількість ризиків; збільшується потреба в інформаційному забезпеченні підприємства; підвищуються вимоги до координації різних напрямів і сфер їх діяльності.

Все це визначає специфіку міжнародного маркетингу, робить необхідним його використання в управлінні сферою зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Міжнародний маркетинг можна визначити як систему планування, реалізації, контролю й аналізу заходів, спрямованих на багатонаціональне ринкове середовище і пристосування до його умов підприємства, яке здійснює свою діяльність більш, ніж в одній країні [1].

Необхідність та важливість міжнародних маркетингових досліджень для успішного перебування на зовнішніх ринках усвідомлює керівництво одного із підприємств Вінницької області — ТОВ «Вінницький інструментальний завод», яке спеціалізується на випуску метало-різальних інструментів.

Підприємство має давню та цікаву історію, пережило не одну реконструкцію і зміну організаційно-правового статусу. «Вінницький інструментальний завод» був створений 6 серпня 1946 року, як державне підприємство. В 1966 році була проведена його перша реконструкція, а в 1986 році на базі допоміжного інструментального цеху було створене мале підприємство «Інструмент — оснащення».

У 1996 році державне підприємство «Вінницький інструментальний завод» було перетворене у відкрите акціонерне товариство, в 2012 році — у публічне акціонерне товариство, а з 2015 року — у товариство з обмеженою відповідальністю. За всю історію свого існування напрацьовано значний досвід діяльності не лише на внутрішньому, але й на зовнішніх

ринках. Близько 40% продукції підприємство експортує в країни СНД і Прибалтики: Білорусь, Естонія, Казахстан, Литва, Молдова, Росія. Основними споживачами продукції донедавна були УП «Промінструмент» у м. Мінськ Республіки Білорусь; ТОВ «НТЦ «Технології XXI» м. Брянськ Російської Федерації. ТОВ «Вінницький інструментальний завод» не велике за розміром підприємство, на сьогоднішній день працює всього 117 працівників.

Обсяг експорту продукції в 2014 році становив 2186,6 тис. грн, хоча ще в 2012 році він був на рівні 6100,2 тис. грн. Ми можемо припустити, що дана ситуація пов'язана зі скрутним економічним становищем України та погіршенням політичних відносин з Росією, адже Росія до 2014 року була основним ринком збуту продукції.

Більше уявлення про зовнішньоекономічну сферу діяльності підприємства дасть інформація товарної структури його експорту (табл. 1).

Таблиця 1

**Товарна структура експорту
ТОВ «Вінницький інструментальний завод»**

Товар	Роки						Відхилення, +/-	
	2012		2013		2014		тис. грн.	%
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%		
Метало-різальний інструмент для машинобудування	3843,1	63	1285,8	65	1334	61	-2509	-65
Різна товарна продукція	1342	22	395,6	20	503	23	-839	-62
Товари народного споживання	915,1	15	295,7	15	350	16	-565	-62
Всього	6100,2	100	1978,2	100	2187	100	-3914	-64

Як бачимо, на першому місці в товарній структурі експорту в 2014 році метало – різальний інструмент для машинобудування (3843,1–1333,9 тис. грн, 61% – 65% від суми загального експорту по роках). Не дивлячись на значні труднощі і скорочення експорту, основний виробничий пріоритет у подальшій діяльності підприємства управлінський персонал бачить у повному завантаженні виробничих потужностей, за рахунок чого планується збільшити вартість товарної продукції, покращити фінансовий стан, успішно вирішувати питання матеріально-технічного забезпечення виробництва, своєчасно і в повному обсязі виконувати як внутрішні, так і зовнішні зобов'язання, покращити систему мотивації праці персоналу тощо.

Все це дасть можливість не лише відновити втрачені ринкові позиції, але і збільшити свою присутність на закордонних ринках. Проблеми із російським ринком активізують пошуки нових закордонних ринків, присутність на яких була б економічно виправданою. На даний час, як альтернативу російському ринку, підприємство розглядає європейські ринки, зокрема ринки Чехії та Польщі.

Для реалізації цих перспектив необхідно вивчити економічне середовище, рівень технічного і технологічного розвитку, особливості нормативно-правової та політичної системи, культуру країн, на ринки яких націлене виходити ТОВ «Вінницький інструментальний завод» — тобто виконати весь комплекс міжнародних маркетингових досліджень.

Міжнародне маркетингове дослідження, як відомо, складається з двох частин: дослідження ринку і дослідження власного потенціалу підприємства.

Перша частина включає:

Вивчення та аналіз умов ринку: вивчення загальних умов; аналіз попиту; аналіз пропозиції; аналіз вимог споживачів до товару; аналіз перспектив розвитку ринку.

Вивчення суб'єктів, форм і методів торгівлі: вивчення та оцінка фірм-конкурентів; вивчення покупців; вивчення комерційної практики; вивчення транспортних умов; вивчення торговельно-політичних умов.

Друга частина — вивчення потенційних можливостей власного підприємства, що передбачає аналіз результатів господарської діяльності, аналіз конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому, оцінку перспектив розвитку підприємства.

Маркетингове дослідження конкурентного середовища у Польщі виявило, що основним виробником аналогічної продукції є завод «FANAR» в Цехануві — це найбільший польський виробник різьбонарізного інструменту. 40 років досвіду роботи в інструментальній промисловості, безперервного технічного прогресу та систематичного технологічного розвитку забезпечують йому лідируючі позиції на ринку.

В Чехії конкурентом ТОВ «Вінницький інструментальний завод» може стати інструментальний завод «NAREX» в місті Жданиці, який був заснований ще в 1938 році. Теперішню правову форму підприємство набуло в 1999 році. Воно не тільки продає свою продукцію в середині країни, але і експортує близько 70% своєї продукції.

Конкурувати в таких умовах буде не просто необхідно формувати конкурентні переваги, які забезпечать успіх у конкурентній боротьбі. На думку управлінського персоналу, перевагою ТОВ «Вінницький інструментальний завод» може стати ціна на його продукцію, яка може бути нижчою, ніж у його потенційних конкурентів. Сформувати конкурентну перевагу — задача далеко не з простих, адже потребує не лише ретельного

контролю над витратами, але і серйозних зусиль у забезпеченні якісних параметрів продукції. Можливим це може стати за умови модернізації виробництва, використання інноваційних технологій тощо.

Як бачимо, на підприємстві добре розуміють складність проблеми забезпечення конкурентоспроможності, звертаючи увагу як на внутрішні, так і зовнішні чинники. Серед зовнішніх складових особливу увагу приділяють міжнародному маркетингу, який дасть повне уявлення про закордонні ринки.

Список використаних джерел

1. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посіб. — К.: ЦУЛ, 2002. — 172 с.
2. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посіб. / С. М. Клименко, О. С. Дуброва, Д. О. Барабась, Т. В. Омеляненко, А. В. Ваклуленко. — К.: КНЕУ, 2006. — 527 с.
3. Кутьков В. П. Теоретичні аспекти концепції маркетингу як філософії управління регіоном [Електронний ресурс] / В. П. Кутьков. // Державне будівництво. — 2012. — № 2. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/DeBu_2012_2_28.pdf
4. Кулакова, С. Ю. Теоретичні основи дослідження конкурентоспроможності підприємства та реалізації його конкурентних переваг / С. Ю. Кулакова, Д. О. Масюк // Ефективна економіка. — 2015. — № 4.

Нохріна Л.А.

доцент кафедри туризму та готельного господарства

Куценко Ю.

магістрант

Харківський національний університет міського господарства

ім. О.М. Бекетова

м. Харків, Україна

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ НА РИНКУ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ

Сьогодні туристський бізнес є сектором, який демонструє зростання, що перевищує середні показники. За даними ЮНВТО у 2014 р. (у порівнянні з 2013 р.) кількість міжнародних прибуттів збільшилася на 4,3%, тобто, кількість міжнародних туристів склала 1,138 млн чол., що на 51 млн чол. більше, ніж за 2013 р. [4]. Згідно даних Барометра міжнародного туризму ЮНВТО за перше півріччя 2015 р. число міжнародних прибуттів зросло на 4%, або інакше, за січень-червень 2015р. турнапрямки усього світу прийняли на 21 млн чол. більше, ніж за аналогічний період минулого року, що склало \approx 538 млн міжнародних туристів. Доходи від міжнародного туризму в 2014 р. збільшилися на 48 млрд дол. США (3,7%) і склали 1,245 млрд дол. США; крім того, дохід від послуг з міжнародних пасажирських перевезень, що надані нерезидентам, склав 221 млрд дол. США, таким чином, сумарні експортні надходження від міжнародного туризму за 2014 р. склали 1,5 трлн дол. США [5].

Темпи туристської активності за 2014 р. ілюструють не тільки наявний потенціал, але і здатність сектора стимулювати економічне зростання та соціальну інтеграцію, створювати робочі місця [1]. Проте, при позитивній динаміці змін, туризм, більше ніж інші види економічної діяльності, схильний до впливу різних чинників, дія яких в різних часових рамках відрізняється за силою, тривалістю та напрямком. Таким чином запорукою сталого розвитку туризму є ідентифікація, моніторинг та аналіз ключових факторів та тенденцій.

За визначенням науковців [3] на формування попиту на ринку туристських послуг істотно впливають політичні, економічні, соціальні та демографічні фактори, а також ціннісні орієнтації і культурний рівень споживачів, сезонність.

Варто підкреслити, що політичні та макроекономічні чинники більше впливають соціальні й культурні фактори, ніж на поведінку конкретного індивіда. Підвалинами формування споживчого попиту на ринках

товарів та послуг є рівень розвитку продуктивних сил і виробничих відносин у суспільстві. Крім того, значущими економічними факторами є: рівень інфляції, валютні курси, процентні ставки, рівень цін на туристські продукти, тощо.

Оскільки всі потенційні споживачі живуть і діють в соціумі, який певною мірою коригує поведінку індивідів, попит на ринку туристських послуг завжди формується під впливом соціальних факторів. Підкреслимо, що туристські послуги часто придбаваються не за реальної потреби (як продукти харчування, житло), а тому, що вони підтверджують соціальний статус індивіда, родини, приналежність до певної групи, тощо. Свідомо або позасвідомо члени референтних груп схильні до уніфікації способу життя, у тому числі й у контексті організації досуга, відпочинку, туризму та подорожей.

Сприяє формуванню туристського попиту стабільна соціально-економічна ситуація, коли доходи населення перевищують певний граничний рівень, який гарантує доступність туризму багатьом соціальним верствам населення [2].

Вагомим чинником формування попиту на ринку туристських послуг є культурний рівень населення, позаяк він безпосередньо визначає моделі поведінки потенційних споживачів. Процеси, що відбуваються у сфері культури, трансформують дії індивідів, оскільки поведінкові моделі є значною мірою придбаними, тобто, сформованими культурою. Чітке уявлення щодо культурного рівня потенційних споживачів зумовлює успіх чи фіаско на ринку певних туристських продуктів і послуг, сприяє раціональній організації дозвілля і вільного часу споживачів. При цьому наявні тенденції щодо здорового способу життя та відпочинку формують реальні перспективи для розвитку сфери туризму і подорожей.

Позитивно впливають на формування туристського попиту збільшення у населення кількості вільного часу і тривалості відпусток. Отже, бізнес-структурам туристського сектору необхідно враховувати фактор часу, оскільки він є індикатором мінімального і максимального попиту. При цьому варто враховувати, що попит на ринку туристських послуг варіюється від пори року, днів тижня, тощо, наприклад, влітку, на свята й вихідні дні кількість туристів збільшується.

Окрім зовнішніх спонукальних факторів на формування попиту суттєво впливають особистісні чинники споживачів туристських послуг, тобто, вік, тип особистості, рівень освіти, рід діяльності, економічний стан, а також спосіб життя. Зазначені фактори формують пріоритети щодо: дестинацій; певних видів туристської активності (в тому числі й щодо вибору транспортних засобів); місць придбання туристських продуктів; граничних цін; маркетингових інструментів.

Варто враховувати, що протягом життя один і той же індивід змінює не тільки смаки, бажання, пріоритети, але і загальну модель поведінки, змінюючи купівельне поведіння. Відтак, найбільш суттєвий вплив на формування попиту на ринках товарів і послуг мають не відчутні аспекти продуктової пропозиції, а її оцінка споживачами як набору цінностей. Свідомі й підсвідомі ціннісні орієнтації індивідів віддзеркалюють їхні загальні світоглядні орієнтири та життєві цілі. При цьому, ціннісні аспекти сприйняття туристських послуг, експлікуючи глибинні пласти мотиваційних та особистісних установок, часто є неусвідомленими. Таким чином, цінність туристських послуг — це узагальнена, стійка категорія щодо певних вигід в даних обставинах. Крім цього, саме збільшенням цінності у високий сезон, святкові та вихідні дні, пояснюються різкі зміни ціни турпослуг, а, отже, цінність, у цьому контексті, є важливим механізмом ціноутворення.

Враховуючи зазначене, можна зробити висновок, що активність споживачів на ринку туристських послуг визначається рівнем їхнього доходу, тобто, розміром річних витрат на споживання, строем психіки та іншими внутрішніми характеристиками індивідів (вік, стать, соціальний статус, спосіб життя, тощо), а також зовнішніми факторами (соціальними, економічними, культурними, тощо), що формують моделі купівельної поведінки.

Варто підкреслити, що за останні роки тенденції на вітчизняному ринку туристських послуг зазнали суттєвих змін, і на сучасному етапі попит значно змінився, а саме: зменшився туристський потік в Україну, відбулася експансія внутрішнього туризму, змістилися пріоритети туристів в площину активного відпочинку, попит переважно характеризується спеціалізацією та індивідуалізацією. Для активізації попиту на ринку туристських послуг необхідно враховувати всі зміни щодо соціально-економічної ситуації, рівня доходів населення, сезонності, культурного рівня та ціннісних орієнтацій споживачів, а також переваг туристів.

В наявній ситуації для України актуальними можуть стати акценти на використанні і розвитку існуючого туристського потенціалу внутрішнього туризму; збільшенні кількості туристських прибуттів із зарубіжних країн (шляхом інтенсифікації інформаційних і рекламних кампаній); залученні іноземних інвестицій; підвищенні значущості туризму в свідомості населення (тобто, потенційних туристів).

В цьому контексті, підготовка маркетингових програм передбачає дослідження взаємозв'язків між пропозицією на ринку туристських послуг і групами споживачів, для яких характерними є певні ціннісні орієнтації, той чи інший спосіб життя. Такі дослідження передбачають аналіз значних (за обсягами) масивів інформації щодо соціально-економічної, демографічної ситуації, захоплень, інтересів, думок споживачів, тощо,

з метою ідентифікації специфічних сегментів. Результатом досліджень є чітке визначення розмірів різних сегментів ринку з метою оптимізації маркетингових програм, а, отже, вибудова рекламних звернень, орієнтованих на певні групи споживачів.

Таким чином, ідентифікація, моніторинг й аналіз ключових факторів та тенденцій, визначення механізму і характеру впливу різноманітних чинників на формування попиту на ринку туристських послуг дає можливість прогнозувати ймовірні реакції потенційних споживачів на ті чи інші ринкові пропозиції туристських підприємств.

Література

1. Офіційний сайт ЮНВТО. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: URL: <http://www2.unwto.org/ru>
2. Стратегічне управління національним економічним розвитком: монографія. — у 2-х т.; за заг. ред. О. В. Кендюхова. — Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», 2013. — Т. 2. — 392 с.
3. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія/ Т. І. Ткаченко, М. Г. Бойко, С. В. Мельниченко, Г. І. Михайліченко, Н. І. Ведмідь [та ін.]; за заг. ред. А. А. Мазаракі. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. — 595 с.
4. UNWTO World Tourism Barometer 2014 / Офіційний сайт ЮНВТО [Електронний ресурс]. — Режим доступу: URL: <http://mkt.unwto.org/en/barometer-2014>
5. UNWTO World Tourism Barometer 2015 / Офіційний сайт ЮНВТО [Електронний ресурс]. — Режим доступу: URL: <http://mkt.unwto.org/en/barometer-2015>

Оболенцева Л.В.

*доцент кафедри туризму і готельного господарства
Харківського національного університету ім. О.М. Бекетова*

Андрус К.В.

м. Харків, Україна

*магістрант кафедри туризму і готельного господарства
Харківського національного університету ім. О.М. Бекетова*

м. Харків, Україна

Гарькуша О.А.

*магістрант кафедри туризму і готельного господарства
Харківського національного університету ім. О.М. Бекетова*

м. Харків, Україна

ІМІДЖ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ РЕГІОНУ

Впродовж останніх десятиліть особливо інтенсивно та жорстко відбувається зростання конкурентної боротьби між територіями, у тому числі і регіонами, що породило такий напрям її діяльності як конкуренція за інвестиції.

Як відомо, на регіональному рівні формується інвестиційна політика, яка має бути направлена на те, щоб забезпечити інвестиційну привабливість території, і, як результат, — можливість залучити інвестиції. В той же час, просто наявність інвестиційної політики як такої, зовсім не гарантує інвестиційної привабливості того чи іншого регіону. Саме в таких умовах — умовах конкурентної боротьби за інвестиції — потужним і дієвим інструментом управління інвестиційною привабливістю регіону стає імідж.

Окрім того, майже щороку масштабними темпами відчувається втрата ідентичності та індивідуалізації регіонів, що обумовлено неспинними процесами глобалізації та регіоналізації. І тут знову, розробка і формування позитивного регіонального іміджу стає засобом зменшення негативних наслідків ситуації, що склалася, а також надає шанс і перспективу подальшого розвитку. Тобто, завдяки іміджу можна одержати таку визначальну конкурентну перевагу як унікальність, яка гарантуватиме зростання рейтингу, пов'язаного з інвестиційною привабливістю регіону.

Для того, щоб виявити сутність впливу іміджу на можливість та ефективність сприйняття регіону потенційними інвесторами, а також з метою моделювання різних варіантів і ситуацій їх взаємодії, необхідно дослідити і показати взаємозв'язок між іміджем, у тому числі інвестиційним, та інвестиційною привабливістю території.

Матриця взаємозв'язку між іміджем і інвестиційною привабливістю регіону представлена на рис. 1 [1, с. 285; 2, с. 69–73].

		Імідж (інвестиційний)	
		Сприятливий	Несприятливий
Інвестиційна привабливість	Висока	1	2
	Низька	3	4

Рис. 1. Матриця взаємозв'язку між іміджем і інвестиційною привабливістю регіону

Можливі варіанти ситуацій характеризуються наступним чином:

Сектор 1: Регіон позиціонується як територія, яка є сприятливою для бізнесу і на якій створені сприятливі умови для інвестиційної діяльності.

Сектор 2. На даній території створено гідні умови для ведення бізнесу, але, не зважаючи на це, рівень інвестиційного ризику є високим; що стосується образу регіону, то він є непомітним, незрозумілим або негативним.

Сектор 3. Територія вважається привабливою для бізнесу. Що стосується параметрів інвестиційного клімату, то вони є середніми. Інвестиційний ризик знаходиться у відповідних допустимих значеннях.

Сектор 4. Інвестиційний клімат, що має місце на території є незадовільним; інвестиційний ризик – високий; а образ території – негативний.

Варто зазначити, що ідеальним варіантом є така ситуація, коли розробка іміджу відбувається на території регіону, який вже має високу інвестиційну привабливість, або ж коли імідж та інвестиційна привабливість формуються в один і той же час.

Варіант із сектору 2, коли інвестиційна привабливість регіону є високою, а імідж – несприятливий, переконливо і наглядно засвідчує той факт, що у випадку, коли донесення необхідної інформації до цільової аудиторії є неефективним та несвоечасним, то всі інші дії, у тому числі щодо інвестиційної політики – не одержать бажаного і позитивного результату.

Це ще раз підтверджує факт взаємозв'язку іміджу регіону та його інвестиційної привабливості, що, в кінцевому результаті, має вплив на рішення інвестора про інвестування у розвиток території.

Таким чином, підсумовуючи результати проведеного дослідження, можна сказати, що розвиток регіону залежить від бажання і можливості інвесторів вкладати кошти в ту чи іншу територію. В свою чергу, вибір регіону залежить від того як інвестор сприймає цю територію для інвестування. А це означає, що перш за все формується якісний образ регіону, тобто його імідж, і тільки потім відбувається оцінка різноманітних кількісних показників. Все це означає, що для того щоб склалася ситуація, яка характеризується високими обсягами та темпами росту інвестицій в економіку регіону, необхідно, щоб стратегія розробки регіонального іміджу була вагомим складовою загальної стратегії розвитку регіону, оскільки кожен регіон має свій імідж, що є результатом його досягнень в різних сферах і галузях діяльності.

Література

1. Садовий В. О. Імідж регіону як фактор залучення іноземних і внутрішніх інвестицій [Текст] / В. О. Садовий, Н. О. Могильна, В. А. Омеляненко // Механізм регулювання економіки. — 2009. — № 3, Т. 2. — С. 282–287.
2. Фирсов Ю. И. Маркетинговый подход к экономическому и социальному развитию территории, привлекательной для инвестора / Ю. И. Фирсов // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия экономика. — 2013. — № 3 (29). — С. 69–73.

Читайло М.Б.

студентка групи МК-41

Національний університет «Львівська політехніка»

Леонова С.В.

к.е.н., асистент кафедри маркетингу і логістики

Національний університет «Львівська політехніка»

м. Львів, Україна

ВІРУСНИЙ МАРКЕТИНГ: ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ І ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ

Вірусний маркетинг — загальна назва різних методів розповсюдження реклами. Головними розповсюджувачами інформації є самі одержувачі інформації, шляхом формування змісту, здатного залучити одержувачів інформації за рахунок яскравої, креативної, незвичайної ідеї або з використанням природного послання [1].

Створення «вірусу» — це найвідповідальніший етап у кампаніях вірусного маркетингу. «Вірус» повинен викликати в цільовій аудиторії сильні емоції — тільки тоді користувачам захочеться поділитися цим «вірусом» з іншими. Від того, наскільки точно будуть вгадані очікування і вподобання цільової аудиторії, залежить, чи буде вірус швидко і широко розповсюджуватися.

Після того як «вірус» створений, необхідно почати його поширення в інтернеті — у вірусному маркетингу це називається «посівом». При цьому каналами «посіву» вірусної реклами стають, як правило, соціальні мережі, форуми, спільноти. Правильно обрані канали поширення забезпечують успіх «вірусу».

Відразу після «посіву» вірусний контент вже може почати розповсюджуватися серед інтернет-користувачів, проте швидкість такого поширення дуже мала. Щоб збільшити цю швидкість, потрібно підключити до поширення «вірусу» особливі категорії користувачів — так званих «активаторів», «об'єднувачів» і «знавців». «Активатори» — це користувачі, які можуть переконати у своїй точці зору інших, «об'єднувачі» мають широку мережу контактів, а «знавці» завжди володіють цікавою та корисною інформацією [2].

У часи, коли ще не існувало інтернету, для поширення інформації використовувався метод «сарафанного радіо», також відомості розповсюджувались через особисті комунікації, рекламні акції в пресі, на телебаченні і т.д. Таким чином, вірусний маркетинг не був винайдений заново, він був лише відкритим заново маркетологами нової хвилі.

Вважається, що термін «вірусний маркетинг» популяризував у 1996 році Джеффри Рейпорт у своїй статті «The Virus of marketing». Одним

з перших відомих прикладів використання вірусного маркетингу в Інтернеті є акція Hotmail, коли до кожного листа, написаного користувачем, приєднувалося повідомлення, що пропонує одержувачу листа заводити собі безкоштовну пошту. В результаті цього, з 1995 по 2000 рр. Hotmail нараховував від нуля до 30 мільйонів користувачів [1].

Для розуміння природи «вірусного маркетингу» важливо ідентифікувати відправні точки у процесі поширення інформаційного вірусу, класифікувати джерела його виникнення.

Найважливішими джерелами запуску інформаційного вірусу можуть бути:

- нестандартна, часом провокаційна, шокуюча реклама;
- цікава, збуджуюча інформація в мережі Інтернет;
- заходи івент-маркетингу, тобто цікаві, події, що викликають потребу обговорення.

Інформаційний «вірус» від зазначених джерел має передаватись цільовим аудиторіям через певні канали, найпотужнішим з яких є Інтернет, який може поєднувати виконання функції джерела запуску інформації з функцією ефективного швидкого каналу передачі цієї інформації [4].

Маркетингові заходи «вірусного» характеру почали активно втілювати в життя інтернет-компанії під час нестабільного періоду 2001–2003 рр., коли ніхто не міг собі дозволити будь-який інший вид реклами в Інтернеті. Вірусний маркетинг використовують для вирішення великої кількості завдань: збільшення популярності бренду, ознайомлення споживачів з новими продуктами, стимулювання зростання продажів товарів і послуг, саме тому цей вид реклами характеризується високою ефективністю і має великі перспективи.

На сьогоднішній момент вірусна реклама в Україні перебуває на стадії розвитку і великі вітчизняні компанії не поспішають її використовувати. Але, не зважаючи на це, вірусна реклама заповнила майже всі українські сайти і вільно гуляє по мережі Інтернет.

Отже, вірусний маркетинг — це один з найновіших видів маркетингу, що використовує звичку людей ділитися інформацією. Вірусний маркетинг не здатний замінити реклами, але він може зробити її набагато ефективнішою [3].

Література

1. SEO-fight — [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://seofight.blogspot.com/2011/01/viral-marketing.html>.
2. WebStudio2U — [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://webstudio2u.net/ua/internet-ad/659-virusny-marketing.html>
3. Вірусний маркетинг — переваги та недоліки — [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=38569>
4. Мороз Л. А., Вірусний маркетинг. — 2011 — [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16215/1/50_Moroz_98_98_Modern_Problems.pdf

Яцкевич А. В.

студентка НТУУ «КПІ» ВПІ, гр.СЕ-51, м. Київ

Науковий керівник:

Зеленьська М. О.

- к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємництва

СПЕЦИФІКА МАРКЕТИНГУ У ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНІЙ ГАЛУЗІ

В умовах жорсткої конкуренції серед видавців книжкової продукції, яка дедалі загострюватиметься, виникає потреба в пошукванні й урізноманітненні маркетингової діяльності. На сучасному етапі економіки розроблення правильних стратегій маркетингу — головна умова безкризової діяльності видавничих підприємств, досягнення ринкових цілей.

Відповідно до закону України «Про видавничу справу», видавнича справа — сфера суспільних відносин, що поєднує в собі організаційно-творчу та виробничо-господарську діяльність юридичних і фізичних осіб, зайнятих створенням, виготовленням і розповсюдженням видавничої продукції [1]. Маркетинг — це діяльність, спрямована на створення попиту та досягнення цілей підприємства через максимальне задоволення потреб споживачів[2, с. 15–16].

В кожній сфері виробничої діяльності маркетинг має свою специфіку, пов'язану з особливостями конкретного товару і особливостями ринку задоволення потреб, пов'язаних з цим товаром. Видавничий маркетинг також має свою специфіку. Маркетингова діяльність у поліграфічній галузі базується на вивченні книжкового ринку, його сегментації, плануванні, а також розробці комплексу маркетингу з урахуванням його особливостей. Одним із найголовніших ролей у маркетинговій політиці виробництва відіграє рекламна діяльність.

Порівнюючи способи просування продукції у видавничій галузі з іншими підприємствами, у першій рекламу можна розглядати в трьох аспектах: внутрішня, зв'язки з громадськістю та з метою розширення збуту. Внутрішня реклама базується на створенні колективу однодумців, які вірять у видавництво і таким чином стають носіями пропаганди підприємства. Завданням реклами в аспекті зв'язки з громадськістю є контакти з представниками преси, участь керівників підприємства в суспільному житті у викладацькій діяльності, відвідування різних церемоній, презентацій, та суспільних заходів, публічність конфліктів, які виникають навколо автора або книги та ін. Реклама з метою розширення збуту є її основною сферою, яка пов'язана з усіма взаємозалежними

факторами маркетингу, які впливають на продаж: участь у книжкових виставках-ярмарках, презентації книг, презентаційні столи, автограф-сесії, інформаційні та виставкові стійки та ін. Зараз стало популярним просування книг за допомогою електронних комунікацій. Це дуже зручно, адже для читача — це цілодобовий доступ до інформації, економія часу завдяки оперативному пошуку потрібного видання, можливість придбання без посередників. Для видавця — це економія коштів на маркетингові програми, можливість продажу товару за нижчими цінами, донесення інформації про наявність книг на необмеженій території та популяризація програми свого видавництва [3, с. 56–61]. Основним об'єктом маркетингу у видавничій справі є читацький попит і читацька потреба. Ці два поняття тісно взаємодіють між собою — потреба породжує попит.

Висновок.

Сучасний маркетинг у видавничо-поліграфічній галузі можна розглядати як систему організації всієї діяльності книготорговельного підприємства по збуту товарів та надання послуг на основі комплексного вивчення книжкового ринку, а також реальних і потенційних запитів покупців з метою розширення діяльності підприємства, здобуття фінансової стабільності та отримання прибутку.

Книжковий ринок продовжує розвиватися, і йому потрібні нові можливості, нові методи та нові грані, які може надати така наука, як маркетинг.

Література

1. Закон України «Про видавничу справу» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, N39, ст. 181) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrbook.net/zakony/Z_318.htm
2. Липчук В. В. Маркетинг: навч. пос. / В. В. Липчук // Значення та функції маркетингу. — 2012. — № 1. — С. 15–16. — Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/36561-tema-1-marketing-doskonaliy-sposb-upravlnnya-rinkom-u-21-stoltt.html>
3. Грет Г. П. Міненко Д. І. Реклама в системі маркетингової політики видавництва / Г. П. Грет // Економіка і організація в поліграфії. — 2012. — № 3. — С. 56–61. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nz_2012_3_11.pdf

Секція 2. БАНКІВСЬКА СПРАВА

Бакаїм Н.Я.

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

ПРОБЛЕМИ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНТРОЛЮ БАНКІВ В УКРАЇНІ

Метою банківського контролю на сьогодні є створення умов добровільного мотиваційного прямування банківської системи до виконання вимог і стандартів капіталу та ліквідності. Багато українських експертів в галузі банківського сектору, економіки, називають відновлення довіри між банками і клієнтами основою стабілізації банківської системи, а також зростання капіталізації банків.

Можна виділити дві ключові проблеми контролю банків, що підсилюють одна одну і вказують на відсутність належного нормативно-правового забезпечення контролю:

- неналежне виконання НБУ своїх повноважень, несумлінне управління банками, намагання отримання надприбутків;
- відсутність неупередженого суду щодо захищеності права власності.

Тому, необхідно вдосконалювати існуючі, приймати нові законодавчі положення, що регулюють відносини в банківській сфері, зокрема, перш за все, необхідно на законодавчому рівні забезпечити захист інтересів позичальника та клієнта. Це дозволить зменшити потенційні ризики для обох сторін.

Серед зареєстрованих на сьогодні законопроектів варто виокремити Проект Закону № 2286а «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо відновлення довіри між позичальником та кредиторами». Положення даного законопроекту створюють умови для забезпечення захисту законних прав кредиторів у зв'язку з невиконанням позичальниками умов договорів, а саме [1]:

- зрівняння прав забезпечених та конкурсних кредиторів у процедурі банкрутства;
- спрощення процедури звернення стягнення на предмет іпотеки у разі його самочинного переобладнання (перепланування) іпотекодавцем;

- встановлення права забезпеченого кредитора у процедурі банкрутства іпотекодержателя придбати непродане на аукціоні майно за найнижчою ціною;
- надання банкам права доступу до державних реєстрів з метою вивчення платоспроможності потенційного позичальника.

В межах реалізації останнього пункту проекту з вищеназваних до Верховної Ради України внесено ще один проект закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо створення та ведення Кредитного реєстру Національного банку України». Метою створення такого реєстру є мінімізація ризику банків за кредитними операціями за рахунок доступу до повної кредитної історії позичальників [2]. Наявність Кредитного реєстру буде сприяти прозорості у сфері кредитування, зокрема:

- надає НБУ право на створення кредитного реєстру, отримання від банків та надання інформації щодо юридичних та фізичних осіб-сторін операції;
- зобов'язує банки, в тому числі неплатоспроможні та такі, щодо яких прийнято рішення про відкликання банківської ліцензії та ліквідацію надавати дану інформацію до Кредитного реєстру НБУ;
- надає банкам право отримувати інформацію з Кредитного реєстру.

Реалізація положень даного законопроекту створить реальну можливість скоротити розмір безнадійної заборгованості банків. Оскільки, безнадійна заборгованість списується за рахунок страхових резервів, то скорочення такої заборгованості сприятиме дотриманню банками нормативів капіталу, його резервування.

Формування банком страхових резервів за кредитами та відсотками з власних коштів, компенсування збитків за їх рахунок, мотивує управління банків детальніше підходити до питання перевірки позичальника на платоспроможність, для зменшення ймовірності виникнення безнадійної заборгованості.

З метою недопущення ототожнення процедури списання (відшкодування) банком безнадійної заборгованості за рахунок резерву, з анулюванням кредитором за його власним рішенням суми кредиторської заборгованості позичальника у Податковому Кодексі пропонується внести термін «прощення» (анулювання) боргу.

Мінімізацію негативного впливу складної економічної ситуації на банківську систему забезпечить прийняття змін до Закону України «Про заходи спрямовані на сприяння капіталізації та реструктуризації банків». Ці зміни передбачають надання НБУ права не відносити банк до категорії неплатоспроможних в разі погіршення фінансового стану банку через зростання курсу іноземних валют до національної валюти України. Даний закон, прийнятий 28.12.2014 року, і в першу чергу повинен забезпечити дотримання банком наступних вимог [3]:

- показника достатності капіталу 1-го рівня – не менше 7%;
- нормативу достатності (адекватності) регулятивного капіталу – не менше 10%;
- достатність капіталу першого рівня – не менше 4,5% розрахована за базовим та песимістичними сценаріями до 2016 року.

Отже, банківський контроль сьогодні повинен бути направлений на попередження ситуацій з браком капіталу та ліквідності. А це можливо лише при вдосконаленні правового поля, використання світового досвіду антикризового управління, відновлення взаємодовіри постачальника та кредитора.

Література

1. Проект закону України № 2286а «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо відновлення довіри між позичальником та кредиторами» від 03.07.2015р. № 667-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://w1.c1.rada.gov.ua>.
2. Проект закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо створення та ведення Кредитного реєстру Національного банку України» від 16.09.2015р. № 3111 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JH2EF00A.html
3. Закон України «Про заходи спрямовані на сприяння капіталізації та реструктуризації банків» від 28.12.2014р. № 78-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/78-19> (Остання редакція від 12.08.2015 р.)

Vlasenko N. M.

*postgraduate student of Banking Department
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics
Kharkiv, Ukraine*

CHANGE OF BANKS' STRATEGIC CREDIT GUIDELINES UNDER THE IMPACT OF GLOBAL FINANCIAL AND ECONOMIC CRISIS

Today the world economy has been going through a difficult recovery after the largest economic crisis since the Great Depression. The financial and economic crisis of 2008–2009 has caused great harm to the financial markets and the recession process launched worldwide. For the first time since World War II these events have caused a decrease in global GDP for 2.1%. This global crisis occurred on the background of many local and mesolocal crises, and in many ways it became their result and logical extension. It should be noted that this crisis resulted in heavy losses in banking sector.

The issues of researching the nature of bank and financial crises were often considered in the works of famous foreign scientists, including S. Claessens, A. Coase, S. Merovchi, A. Faiola and others.

This topic is also quite popular and thoroughly investigated among domestic researchers, especially in the works of A. Anikin, O.I. Baranovsky, A. P. Buriak, J. A. Zhalilo, N. I. Reverchuk, A. S. Popova and others. The vast majority of such researches are dedicated to crisis identification problems in the banking or the financial sector.

However, the general character of researches does not allow to identify patterns of changing banks' strategic priorities in the credit market at various stages of the financial crisis, so it requires our special scientific research.

With this in mind, the aim of this article is researching the changes in banks' strategic priorities on the credit market before, during and after the financial and economic crisis.

Nowadays the term “bank crisis” is understood as a lot of phenomena that reflect negative trends and results of the bank system development in the country, for all this all approaches having a lot of common features in the main, differ quite significantly in the secondary ones. In Ukraine, the investigation of financial and bank crises has begun relatively recently, since only 24 years ago there was created Ukrainian financial and bank system and in the times of the Soviet Union such researches were not conducted because planned economies have nothing in common with the term “crisis”. In the works of foreign scientists more attention is paid to studying the issues of crises. Depending

on the aim of our scientific research the essence of “financial crisis” can be interpreted as the destruction of economic and financial relations between the economic sub-systems or as a logical transformation form of the existing regulation system of financial flows taking place within the economic cycle. [1]

While financial crises may have different forms and types, in terms of classification, we can identify two most common types. Mainly, the first group includes: currency crises and crises of “a sudden stop”. The second group includes debt and bank crises. It should be noted, that a specific definition of “financial crisis” is highly dependent on the theories about explanation of crises. In foreign scientific literature there were developed specific approaches to the determination of many types of crises. For example, the currency crisis involves a speculative attack on the currency, which leads to devaluation, forcing the government to spend a large share of international reserves, or sharply raise interest rates or impose capital flows controls to protect its own currency. The crisis of “sudden stops” (or capital account crisis or the balance of payments crisis) can be defined as a large (and often unexpected) reduction of the inflow of international capital or a sharp outflow of capital from the country, which often occur in conjunction with a sharp increase in credit spreads in the country. Because these indicators can be measured, they are measured by quantitative methods.

Other crises are associated with unfavorable dynamics of public or corporate debt or shocks of bank systems. External debt crisis occurs when a country cannot (or will not) serve its own foreign debt. This crisis may take the form of public or private debt crisis (often mutual). Internal public debt crisis occurs when a country does not meet its internal financial obligations on time or reduces the purchasing power of its currency, or uses other forms of financial repression. Under the conditions of the bank system crisis actual or potential bank losses could induce banks to suspend the convertibility of their obligations or to force the government to intervene for preventing this by supporting liquidity and capitalization on a large scale. Indicators of these crises are not so easy to quantify, because they are generally valued using qualitative methods. Depending on the selected classifications we can identify other types and kinds of crises, however, one can't deny the fact that they are often interrelated and can be a cause of each other. For example, quite a great number of bank crises are closely related to the crises of “sudden stops” and currency crises. Fig. 1 shows a number of developed countries, which were in various types of crises over the past 40 years.

Figure 1 illustrates that the biggest bank crises were crises in 1990–1996s and in 2008–2009s; currency crises – in 1982 and in 1992–1993s.; debt crises – in 1982 (It should be noted, that currency crises have always been preceded by another types of crises, that's why we can put forward two hypotheses:

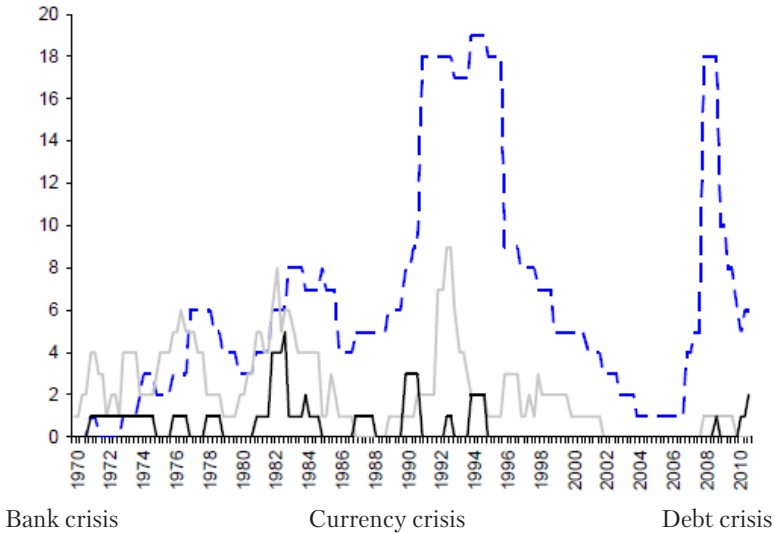


Figure 1. Number of developed countries that were in crises [2]

1) Exactly the currency crises caused the development of other types of crises;

2) Currency stability is the most sensitive to the effects of negative externalities, and that is why the exchange rate reflects the beginning of the crisis in the country economy. It's interesting to note the fact, that if in 1976 and 1982 currency and bank crisis was observed in the same number of countries, since 1992, developed countries have managed to stabilize exchange rates, as a result, already in 2008 against a background of a deep banking crisis in the world, there was no global currency crisis. Fig. 2 shows the dynamics of the exchange rate of US dollar against major world currencies and the Ukrainian hryvnia.

If US dollar against the euro and pound sterling was almost unchanged in price (variation coefficient of 16.36% and 8.65%, growth rate of 5.96% and 8.11%, respectively), then regarding US dollar against the Ukrainian hryvnia we observe the fall of the hryvnia rate by to 10.58 times, while the total volatility rate reached 52.29%.

Let us analyze the pricing policy of banks in the credit market in the European Union before, during and at the end of the last financial crisis. Fig. 3 shows that, in the pre-crisis period in the EU there was an increase in interest rates on mortgage loans and loans entities (from 2005 to October 2008 corresponding rates increased almost by 1.5 times — from 3.7% to 5.9%). Consumer lending before the crisis actually has not changed in price (interest rates

fluctuated within 8–9%). The peak of interest rate hike came at the end of 2008 (September-October), and then began a rapid decrease that continues to this day. Thus, the post-crisis pricing policy of banks in the credit market of the European Union was aimed at stimulating production by increasing lending and increase of its accessibility.

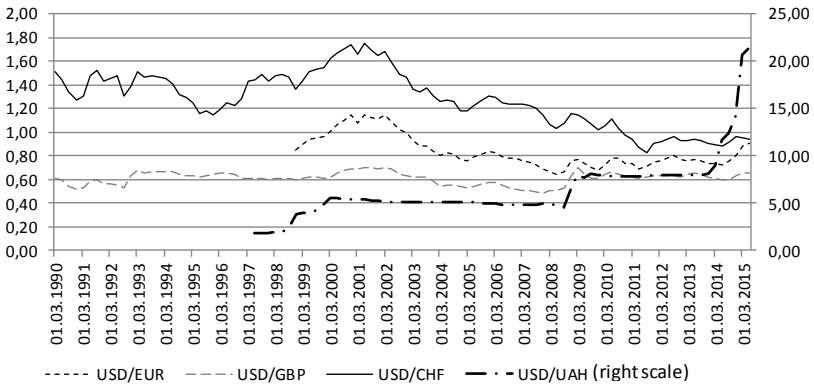


Figure 2. Changing of the USD against the leading world currencies and Ukrainian hryvnia from 1990 to 2015 (average rate period) [3]

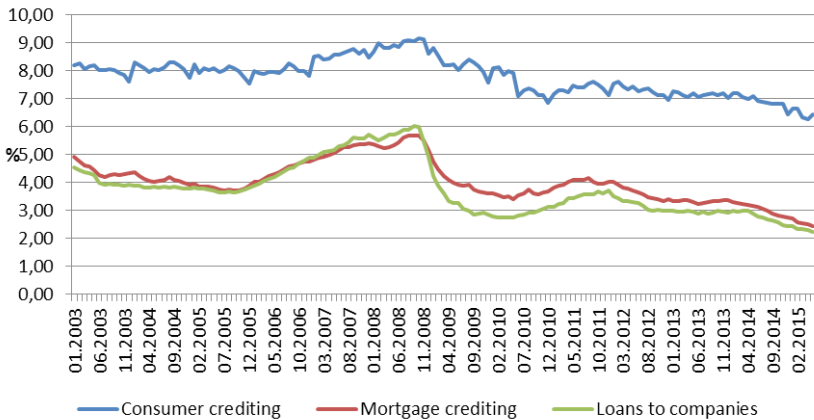


Figure 3. The dynamics of interest rates on certain types of loans in the European Union [4]

As for the areas of lending in the post-crisis period, it should be noted that there are no common trends for the European Union, in some countries

there is increasing consumer lending to stimulate consumption and as a result — production, in other countries there is increasing lending to non-financial corporations, in some countries, crisis in general does not have an impact on the sectorial and industrial structure of the loan portfolio of banks [5]. As for Ukraine, the significant changes occurred in the strategic priorities of domestic banks as a result of getting over the financial and economic crisis. Interest rates on all types of loans increased significantly, which was caused by rising defaults on loans by the devaluation of the currency. This forced banks to pawn structure in the prices of most credit risk premium. Regarding the structure of Ukrainian bank credit portfolio in sectors and industries of the national economy, over the past 10 years, there wasn't observed a significant change, with the exception of the minor variations within 2–3% due to environmental changes and they are temporary.

Conclusions. Thus, summarizing the above-mentioned, we can draw the following conclusions. Today the topic of identifying economic crises and their phases are very popular in the scientific literature that is most likely caused by the recent recovery from one of the greatest world financial crisis since the days of the “Great Depression”, some countries are still experiencing the effects of the crisis, in some countries we can observe their continuation in the form of other types of crises. The most common types of economic crises that occur in developed countries are currency, bank, debt and balance of payments crisis, or as it is often called in foreign scientific literature — the crisis of “a sudden stop”. Other kinds of economic crises can be a combination of crises listed above and their derivatives. Analysis of the crises in the developed countries of the world for the past 45 years shows that primarily currency crisis develops, and then it is followed by the debt and bank one. On the other hand, the development of effective monetary policy has led to the stabilization of currency markets, so that developed countries had virtually no currency crises over the past 20 years. But for developing countries this statement is not fair, they remain dependent on currency stability, it is confirmed by current trends in the economic development of Ukraine, in which currency destabilization resulted in bank and debt crisis. With regard to the strategic priorities of banks in the credit market during different stages of the economic cycle, it should be noted that the European Union is characterized by raising interest rates on loans in pre-crisis period and during the crisis and the rapid decline in the cost of credits to reach the peak of the financial crisis, in contrast to Europe in Ukraine interest rates increasing is more typical for crisis and post-crisis period, which in our opinion slows getting over a crisis, and, therefore, government regulation of interest rates in the credit market of Ukraine is an extremely important issue today. It should also be noted that the financial and economic crisis has not resulted in a change of sector and sectoral structure of banks' credit portfolio in Ukraine.

References

1. N. I. Koretskaya Bankcrisis: the nature and causes of the category of [electronic resource] / N. I. Koretskaya. — Access mode: http://www.nbu.gov.ua/Portal/soc_gum/ekfor/2011_2/50.pdf.
2. J. Babecky, T. Havranek, J. Mateju, M. Rusnak, K. Smidkova, B. Vasicek, Banking, Debt and Currency crises. Early warning indicators for developed countries / European Central Bank. Working paper series № 485. — 2012. — 43 p.
3. Historic Exchange Rates [Electronic resource] / OANDA. — 2015. Access mode: <http://www.oanda.com/lang/ru/currency/historical-rates/>
4. Statistical Data Warehouse [Electronic resource] / European Central Bank. — 2015. Available at: <http://sdw.ecb.europa.eu>
5. Financial Soundness Indicators [Electronic resource] / International Monetary Fund. — 2015. Available at: <http://fsi.imf.org/Default.aspx>

Гудименко Ірина Олександрівна

*студентка кафедри обліку, аудиту та економічного аналізу
Університет митної справи та фінансів
м. Дніпропетровськ, Україна*

ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ ДО МСФЗ

Банківська система України займає важливе місце на сучасному етапі розвитку економіки та інтеграції її у світове співтовариство.

Банки, як і всі комерційні організації в Україні, ведуть бухгалтерський облік усіх операцій та складають звітність. Відносини між кредиторами, інвесторами та самими банками повинні базуватися на довірі до інформації, яку вони отримують. Тому звітність вітчизняних банків повинна обов'язково бути прозорою, зрозумілою та інформативною для її користувачів.

На вимогу міжнародного валютного фонду (МВФ), спеціальним комітетом розроблені Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ), які постійно переглядаються та вдосконалюються. Їх застосування в Україні передбачено Стратегією застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні від 24.10.2007 року № 911-р. [1].

Процес переходу банківських установ до формування фінансової звітності відповідно до МСФЗ (що розпочався 01.01.1998 року), дуже складний та довгий і має велике практичне значення для країни, оскільки банківські

установи працюють з іноземним капіталом та представляють Україну на світовому ринку [2]. Проте процес імплементації МСФЗ у вітчизняну систему бухгалтерського обліку, яка відповідає за формування фінансової звітності, відбувається дуже повільно і не завжди кваліфіковано.

До проблем адаптації системи бухгалтерського обліку та звітності банків до МСФЗ можна віднести:

- 1) правові (пряме застосування банками МСФЗ як офіційно визнаних);
- 2) методологічні (розробка нормативно-правових актів щодо застосування МСФЗ);
- 3) економічні (виділення коштів для впровадження МСФЗ);
- 4) кадрові (проведення навчання для бухгалтерів та аудиторів);
- 5) психологічні (усвідомлення переваг переходу на МСФЗ);
- 6) технологічні (розробка необхідного програмного забезпечення).

Важливою методологічно-правовою проблемою, яка характерна саме для банківської системи, є суцільна регламентація бухгалтерського обліку та звітності НБУ. Це забезпечує єдину методологію для усієї банківської системи країни, що дозволяє співставляти фінансову звітність окремих банків. Але через довгий процес внесення змін у нормативно-правові акти НБУ виникає ситуація, коли нові міжнародні стандарти вже набули чинності, але банки не можуть їх використовувати при складанні звітності бо, що не внесені відповідні зміни у нормативні документи НБУ, навіть за наявності у банків методологічної бази та програмного забезпечення для впровадження нових стандартів.

Вирішити дану проблему можливо встановивши на законодавчому рівні обов'язок НБУ вносити зміни у нормативно-правові документи не пізніше моменту введення в дію нових стандартів та змін до чинних стандартів [4].

Важливою є також проблема дотримання принципу своєчасності. Несвоєчасне подання фінансової звітності може призвести до втрати доречності та достовірності інформації. Виходить так, що періодичність складання фінансової звітності за МСФЗ та річного звіту становить 1 раз на рік за підсумками звітного року, а сам процес формування звітності займає 2–3 місяці. Відповідно, користувачі можуть ознайомитися з повною інформацією лише в травні місяці року, наступного за звітним, оскільки щоквартальна звітність не є достатньо інформативною. Такий стан справ в період фінансової кризи та неспокійної ситуації в країні не задовольняє вимог користувачів.

Банкам можна рекомендувати такі заходи для вирішення проблеми адаптації до МСФЗ:

- 1) самонавчання персоналу в рамках процесу підвищення кваліфікації на основі;

2) навчання персоналу в спеціалізованих державних або приватних організаціях, які мають відповідну ліцензію;

3) укладення договорів з аудиторськими фірмами або консалтинговими агентствами про надання пакета бухгалтерських або консультаційних послуг;

4) наймання фахівців з МСФЗ на контрактній або постійній основі.

Проте подальше вдосконалення системи обліку та звітності не слід здійснювати орієнтуючись лише на здобутки зарубіжної теорії та практики бухгалтерського обліку та складання звітності. При формуванні нормативної бази важливо враховувати економічну ситуацію України на даний час та намагатися зберегти надбання в підходах до складання звітності, що склалися в практиці вітчизняних банків [3].

Отож, процес постійного оновлення нормативних документів з питань фінансового обліку і звітності банків можна оцінювати як фактор, що ускладнює діяльність банків, вимагає перепідготовки, навчання банківського персоналу, або як нормальний процес вдосконалення обліку. Вплив і зовнішніх, і внутрішніх факторів, їх нестабільний фінансовий стан, світова фінансова криза, постійні зміни в національному законодавстві та МСФЗ, жорсткий контроль з боку НБУ — негативно впливають на діяльність банківських установ.

Запровадження міжнародних стандартів в Україні дасть змогу:

- 1) підвищити якість інформації в звітності;
- 2) задовольнити інформаційні потреби користувачів звітності;
- 3) та найголовніше, дозволить формувати систему обліку та звітності, яка відповідає Міжнародним стандартам фінансової звітності.

Література

1. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Стратегія застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні» від 24 жовтня 2007 р. № 911-р [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/911-2007-p>

2. Литвин Н. Б. Фінансовий облік у банках (у контексті МСФЗ) [Текст]: підручник / Н. Б. Литвин. — К.: Хай-Тек Прес, 2010. — 608 с.

3. Петрушевський Ю. Реформування бухгалтерського обліку та фінансової звітності в банківській системі України / Ю. Петрушевський // Схід. — 2011. — № 4 (111) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Skhid/2011_4/16.pdf

4. Стрельченко, А. В. Реформування бухгалтерського обліку банківської системи України і його проблеми на сучасному етапі / А. В. Стрельченко // Управління розвитком. — 2011. — № 18 (115) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/PORTAL/soc_gum/Uproz/2011_18/u1118str.pdf

KREDITMARKT IN DER UKRAINE UND IN LÄNDERN DER EUROPÄISCHEN UNION

Menschliche Interesse an verschiedenen Bereichen des Bankwesens wächst jeden Tag. Es ist schwer, sich das Leben gegenwärtiger Menschen ohne Nutzung der Bankdienstleistungen sich vorzustellen. Das Darlehen ist eine von wichtigen Bankdienstleistungen. Um besser den Inhalt der Kredit-Dienstleistungen zu verstehen, muss man zuerst den Begriff „Kreditmarkt“ definieren. Der Kreditmarkt ist der Teilmarkt des Finanzmarktes, auf dem Kreditverträge angeboten und nachgefragt werden. Auf dem Kreditmarkt trifft häufig ein Kreditnehmer mit einem Kreditinstitut zusammen, dieses schließt mit dem Kreditnehmer einen Darlehensvertrag ab. Die Subjekten des Kreditmarkts sind Kreditgeber, Kreditnehmer, Broker und der Staat. Zu den Objekten des Kreditmarkts zählt man Dienstleistungen und Darlehensverträge. [1, S.127]

Heutzutage ist die Entwicklung der Kredit-Dienstleistungen in der Ukraine auf dem niedrigen Niveau und deutlich hinter EU. Die Eskalation des militärischen Konflikts in der Ost-Region und die Annexion der Krim, die langsame Umsetzung der Strukturreformen, unrationelle Nutzung des staatlichen Budgets, der Rückgang wirtschaftlicher Aktivität bedingten die Verschlechterung der Qualität des Kreditportfolios der ukrainischen Banken.

Erhebliche Auswirkungen haben auf das Kredit-Service-Banking-System in unserem Staat solche Faktoren:

- Abfluss bei Einlagen: Vom Jahr 2014 bis 1. Quartal 2015 ist der Anteil der negativen Abfluss bei Einlagen in Fremdwährung 45,4%, in Griwna – 17,9%;
- die Einführung der strengen administrativen Maßnahmen, welche wegen der Bereitstellung des militärischen Konflikts und die Wirtschaftskrise eingeführt wurden;
- am Ende des I. Quartals 2015 war hohe Dollarisierung der Kredite (55,9%) und Einlagen (53,4%);
- Abwesenheit der Balance zwischen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten der Banken (Verhältnis von Krediten zu Einlagen war 226,7% im Jahr 2009 und 158,8% am Ende 1. Quartal 2015);
- im Zeitraum vom ersten Quartal 2014 bis II Quartal 2015 sind 47 Banken pleitegegangen;

- Die Reduktion der Anzahl europäischen Investoren für Finanzsektors der Ukraine. Nach der Krise 2008–2009 verkauften etwa 10 europäischen Banken Ihre Tochtergesellschaften in der Ukraine [2, S.4]

So, aufgrund der wesentlichen Probleme im Finanzsektor der Ukraine gibt es Wachstum der Anteil der notleidenden Kredite. Insbesondere am Ende des I. Quartals 2015 stieg die Tendenz von 12,9% bis 24,7%. Das Gesamtvolumen der Kredite war 911",024 Milliarden Hrywnia im Oktober (im Januar –1006,358 Milliarden Hrywnias, im September – 929,603 Milliarden Hrywnias). Die Banken hatten Verlust –52,228 Milliarden Hrywnia vom Januar bis September 2015 (im Jahr 2014 war Verlust 53,966 Milliarden Hrywnias)[3]

Keine wirksame Systeme für den Schutz der Rechte der Gläubiger und Verbraucher erschwert die Situation auf dem ukrainischen Kreditmarkt .

Was um die Entwicklung der Kredit-Angeboten in Europa besonders in Deutschland angeht, spielen deutsche Banken im Bankensystem der europäischen Union die führende Rolle. Der Ruf des deutschen Staates als führendes Banken-Zentrum der Welt ist vor allem dank der Verbesserung des Bankrechts. Es gibt solche Gesetze in Deutschland, wie „das Gesetz über die Kredit-Affäre“ und „das Gesetz über die Deutsche Bundesbank“. Hier gelten auch die staatlichen Garantien für Kredite von den Geschäftsbanken. Die Bereitstellung solcher Garantien erfolgen spezielle Banken für 80% der Kreditsumme.

In Deutschland gibt es etwa 300 Banken, 700 Sparkassen und 2,5 Tausend genossenschaftlicher Banken („Volksbank“, „Raiffaisenbank“), im Gegensatz dazu sind 122 Banken in der Ukraine gültig. Die Deutsche Bank „Deutsche Bank“ gehört zu den größten internationalen Banken.

Der Umfang der Darlehen für deutsche Bevölkerung ist 1583,2 Milliarden Euro im Jahr 2015 (1569,2 Milliarden Euro- im Jahr 2014 und 1549,6 Milliarden Euro- im Jahr 2013). [4]Das Gesamtvolumen der vergebener Kredite von deutschen Banken für seine Kunden beträgt heute rund 4,5 Milliarden Euro. Der größte Kreditnehmer ist Sektor der Unternehmer (über 50%).Sektor von Privatpersonen hat etwa 25%, Staatliche, regionale und kommunale Haushalte – 10%. Am Ende des Jahres 2015 war das Volumen der Einlagen 1,960 Milliarden Euro und 1923,6 Milliarden Euro im Jahr 2014. Das heisst, dass deutsche Bürger den Kreditinstitutionen des Staates vertrauen[5].

Polnischer Kredit-Markt gehört zu den entwickeltsten europäischen Märkten. Die rechtliche Grundlage polnisches Kredit-Systems ist in den Gesetzen „Über die Nationalbank von Polen“ und „Banken“ (vom 19. August 1997). In den letzten zehn Jahren kann man in Polen auch aktive Politik des Staates im Bezug zu den Kreditinstitutionen beobachten. Zum Beispiel Stimulation, Kontrolle, Aufrechterhaltung oder Liquidation der Banken. Die Finanzierung der Unternehmen durch das Darlehen hat besonders große Bedeutung in Polen, weil da die Entwicklung des Aktienmarkts auf dem niedrigen Niveau ist.

In Polen gibt es rund 70 Banken. Insbesondere hervorzuheben, dass die PKO Bank Polski zu den größten Banken in Zentral- und Osteuropa gehört.

Im August 2015 wurden 583,6 tausend Verbraucher-Kredite gewährt. Der Gesamtbetrag war 6100000000 PLN. Das bedeutet eine Rückgang (7,2%) im Bezug zu der Menge und wertmäßiger Zunahme (1,8%) im Vergleich mit August 2014. Die Anzahl der ausgegebenen Kreditkarten beläuft sich 81,8 Tausend im August 2015. Die Gesamtsumme von ihnen ist 343 100 000 Zloty[6].

Der Durchschnittliche Zinssatz für Hypotheken beträgt 5,2% in Polen, Kredite im Bargeld – 13,0%, Kredite für Unternehmen – 7,2%.

Das Vertrauen der Polner zu den polnischen Banken wächst jedes Jahr. Es ist mit dem Wirtschaftswachstum in Polen verbunden. In Jahren 1990–2014 war wirtschaftliche Entwicklung (238%) am höchsten unter allen postkommunistischen Ländern. Während dieses Zeitraum war Wirtschaftswachstum in anderen europäischen Ländern 115–170%.

Im Zusammenfassung sollten wir erkennen, dass für die Verbesserung der Kredit-Dienstleistungen in der Ukraine wichtig die Mitarbeit mit dem weltweiten Finanzmarkt ist. Es ist daher auch das europäische Modell einer modernen sozialen Marktwirtschaft, das die amtierende ukrainische Regierung langfristig anstrebt. Der Beitritt der Ukraine in die EU bedeutet schnellere Bewegung zu einer freien Marktwirtschaft. Verbunden damit wären auch eine Zunahme ausländischer Direktinvestitionen, positive Entwicklung des Kredit-Systems, Implementierung neuer Technologie in kurzer Zeit, die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit, die Effizienz der Kreditmärkte unseres Staates.

Derzeit ist die ukrainische Wirtschaft noch das Gegenteil von dem, was die Regierung anstrebt. Es gibt depressive Tendenzen im nationalen Wirtschaftssystem, Probleme und Risiken des Bankensektors, die Integration in die EU-Länder erschweren. Doch die Reformen brauchen Zeit, Mut und Durchhaltevermögen.

Die wichtigsten Aufgaben des Bankensystems der Ukraine sind Stabilisierung der Finanzsystem und Erweiterung der Kreditvergabe an die Realwirtschaft.

Literatur

1. Bojko W.O., 2004: Die Staatliche Regulierung der Entwicklung von Markt -, Kredit-Dienstleistungen in der Ukraine. Odessa, 172.
2. Das Prigramm der Entwicklung der Finanz-Sektor in der Ukraine bis zum Jahr 2020, [Online], available at: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=18563297>
3. Der Anteil der notleidenden Ressourcen stieg um 20% im September, [Online], available at: http://ua.prostobank.ua/spozhivchi_kreditiv/novini/chastka_problemnih_kreditiv_u_veresni_zroslo_mayzhe_do_20

4. Volumen der vergebenen Kredite an private Haushalte in Deutschland von 1999 bis zum 1. Halbjahr 2015 (in Milliarden Euro), [Online], available at: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/236252/umfrage/volumen-der-vergebenen-kredite-an-private-haushalte-in-deutschland/>

5. Einlagen von Privatpersonen bei Banken in Deutschland von 1991 bis zum 1. Halbjahr 2015 (in Milliarden Euro), [Online], available at: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/76794/umfrage/einlagen-von-inlaendischen-privatpersonen-und-organisationen-bei-banken/>

6. Kredit-Newsletter, [Online], available at: https://www.bik.pl/documents/10158/14109661/NewsletterKredytowy_BIK_07.pdf

7. KNF: der Wert der Kredite stieg um 7,5% G/G, für Einlagen – auf 10,2% im Februar, [Online], available at: <http://biznes.pl/magazyny/finanse/knf-wartosc-kredytow-wzroslo-o-7-5-r-r-depozytow-o-10-2-w-lutym/l9s03w>

Lesik V.O.

*postgraduate student of the Department of Banking
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics
Kharkiv, Ukraine*

CONTEMPORARY APPROACHES TO THE DEFINITION OF THE BANKING SYSTEM FINANCIAL STABILITY

The current state of banking system of Ukraine is characterized as a crisis and unstable that requires the sources for overcome the financial destabilization of banks on the macro- and micro levels. It determines the urgency of research for clarify the concept of economic essence of banking system financial stability, providing of which is the immediate necessity and is the priority and important problem for Ukraine's economy. The measures for formation the stabilization mechanism of the national banking system on the legislative level are reflected in the Law of Ukraine "On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine to prevent negative consequences for the banking system stability" 1586-VII [5].

Problems of ensuring the financial stability of the banking system were studied by such scientists as L. M. Alekseyenko [1], A. I. Baranowskiy [2], I. V. Larionova [9] A. Y. Yudanov [13], V. V. Kovalenko [8], G. Panasenko [10], N. P. Pohorelenko [11], O. M. Sidorenko [11], A. A. Zatvarska [6], L. A. Bondarenko [3], M. V. Tarasenko [3], L. A. Zveruk [7], and others, but it is necessary

to clarify economic essence of the term on the base of consideration of all of its key features and characteristics.

The aim of the article is to clarify the definition of financial stability of the banking system on the base of its key features and characteristics.

Studies and generalizations of scientists' interpretations of the term of the banking system financial stability allowed identifying the following theoretical approaches to determine its economic essence.

According to the first approach, the financial stability of the banking system is considered from the point of such opposite terms as instability, panic. Thus, as defined L. M. Alekseyenko [1, p. 211], financial stability in country – it's the absence of macro-financial disproportions, states of shock and panic in the credit and financial sector of the economy that is strongly linked to economic and political stability in the country and in the world.

The second theoretical approach is formed by O. I. Baranovskiy, who reviewed the concept of banking system stability as its ability to withstand the external and internal influences, while maintaining the system's ability to perform its specific functions and operations, subject to its integrity and sustainability of elements that allows the system after the impact of external and internal forces to return to its equilibrium [2, p. 78]. Such interpretation of the banking system stability is based on the need to preserve the functions that are inherent in any systems – integrity, organization, functionality that effect on the stability of the system, i.e. the ability to flawlessly operate, to maintain its structure and to function in conditions of the destructive influence of external factors [4].

I. V. Larionova defines the financial stability of the banking activities as its ability to withstand the external and internal influences, to keep the stable equilibrium and reliability over time [9]. So, A. Y. Yudanov [13, p. 41] considers the stability as the ability to be privileged, relatively less the vulnerable position during the crisis and the ability to overcome them.

Usually the function is defined as the ability of the object to perform actions aimed at achieving the goal. Although, the general concept of function has many meanings in system analysis, it is treated as a mission, purpose, meaning, that is something for which there is a system. The function plays the role of the system forming factor, because the inclusion of elements in the system occurs on functional grounds. It is causes the appearance of the functional system as the combination of elements, that are united by one goal, and that distinguishes it from the environment [12].

V. V. Kovalenko indicates on the need to carry out its functions by the banking system in adverse environmental conditions, stressing that under the financial stability of the banking system should be understood the completeness of the solution of tasks that are assigned to the banking system, the fulfillment of its mission that achieves the positive financial result [8]. G. Panasenko provides in his work the close essence of the banking system stability [10].

On the other hand, considering the financial stability of the banking system through the stability and sustainability of its elements, scientists associated it with financial sustainability and the stability of banks that correlates with the following theoretical approach.

The third theoretical approach to determine the economic essence of the banking system financial stability focuses on the need to ensure the financial sustainability and the stability of the banking system elements, the banks. N. P. Pohorelenko underlines that for achieving such quality features as the stability of the banking system that determines the stability of the economic environment that surrounds the bank it is impossible to ensure the sustainability individual banks [11].

The fourth approach consists of the banking system financial stability interpretation as a result of the effective impact of the financial and macroeconomic systems. So, A. Zatvarska notes that the stability of the banking system means the balance its components, the presence of interrelated and mutually agreed proportions between them both in industry and in regional terms, and the balance and good relationship with the financial and macroeconomic systems [6].

The fifth theoretical approach is composed from the perspective of the stability of the banking system in terms of stability operations, development and conservation of the structure. So, L. A. Bondarenko, M. V. Tarasenko consider the stability of the banking system as a the stability operation, i.e., the ability of the banking system to fulfill its obligations to its counterparties; a stable development, i.e., the stability of positive dynamics characteristics of the banking system; as the stability of the structure, i.e., the commitment of the banking system elements (banks) of the certain model of functioning and the immutability of commitment over time [3]. L. A. Zveruk also points on the need to consider the time factor, stressing that the financial stability of the banking sector is the concept that determines the development of the banking sector in the long term, it should be understood.

In the author's opinion, the identified theoretical approaches to determining the nature and of essence of the banking system financial stability there are no principal differences; they complement each other and allow to create the following key aspects of the definitions that characterize the banking system financial stability:

- the absence of the financial instability and panic;
- the system's ability to withstand the external and internal influences;
- the ability to carry out the mission, functions and operations;
- the stable economic environment to ensure the financial stability of banks and financial stability result, sustainability of banks;
- the result of financial and macroeconomic stability systems;
- the stability operation, development and structure over time.

Taking into account the above-mentioned characteristics of the banking system financial stability concept, allowed the author to formulate the following definition of it: financial stability of the banking system is the state of the banking system as a result of financial and macroeconomic stability of the country and the stability of banks, the banking system is able to withstand the external and internal influences and perform mission, functions and operations provided that the stability of operation, structure and dynamic development in the long run.

Thus, the author has proposed the definition of financial stability of the banking system, based on the complex of its key characteristics:

Systemic nature, i.e., the stability of the banking system, on the one hand, depends on and is the part of the financial stability of the country and on the other – provides the stability and consists of banks;

relative nature, i.e., the confrontation to financial instability shocks, panic;

functional nature, i.e., the performance of functions and operations;

purposive nature, i.e., the banking system mission is the financial intermediary in the economy;

dynamic nature, i.e., the need to consider the impact of the time factor in the possibility of positive change to preserve the structure and functionality.

The concept of the banking system financial stability in the current conditions closely related to the concepts financial sustainability of the banking system, financial stability and financial stability of banks, the analysis and correlation of theoretical principles concerning the delineation of these concepts is the task of further research.

References

1. Алексеєнко Л. М. Ринок фінансового капіталу: становлення, проблеми, перспективи розвитку / Л. М. Алексеєнко. — К.: Вид-во «Максимум»; Тернопіль: Економічна думка, 2004. — 424 с.

2. Барановський О. І. Стійкість банківської системи / О. І. Барановський // Фінанси України. — 2007. — № 9. — С. 75–81.

3. Бондаренко Л. А. Дослідження поняття «стабільність банківської системи» та «стабільність банку» / Л. А. Бондаренко, М. В. Тарасенко // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/16_NPRT_2014/Economics/1_165419.doc.htm

4. Дудник І. М. Вступ до загальної теорії систем / І. М. Дудник // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: // <http://infppp.ua/wp-content/uploads/2010/09/wdzts919.pdf>, С. 40.

5. Закон України 1586-VII «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо запобігання негативному впливу на стабільність банківської системи» / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1586-18>.

6. Затварська О. О. Банківська система України та основні напрями її розвитку: автореф. дис. на здоб. наук. ступ. к.е.н.: спец. 08.04.01 «Фінанси, грошовий обіг і кредит» / О. О. Затварська. — К.: Науково-дослідний фінансовий інститут при Міністерстві фінансів України, 2004. — 19 с.

7. Зверук Л. А. Антикризові заходи в забезпеченні стійкості та стабільності банківського сектору економіки / Л. А. Зверук // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: // <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/download/3157/3117>.

8. Коваленко В. В. Науково-методологічні основи фінансової стабільності системи та індикатори її оцінки / В. В. Коваленко // Фінанси України. — 2008. — № 7. — С. 111–122.

9. Ларионова И. В. Реорганизация коммерческих банков [Текст] / Ларионова И. В. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 368 с.

10. Панасенко Г. Основні напрями забезпечення стабільності банківської системи України на шляху інтеграції у світовий фінансовий простір / Г. Панасенко // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: // <http://experts.in.ua>.

11. Погореленко Н. П. Моніторинг фінансової стабільності банківського сектору / Н. П. Погореленко, О. М. Сидоренко // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики. Збірник наукових праць. — 1(10). Ч. II / 2011. — Харків: ХІБС УБС НБУ. — С. 61–68.

12. Примостка Л. О. Аналіз банківської діяльності: монографія / Л. О. Примостка. — К.: КНЕУ, 2002. — 316 с.

13. Юданов А. Ю. Секреты финансовой устойчивости международных монополий / Юданов А. Ю. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 354 с.

Семенченко Ю.В.

*студентка фінансово-економічного факультету
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима
Гетьмана»
м. Київ, Україна*

ЛОЯЛЬНІСТЬ ФІЗИЧНИХ ОСІБ ДО БАНКУ

Хороший клієнт не обмежується одним продуктом банку, рекомендує банк друзям і не дивиться «наліво».

Епоха цінових воєн, «неефективних» ставок і агресивних захоплень-переділів ринку банківських послуг підходить до кінця. Принцип організації бізнесу «клієнтська піраміда», коли зростання показників забезпечується припливом все більшої кількості клієнтів, нехай випадкових, ніяк не мотивованих, нецільових, стає неефективним. Нове маркетингове завдання українського банку — виховання та утримання якісного цільового клієнта. Задача, яка не має однозначного вирішення.

Будь-який український банк хоче не просто залучити клієнта, але і мріє його утримати. Адже утримання перевіреного, надійного клієнта обходиться банку дешевше, ніж залучення нового. Тому в банківському лексиконі міцне місце зайняло словосполучення «програми лояльності» [2, с. 31].

В умовах жорстокої конкуренції на кредитному ринку, щоб клієнт не спокусився пропозиціями «на стороні», банки пропонують ексклюзивні умови по цілому ряду програм, безкоштовні сервіси, бонуси або подарунки. А щоб клієнт не купив одну послугу, а кілька, банки реалізують заснований на застосуванні різних маркетингових інструментів комплекс заходів. Причому багато з них користуються методами програм лояльності, навіть якщо їх офіційно на папері немає.

Лояльність (англ. *loyalty* — вірність) — це характеристика клієнта, покупця, що визначає його прихильність певному продавцю, бренду і т.п. В літературі прийнято визначати лояльність клієнта як результат взаємодії двох елементів: економічної лояльності та «емоційної лояльності». Під економічною лояльністю клієнта розуміється створення ним прибутку для компанії, тобто економічно лояльний клієнт — це клієнт, доходи від обслуговування якого виявляються більшими, ніж витрати на це обслуговування. Задача в цьому випадку складається не тільки в тому, щоб просто стимулювати клієнтів на повторні покупки, але і домагатися того, щоб умови та обсяги цих покупок не приносили збитків компанії. Більш того, в завдання банку входить створення таких умов для клієнтів, щоб

їх економічна лояльність до банку проявлялася протягом якомога більш тривалого періоду часу, а їх життєвий цикл максимізувався. Як показує світова практика «боротьби» за лояльність клієнтів, збільшення терміну, протягом якого клієнт економічно лояльний до компанії, можливо тільки при виробленні у клієнта позитивної емоційної лояльності [3, с. 13].

Таким чином, лояльність — це прихильність клієнта своєму банку, готовність продовжувати співпрацю з ним, а також рекомендувати його своїм друзям і знайомим.

У даному секторі (програма лояльності для фізичних осіб) банківських продуктів у міжнародній практиці найбільш поширені програми на базі платіжних карт. Вони реалізуються банками в партнерстві з найбільшими авіакомпаніями, ритейлерами та іншими учасниками ринку. А в їх основі накопичувальна система балів, які трансформуються в безкоштовні для клієнта хвилини розмови по мобільному зв'язку, безкоштовні милі авіаперельотів, знижки на товари і т.д. Програми влаштовані так, що чим більше клієнт (власник пластикової картки, що бере участь в програмі лояльності) розплачується за товари та послуги картою конкретного банку, тим менш вигідно з них виходити. Адже віддавши перевагу іншому проекту, клієнт втратить все накопичене. Таким чином, подібні програми стимулюють клієнта більше і частіше розраховуватися за різні покупки та послуги картою певного банку і «прив'язують» його до нього [4].

В Україні програми лояльності для фізичних осіб активно впроваджуються банками останні рік-два.

Наприклад, в Ощадбанку програма лояльності розрахована на власників зарплатних чи кредитних карток Ощадбанку: розплатившись ними в Україні або за кордоном, вони отримують на рахунок 3% від витраченої суми у вигляді бонусних балів. Ці бали еквівалентні гривням, які клієнти Ощадбанку зможуть витратити в мережах-партнерах.

Так, Приват Банк надає можливість своїм клієнтам розраховуватися у будь-якій установі, закладі платіжними картками, а також пропонує пільговий період погашення кредитної карти.

Сьогодні український ринок банківських продуктів бурхливо розвивається і банкам доводиться боротися за кожен відсоток ринкової частки. Тому завдання програм лояльності — змусити клієнта користуватися кількома банківськими продуктами з тим розрахунком, щоб він не мав можливості знайти щось краще в сусідньому банку. Кобрендингові продукти завжди користувалися популярністю серед клієнтів, оскільки клієнти отримують додаткові знижки і бонуси просто користуючись своєю картою при здійсненні покупок.

У 2011 році «Юнікредит» запустив кобрендинговий продукт з авіакомпанією S7. Оплачуючи покупки цією картою її власник отримує бонусні милі, які у підсумку можна обміняти на преміальний квиток

авіакомпанії S7 і її партнерів, що входять в авіаційний альянс Oneworld [1, с. 4].

Західний ринок банківських продуктів набагато більш розвинений, а клієнти більш досвідчені і розпечені. Тамтешні банки борються за конкуренцію, тому й інструменти у них більш тонкі. В Україні ж такої жорсткої конкуренції поки що не спостерігається, та й ринок активно зростає. Тому, по-перше, немає необхідності використовувати високотехнологічні, вузькоспеціалізовані і витратні інструменти. По-друге, в умовах України ефективні програми лояльності банкіри розглядають як більш універсальний інструмент, який дозволяє популяризувати не тільки карткові продукти, але й інші продукти та послуги банку. Можна навіть сказати, що сьогодні просунуті українські банкіри більшою мірою працюють над тим, як отримати лояльність клієнтів до банку як до такого, до його торговельної марки, тобто як отримати лояльність у «чистому вигляді». Наприклад, банк «Аваль», підвищуючи клієнтську лояльність за допомогою карткових со-brand-проектів UMCVisaAval і ISIC–Maestro, реалізує комплекс заходів щодо підвищення впізнаваності своєї торговельної марки. Оскільки, як озвучив позицію банку заступник директора департаменту неторгових операцій та платіжних карток АППБ «Аваль» Євген Плотиця, «лояльність клієнтів до банку тісно пов'язана з популярністю, прихильністю до торговельної марки. (Згідно з дослідженнями Europa Int., бренд банку «Аваль» займає перше місце по впізнаваності серед українських банків). Тому ряд наших акцій (програм) спрямований саме на формування лояльності до бренду банку «Аваль». Наприклад, ми проводимо програму лояльності грошових переказів Western Union. Ми хочемо, щоб клієнт, крім лояльності до торговельної марки Western Union, був лояльний ще й до банку «Аваль». Так от, якщо клієнт здійснює (надсилає або отримує) грошові перекази у відділеннях нашого банку, він приймає участь у розіграші великої кількості призів» [5].

Сьогодні українські банкіри під програмою лояльності, як правило, розуміють практично весь комплекс заходів (у тому числі маркетингового та рекламного характеру), який створює у клієнта лояльне (довірче) ставлення до банку. На однотайну думку банкірів, основне завдання програми лояльності в такому її розумінні — не просто утримати клієнта в конкретному банку, а примусити його скористатися більш ніж одним банківським продуктом. І чим більшу кількість продуктів клієнт купує в одному банку, тим він більш лояльний до даного банку, тим менше у конкурентів шансів переманити такого клієнта, і, отже, тим більш ефективна банківська програма лояльності (хоча, коли мова йде про VIP-клієнта, на перше місце за пріоритетністю виходить утримання його в банку). Тому, як вважає Е. Плотиця, лояльність клієнтів до банку тісно пов'язана з поняттям якості банківського обслуговування.

«Якщо клієнт купив у нас картку, а розмістив депозит в іншому банку, значить, він, швидше за все, незадоволений якістю нашої роботи. Тому для формування лояльності клієнта важливі дві складові: йому повинен подобатися банківський продукт, і його має влаштовувати якість обслуговування. Яскравий приклад: раніше клієнти нам говорили: картки у вас хороші і банкоматів багато, але додзвонитися до вас в банк неможливо. Ось в маленькому банку картки, може, і не такі хороші, і банкоматів набагато менше, але зате в будь-який момент можна додзвонитися і поговорити з менеджером. Тоді ми створили call center (телефонну службу інформаційної підтримки клієнтів), вклавши гроші в якість. І підвищили лояльність клієнтів до нас» [5].

Отже, формування у клієнтів лояльності до банку не відбувається саме по собі. На цей процес впливає безліч факторів, у першу чергу — задоволеність різними аспектами співробітництва з банком, яка є необхідною умовою для формування лояльності. Чим більше задоволений користувач банківських послуг, тим більше він лояльний до свого банку. Таким чином, турбота про задоволеність клієнтів фінансових компаній веде не тільки до стабільної клієнтської бази, але і до її розширення.

Література

1. Венгрияк Христина. Обслуговування клієнтів: як втримати лояльність? [Текст] / Христина Венгрияк // Юридична газета. — 2014. — № 20/21 (16 верес.). — С. 1, 4–5.
2. Дубровская А. Своего не отдадим // Финансы. — 2011. — № 10(389). — с. 31–34.
3. Козьменко С. М., Васильева Т. А., Леонов С. В. Маркетинг банківських інновацій // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2011. — № 1. — С. 13–28.
4. Дорохова А. Программы лояльности клиентов: проблемы, применение, учет / А. Дорохова // Grossbuhpro [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://grossbuhpro.kz/article/show/6193>
5. Умови участі в акції для користувачів послугою «Альфа Мобайл» від Альфа Банку // Альфа банк [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.alfabank.ua/ru/press-sluzhba/novosti/startuet-akcija-dlja-aktivnyh-polzovatelei-mobilnogo-prilozhenija-alfa-mobail.htm>

Секція 3. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ, УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК І АУДИТ

Бацюровська В.В.

*студентка економічного факультету
Вінницький національний аграрний університет
м. Вінниця, Україна*

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Земля є основним національним багатством, що перебуває під особливою охороною держави. У сільськогосподарському виробництві земля є найважливішим господарським засобом, без якого неможливий процес виробництва. За даними земельного обліку, загальна площа сільськогосподарських угідь на початок 2014 р. становила 41,5 млн га (69% території України, з урахуванням території Автономної Республіки Крим та м. Севастополь), з яких 32,5 млн га — площа ріллі [6].

Об'єктами земельних відносин у сфері сільськогосподарського виробництва є землі сільськогосподарського призначення всіх форм власності і господарювання. Відповідно до Земельного кодексу України, землями сільськогосподарського призначення визнаються землі, надані для виробництва сільськогосподарської продукції, здійснення сільськогосподарської науково-дослідної та навчальної діяльності, розміщення відповідної виробничої інфраструктури, у тому числі інфраструктури оптових ринків сільськогосподарської продукції, або призначені для цих цілей. [1]

Проблемами земельних відносин в Україні присвячена значна кількість праць. Питаннями облікового забезпечення земельних відносин займаються М. Дем'яненко, Г. Кірейцев, В. Ярмоленко, Л. Сук, П. Каблук, П. Гайдуцький, Г. Калетнік, О. Петрук, Я. Іщенко та інші.

Бухгалтерський облік як інформаційна система здатен посилити ефективну основу управління земельними ресурсами як на рівні держави, так і на рівні окремого суб'єкта господарювання. Забезпечити вирішення цих проблем, реалізацію законодавчих норм можна лише за умови визнання землі активом та об'єктом бухгалтерського обліку, розробки і впровадження обліково-інформаційного забезпечення земельних відносин.

Розмір землекористування та ефективність її використання мають значний вплив на формування фінансових результатів діяльності сільськогосподарських підприємств. [2]

Розвиток галузевого бухгалтерського обліку потребує негайного відображення найбільш значимого в аграрній економіці активу — земельного капіталу, який має стати в основі нової парадигми розвитку бухгалтерського обліку в аграрному секторі економіки.

Вирішення цього питання потребує, перш за все адекватного наукового забезпечення нормативного регулювання методології та організації бухгалтерського обліку земельного капіталу.

Постановка земельних угідь на баланси сільськогосподарських формувань вимагає чіткого та достовірного інформаційно-облікового забезпечення. Першою суттєвою проблемою на шляху правильної організації бухгалтерського обліку землі в сільськогосподарських підприємствах є достовірність даних про кількість земельних угідь за їх видами. Тому важливим кроком у вирішенні даного питання є обов'язкове проведення інвентаризації земель сільськогосподарського призначення у всіх сільськогосподарських формуваннях. Тому рекомендується здійснювати інвентаризацію необоротних активів, в тому числі і земельних ділянок, один раз на три роки в розрізі видів сільськогосподарських угідь: пасовища, рілля, сіножаті, водойми, ліси, землі запасу тощо, з одночасною перевіркою наявності установчих документів, договорів оренди, прав власності або сертифікатів та інших документів, що засвідчують право власності чи користування земельними ділянками.

Водночас, на нашу думку, в ході проведення інвентаризації слід враховувати і їх якість, тобто, крім придатних земель для сільськогосподарського виробництва, виділяти особливо цінні землі, вказувати малоприсадибні, непридатні землі під сільськогосподарські угіддя, порушені землі. [3]

Також необхідним для всіх підприємств АПК є впровадження такої системи обліку земельних ділянок, яка забезпечить збір та систематизацію особливих даних про кількість, якість та стан використання земель різного функціонального призначення.

Ще однією важливою проблемою обліку земельного капіталу на сільськогосподарських підприємствах є необхідність запровадження єдиних методологічних засад аналітичного обліку земельних ділянок. [4] Потреба у веденні такого обліку очевидна, оскільки дані аналітичного обліку є основою у складній системі використання землі підприємствами, яка зводиться до наявності взаємозв'язку ряду процедур наступного виду (рис. 3):

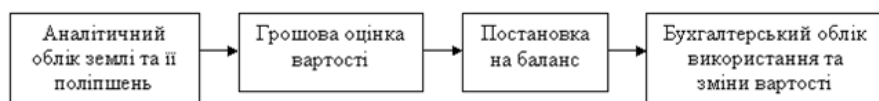


Рис. 3. Взаємозв'язок операцій використання земельних ділянок в господарському обороті підприємств АПК

Наступною і теж немало важливою проблемою, яка повстає перед обліком землі і земельних відносин сільськогосподарського призначення, є удосконалення нормативно-правової бази даної ділянки обліку, яка б була чіткою, зрозумілою і доступною в першу чергу для аграріїв-практиків. Ми погоджуємося з думкою вчених-економістів про необхідність розробки і введення в дію національного стандарту з обліку землі і земельних відносин в сільськогосподарських формуваннях, який обов'язково має враховувати специфіку сільськогосподарського виробництва, яка поєднується з особливостями національного досвіду. Цей правовий акт повинен включати, як економічну так і екологічну підсистему.

Особливості земель сільськогосподарського призначення вимагають виділення їх в окрему групу активів та розроблення специфічної методики обліку вказаних активів, зокрема через розробку та прийняття стандарту та методичних рекомендацій з обліку земель сільськогосподарського призначення.

Вирішення питання легалізації земельного капіталу в бухгалтерському обліку потребує внесення концептуальних змін в систему управління методологією бухгалтерського обліку в аграрному секторі. Федерацією аудиторів, бухгалтерів і фінансистів АПК України спільно з Міністерством аграрної політики та продовольства України розроблено Концепцію розвитку бухгалтерського обліку в аграрному секторі України [5], запровадження якої передбачає вирішення даного питання. Зокрема, реалізація методологічних завдань Концепції забезпечить розробку методології бухгалтерського обліку специфічних об'єктів сільського господарства, а саме фізичного капіталу, ключовою категорією якого є земля як просторовий базис та основний засіб виробництва в сільському господарстві.

Література

1. Земельний кодекс України від 25.10.2001 р. № 2768-III [Електронний ресурс]. — Режим доступу: zakon.rada.gov.ua
2. Правдюк Н. Л., Іщенко Я. П. Особливості земель сільськогосподарського призначення як об'єкта бухгалтерського обліку / Н. Л. Правдюк, Я. П. Іщенко // Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету. Серія Економічні науки / Редколегія: Калетнік Г. М. (головний редактор) та інші. — Вінниця, 2012. Випуск 1 (56). — С. 211–217.
3. Методичні рекомендації з інвентаризації основних засобів, нематеріальних активів, товарно-матеріальних цінностей, грошових коштів, розрахунків та незавершеного виробництва сільськогосподарських підприємств. Міністерство аграрної політики України. Рекомендації № 37-27-12/14023 від 04.12.2003 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: search.ligazakon.ua/1_doc2.../FIN11085.html.
4. Порядок аналітичного обліку земель в наукових установах, підприємствах та організаціях УААН, затверджений постановою Президії УААН від 26.08.2004 р. [Електрон. ресурс]. — Ліга: еліт Закон Copyright: ІАЦ «Ліга». — 2004–200812.

5. Проект Концепції розвитку бухгалтерського обліку в аграрному секторі економіки України [Текст] // Облік і фінанси АПК – 2008. – № 3.

6. Сільське господарство України у 2014 році: доповідь Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ7_u.htm

Vakarchuk V.

Studentin

Plikus I.

Ph.D.

Sumy Staatliche Universität

Sumy, Ukraine

DIE STEUERUNG IMMATERIELLER VERMÖGENSWERTE IM KRISENMANAGEMENT

Immaterielle Vermögenswerte sind der wichtigste Faktor der Produktion und Effizienzsteigerung der Betriebsfunktion in der Wissensökonomie. Gerade immaterielle Vermögenswerte sind die Hauptressource der wirtschaftlichen Steigerung des Unternehmens und die Quelle der Zusatzkosten für die meisten entwickelten Länder [1, S. 303]. Dieses Problem wurde von A. N. Kozzyriev, S. F. Lehentchuk, E. Flamkhots, V. L. Makarov, B. Lev, A. N. Khorin, R. Khouell, Lihonenko L. O., Korotkov E. M., Kurosheva H. M., M. O. Homeniuk, O. M. Hrebechkova, K. I. Dmytriv, O. V. Kendiukhova, A. M. Kolot studiert. Die Probleme der Erfassung und Bewertung von immateriellen Vermögenswerten sind in ihren Arbeiten behandelt, aber die Rolle der immateriellen Vermögenswerte beim Krisenmanagement des Unternehmens ist unterbewertet: 1) die Fragen der Verbesserung der Effektivität des Betriebsmanagements und Erhaltung der Zusatzkosten dank der rationellen Verwendung von gewerblichen Eigentumsobjekten, Copyrightobjekten, Goodwill usw. wurden nicht behandelt; 2) es gibt keinen Konsens über die Positionierung des Krisenmanagements immaterieller Vermögenswerte im Unternehmensmanagementsystem und eine klare Auslegung des „Krisenmanagements immaterieller Vermögenswerte“, seinen Subjekt und Objekt; 3) Instrumente, Modelle und Methoden charakteristisch für den Krisenmanagement immaterieller Vermögenswerte sind mehrdeutig ausgelegt. Diese Umstände erfordern die Notwendigkeit der weiteren Forschungen bezüglich der Probleme

des Krisenmanagements des Unternehmens und der Bestimmung der Rolle immaterieller Vermögenswerte dieses Managements. Deshalb, ist der Zweck des Artikels die Vorstellung der wissenschaftlichen und methodischen Ansätze zur Formierung und Realisierung des Krisenmanagements der immateriellen Vermögenswerte des Unternehmens.

Die Analyse der methodischen Ansätze zu dem Aufbau und die Implementierung des Systems des Krisenmanagements im Unternehmen [2, S. 69; 3, S. 21], und auch der Anpassung der Elemente dieses Systems an die Spezifik des Unternehmens, das im Bereich der Wissensökonomie funktioniert, gibt Anlass zu behaupten, dass:

1) Krisenmanagement, einerseits, ein System der Steuerung des Objekts des Wirtschaftens zum Zweck des Widerstands gegen Krise, und andererseits – ein System der administrativen Maßnahmen bezüglich bestimmtes Unternehmens, das im Krisenzustand geriet ist, dabei ist sein Zahlungsunfähigkeitsfeststellung obligatorisch;

2) Gemäß Vorschriften (Standards) zur Buchführung 8 „Immaterielle Vermögenswerte“ [4], immaterieller Aktiv ein nicht monetärer Aktiv ist, das keine Materialform hat und kann identifiziert werden. Bei der Analysierung [4] und der Vorschriften des Vierten Buches des Zivilgesetzbuches [5], wurde es festgestellt, dass der wirtschaftlichen und rechtlichen Klassifikation entsprechend immaterielle Vermögenswerte in zwei Kategorien eingeteilt werden können: geistiges Eigentum und Goodwill des Unternehmens. Gemäß IAS38 „Immaterielle Vermögenswerte“ [6], immaterieller Aktiv ist ein identifizierbarer, nicht monetärer Aktiv ohne Materialform. Dabei in [6] wird zunächst den Begriff der „immateriellen Ressourcen“ ausgelegt, die bedingt auf folgende Weise gruppiert werden: 1) immaterielle Ressource, die der Definition und den Kriterien der Anerkennung der immateriellen Vermögenswerte entsprechen (Ressourcenansatz wird verwendet); 2) immaterielle Ressource, die der Definition und den Kriterien der Anerkennung der immateriellen Vermögenswerte nicht entsprechen und geraten in nicht identifiziert und nicht von Unternehmen getrennt immaterielles Aktiv – Goodwill, der in der Finanzberichterstattung als der Aktiv nur bei dem Erwerb oder Unternehmenszusammenschluss ausgewiesen werden kann (Bilanzansatz wird verwendet).

Nach Analyse und Synthese der Charakteristiken und Eigenschaften der wirtschaftlichen Begriffen „Krisenmanagement“ und „immaterielle Vermögenswerte“, das Wesen den Begriff „Krisenmanagement immaterieller Vermögenswerte“ wird als der Prozess der Verwendung der Technologien und Techniken der Steuerung immaterieller Vermögenswerte im System der strategischen und operativen Managemententscheidungen, die vom Management getroffen werden, festgestellt, die auf den Krisenaustritt und die Verhütung der Unternehmensinsolvenz für die Sicherstellung und Realisierung der Hauptziele seines Entwicklung gezielt sind.

Ausgehend von ausgelegtem Wesen des „Krisenmanagements immaterieller Vermögenswerte“ das Objekt des Krisenmanagements immaterieller Vermögenswerte sind organisatorische und wirtschaftliche Beziehungen, die im Prozess der Managemententscheidungsfassungen im Unternehmen bezüglich des Krisenaustritts und der Verhütung der Unternehmensinsolvenz entstehen und Gegenstand sind Instrumente des Prozesses der Managemententscheidungsfassungen bezüglich des Krisenaustritts und der Verhütung der Unternehmensinsolvenz. Studie der theoretischen und Rechtsgrundlage und Praxis der Steuerung immaterieller Vermögenswerte [7, S.184; 8] erlaubte die folgende Etappen des Krisenmanagements festzustellen:

Erste Etappe – die Entwicklung von Anti-Krisen Strategie.

Zweite Etappe – die Analyse und Bewertung von Bedrohungen.

Dritte Etappe – die Entwicklung der Strategie des Krisenmanagements immaterieller Vermögenswerte. Auf diese Etappe: 1) wird die Einschätzung immaterieller Vermögenswerte und ihre Klassifikation, Analyse der Verwendung und den Rechtsschutz dieser Objekte durchgeführt; 2) wird den Wert aller Objekte immaterieller Vermögenswerte festgesetzt und werden die Kosten nötig für ihre Schutz und Erwerb berechnet. Aktionsplan bezüglich der Aufwertung immaterieller Vermögenswerte der Gesamtstrategie des Unternehmens entsprechend wird entwickelt; 3) werden Anlagen in immateriellen Vermögenswerte geplant; 4) werden die Entscheidungen über die zukünftigen Kapitalanlagen getroffen; 5) wird die Kontrolle über die Etappen ausgelegt in der Tabelle 1 ausgeübt und wird das Ausmaß der effektiven Verwendung immaterieller Vermögenswerte im Unternehmen festgestellt.

Tabelle 1

**Etappe der Kontrolle über die immateriellen
Vermögenswerte des Unternehmens**

Etappen	Charakteristik
Organisations – und Vorbereitungsetappe	Feststellung der Spezifik immaterieller Vermögenswerte, Entwicklung des Programms der Prüfung und Auswahl der Dokumente für die Prüfung.
Technologische Etappe	Studie der Benutzung der immateriellen Vermögenswerte und die Kontrolle der Vorstellung dieser Vermögenswerte im Ausweis
Ergebnisetape	Formierung der Projekte der Managemententscheidungen bezüglich des Wertes immaterieller Vermögenswerte und ihrer effektiven Steuerung mit dem Zweck des Krisenaustritts und der Verhütung der Insolvenz.

Quelle: in Übereinstimmung mit [9] ausgefertigt

Studie der Funktionen und Entwicklung der Grundsätze des Krisenmanagements immaterieller Vermögenswerte, deren Grundlagen die Funktionen und Prinzipien der Steuerung immaterieller Vermögenswerte sind, eine wichtige methodische Grundlage der Realisierung des Krisenmanagements immaterieller Vermögenswerte im Unternehmen ist (Tabelle 2).

Tabelle 2

Hauptfunktionen der Steuerung immaterieller Vermögenswerte Funktionen Charakteristik

Funktionen	Charakteristik
Planung	feststellt die Zwecke der Steuerung immaterieller Vermögenswerte; hilft bei der Erstellung der Entwicklungsprognose des Unternehmens unter der effektiven Benutzung immaterieller Vermögenswerte.
Organisation	vorsieht Vereinigung der verschiedenen Unternehmensressourcen für die Formierung des Managementsystems
Koordinierung	hat das Zweck der Vereinigung aller Funktionen in einheitliches System um gestecktes Ziel der Steuerung immaterieller Vermögenswerte zu erreichen.
Regulierung	hält bestimmte Parameter effektiver Steuerung immaterieller Vermögenswerte;
Kontrolle	ausübt die Analyse und Erfassung der Information über der Tätigkeitsergebnisse und vergleicht die tatsächliche Ergebnisse mit den geplanten und im Fall, wenn die Angaben unterscheiden sich, entwickelt die Maßnahmen um die Gründe der Abweichungen zu eliminieren.

Quelle: systematisch ausgehend von [10, S.82; 11, S.69]

Ungeachtet der Hauptfunktionen der Steuerung immaterieller Vermögenswerte des Unternehmens Slobodianiuk N. A. [11, S.69] bestimmt solche spezifische (untypische) Funktionen: informationstechnische Unterstützung, bewachung, Diagnostik, Controlling. Er denkt, dass oben genannte Funktionen der Steuerung immaterieller Vermögenswerte des Unternehmens am vollständigsten aufdecken das Wesen solcher Steuerung. Die Steuerung immaterieller Vermögenswerte basiert auf den folgenden Grundlagen: Flexibilität, Kontinuität, Ergebnisorientierung, Prozesskoordinierung, Einführung der Kontrolle in den Prozess, Abhängigkeit vom Ergebnis, Zielorientierung, Wissenschaftlichkeit usw. [12, S.102].

Wir können somit behaupten, dass: 1) die Steuerung immaterieller Vermögenswerte im System Krisenmanagement des Unternehmens nicht ein einzelnes Handeln sondern eine zyklische Wiederholung bestimmter Handlungen ist [13, s. 101]; 2) die Unternehmen ständig nach den neuen Wachstumspunkten und

Generation der Geldströme suchen. Einer der wichtigsten Punkte sind immaterielle Vermögenswerte, deren professionelles Management die Wettbewerbsvorteile dem Unternehmen, das die Aufmerksamkeit auf dieses Aktiv lenkt, sichert.

Literatur (Original)

1. Плікус І. Й. Економічний потенціал підприємств, що функціонують в економіці, заснований на знаннях // Бізнес Інформ. — 2014. — № 4. — С. 303–307.
2. Плікус І. Й. Удосконалення механізму управління фінансовою санацією підприємств / І. Плікус, Н. Новак, М. Мільчаковська // Вісник Сумського державного університету. Серія економіка. — том 2. — 2010. — № 1. — С. 69–77.
3. Плікус І. Й. Фінансовий аналіз як метод превентивного контролю в системі антикризового фінансового управління / І. Плікус, Ю. Високос // Вісник Сумського державного університету. Серія економіка. — том 3. — 2012. — № 10 — С. 21–29.
4. П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>
5. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV // Верховна Рада України: за редакцією від 06.11.2014 [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
6. МСБО 38 «Нематеріальні активи» [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/control/publish/article/main?art_id=92410&cat_id=92408
7. Журавка Ф. О. Особливості системи управління та контролю за нематеріальними активами підприємства / Журавка Ф. О. // Сучасні тенденції розвитку обліку, контролю й аналізу нематеріальних активів: монографія / за заг. ред. Ф. О. Журавки. — Суми: Ярославна, 2015. — С. 184–196.
8. Кантаєва О. В. Контроль ефективності використання нематеріальних активів для прийняття управлінських рішень / О. Кантаєва, М. Бабіч. [Електронний ресурс]. // Міжнародний збірник наукових праць. — Випуск 3(21). — 2011. — № 3 — Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ptmbo/2011_3_1/19.pdf.
9. Тарасюк Д. С. Проблеми та перспективи стратегічного управління нематеріальними активами [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://libfor.com/index.php?newsid=13>
10. Стояненко І. В. Особливості управління нематеріальними активами підприємства / Стояненко І. В. // Молодий вчений. — 2014. — № 7 (10). — С. 82–85.
11. Слободянюк Н. А. Моделювання комплексної системи функції управління нематеріальними активами підприємства / Н. А. Слободянюк // Схід. — 2010. — № 4(104). — С. 69–74.
12. Інтелектуальний капітал підприємств АПК в регіональній інноваційній системі: монографія / Г. В. Жаворонкова, В. О. Жаворонков, Д. М. Соковніна, Л. Ю. Мельник, М. О. Гоменюк / За ред. д. е. н. Г. В. Жаворонкової. — Умань: Соцінський, 2012. — 550 с.
13. Мірошник Р. О. Методика позиціонування машинобудівних підприємств у матриці нематеріальні активи-інноваційна активність» / Р. О. Мірошник, О. З. Сорочак // Збірник наукових праць «Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики» — Харків: Видавництво Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут». — 2010. — № 3(10). — с. 101–117.

Literatur

1. Plikus I. Y. (2014) Das wirtschaftliche Potenzial der Betrieb in einer Wirtschaft, die auf Wissen (Business Info), 4, 303–307 (in Ukr).
2. Plikus I., Novak N. & Milchakovska M. (2010) Der Mechanismus der Verwaltung der finanziellen Nachjustierung von Unternehmen. Bulletin Sumy Staatliche Universität, 2/1, 69–77 (in Ukr).
3. Plikus I., Vysokos Yu. (2012) Finanzanalyse als Methode der vorbeugenden Kontrolle Systemkrise der Finanzverwaltung. Bulletin Sumy Staatliche Universität. 2/10, 21–29 (Ukr).
4. P(S)BO 8 „Immaterielle Vermögenswerte“ [electronic resource] – Zugang: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99> (in Ukr).
5. Das Zivilgesetzbuch der Ukraine vom 16.01.2003 № 435-IV [electronic resource] bearbeitet – Zugang: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (in Ukr).
6. IAS38 „Immaterielle Vermögenswerte“ [electronic resource] – Zugang: http://www.minfin.gov.ua/control/publish/article/main?art_id=92410&cat_id=92408
7. Zhuravka F. O. (2015) Merkmale des Systems Verwaltung und Kontrolle der Unternehmens immaterielle Vermögenswerte. Modern Trends in der Buchhaltung, Kontrolle und Analyse der immateriellen Vermögenswerte. Sumy (in Ukr).
8. Kantaieva A. V. & Babich M. I. (2011) Überwachung der Wirksamkeit der immateriellen Vermögenswerte für Unternehmensentscheidungen (Internationale Technologien): [electronic resource]. – Zugang: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/ptmbo/2011_3_1/19.pdf.
9. Tarasiuk D. S. Probleme und Perspektiven der strategischen Management von immateriellen Vermögenswerten: [electronic resource]. – Zugang: <http://libfor.com/index.php?newsid=13>
10. Stoianenko I. V. (2014) Eigenschaften der immateriellen Vermögenswerte des Unternehmens (Junge Wissenschaftler), 7 (10), 82–85 (in Ukr).
11. Slobodianiuk N. A. (2010) Simulation komplexer Systemverwaltungsfunktionen immateriellen Vermögenswerte des Unternehmens (Osten), 4 (104), 69–74 (in Ukr).
12. Zhavoronkova G. V., Zhavoronkov V. A., Sokovkina D. M., Melnik L. Yu. & Homeniuk M. O. (2012) Intellektuelles Kapital landwirtschaftlichen Unternehmen in der regionalen Innovationssystemen. Uman (in Ukr).
13. Miroshnik R. O. & Sorochak A. Z. (2010) Verfahren Positionierung Matrix Engineering-Unternehmen in immaterielle Vermögenswerte und Innovationstätigkeit. Industrie Wirtschaft und Management Ingenieur: Probleme der Theorie und Praxis (s. 101–117). Kharkov: Veröffentlichung des National Aerospace University M. Ye. Zhukovskoho „Kharkov Aviation Institute“ (in Ukr).

Омельченко Н.В.

*старший викладач кафедри обліку і аудиту
Київська державна академія водного транспорту
м. Київ, Україна*

СВІТОВИЙ ДОСВІД ПОБУДОВИ ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ ОБЛІКУ ВИТРАТ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ НА ПРАКТИЦІ ПІДПРИЄМСТВ ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ

Для воднотранспортної галузі, як сукупності підприємств різного профілю, зокрема судноплавних компаній, морських і річкових портів, портових операторів (*стивідорних компаній*), суднобудівних та судноремонтних заводів, актуальним є вирішення проблем облікового характеру в течії постійних змін в законодавстві, спричиненими прагненням країни зануритися у вирій євроінтеграційних процесів.

Як показує практика, вітчизняні підприємства здебільшого застосовують лише класичні, традиційні методи обліку витрат, не враховуючи світовий досвід, що натомість переконує в ефективності застосування багатьох новітніх методик обліку та калькулювання витрат [2, с. 72]. Звідси випливає необхідність дослідити інтегровану систему обліку витрат, що використовується підприємствами країн англосаксонської групи (США, Великої Британії, Австралії, Канади) та з'ясувати перспективи впровадження на практиці підприємств водного транспорту.

Губачова О. М., Мельник С. І. [1, с. 371] зазначають, що інтегрована система країн англосаксонської групи характеризується кореспонденцією рахунків управлінського обліку з рахунками фінансового обліку в межах єдиної системи рахунків. Привертає увагу той факт, що облікова система досліджуваних країн характеризується відсутністю жорсткого регулювання з боку держави, а бухгалтерський облік є саморегульованим, оскільки його правила, принципи і концепції розробляються і приймаються професійними організаціями. Крім того, характерним є відсутність єдиного національного плану рахунків. Це означає, що системи рахунків обираються компаніями самостійно, виходячи із масштабів і специфіки їхньої діяльності. У вітчизняній практиці спостерігається протилежна ситуація. Бухгалтерський облік жорстко регламентується з боку держави, що не залишає право вибору підприємствам обрати дієві механізми для відтворення прозорої картини облікової політики формування витрат за місцями виникнення, центрами витрат і центрами відповідальності, що здійснюється лише на рівні наукових досліджень.

Садовська І. Б. [4, с. 428] підкреслює, що інтегрована система обліку країн англосаксонської групи забезпечує калькулювання собівартості окремих видів продукції та контроль витрат на її виробництво. Це досягається через «вмонтування» рахунків виробничого обліку до загальної системи рахунків, в результаті чого вони кореспондують з рахунками фінансового обліку [3, с. 298].

Особливістю інтегрованої системи країн англосаксонської групи є те, що облік витрат ведеться за функціональними ознаками [1, с. 371; 3, с. 298; 4, с. 428]:

- для обліку витрат, пов'язаних з виробництвом продукції використовують рахунки «виробництво» та «виробничі накладні витрати»;
- прямі виробничі витрати відображають безпосередньо на рахунку «виробництво», непрямі накопичуються на рахунку «виробничі накладні витрати», а наприкінці звітної періоду списуються на рахунок «виробництво» і розподіляються між об'єктами калькулювання;
- витрати підрозділів, що не здійснюють невиробничі функції (управління, збут, дослідження), не включаються у виробничу собівартість продукції і обліковуються на окремих рахунках. Наприкінці звітної періоду ці витрати списують на рахунок фінансових результатів.

Можемо констатувати, що в інтегрованій системі обліку витрати, пов'язані з виробництвом, наданням послуг та виконанням робіт відображаються на субрахунку другого порядку 231 «Основне виробництво» і 232 «Допоміжне виробництво» через призму фінансового обліку, на основі чого доцільним є проведення деталізації витрат в розрізі видів продукції, надання послуг і виконання робіт, а також за місцями виникнення, центрами витрат і центрів відповідальності.

На підприємствах водного транспорту, на відміну від промислових, під процесом виробництва розуміють:

- перевезення вантажу, пасажирів, тури і круїзи, послуги кріюнга (судноплавні компанії);
- вантажно-розвантажувальні роботи, обробка та зберігання вантажів (морські і річкові порти, портові оператори (стивідорні компанії));
- будівництво суден, машинобудування, виготовлення трубопроводів (суднобудівні заводи);
- ремонт, дефектація і модернізація суден (судноремонтні заводи).

Нами запропоновано побудувати інтегровану систему обліку витрат на прикладі судноплавних компаній, морських і річкових портів, портових операторів (*стивідорних компаній*), суднобудівних і судноремонтних заводів (табл. 1), що так є специфічними за масштабами діяльності та процесом надання різноманітного спектру послуг та виробництва.

Побудова інтегрованої системи обліку на практиці підприємств водного транспорту в напрямку адаптації світового досвіду країн англосаксонської групи

Фінансовий облік				Управлінський облік	
Синтетичні рахунки першого порядку		Субрахунки другого порядку		Субрахунки третього порядку (рахунки аналітичного обліку)	
Код	Назва	Код	Назва	Код	Назва
1. Судноплавні компанії					
23	Виробництво				
		231	Основне виробництво		
				2311	Перевезення вантажу
				2322	Перевезення пасажирів
		232	Допоміжне виробництво		
				2321	Тури і круїзи
				2322	Послуги круїнга
				2323	Розробка та супровід комплексних інформаційно-аналітичних систем
2. Морські і річкові порти					
23	Виробництво				
		231	Основне виробництво		
				2311	Вантажно-розвантажувальні роботи
				2312	Обробка та зберігання вантажів
		232	Допоміжне виробництво		
				2321	Фумігація і дегазація судна
				2322	Митні брокерські послуги
				2323	Експедитування і декларування вантажів
				2324	Надання причалів судам для матеріально-технічного постачання, дрібного ремонту й інших потреб
3. Портові оператори (стивідорні компанії)					
23	Виробництво				
		231	Основне виробництво		
				2311	Вантажно-розвантажувальні роботи

Продовження табл. 1

		2322	Обслуговування та зберігання вантажів
		2323	Обслуговування суден і пасажирів
	232	Допоміжне виробництво	
		2321	Зачистка трюмів суден, вагонів
		2322	Переміщення вантажу
		2323	Комплектація вантажів
4. Суднобудівні і судноремонтні заводи			
23	Виробництво		
	231	Основне виробництво	
		2311	Будівництво суден
		2322	Ремонт, дефектація і модернізація суден
	232	Допоміжне виробництво	
		2321	Будівництво контейнерів
		2322	Машинобудування
		2323	Виготовлення трубопроводів

Джерело: розробка автора

В перспективі інтегрована система обліку витрат дозволить створити потужний інструментарій гармонійного поєднання даних різних видів обліку за підтримки держави, професійних організацій, апробації наукових досліджень та інформаційних систем, прописаних під специфіку діяльності підприємств водного транспорту.

Література

1. Губачова О. М., Мельник С. І. Облік у зарубіжних країнах: Підручник. — К.: Центр учбової літератури, 2008. — 432с.
2. Дороженко Л. І. Сучасні методи обліку витрат у контексті зарубіжного досвіду / Л. І. Дороженко // [Електронний ресурс]: Режим доступу: // file:///C:/Users/pc/Downloads/drep_2014_2_15%20(1).pdf
3. Півнюк О. Міжнародний досвід обліку витрат на підприємствах у сучасних умовах господарювання / О. Півнюк // [Електронний ресурс]: Режим доступу: // http://econ.at.ua/Vypusk_6/pivnyuk.pdf
4. Садовська І. Б. Бухгалтерський облік: навчальний посібник для вищої школи. / Луцьк. нац. техн. ун-т. — К.: Центр учбової літератури, 2013. — 688 с.

Пінчук Л.В.

Семекрас І.О.

*Вінницький національний аграрний університет
м. Вінниця, Україна*

ВІДОБРАЖЕННЯ ТА ОЦІНКА ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНІСТІ В ОБЛІКУ

Одним з найважливіших показників, які характеризують фінансовий стан підприємства, є стан розрахунків з дебіторами і кредиторами. Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку № 10 «Дебіторська заборгованість», визначаються методологічні основи формування бухгалтерського обліку і розкриття у фінансовій звітності підприємствами, установами, організаціями та іншими юридичними особами незалежно від форм власності інформації про дебіторську заборгованість.

Згідно з П(С)БО 10 Дебітори – це юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів. Відповідно дебіторська заборгованість – це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату [1].

Як відомо, заборгованість може бути різною, відповідно по-різному відображається в обліку та фінансовій звітності підприємства. За строком погашення дебіторська заборгованість може бути довгостроковою і поточною. При цьому враховуються два критерії: строк погашення та зв'язок з нормальним операційним циклом. Для обліку поточної дебіторської заборгованості визначено П(С)БО 10 [1].

Поточна дебіторська заборгованість – це сума дебіторської заборгованості, яка виникає в ході нормального операційного циклу або буде погашена протягом дванадцяти місяців з дати балансу.

Для обліку поточної дебіторської заборгованості Планом рахунків бухгалтерського обліку [4] передбачені рахунки 3 класу: 34 «Короткострокові векселі одержані»; 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками»; 37 «Розрахунки з різними дебіторами»; 38 «Резерв сумнівних боргів».

Щодо оцінки довгострокової дебіторської заборгованості та відображення її в балансі підприємства в П(С)БО 10 визначено наступне [1]:

Довгострокова дебіторська заборгованість, на яку нараховуються відсотки, відображається в балансі за їхньою теперішньою вартістю.

Для обліку довгострокової дебіторської заборгованості Планом рахунків бухгалтерського обліку [4] передбачені рахунок 1 класу 18 «Довгострокова дебіторська заборгованість та інші необоротні активи» з відповідними субрахунками.

Важливо зазначити, що оцінка поточної дебіторської заборгованості залежить від причини її виникнення та її вигляду.

Наприклад, поточна дебіторська заборгованість, що виникла в результаті реалізації продукції, товарів, робіт або послуг на умовах наступної оплати оцінюється за первісною вартістю.

Слід звернути увагу на те, що під первісною вартістю дебіторської заборгованості розуміється вартість, за якою такий товар був реалізований, а не його собівартість.

За такою первісною вартістю поточна дебіторська заборгованість, що виникла із зазначеної вище причини, враховується доти, поки не відбудеться одна з двох подій:

- 1) буде здійснене її погашення, і вона перестане існувати як така;
- 2) виникне різниця між справедливою вартістю даної дебіторської заборгованості та номінальною сумою коштів або (і) їхніх еквівалентів, які підлягають одержанню за реалізований товар.

Зазначимо, що відповідно до П(С)БО 19 справедлива вартість — це сума, за якою може бути здійснений обмін активу, або оплата зобов'язання в результаті операції між обізнаними, зацікавленими й незалежними сторонами [3].

Що стосується еквівалентів коштів, то відповідно до НП(С)БО 1 це: короткострокові високоліквідні фінансові інвестиції, які вільно конвертуються в певні суми коштів та які характеризуються незначним ризиком зміни вартості [2].

У випадку, якщо відбудеться перша подія, то її наслідки прості й зрозумілі. Щодо другого випадку проблемним є питання, щодо визначення справедливої вартості дебіторської заборгованості. Зокрема, якщо мова йде про справедливую вартість дебіторської заборгованості це одне, а якщо мова йде про справедливую вартість дебіторської заборгованості, як компенсацію за поставлений товар, то це інше. В першому випадку, справедлива вартість визначається, виходячи з ринкової вартості аналогічних зобов'язань при здійсненні передачі права їхньої вимоги, а в другому випадку — виходячи з ринкової вартості переданого покупцеві та не оплаченого товару. В цих двох випадках справедлива вартість буде різною.

Довгострокова дебіторська заборгованість, на яку нараховуються відсотки, відображається в балансі за її теперішньою вартістю. Визначення теперішньої вартості залежить від виду заборгованості та умов її погашення. Теперішня вартість — це грошова вартість майбутніх доходів на теперішній час. Розрахунок теперішньої вартості здійснюється за допомогою дисконтування, тобто довгострокова дебіторська заборгованість оцінюється за дисконтованою вартістю майбутніх платежів, які очікуються для погашення цієї заборгованості.

Отже, однією з актуальних проблем обліку даного активу підприємств, що виникає при складанні фінансової звітності, є його оцінка. Через невизначеність, пов'язаної з оплатою дебіторської заборгованості, в балансі вона оцінюється з певною мірою обережності — за чистою вартістю реалізації. Підприємствам, у яких є дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги рекомендується здійснювати аналіз такої заборгованості за строками непогашення та документально оформляти результати такого аналізу. В такому випадку у підприємства будуть підстави для нарахування або не нарахування резерву сумнівних боргів.

Для приведення бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості у відповідність з вимогами ПБО рекомендуємо на дату балансу (31 грудня) здійснювати нарахування резерву сумнівних боргів одним з методів, визначених ПБО 10.

Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість». Наказ Міністерства фінансів України від 08.10.1999 р. № 237.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 «Об'єднання підприємств». Наказ Міністерства фінансів України від 07.07.1999 р. № 163.
4. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань господарських операцій підприємств і організацій — Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291.
5. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.99р. № 996-XIV (зі змінами і доповненнями).

Секція 4. ЕКОНОМІКА ПРАЦІ Й УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Дмитрієв Є.Є.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки
Української академії банківської справи
м. Суми, Україна*

Сисова Є.В.

*магістрант з міжнародної економіки,
Української академії банківської справи*

ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В РАМКАХ СТАДІЙ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ КОМПАНІЇ

Зміст і специфіка системи управління персоналом значною мірою визначаються завданнями, що вирішуються компанією на різних стадіях її розвитку. Фахівці сходяться на думці, що життєвий цикл організації зазвичай включає: формування, інтенсивне зростання, стабілізацію та криза діяльності. Більшість теорій життєвого циклу схожі в своєму трактуванні стадій розвитку бізнесу, однак деякі автори об'єднують або поділяють загально визнані стадії еволюції компанії.

Життєвий цикл фірми є процесом її природного зростання і нерозривно пов'язаний з послідовною зміною конкурентних стратегій. Відправною точкою розвитку щойно сформованого підприємства, як правило, служить стан коммутанта або «миші» економіки.

На даній стадії компанія потребує залучення нового персоналу або проведення переорієнтації частини персоналу з підготовки до реалізації проекту у виробничій діяльності. Працівники мають бути ініціативними, ризиковими, контактними та відповідальними новаторами, з довгостроковою орієнтацією. Етапу характерна мала змінюваність провідних співробітників. На цій і, як альтернатива, експериментній фазі розвитку фірми, зазвичай, встановлюється директивний, авторитарний стиль управління, що виправдано в невеликих організаціях, що тільки зародилися. У таких компаніях практично відсутні усталені процедури ведення бізнесу та системи контролю виконання бізнес-процесів.

Першому етапу формування компанії притаманні нечітка організаційна структура і слабка субординація. Не маючи можливості

конкурувати, покладаючись на виробничий потенціал, унікальні знання чи науково-технічні доробки, така фірма здатна забезпечити собі стійкі позиції на ринку та достатній рівень прибутків завдяки правильному вибору сфери діяльності. При виявленні гнучкості, компанія поступово накопичує капітал і зростає в розмірах.

Таблиця 1

**Порівняння підходів стосовно виокремлення стадій
життєвого циклу компанії**

Автор	до народж.	народж.	розвиток	зрілість	спад	ліквід./ від-родж.
Даунс [1]	боротьба за автономію		стрімке зростання		уповільн.	-
Ліпіт Шмідт [2]	-	народж.	юність	зрілість	-	-
Грейнер [3]	створення бізнесу		управління	делегуван., координац., співробітн.		криза керівн. / контролю / координац. / бюрократії
Кац Кан [4]	стадія простих систем		стійка стадія	стадія розробки структур		-
Адїзес [5]	залицання	дитинство	давай-давай, розквіт	зрілість, стабільн.		аристократія, рання бюрократія, бюрократія
Куїнн Камерон [6]	підприємн. стадія		колективна стадія	стадія формаліз., розробки структури та адапт.		-
Висоцький	старт		швидке зрост./гальмув./перша управл. криза/впровадж. адміністрування	кероване зрост./сповільнення зрост.		друга управл. криза/впровадження страт. упр.

Проте розростання компанії без відповідної зміни конкурентної стратегії не виправдовує себе, адже на ринку, де діє гіпотетична фірма-комунітант, панують компанії, які формують значні бар'єри входження на ринок та не допускають нових конкурентів, що не мають особливих сильних сторін. Щоб вижити та продовжити розвиток мала фірма має вчасно переорієнтуватися на стратегію «лисиці» — спеціалізованої компанії-пацієнта. На даній стадії розвитку постає проблема обмеженості розмірів

обраної ніші, що автоматично означає необхідність вторгнення компанії в сферу масового виробництва.

Патієнтний період породжує необхідність переструктурування організації для задоволення зростаючого попиту. Це означає необхідність формування нових відділів, підрозділів, встановлені зв'язків між ними; залученні персоналу. Такі трансформації тягнуть за собою зміну принципів управління, формування змісту та зміцнення корпоративної культури організації, а також подолання тренду її розмивання новими співробітниками шляхом використання механізмів адаптації. Задовольнити вимоги зовнішнього та внутрішнього середовища організації патієнтної фази розвитку в найбільшій мірі можуть типи корпоративної культури ролі і завдання, так як для досягнення поставлених цілей необхідна групова, колегіальна взаємодія співробітників організації. Дана фаза вимагає максимальної уваги до питань гнучкості, проблемної орієнтації персоналу. Компанія-«лисиця» у своєму закономірному розвитку прямує до наступної конкурентної стратегії віолента, що своєю продукцією задовольняє зростаючий попит на певний масовий різновид товарів чи послуг. Втім, до стану «лева» є більш ризиковий шлях проривного науково-технічного прогресу, що долається компаніями «експлерентами».

У разі успіху, компанія, що використовує стратегію інноваційного лідерства, динамічно розвивається на хвилі швидко зростаючого попиту. На експлерентному етапі корпоративна культура типу влади щонайкраще відповідає вимогам організації. Найбільш доцільним буде переважання неформальних зв'язків між співробітниками, нематеріальне стимулювання персоналу у вигляді можливостей кар'єрного росту та розвитку. Зважаючи на необхідність вижити, така компанія має швидко реагувати на зміни, що може бути реалізовано за рахунок жорсткої ієрархічної структури і певного рівня централізації, характерного для організацій з культурою влади.

Подальша еволюція фірми продовжується в рамках віолентної стратегії, яка вимагає переорієнтації компанії від автократичного стилю управління до демократичного, найсприятливішим варіантом також буде передача управління бізнесом професійному менеджеру. Розквіт компанії проявляється в розумінні співробітниками цілей організації, знанні мети діяльності в конкретних бізнес-процесах, співробітники відмінно змотивовані та лояльні.

Динамічний стан «лева», близький за своїми характеристиками до стратегії лідерства в ціновому сегменті, крок за кроком змінюється стратегією «слона», що може бути порівняна зі стратегією диверсифікації. Компанія проникає в суміжні галузі та мінімізує ризики діяльності. Службовці фірми періоду «віолентного слона» є максимально ефективними професіоналами, які досягають граничних результатів при помірному рівні витрат і низькому ризику бізнесу. У таких умовах необхідно

подальше освоєння інструментів підвищення ефективності діяльності, виявлення та поширення кращого досвіду, регулярне підвищення кваліфікації за навчальними програмами, погодженими з заходами, що вживаються для досягнення стратегічних цілей компанії.

Завданнями управління персоналом на даній стадії є зниження витрат на персонал; розробка системи планування кар'єри; організація навчання та просування персоналу; виявлення резервів зростання продуктивності праці; оцінка ефективності персоналу; формування кадрового резерву. Культура ролі щонайкраще відповідатиме вимогам компанії-«слона». Однією з цілей таких організацій є збереження отриманих результатів, досягнутих за попередні періоди діяльності. Тип корпоративної культури ролі в свою чергу характеризується формалізованими процедурами, стандартами і системами правил, дотримання яких і гарантує компанії стабільність і ефективність її діяльності. Можливий і подальший рух компанії, що скоріше походить на деградацію – рух в напрямку «бегемота». На труднощі функціонування компанії на даному етапі необхідно реагувати негайно. Оперативність прийняття рішень залежить від ступеня централізації і бюрократизації організації. Такими характеристиками володіють організації з типом культури влади і ролі. Тож, вони в більшій мірі підходять для організацій на етапі спаду.

На даній фазі працівники, як правило, не лояльні, вузько орієнтовані. Однак орієнтація на довгострокові цілі, гнучкість, відданість, витримка в перенесенні незручностей, пов'язаних з ускладненнями в умовах і оплаті праці, які є прямим результатом вибудованої за роки існування лояльності, можуть стати ключем до відродження компанії. В контексті управління персоналом компанії-«бегемота» необхідно звільнення від застарілого та неефективного досвіду, розвиток інноваційного мислення, освоєння інструментів створення нових продуктів і послуг, освоєння нових інструментів управління, формування навичок постановки і досягнення цілей.

Література

1. Lippitt G. L. Crises in a Developing Organization / G. L. Lippitt, W. H. Schmidt // Harvard Business Review. — 1967.
2. Greiner L. E. Evolution and Revolution as Organizations Grow / L. E. Greiner // Harvard Business Review.
3. Katz D. The Social Psychology of Organizations. / D. Katz, R. L. Kahn. — N. Y.: Wiley, 1978.
4. Downs A. The Life Cycle of Bureaus / A. Downs. — N. Y.: Harper and Row, 1967.
5. Adizes I. Organizational Passages — Diagnosing and Treating Lifecycle Problems of Organizations / I. Adizes // Organizational Dynamics.
6. Cameron K. Research Notes: Organizational Dysfunction of Decline / K. Cameron, D. Whetten, M. Kim // Academy of Management Journal.
7. Высоцкий А. А. Малый бизнес. Большая игра: Стандарты управления малым и средним бизнесом / А. А. Высоцкий.

Секція 5. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

Гришко О.А.
*аспірант кафедри економіки
Харківський національний університет будівництва та архітектури
м. Харків, Україна*

ІНТЕГРОВАНІ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА УКРЗАЛІЗНИЦІ

Трансформаційні зміни в економіці України, процеси глобалізації, інтеграції до світового господарського простору та реформування залізничної галузі викликають необхідність перегляду діючої на промислових підприємствах Укрзалізниці стратегії управління та зосередження уваги на постійному поліпшенні якості, охороні навколишнього середовища, безпеці праці та відповідальності перед суспільством. Вирішення цих завдань можливо за умови впровадження в діяльність названих підприємств інтегрованої системи управління, спрямованої на інтереси держави, суспільства, споживачів, інвесторів та інших зацікавлених сторін, підвищення мотивації персоналу.

Метою дослідження є обґрунтування основних етапів розробки і впровадження інтегрованої системи менеджменту (ІСМ) в діяльність промислового підприємства Укрзалізниці (ППУЗ).

ІСМ можна розглядати як комплексну цільову систему менеджменту, що відповідає вимогам двох або більше міжнародних стандартів у галузі управління, яка орієнтована на забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції, умов для сталого розвитку організації та реалізації її бізнес-цілей, а також задоволення потреб усіх сторін, зацікавлених в результатах її діяльності [6, с. 10–11].

Важливим для даного дослідження є твердження науковців [1–3; 5; 6], що одна з базових умов для інтеграції систем менеджменту — принцип процесного підходу і, як підкреслює С.В. Василевська [1], системи менеджменту мають однакові процеси, функції, структуру. Різняться тільки цілі та розподіл відповідальності. Отже, інтеграція систем управління представляє інтеграцію на рівні процесів.

Метою інтеграції систем менеджменту в діяльність ППУЗ є досягнення його конкурентоспроможності з використанням сучасних досягнень

теорії і практики управління. Створення ІСМ на ППУЗ має бути пов'язано з розробкою систем управління, що відповідають вимогам стандартів ISO серії 9000 на системи менеджменту якості, серії 14000 на системи екологічного менеджменту; стандарту OHSAS серії 18000 на системи менеджменту промислової безпеки та охорони праці; стандарту SA 8000 на системи соціального і етичного менеджменту; стандарту IRIS на системи бізнес-менеджменту в залізничній галузі.

На думку автора, найбільш доцільним для ППУЗ є адитивний підхід до впровадження ІСМ, який передбачає послідовне впровадження різних систем менеджменту у діяльність підприємств Укрзалізниці (зокрема промислових), об'єднаних у єдиний комплекс. На підприємствах Укрзалізниці здійснено діяльність щодо розроблення, впровадження та моніторингу системи управління якістю, яка задовольняє вимогам ДСТУ ISO 9000-2001, тому названий стандарт має стати базовим. Поряд з цим, створена система менеджменту послідовно має бути доповнена системами менеджменту відповідно до вимог інших стандартів (ISO 14001, OHSAS18001, SA 8000, IRIS і т.п.).

Основні етапи розробки та впровадження ІСМ в діяльність ППУЗ можна розробити, спираючись на етапи впровадження систем менеджменту якості, які є класичними. На основі систематизації різних підходів до розробки і впровадження систем менеджменту якості [1–6], можна виділити шість основних етапів впровадження ІСМ, які враховують гармонізацію інтересів всіх зацікавлених сторін і специфіку діяльності ППУЗ (табл. 1).

Таблиця 1

Етапи розробки і впровадження ІСМ в діяльність промислового підприємства Укрзалізниці (розроблено на основі [1–6])

№ пп	Найменування етапів	Види робіт, заходи
1	Етап «визначення необхідності змін» на основі вивчення потреб і очікувань зацікавлених сторін	діагностика системи управління; визначення видів діяльності, на які мають поширюватися вимоги стандартів (ISO 9001, 14001, OHSAS18001, SA 8000, IRIS); аналіз існуючої організаційної структури промислового підприємства; оцінка діяльності щодо якості; побудова існуючої процесної моделі підприємства; аналіз і оцінка рівня задоволення інтересів держави, Укрзалізниці, споживачів, постачальників, персоналу промислового підприємства, суспільства; узагальнення вимог зацікавлених сторін; визначення можливих стратегічних альтернатив впровадження ІСМ

2	Етап «організація робіт» щодо створення ІСМ	прийняття керівництвом рішення про створення ІСМ; розробка стратегії створення ІСМ з позиції задоволення потреб зацікавлених сторін; розробка Політики у сфері якості, інформаційної безпеки, екології, охорони здоров'я та безпеки праці; визначення ресурсів; навчання персоналу; проведення роз'яснювальної роботи щодо причин, цілей, характеру, термінів і наслідків створення ІСМ; постійна підтримка робіт з боку керівництва, демонстрація зацікавленості в успішному завершенні робіт, прояв особливої уваги групам і окремим співробітникам, від яких можна чекати найбільшої протидії; моніторинг та регулярний аналіз ходу робіт, інформування щодо їх результатів всього персоналу
3	Етап «проекування» ІСМ	вдосконалення існуючої процесної моделі підприємства; моделювання ІСМ; розробка плану проекту; встановлення послідовності і взаємодії ідентифікованих процесів; призначення власників та керівників процесів, відповідальних за їх результативне та ефективне управління; визначення конкретних вимог стандартів на менеджмент, встановлення параметрів моніторингу процесів; визначення методів і засобів для моніторингу, вимірювань і аналізу процесів; оптимізація процедур і організаційної структури відповідно до вимог ІСМ, навчання (підготовка вищого керівництва підприємства по ІСМ, підготовка команд проектів, внутрішніх аудиторів, масове навчання персоналу підприємства).
4	Етап «документування» ІСМ	створення нормативно-організаційної основи для формування, функціонування та постійного поліпшення ІСМ; визначення завдань формування стратегії впровадження ІСМ; класифікація процесів; ранжування процесів; розробка документів першого (Політика і цілі у сфері якості, настанова з якості) і другого рівня (документовані процедури, карти процесів, додаткові документовані процедури, записи).
5	Етап «впровадження» ІСМ	реалізація проекту процесноорієнтованої ІСМ, впровадження всіх системних документів у практику діяльності промислового підприємства Укрзалізниці; адаптування і аналіз ІСМ: перевірка системи (аналіз з боку керівництва, внутрішні і зовнішні аудити), дослідження рівня задоволеності зацікавлених сторін продукцією/послугою та показниками щодо результатів процесів, розробка заходів щодо корегування за результатами аудитів ІСМ

6	Етап «сертифікація» ІСМ	вибір органу з сертифікації ІСМ; проведення перед-сертифікаційного аудиту силами внутрішніх аудиторів і зовнішніх консультантів; підготовка персоналу до взаємодії із зовнішніми аудиторами; проведення сертифікації та видача відповідного сертифіката з подальшою щорічної інспекційної перевіркою на відповідність впровадженим стандартам
---	-------------------------	---

Відмінністю запропонованої послідовності розробки і впровадження ІСМ є доповнення етапом «визначення необхідності змін» на основі вивчення потреб і очікувань зацікавлених сторін, оскільки відповідно до міжнародних стандартів на системи управління якістю основною метою будь-якої організації є збалансоване довгострокове задоволення інтересів не лише кінцевого споживача, але й інших зацікавлених сторін.

Інфраструктура міжнародних стандартів, що використовуються при створенні ІСМ, окрім вказаних стандартів (ISO, OHSAS, SA, IRIS), може бути розширена за рахунок стандартів на типові комп'ютерні системи планування та управління виробництвом і моделювання процесів (MRP, MRP II, ERP, CSRP, CALS, ARIS, IDEF і ін.). Ці стандарти є інструментами для вирішення суто технічних завдань менеджменту і тому можуть розглядатися в ролі допоміжних.

Підсумовуючи вищевикладене, важливо підкреслити, що інтегрована система менеджменту грає ключову роль в процесі соціально-економічного розвитку ППУЗ. По-перше, ІСМ підвищує якість продукції/послуг та процесів ППУЗ (різних видів ремонту; матеріально-технічного постачання; управління фінансами, проектами і програмами; реалізації централізованих програм, що охоплюють кілька рівнів управління залізничною галуззю, зовнішніх споживачів і постачальників та ін.). По-друге, адаптує господарську діяльність ППУЗ до вимог зацікавлених сторін і, як наслідок, забезпечує соціалізацію бізнес-процесів і прибутковість у довгостроковій перспективі. Отже, можна стверджувати, що впровадження і ефективне функціонування ІСМ — необхідна умова досягнення стратегічних цілей ППУЗ, покращення його ділової репутації, підвищення лояльності зацікавлених сторін і зміцнення його конкурентних позицій.

Література

1. Василевская С. В. О применимости подходов, практик, методов и инструментов в ИСМ / С. В. Василевская // Методы менеджмента качества. — М.: РИА Стандарты и качество. — 2010. — № 9. — С. 4–10.
2. Лук'яненко В. Упровадження інтегрованих систем менеджменту на підприємствах України / В. Лук'яненко, І. Галич, О. Жиліна // Стандартизація. Сертифікація. Якість. — 2012 — № 1(74) — С. 58–61.
3. Момот О. І. Можливості використання міжнародних стандартів для побудови інтегрованих систем менеджменту / О. І. Момот // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну: зб. наук. праць — 2007. — № 5 (37). — С. 133–138.
4. Соколов Ю. И. Менеджмент качества на железнодорожном транспорте. — М.: ФГБОУ «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте». — 2014. — 196 с.
5. Тельнов А. С. Интегративный подход до побудови системи управління якістю продукції промислових підприємств / А. С. Тельнов // Экономика Крыма. — 2010. — № 4 (33). — С. 277–280.
6. Яськин А. Н. Формирование интегрированной системы менеджмента на предприятии: автореферат дис. к.э.н.: 08.00.05 / А. Н. Яськин / Морд. гос. ун-т им. Н. П. Огарева. — Саранск. — 2012. — 24 с.

Секція 6. ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Гук О.В.

доцент, кандидат економічних наук,

Шарай І.В.

студентка кафедри менеджменту

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут

м. Київ, Україна

ВЕНЧУРНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ

На сучасному етапі розвитку економіки важливу роль відіграє ефективність політики в інноваційній сфері. Впровадження наукових розробок у виробництво потребує залучення значних коштів. Тому інвестиції та інновації тісно пов'язані. Саме індустрія венчурного бізнесу забезпечує побудову ланцюжка «наукова розробка — виробництво — принципово новий товар».

В перекладі з англійської венчурний бізнес — це ризикований бізнес, що став важливою формою технологічних нововведень, яка використовується в умовах комерціалізації результатів наукових досліджень у наукомістких галузях [1].

У словнику В. К. Мюллера слово «венчур» перекладається як «ризикове підприємство», «спекуляція», «сума, яка підлягає ризику». Венчурний капітал вкладають в акції новостворюваних малих інноваційно-технологічних фірм, які орієнтовані на розробку та виробництво наукомісткої продукції на базі високих технологій. Зважаючи на це, венчурний бізнес пов'язують з інвестуванням в приватні підприємства, які займаються ризиковими науково-дослідницькими та конструкторськими розробками [2].

За статистичними даними найактивнішими новаторами є саме малі підприємства (95% інновацій), саме вони працюють над проектами з високим ступенем ризику і впроваджують їх в життя.

Отже, венчурний бізнес — це діяльність, пов'язана з високим ступенем ризику, яка передбачає створення та впровадження нових товарів, послуг, технологій. Це вид підприємництва, який об'єднує інноваційну та інвестиційну та новаторську діяльність.

Задля формування дієвого ринку венчурного підприємництва в Україні необхідно вирішити ряд складних комплексних проблем, як у правовому аспекті (законодавче визначення венчурного підприємництва, його підтримка та регулювання), так і з погляду формування ефективної інфраструктури венчурного бізнесу [2].

В Україні дещо спотворене розуміння венчурного бізнесу. Згідно зі статтею 7 Закону України «Про інститути спільного інвестування», що вступив в дію 01.01.2014 р., венчурний фонд — це недиверсифікований інститут спільного інвестування закритого типу, який здійснює закриті розміщення цінних паперів інституту спільного інвестування серед задалегідь визначеного кола юридичних та фізичних осіб [3].

Можемо зауважити, що венчурний бізнес в Україні направлений на проекти з середнім рівнем ризику, які є короткостроковими. Тобто головна відмінність між діяльністю вітчизняних та світових венчурних організацій полягає у сфері вкладання коштів.

Так, близько 30% коштів венчурних фондів інвестовані в цінні папери. Тобто значні кошти спрямовуються не в високоризикові наукові дослідження та розробки, а просто в цінні папери з метою отримання доходів у вигляді дивідендів і відсотків. Інвестори уникають високої ймовірності виникнення ризику, адже вони і так мають змогу отримувати надприбутки [3].

Розвиток венчурної індустрії України стримують наступні негативні чинники:

Недосконалість законодавчої бази. Термін «венчурний бізнес» протягом останніх років зустрічається в окремих законодавчих актах України, проте ще й досі не надано визначення суті, функцій та механізму взаємодії між венчурними фондами і венчурними фірмами.

Брак зовнішніх джерел венчурного фінансування та накладання обмежень з боку держави на залучення коштів від окремих учасників (зокрема, фізичних осіб).

Погіршення ситуації у секторі генерації наукових знань.

Недостатність існування «якісних» проектів, що мають переваги в ринковому середовищі та великий інноваційний потенціал.

Недостатня кількість підготовлених фахівців у сфері венчурного підприємництва, які мають навички виявлення та селективного вибору перспективних інноваційних проектів, оцінювання ймовірності їх майбутньої ефективності [2].

Таким чином, незважаючи на всі проблеми, що існують в державі, венчурний бізнес може стати одним із перспективних напрямків розвитку нашої країни, допомогти вивести економіку на принципово новий рівень шляхом здійснення наступних заходів:

Удосконалення законодавчої бази, за рахунок визначення основних методологічних понять та формулювання законів та підзаконних актів,

які б не дозволяли підприємцям під виглядом венчурних організацій просувати інші види бізнесу.

Забезпечення підготовки кваліфікованих кадрів у сфері інноваційного та венчурного бізнесу.

Збільшення обсягів джерел венчурного фінансування шляхом здійснення необхідних реформ в інших галузях економіки, які є визначальними для України (аграрний, виробничий сектор, тощо).

Залучення іноземних інвестицій для розвитку наукової діяльності в Україні за рахунок надання їм певних гарантій повернення коштів з боку держави.

Реформування науково-дослідних центрів, технопарків.

Література

1. Венчурний бізнес: управління та особливості розвитку: навч. посіб. / О. С. Кузьмін, М. Б. Найчук-Хрущ, О. В. Гук — Львів.: ЗУКЦ, 2011. — 194 с. — ISBN978-617-655-001-3

2. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528): [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?operation=1&iid=361>

3. Проблеми та шляхи розвитку венчурного бізнесу в Україні [Електронний ресурс] — Режим доступу: www.kneu.kiev.ua/data/upload/publication/main/ua/717/3-rkeowgi.doc

4. Особливості венчурного бізнесу в Україні [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_04/05.pdf

Мізгерова А.В.

*аспірант кафедри обліку і аудиту
Уманський національний університет садівництва
м. Умань, Черкаська область, Україна*

ЕФЕКТИВНІСТЬ РОЗВИТКУ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА ЧЕРКАЩИНИ

Постановка проблеми. Молочне скотарство Черкащини характеризують низькі темпи розвитку. Особливо це стосується господарств населення, оскільки вони не відповідають вимогам досвіду розвинених країн. Поряд з цим наявне скорочення матеріально-технічного забезпечення, звідси, не завантаження переробних підприємств, а подекуди, і їх закриття. Саме тому ця проблема повинна вирішуватись як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях.

Мета дослідження. Системна оцінка теперішнього стану галузі молочного скотарства в Черкаській області та розробка напрямів її подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу. Молочне скотарство – одна із стратегічних сільськогосподарських галузей України, яка, попри складну економічну ситуацію в державі, все ж має високий експортний потенціал.

В умовах світової вільної конкуренції вітчизняним підприємствам молочного скотарства буде досить непросто, адже на ринку молока є фермерства провідних країн, які мають великий досвід у цій галузі і великий капітал у своєму розпорядженні. А оскільки ціна є одним із найефективніших важелів у конкурентному середовищі, доцільно шукати способи здешевлення продукції.

Як відомо, прибутковість та ефективність виробництва безпосередньо пов'язані з собівартістю продукції, що виробляється. Тому необхідно проводити її аналіз (рис. 1). Собівартість залежить від багатьох факторів, а при виробництві молока, в першу чергу, від витрат на оплату праці та корми.

Разом зі збільшенням фермерами чисельності поголів'я молочно-го стада логічним є зростання витрат на корми. А це, в свою чергу, має пряий вплив на собівартість продукції. Також має місце поліпшення кормової бази. Адже за 5 років відбувається збільшення надоїв від однієї корови в середньому майже на 16 ц. Таким чином, підвищення оплати праці робітникам, збільшення в структурі витрат на корми та зростання продуктивності і чисельності корів призводять до поступової зміни собівартості молока. У 2014 році повна собівартість виробленого молока

зросла більш ніж у 1,8 рази порівняно з 2010 роком. Отже, загалом на сільськогосподарських підприємствах Черкаської області зниження собівартості не відбувається.

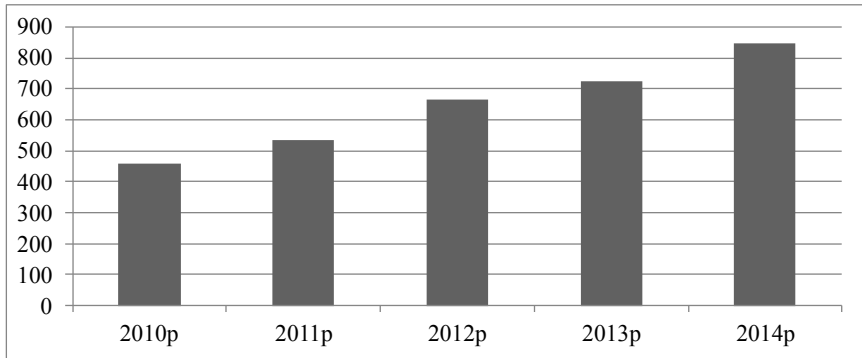


Рис.1. Динаміка собівартості молока у Черкаській області за роками, млн. грн
Джерело: Складено автором за даними [1]

Основні економічні показники розвитку молочного скотарства за 2010-2014 роки у Черкаській області відображені в таблиці 1.

Таблиця 1

**Основні економічні показники розвитку молочного скотарства
в Черкаській області за роками**

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	Відхилення 2014 р. від 2010 р.	
						(+; -)	%
Надої молока, тис. т	195,1	204,3	239,9	239,8	266,8	71,7	36,7
Поголів'я, гол	44174	44123	46989	45704	47080	2906	6,6
Ціна за 1 ц молока, грн.	275,99	316,53	280,02	353,68	373,30	97,31	35,3
Виручка від реаліза- ції молока, млн грн.	538,40	646,60	671,91	848,19	995,88	457,48	84,97
Прибуток, млн грн.	78,28	109,93	16,23	126,97	147,98	69,70	89,00
Рівень рентабель- ності виробництва молока, %	17,0	20,5	2,5	16,6	17,5	0,5	2,9

Джерело: Складено автором за даними [1]

З даної таблиці 1 видно, що протягом п'яти років відбувалось підвищення надойв молока в основному за рахунок нарощування чисельності поголів'я молочного стада. Внаслідок збільшення кількості корів спостерігається також позитивна зміна виручки від реалізації, яка за 5 років зросла майже на 85%, а також прибутку – на 69,7 млн грн. В свою чергу, рівень рентабельності у 2014 році підвищився порівняно з 2010 роком на 0,5 в.п. Це ще раз підкреслює той факт, що заходи по зниженню собівартості не вживаються. Як наслідок, попри збільшення прибутку, рентабельність виробництва молока має мінливу тенденцію.

Висновки. Черкащина має прекрасні умови, за яких молочна продукція може бути дуже і дуже конкурентоспроможною. Але виробникам потрібний безперешкодний експорт. Вони могли б робити недешеву, але екологічно безпечну продукцію, те, що цінується у Європі. І саме тому, що протягом багатьох років у нас добрива до ґрунту не вносилися в повному обсязі, ми маємо таку перевагу.

Таким чином, підвищення чисельності і продуктивності молочного стада та впровадження інноваційних технологій утримання тварин забезпечуватимуть виробництво більших обсягів молока, здешевлення виробництва продукції за рахунок скорочення нераціональних витрат кормів та інших матеріальних ресурсів на утримання поголів'я. Все це приведе до підвищення ефективності виробництва молока.

Література

1. Звітність сільськогосподарських підприємств (ф. 50) Черкаської області за 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 роки.

Посилкіна Ольга Вікторівна

*к.е.н., доктор фармацевтичних наук, професор
Національний фармацевтичний університет
м. Харків, Україна*

Гордієнко Вікторія Юрївна

*студентка магістратури спеціальності «Економіка підприємства»
Національний фармацевтичний університет
м. Харків, Україна*

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Актуальність проблеми. У сучасних економічних умовах ефективна діяльність фармацевтичних підприємств в довгостроковій перспективі та забезпечення високих темпів їх розвитку і підвищення конкурентоспроможності можливі лише за умов наявності науково-технічного прогресу, який на рівні підприємства реалізується у вигляді інновацій. Тривала відсутність нововведень означає застій виробництва, зниження якості і конкурентоспроможності продукції, а відтак – падіння економічних результатів діяльності [3]. Тому дослідження інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств на сьогодні є важливим і актуальним.

Метою роботи є дослідження сучасного стану та проблем розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності фармацевтичних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці управління інноваційно-інвестиційною діяльністю приділяється значна увага як у світовій, так і у вітчизняній науковій літературі. Дослідженням цієї проблеми займалися такі вчені, як Альшин В. М., Власова А. М., Гальчинський А., Кіріна Л. В., Краснокутська Н. В., Кругліков А. Г., Нейкова Л. І., Посилкіна О. В., Федулова Л. І., Егерт Т. Г. та інших. Проте, багато аспектів щодо вирішення проблем управління інноваційно-інвестиційним розвитком підприємств залишаються недостатньо дослідженими.

Вклад основного матеріалу. За висновками експертів, фармацевтичне виробництво у всьому світі належить до наукомістких галузей. Однією із центральних проблем управління інноваційною діяльністю фармацевтичних підприємств є проблема її інвестиційного забезпечення. На відміну від інших галузей промисловості, для фармацевтичного виробництва характерним є тривалий інвестиційний лаг (термін окупності інвестицій), який для оригінальних лікарських засобів дорівнює 5,3–7,8 рокам, а для генеричних препаратів – 2,5–3 роки.

За даними Держкомстату (табл. 1), кількість підприємств, які займалися інноваційною діяльністю з виробництва основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів становила у 2013 році – 78 підприємств, а у 2014 році – 76 підприємств, з них найбільшу кількість становлять підприємства, які витрачали кошти на: придбання машин, обладнання та програмного забезпечення; навчання і перепідготовку персоналу; внутрішні науково-дослідні роботи [2].

Таблиця 1

Динаміка фармацевтичних підприємств за напрямками проведених інновацій

Рік	Виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів								
	Усього, од.	У т.ч. займалися інноваційною діяльністю	З них витрачали кошти на						
			внутрішні НДР	зовнішні НДР	придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	інші зовнішні знання	навчання та підготовку персоналу	ринкове запровадження інновацій	інше
2013	78	32	11	9	14	6	12	9	3
2014	76	29	10	9	15	4	13	5	5

Джерело: зроблено авторами на основі даних Державної служби статистики України

Ефективний розвиток та реалізація інноваційних проектів потребує значних обсягів фінансування.

В Україні фінансування інноваційної діяльності передбачає такі джерела: кошти Державного бюджету України; кошти місцевих бюджетів; власні кошти спеціалізованих державних і комунальних інноваційних фінансово-кредитних установ; власні чи запозичені кошти суб'єктів інноваційної діяльності; кошти (інвестиції) будь-яких фізичних і юридичних осіб; інші джерела, не заборонені законодавством України [1].

Структуру джерел фінансування інноваційної діяльності у фармацевтиці наведено в табл. 2.

З наведеної таблиці видно, що найбільший обсяг витрат на інноваційну діяльність в фармацевтиці пов'язаний з придбанням машин, обладнання, програмного забезпечення та проведенням внутрішніх науково-дослідних робіт.

Фінансування інноваційної діяльності фармацевтичних підприємств відбувається, в основному, за власні кошти і становило у 2013 році – 344949,5 тис. грн, а у 2014 році фармацевтичні підприємства фінансували інноваційну діяльність за рахунок власних коштів – 796526 тис. грн. та за рахунок кредитів – 19200,7 тис. грн. [2].

**Розподіл загального обсягу витрат за напрямками
інноваційної діяльності у фармацевті**

Рік	Усього, тис.грн.	У тому числі на									
		внутрішні НДР		зовнішні НДР		придбання машин, обладнання та програмного забезпечення		інші зовнішні знання		інше	
		тис.грн.	%	тис.грн.	%	тис.грн.	%	тис.грн.	%	тис.грн.	%
2013	344949,5	82845,6	24	36604,6	10,6	188242,8	54,6	1582,7	0,5	35673,8	10,3
2014	815726,7	146383,8	17,9	73410,7	9	524923,3	64,4	1119,6	0,1	69889,3	8,6

Джерело: зроблено авторами на основі даних Державної служби статистики України

Оскільки інноваційна діяльність підприємств є необхідною умовою їх розвитку, то необхідне впровадження комплексу заходів, спрямованих на активізацію та більш ефективно управління їх інноваційно-інвестиційною діяльністю:

1) удосконалення напрямків роботи щодо залучення інвесторів завдяки: підвищенню інвестиційної прозорості діяльності фармацевтичних підприємств, укріпленню їх фінансового стану, впровадженню сучасних інструментів інвестиційного менеджменту і підвищенню кваліфікації менеджерів проєктів;

2) державна підтримка інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств (створення науково-дослідних центрів зі змішаним (державно-приватним) фінансуванням; запровадження механізму надання пільг підприємствам, що впроваджують інновації та реалізують інноваційну продукцію (встановлення податкових канікул, фінансування частини науково-прикладних досліджень за рахунок місцевого бюджету); надання інноваційним підприємствам середньострокових кредитів із зниженням кредитної ставки (з одночасним відшкодуванням банкам різниці ціни за користування кредитом за рахунок держбюджету));

3) визначення безперервності інноваційних процесів як стратегічного пріоритету;

4) створення механізмів оцінки й управління ризиками у сфері інноваційно-інвестиційної діяльності фармацевтичних підприємств, зокрема визначення компенсаторних інструментів і резервів.

Висновки. Отже, основною метою ефективного управління інноваційно-інвестиційною діяльністю фармацевтичних підприємств є створення механізмів збалансованої взаємодії усіх складових їх науково-технічного розвитку, забезпечення високих темпів інноваційного розвитку необхідними інвестиційними ресурсами та підвищення ефективності використання коштів, вкладених у процес їх розширеного відтворення.

Список літератури

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» // Відомості Верховної Ради України. — 2002. — № 36. — 266 с.
2. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Посилкіна О. В. Інноваційно-інвестиційний розвиток фармацевтичного виробництва: проблеми фінансового забезпечення: Монографія / М-во охорони здоров'я України; Нац. фармац. акад. України. — Х.: Вид-во НФАУ: Золоті сторінки, 2002. — 528 с.

Старостіна А. Ю.

асистент кафедри управління проектами в міському господарстві і будівництві

*Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова
м. Харків, Україна*

Мущинська Н. Ю.

доцент кафедри управління проектами в міському господарстві і будівництві

*Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, доцент, канд. екон., наук.
м. Харків, Україна*

Плужнікова М. К.

студентка кафедри управління проектами в міському господарстві і будівництві

*Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова
м. Харків, Україна*

МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ІНТЕГРАЦІЄЮ ПРОЕКТІВ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Добробут населення нашої держави, як і ряд інших країн, багато у чому залежить від якості діяльності промислових підприємств, як таких, які забезпечують задоволення базових потреб жителів держави. Однак, на сьогоднішній день, все більша кількість промислових підприємств знаходяться у кризовому стані, або є збанкрутілими.

Таке положення справ обумовлено наявністю цілого ряду проблемних аспектів, таких як: застарівання основних фондів та технологій виробництва, подорожчання різноманітної сировини, зростання вимог споживачів до якості кінцевого продукту виробництва, невідповідність системи управління даними підприємствами динамічним процесам оточення, тощо. Причому однією з головних складностей у вирішенні вищезгаданих проблем є їх взаємозалежність між собою. Таким чином, задля виходу даних підприємств із кризового становища є необхідним впроваджувати заходи комплексного характеру, які будуть у той чи іншій мірі вирішувати усі вищезгадані проблеми промислового підприємства. Одним із таких заходів є впровадження енергозберігаючих технологій. З огляду на те, що реалізація таких заходів є разовими та унікальними діями із обмеженим бюджетом, та ресурсами, що відповідає типовим характеристикам проекту [1], то пропонується реалізувати заходи з енергозбереження на промислових підприємствах у проектній формі.

Причому, після проведеного аналізу сучасних систем управління підприємствами, було виявлено, що проектний підхід до управління промисловими підприємствами є одним із актуальних в умов сьогодення, так як він є легкоадаптивним до змін у зовнішньому і внутрішньому середовищі, результативно-орієнтованим та економічним.

Аналіз національних стандартів з управління проектами виявив, що найбільш доцільним для супроводу проектів енергозбереження на промислових підприємствах є застосування методології P2M, як такої, яка створена під специфічні потреби інноваційних проектів (до яких відносяться і проекти енергозбереження), які реалізуються в умовах значного ресурсного дефіциту.

Таким чином, з огляду на перспективність проектного підходу до управління промисловими підприємствами, доцільним є удосконалення інструментарію управління інтеграцією проектів на промислових підприємствах шляхом розробки специфічних моделей. Таким чином, метою даної роботи є побудова моделі управління інтеграцією проектів енергозбереження на промислових підприємствах.

Згідно з [2, с. 59], проектні дії поділяються на дії орієнтовані, на створення продукту проекту і на управлінські дії, які направлені на виконання проекту. А згідно класичної теорії організації діяльність промислових підприємств можна представити у вигляді сукупності трьох комплексних блоків: управлінського, операційного і проектного. Причому на сьогодні більшість проектів на промислових підприємствах реалізуються ізольовано від іншої діяльності, що є нераціональним, та призводить до виникнення збоїв та конфліктів як в операційній, так і в проектній діяльності, що знижує результативність роботи підприємства, та погіршує якість його кінцевого продукту. Таким чином, виходячи з вищевказаного

відмітимо, що управління інтеграцією проекту має включати органічну вбудову управлінських дій, які направлені на виконання проекту до управлінського блоку, та вбудову проектних дій, орієнтованих на створення продукту проекту в операційний блок, що у формалізованій формі представлено на рисунку 1, та являє собою модель управління інтеграцією проектів енергозбереження на промислових підприємствах.

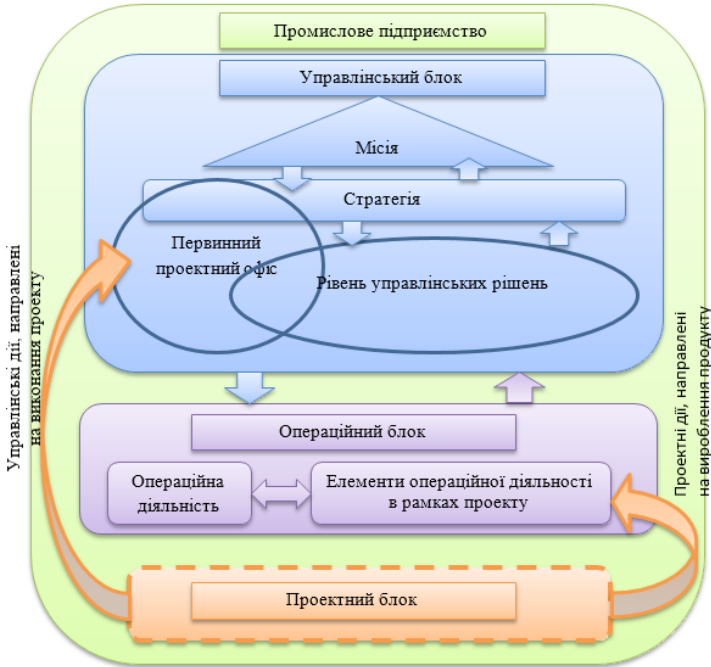


Рисунок 1. Модель управління інтеграцією проектів енергозбереження на промислових підприємствах

Згідно з представленою моделлю управлінські дії, направлені на виконання проекту мають виконуватися в управлінському блоці, але з огляду на те, що на сьогодні на промислових підприємствах не передбачена можливість управляти проектами то пропонується відкриття проектного офісу. Базовою задачею даного офісу має бути створення простору для управління проектами через забезпечення територіального, технічного, інформаційного та комунікаційного апарату. Згідно з Р2М, процес виконання управлінських дій, орієнтованих на виконання проекту включає вісім складових, які мають бути гармонічно інтегровані до управлінського блоку промислового підприємства.

Перша складова – затвердження місії, завдань та цілей проекту. Вони мають бути затверджені на стратегічному рівні організації, та не повинні суперечити стратегії розвитку підприємства в цілому. Інтеграція даної складової в діяльність підприємства відбувається за рахунок узгодження головних характеристик проекту курівництвом організації.

Другою складовою є затвердження змісту проекту, та створення його WBS. Успішна інтеграція даного елемента можлива, за умови залучення до розробки WBS функціональних керівників підприємства.

Третьою складовою є створення організаційної структури проекту. Дана складова реалізується за рахунок формування команди проекту. Однак з огляду на те, що на промислових підприємствах майже вся команда проекту формується із його персоналу, є актуальна необхідність у розробці процедури залучення працівників підприємства до проекту, яка буде передбачати зняття з працівника частини його виробничих функцій, задля вивільнення часу для виконання проектних завдань, та актуалізацію механізму нарахування заробітної плати.

Четвертою складовою є створення матриці відповідальності за виконання робіт проекту. Даний інструмент управління проектами є загальноприйнятим і зарекомендував себе як ефективний та дієвий. Тому є доцільним його застосування не тільки для супроводу проектної діяльності на підприємстві, а і для управління основною виробничою діяльністю в цілому.

П'ятою складовою є підготовка сіткового графіку та робочих процедур проекту. Як і друга складова успішна інтеграція даного елемента багато у чому залежить від специфіки діяльності підприємства і тому для її забезпечення доречним є залучення функціональних менеджерів.

Шостою складовою є управління часом проекту. Інструментарієм у проектному менеджменті, який забезпечує управління часом є календарні графіки. Приймаючи до уваги специфіку діяльності промислових підприємств, треба звертати особливу увагу на часові параметри реалізації проектних заходів, щоб вони не перешкождали виконанню підприємствами їх основних функцій, та виконувалися систематично та планово. Що стає можливим після погодження календарних графіків проектів функціональними керівниками підприємства.

Сьомою складовою є контроль над бюджетом. Зазвичай на промислових підприємствах вже існує дієва система контролю за коштами, тому для гармонічної інтеграції управління проектами у діяльність підприємства доцільним є дана система контролю використання і управління коштами проекту.

Останньою складовою є оцінка прогресу виконання проекту. Як правило, дана оцінка проводиться із застосуванням методу скоригованого бюджету, який базується на своєчасному відстеженні та аналізі ряду

показників. Інтеграція даного елемента до діяльності підприємства передбачає використання механізмів відстеження, які діють в організації, та їх оцінку і аналіз із використанням методу скоригованого бюджету.

В свою чергу проектні дії, направлені на вироблення продукту проекту теж повинні бути інтегровані в діяльність промислового підприємства гармонічно, однак з огляду на специфічність кожного окремого підприємства, та приймаючи до уваги унікальність проектів, процес інтеграції є індивідуальним у кожному окремому випадку.

Таким чином, можна відмітити, що управління інтеграцією проектів енергозбереження на промислових підприємствах є складним та специфічним процесом для кожної окремої організації, однак є певний перелік складових елементів, які є загальними для всіх випадків, та можуть бути гармонійно інтегровані. Окрім того, необхідно зазначити, що інтеграція проектів енергозбереження на промислових підприємствах є нововведенням, яке в силу інтуїтивного неприйняття оновлень персоналом організації може стикатися з певним опором, тому даний процес необхідно проводити поступово, систематично та паралельно із розвитком підприємства та його персоналу в цілому, що формує напрям для подальшого дослідження.

Список літератури

1. Руководство к своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВОК®). Американский национальный стандарт ANSI/PMI 99-001-2004 / Третье издание. — Project Management Institute, Inc. 2004. — 388 с.
2. Руководство по управлению инновационными проектами и программами: пер. на рус. язык под ред. С. Д. Бушуева. — К.: Наук. Світ, 2009. — 173 с.

Ткаленко Яна Миколаївна

магістр

Черкаського навчально-наукового інституту ДВНЗ «УБС»

Науковий керівник:

Криниця Сергій Олександрович

кандидат економічних наук, доцент

Черкаського навчально-наукового інституту ДВНЗ «УБС»

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА НЕЇ

Актуальність. В сучасних умовах розвитку ринкового середовища фінансова стійкість набуває все більш важливого значення. Позитивні значення показників фінансової стійкості є підґрунтям для нормального функціонування підприємств і поступового зростання їх економічного потенціалу. Управління фінансовою стійкістю є одним із основних елементів фінансового менеджменту на підприємстві, необхідною передумовою стабільного розвитку підприємства. В процесі управління фінансовою стійкістю підприємства виникає потреба у виявленні факторів, що на неї впливають є важливим завданням вітчизняних підприємств.

Проблеми фінансової стійкості на підприємстві вивчали відомі вітчизняні та закордонні вчені. Основоположником перших досліджень і визначення поняття фінансової стійкості був І. А. Бланк. Значний вклад в досліджування фінансової стійкості внесли: М. Д. Білик, Е. Хелферт, К. Хеддервік, М. С. Абрютіна, В. М. Родіонова, А. Д. Шеремет, Г. В. Савицька, Т. А. Донченко, Л. А. Костирко, В. О. Зінченко, І. І. Приймак, М. С. Кравченко та ін.

Метою статті є дослідження існуючих підходів до визначення поняття «фінансова стійкість» та аналіз сукупності факторів впливу на фінансову стійкість підприємства.

Результати. Існує неоднозначність трактувань при визначенні поняття «фінансова стійкість». Одні вчені характеризують фінансову стійкість як довготривалу платоспроможність. Інші — як раціональну структуру та склад оборотних активів, їх використання. Треті вважають, що вона відображає стабільність діяльності підприємства в довгостроковій перспективі та визначається співвідношенням власних і позикових ресурсів і їх ефективним використанням. Дослідивши публікації з даного питання, було виокремлено декілька визначень цього поняття (таблиця 1).

Визначення поняття «фінансова стійкість підприємства» науковцями

№	Автори	Визначення
1	Н. А. Мамонтова [1]	«Економічний стан підприємства, за якого забезпечується стабільна фінансова діяльність, постійне перевищення доходів над витратами, вільний обіг грошових коштів, ефективне управління фінансовими ресурсами, безперервний процес виробництва і реалізації продукції, розширення та оновлення виробництва»
2	В. М. Родіонова, М. О. Федотова [2]	«Це такий стан фінансових ресурсів підприємства, їх розподілу та використання, який забезпечує розвиток підприємства на основі зростання прибутку при збереженні платоспроможності і кредитоспроможності в умовах допустимого ризику»
3	І.А. Бланк [3]	Фінансова стійкість — характеристика стабільного фінансового стану підприємства, що забезпечується високою часткою власного капіталу в загальній сумі використовуваних фінансових ресурсів.
4	М. Я. Коробов [4]	«Якщо параметри діяльності підприємства відповідають критеріям позитивної характеристики фінансового стану, говорять про фінансову стійкість підприємства. Фінансова стійкість формується під впливом рентабельності діяльності. Якщо підприємство збиткове, малорентабельне. Якщо величина прибутку падає, говорити про задовільний фінансовий стан, фінансову стійкість не доводиться»
5	О. С. Стоянова [5]	«Фінансова стійкість передбачає збіг чотирьох сприятливих характеристик: платоспроможності; ліквідності балансу; кредитоспроможності; високої рентабельності»
6	Г. В. Савицька [6]	«Здатність суб'єкта господарювання функціонувати та розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів та пасивів в мінливому внутрішньому середовищі, яка гарантує його постійну платоспроможність та інвестиційну привабливість в межах допустимого рівня ризику»
7	Л.А.Лахтіонова [7]	«Фінансова стійкість — це такий стан фінансових ресурсів, при якому підприємство, вільно маневруючи грошовими коштами, здатне шляхом ефективного їх використання забезпечити безперервний процес виробничо-торговельної діяльності, а також затрати на його розширення і оновлення.»

Найбільш повно, на наш погляд, розкриває проблему фінансової стійкості підприємства Г. В. Савицька. Дослідивши дану категорію, можна зробити висновок, що фінансова стійкість відображає такий стан його фінансових ресурсів і такий ступінь їхнього використання, при якому підприємство має можливість вільно маневрувати грошовими коштами, здатне забезпечити безперервний процес виробництва та реалізації продукції, а також покриття витрат на його розширення та оновлення.

Також в економічній літературі не виокремлено загальної класифікації факторів, які впливають на фінансову стійкість підприємства, і різні автори використовують різні підходи до їх класифікації. Наприклад, М. Д. Білик та О. В. Павловська [8,9] запропонували наступний розподіл факторів (таблиця 2).

Таблиця 2

Класифікація факторів впливу на фінансову стійкість підприємства

Ознака	Класифікація
За місцем виникнення	Зовнішні
	Внутрішні
За важливістю результату	Основні
	Другорядні
За структурою	Прості
	Складні
За масштабами впливу	Одноосібні
	Багатоосібні
За можливістю прогнозування	Прогнозовані
	Умовно прогнозовані
За ступенем впливу на діяльність підприємства	Негативні
	Нульові
	Позитивні
	Динамічні
За ймовірністю реалізації	Високі
	Середні
	Малі
За часом	Короткострокові
	Періодичні
	Постійні

Запропонована класифікація може бути використана не лише в аналізі фінансової стійкості підприємства, але й в прогнозуванні та визначенні стратегії наступного розвитку діяльності господарюючого суб'єкта.

Фінансова стійкість підприємства може бути визначена такими показниками як:

- коефіцієнт автономії;
- коефіцієнт фінансової залежності;
- коефіцієнт концентрації залученого капіталу;
- коефіцієнт заборгованості;
- коефіцієнт фінансового левериджу;
- коефіцієнт маневреності власних коштів;
- коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів;
- коефіцієнт фінансової стійкості;
- коефіцієнт фінансового ризику;
- коефіцієнт забезпеченості оборотних активів

В свою чергу В. І. Оспіцев [10] зосереджують свою увагу на виокремленні внутрішніх та зовнішніх факторів, які впливають на фінансову стійкість підприємства.



Рисунок 1. Класифікація факторів, що впливають на фінансову стійкість підприємства

Слід зазначити, що внутрішні та зовнішні фактори взаємопов'язані, але їх вплив на фінансову стійкість підприємства може різноспрямованою, тобто одні — позитивно, інші — негативно. Тому позитивний вплив певного фактора може бути зниженим або повністю ліквідований негативним впливом іншого, більш вагомого фактора.

Висновки. Фінансова стійкість підприємства — здатність суб'єкта господарювання функціонувати та розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів та пасивів в мінливому внутрішньому середовищі, яка гарантує його постійну платоспроможність та інвестиційну привабливість в межах допустимого рівня ризику. Отже, можна сказати, що процес забезпечення фінансової стійкості має бути націлений на мінімізацію негативно-го впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на діяльність підприємства; створення передумов ефективної реалізації запланованих дій. Рівень їх комплексного впливу на фінансову стійкість підприємства залежить від стадій життєвого циклу підприємства, обраної стратегії діяльності та управління, галузі господарювання підприємства, а також від загального рівня економічного розвитку країни, обраної внутрішньої та зовнішньої політики та інших соціально-політичних та економічних факторів.

Для досягнення необхідного рівня фінансової стійкості потрібно здійснювати ефективне управління нею.

Література

1. Мамонтова Н. А. Фінансова стійкість акціонерних підприємств і методи її забезпечення (на прикладі підприємств харчової промисловості): Автореф. дис. к.е.н./ Інститут економічного прогнозування НАН України — К.: Науковий світ, 2001. — 17 с.
2. Родионова В. М. Финансовая устойчивость предприятия в условиях инфляции / В. М. Родионова, М. А. Федотова. — М.: Перспектива, 2009. — 98 с.
3. Бланк, И. А. Управление формированием капитала [Текст] / учебный курс / И. А. Бланк. — К.: Ника-Центр, 2002. — 512 с. — ISBN966-521-0262
4. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: Навч. посіб. — К.: Знання, 2000. — 378 с.
5. Стоянова О. С. Финансы и кредит: учебный курс / О. С. Стоянова. — К.: Эльга-Н; Ника-Центр, 2008. — 448 с
6. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навчальний посібник / Г. В. Савицька. — 3-є вид., перероб. та доп. — К.: Знання, 2007. — 668 с.
7. Лахтіонова Л. А. Аналіз фінансової стійкості суб'єктів підприємницької діяльності: монографія / Л. А. Лахтіонова. — К.: КНЕУ, 2011. — 880 с.
8. Білик М. Д. Фінансовий аналіз: навч. посібн. / М. Д. Білик, О. В. Павловська, Н. М. Притуляк, Н. Ю. Невмежицька. — К.: Вид-во КНЕУ, 2005. — 592 с.
9. Павловська О. В. Фінансовий аналіз: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц./ О. В. Павловська, Н. М. Притуляк, Н. Ю. Невмежицька. — К.: КНЕУ, 2002. — 388 с.
10. Оспішев В. І. Класифікація чинників впливу на фінансову стійкість підприємств / В. І. Оспішев, І. В. Нагорна // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі і послуг: зб. наук. праць. / редкол.: О. І. Черевко (відпов. ред.) та ін. — Харків: Вид-во Харків.ДУ харчування та торгівлі. — 2009. — Вип. 2(10). — 694. — С. 218–223.

Секція 7. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА

Островський І.В.

*аспірант Державної установи «Інститут економіки
природокористування та сталого розвитку» НАН України
м. Київ, Україна*

ЕКОЛОГІЧНА МОДЕРНІЗАЦІЯ ТЕХНОГЕННО НЕБЕЗПЕЧНИХ ВИРОБНИЦТВ

Останні події в Україні, пов'язані з техногенними катаклізмами, вимагають більшої уваги як з боку державних, так і наукових структур до проблем та причин, що спонукають їх вирішення.

Нинішній рівень природно-техногенної безпеки України значною мірою обумовлений надмірними техногенними навантаженнями на природне середовище. За останні роки щорічно виникає понад 1000 надзвичайних ситуацій техногенного і природного походження, серед яких загальнодержавного характеру 1–2%, регіонального 10–16%, місцевого 15–32%, об'єктового характеру 50–65%, в яких щорічно гине дуже багато людей.

Найбільшого техногенного навантаження зазнають індустріально розвинуті регіони, які є зонами з надзвичайно високим ступенем ризику виникнення аварій та катастроф техногенного походження. Цей ризик постійно зростає внаслідок підвищення частки застарілих технологій та обладнання, зниження темпів відновлення і модернізації виробництва. Негаразди у відтворенні виробничого апарату стали причиною погіршення придатності і вікової структури виробничих основних фондів. Фактично припинилося оновлення фондів, збільшилися обсяги фондів із понаднормативними строками служби. [4]

Загалом у галузях виробничого сектора зношення машин і обладнання досягнуло понад 60%, у промисловості — 65%. Найбільший ступінь зношеності машин і обладнання, що перевищує 70%, спостерігається в кольоровій металургії (75,3%), машинобудуванні і металообробці (71,4%), хімічній і нафтохімічній промисловості (70,8%).

На кінець 2013 року у промисловості технологічне обладнання віком 20 років і старіше становило понад 60%. В окремих галузях ситуація досягла критичної межі. В електроенергетиці 95% енергоблоків відпрацювали свій розрахунковий ресурс, в тому числі 72% перевищили свій граничний

ресурс, 54% енергоблоків знаходяться в експлуатації понад 200 тисяч годин. При збереженні сучасних тенденцій до 2020 року кількість енергетичного обладнання зі строком експлуатації 30 і більше років складе 99%.

Для відновлення основних фондів необхідні значні капіталовкладення. Для порівняння, їх обсяги у 2010–2012 роках в Україні відповідають рівню 50–60-х років. Створилась ситуація, коли країна не в змозі відтворити структуру основних виробничих фондів (ОВФ), яка забезпечувала б ефективне і безпечне функціонування народногосподарського комплексу. Ступінь зносу ОВФ в цивілізованих державах не перевищує 25%, пороговий індикатор для економічної безпеки держави не повинен перевищувати 50%. Деградація основних фондів проходить при дуже низькій частці власних коштів підприємств, які направляються на відтворення – всього 1,5% щорічно від вартості ОВФ, тобто повне відновлення виробничих потужностей такими темпами стане можливим тільки через 50 років, тоді як у країнах Європи на це потрібно до 5 років. Для подолання такого стану необхідно забезпечити збільшення обсягу інвестицій в оновлення основного капіталу не менше ніж в 5 разів.

Структурні деформації економіки України яскраво відображають її сировинну спрямованість, а з урахуванням стану матеріально-технічної бази виробництва – демонструють потенційну серйозну екологічну загрозу. Більш того, спостерігаються наявні загрози технологічній і економічній безпеці країни. Україна все активніше стає сировинним придатком, спеціалізуючись на прискореному розвитку ресурсодобуваючих галузей, причому в структурі експорту переважає не готова, а проміжна продукція і сировина. Проведені дослідження і статистичний аналіз підтверджують формування екологічної нераціональності економіки. [1, с. 125–127]

За технічними і технологічними особливостями виробництва виділяється широке коло підприємств, які відносяться до потенційно і техногенно небезпечних. У структурі промисловості виділяється 57 підгалузей, у складі яких функціонують потенційно і техногенно небезпечні підприємства і виробництва. В них зайнято близько 2 мільйони осіб, а обсяг основних промислово-виробничих фондів складає понад 160 мільярдів гривень.

Обсяг зношення основних промислово-виробничих фондів потенційно і техногенно небезпечних галузей економіки України на початок 2014 року склав більше ніж 70 мільярдів гривень, що становило майже 50% від їхньої загальної вартості. Це на 7,6% нижче зносу основних промислово-виробничих фондів у цілому по промисловості країни. Проте знос машин і обладнання даних галузей економіки значно перевищує середній по країні показник і досягає 65% вартості машин і обладнання потенційно і техногенно небезпечних підприємств.

В Україні є значна кількість потенційно небезпечних об'єктів у різних галузях економіки. На її території функціонує 4175 потенційно небезпечних об'єктів, серед яких 838 із найбільшим ризиком виникнення надзвичайних ситуацій. Діють 234 шахти, з яких понад 100 працюють більше ніж 45 років, 160–20 років, 50 введено в експлуатацію 100 років тому; практично на кожній шахті потрібна реконструкція вентиляційних установок. [5, с. 212–214]

Дослідження стану основних фондів галузей і підприємств потенційно і техногенно небезпечних виробництв виявило, що високий рівень їх техногенної небезпеки обумовлений глибокими структурними змінами в економіці країни, що призвели до зупинки низки виробництв, порушення господарських зв'язків і збоїв у технологічних ланках; високим прогресуючим зносом основних виробничих фондів, який досягнув у низці галузей 70–80%; падінням технологічної і виробничої дисципліни, рівня кваліфікації персоналу; зниженням вимогливості, ефективності роботи органів нагляду і державних інспекцій; високою концентрацією населення, яке мешкає поблизу потенційно небезпечних об'єктів економіки.

Тому ключовими завданнями на найближчий період має бути розробка стратегії протидії ризикам природного і техногенного характеру на 2014–2020 роки та на період до 2030 року.

Україна має в повній мірі перейти в системі реагування на надзвичайні ситуації природного і техногенного характеру до політики «прийнятного ризику». Разом з тим, перехід України до політики прийнятного ризику потребує докорінної зміни всієї виконавчої і законодавчої системи управління природно-техногенною безпекою. В даний час її ефективність надзвичайно низька. [2]

Для підвищення рівня техногенно-екологічної безпеки потенційно і техногенно небезпечних виробництв та зниження рівня ризику виникнення надзвичайних ситуацій на державному рівні необхідно:

1. Здійснити перехід в Україні на аналіз і управління техногенними ризиками як основну систему регулювання безпеки її населення і території, що забезпечить подолання негативної тенденції зростання кількості надзвичайних ситуацій техногенного характеру.

2. Створити цілісну міжвідомчу систему інтегрального моніторингу і прогнозування надзвичайних ситуацій, яка включала б організацію центру прийняття і обробки інформації, що надходить від різних систем, органів виконавчої влади.

3. Підвищити ефективність роботи органів державного нагляду за станом і функціонуванням потенційно небезпечних виробництв з метою істотного обмеження їх діяльності і зниження рівня небезпеки за рахунок уточненої оцінки залишкового ресурсу обладнання, зниження критичних робочих параметрів установок, зменшення міжремонтних періодів і т.д.

4. Здійснити масовані інвестиції в модернізацію промислового виробництва, виведення із експлуатації виробничих фондів, що відпрацювали свій ресурс, перехід на сучасні безпечні технології.

5. Збільшити інвестиції в заходи щодо попередження, ліквідації і зниження тяжкості наслідків надзвичайних ситуацій, в т.ч. розробку економічного механізму регулювання безпеки населення і територій, розробити механізми завчасного виділення централізованих капітальних вкладень і коштів на експлуатаційні витрати для проведення капітальних і ремонтно-відновлювальних робіт на потенційно небезпечних об'єктах. [4]

Література

1. Безпека регіонів України і стратегія її гарантування у 2-х т.: / [Б.М. Данилишин, А.В. Степаненко, О.М. Ральчук та ін.]. — К.: Науково-виробниче підприємство «Видавництво «Наукова Думка» НАН України», 2008. — 392 с.

2. Галушкіна Т.П. Еколого-збалансовані пріоритети розвитку територій: концептуальні засади та організаційний механізм / Т.П. Галушкіна, Л.М. Грановська. — Одеса, 2009. — 372 с.

3. Дорогунцов С. Державне регулювання техногенно-екологічної безпеки в регіонах України / С. Дорогунцов, А. Федорищева // Економіка України. — 2002. — № 4. — С. 70–76.

4. Дронова О.Л. Фактори ризику техногенних надзвичайних ситуацій в Україні / О.Л. Дронова. — К.: Інститут географії НАН України, 2011. — 270 с.

5. Інноваційно-інвестиційна і технологічна безпека трансформації регіональних економічних систем / За заг. ред. М.А. Хвесика. — К.: наукова думка, 2013. — 486 с.

Рибальченко К.В.

*магістр кафедри фінансів
Університету митної справи та фінансів
м. Дніпропетровськ, Україна*

ВПЛИВ АНТИІНФЛЯЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НА ФІНАНСОВУ БЕЗПЕКУ ДЕРЖАВИ

Антиінфляційна політика — це комплекс заходів державного регулювання економіки, які спрямовані на боротьбу з інфляцією. Україна має значний досвід у боротьбі з інфляцією та її руйнівними наслідками. Інфляційні процеси були спричинені структурними диспропорціями перехідної економіки непослідовною економічною політикою. Саме тому органи монетарного регулювання України намагаються мінімізувати негативні інфляційні чинники.

Мета антиінфляційної політики полягає в тому, щоб зробити інфляцію керованою, а її рівень — досить помірним. Для цього використовується широкий набір грошово-кредитних, бюджетних, податкових методів, заходи в області політики доходів, а також різні програми стабілізації, включаючи проведення радикальних грошових реформ.

Головними соціально-економічними наслідками інфляції є: перерозподіл доходів, прихована державна конфіскація грошей у населення через податки, прискорена матеріалізація грошей, падіння реальної процентної ставки на капітал. Основний розподільчий вплив інфляції виникає через відмінності в активах і пасивах, якими володіють люди.

Розглядаючи рівень інфляції, необхідно сказати, що вона характеризує зміни загального рівня цін на товари і послуги, які придбано населенням для невиробничого вживання.

Індекс інфляції в Україні з 2008 по 2012 рр. зменшився на 22,5%, але у 2014 році суттєво зріс до 124,9%. В той же час, відбулося і зростання грошової маси в обігу до 956,7 млрд. грн., що негативно вплинуло на економіку країни (рис. 1).

Найбільшими темпами зростали ціни у 2014 році на транспорт (124,5%), продукти харчування (112,2%), житло (116,2%), охорону здоров'я (116,5%) та відпочинок і культуру (110,7%) [1]. Зростання цін на ці групи товарів та послуг викликає занепокоєння та позначається на рівні добробуту населення. У зв'язку з постійною інфляцією, прожитковий мінімум в нашій країні постійно підвищується і на 31.08.2015 р. становив 1176 грн.

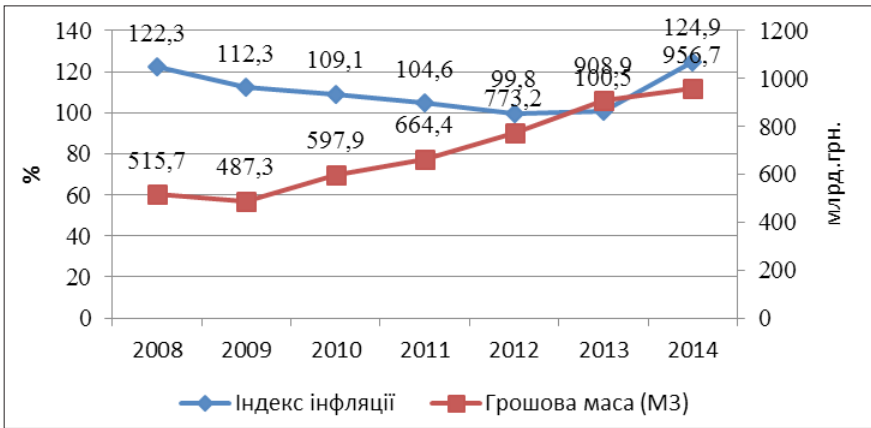


Рисунок 1. Динаміка зміни індексу інфляції та грошової маси в Україні протягом 2008–2014 рр.

Обсяг готівки в грошовому обороті залишається приблизно на одному рівні з 2008 по 2014 рр. (з 26,3% до 26,16%). Аналізуючи питому вагу агрегатів в загальній кількості грошової маси, можна відмітити те, що високий відсоток готівки говорить про недовіру та недостатній розвиток інших. В Україні у 2013 році відновилося зростання загального показника грошової маси, а у 2014 році грошова маса М3 зменшилася до 5,26%. Це зумовлено зниженням депозитів населення у 2014 році та ситуацією, що склалася в країні [2].

В 2014 році в структурі М3 26,7% склали гроші поза банками, тобто М0. Протягом останніх років в Україні спостерігається тенденція до зменшення частки грошей в обігу порівняно із загальною грошовою масою. Чим нижча частка М0 у загальній грошовій масі, тим ефективнішою та розвиненішою вважається дана національна грошова система. І навпаки, перевищення темпів зростання М0 порівняно з іншими грошовими агрегатами свідчить про негативні процеси в грошовій сфері.

За даними Нацбанку України (НБУ) обсяг грошової бази в Україні в серпні 2015 року зменшився на 1,1% — до 328,8 млрд грн, а грошової маси — на 2,1%, до 948,2 млрд грн. Згідно з повідомленням, обсяг готівки поза банками в серпні зменшився на 2,7% — до 276,4 млрд грн. Обсяг грошової бази за січень-серпень зменшився на 1,3%, грошової маси — на 0,9%, обсяг готівки поза банками на 2,3% [3].

Економічна ситуація в Україні в 2015 році погіршується. Одним з чинників зниження ділової активності є стрімкий розвиток інфляційних процесів, який призвів до зниження купівельної спроможності населення та зростання виробничих витрат підприємств.

Тому для забезпечення належного рівня фінансової безпеки в країні необхідно підвищити стабільність національної грошової одиниці та рівень довіри населення до неї, зменшити частку готівки у грошовій масі країни, знизити рівень доларизації економіки, встановити контроль та нагляд за дотриманням основних засад формування грошово-кредитної політики з боку держави.

Література

1. Статистичний щорічник України за 2014 рік. Державна служба статистики України, 2015. — 586 с.
2. <http://index.minfin.com.ua/> — Мінфін України
3. <http://www.bank.gov.ua/> — Національний банк України.

Секція 8. ЕКОНОМІЧНА КІБЕРНЕТИКА

Солодухін С.В.

к.е.н., доцент кафедри інформаційних технологій та економічної безпеки бізнесу

Полуктов В.В.

*студент магістерської підготовки спеціальності «Економічна кібернетика»
Запорізька державна інженерна академія
м. Запоріжжя, Україна*

МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ НА ФІНАНСОВИХ РИНКАХ НА ОСНОВІ АГЕНТНО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ

Фінансовий ринок виступає складним та важко прогнозованим механізмом, що поєднує в собі безліч залежних один від одного процесів. Концепції класичної теорії функціонування фінансових ринків зосереджують увагу на аналізі фундаментальних факторів, проте практично не розглядають поведінкові аспекти прийняття рішень економічними агентами.

Глобальні кризи на фінансових ринках в останніх роках виявили нездатність концепції так званого «ефективного» ринку, якому притаманний випадковий характер процесів, які на ньому протікають. Утворення спекулятивних фінансових «бульбашок», падіння індексів фінансових ринків, рецесія, банкрутства компаній — наслідки стадної (масової, наслідувальної) поведінки учасників ринку, яка пов'язана з обмеженою інформованістю економічних агентів. В таких умовах виникає необхідність розробки та використання математичних моделей, які враховують поведінкові аспекти в процесах прийняття рішень агентами на фінансових ринках та дозволяють досліджувати динаміку ринкових показників з урахуванням ефекту стадності. Застосування агентних систем, які дозволяють краще зрозуміти структуру і поведінку ринку, як єдиного цілого, так і його складових останніми роками є перспективним напрямком досліджень. Особливо актуальними стають роботи, які дозволяють змоделювати і пояснити закони фінансового ринку, що надають важливу інформацію як для інвесторів, які цікавляться можливістю прогнозування поведінки цін фінансових активів, так і для регулюючих органів, яких

цікавить можливість впливати на ринок так, щоб він найкращим чином відповідав цілям розвитку економіки.

В даний час спостерігається ускладнення основ функціонування фінансових ринків, що проявляється в зменшенні значущості фундаментального та технічного аналізу ринку. Аспекти поведінки агентів досліджені в роботах Х. Лебенстайна, Л. Фестингера, І. Джаніса, М. Грановеттера, нобелівських лауреатів Г. Саймона, Д. Акерлофа, Д. Стігліца, Т. Шеллінга, що вивчають інформаційний та психологічний вплив на прийняття рішень економічними агентами.

Обмежена інформаційна ефективність фондових ринків призводить до прийняття інвестиційних рішень під впливом стадної поведінки частиною гравців на ринку, які не мають доступу до істотної інформації та необхідних ресурсів для її аналізу. Дії окремих учасників ринку, хоча і намагаються бути раціональними і агенти намагаються оптимізувати свої дії, але цьому прагненню до раціональності найчастіше заважають когнітивні вподобання, емоційні особливості та соціальні впливи. Саме тому агенти ринку не завжди поводяться так, як стверджують теорії раціональної поведінки. Саме через ці розбіжності і виникає необхідність вивчення поведінки агентів на ринку.

Одним з методів підвищення життєздатності фінансової системи країни виступає розробка механізмів своєчасного попередження формування фінансових «бульбашок», які можуть призвести до фінансових криз, що породжуються панічними масовими діями учасників ринку. Значне місце в розробці таких механізмів займають математичні моделі, які описують поведінку агентів при прийнятті рішень. Основними елементами агентних моделей прийняття рішень на фінансових ринках виступають: оцінка типів рішень агентів (купівля, продаж, вичікування); аналіз впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на прийняття рішень агентами; аналіз впливу агентів на цінову динаміку активу та ринковий стан (стан ринку залежить від співвідношення попиту і пропозиції на фінансові інструменти); попередження появи «бульбашок» (системні збої у функціонуванні ринку, що не мають раціонального пояснення і зумовлюються схильністю інвесторів час від часу переоцінювати перспективи тих чи інших ринків) тощо. Окремі дії кожного агента не можуть вплинути на ситуацію ринку в цілому, але якщо всі агенти, спираюся на одну і ту ж стратегію, приймуть однакове рішення в один і той же час, це в підсумку зробить істотний вплив на основні ринкові параметри та фактори системи.

В якості апарату для аналізу масової стадної поведінки агентів може бути використана базова модель інформаційного каскаду [2] на основі концепції байєсівського навчання, де ймовірність вибору агентом рішення А (наприклад, купувати певний актив) з бінарної множини (купувати

або продавати) визначається з урахуванням точності сигналу q і попереднього досвіду інших агентів (α, β – кількість агентів, що вибрали рішення А і В відповідно):

$$s_i(t) = \text{sing} \left[\sum_{j \in N} K_{ij}(t) E_i(s_j)(t) + g_i G(t) + \varepsilon_i(t) \right]$$

В ході дослідження виявлено, що в процесі спостереження агентів за вибором інших учасників формуються так звані інформаційні каскади – послідовності рішень агентів, в результаті яких прийняті рішення інших учасників стають визначальним фактором при виборі особистого рішення агента, ігноруючи власні апріорні переваги. Також встановлено, що участь агента з високою інформованістю (експерта) швидше формує каскад, при цьому визначальне значення має момент участі інформованого експерта.

Для врахування взаємодії агентів та аналізу динаміки основних ринкових показників на наш погляд доцільно узагальнити відому у фізиці модель Ізінга [3] з метою її придатності для опису ринкових процесів на фінансових ринках. Кожен агент на ринку приймає рішення (купувати чи продавати актив, і за якою ціною) з урахуванням власних уподобань $\varepsilon_i(t)$ та очікувань $K_{ij}(t)$ від дій інших агентів $E_i(s_j)(t)$ і зовнішніх сигналів $G(t)$. У кожен момент часу t агент може бути або покупцем, або продавцем. Функція переваги $s(t)$ приймає значення 1, якщо агент має намір придбати одиницю активу, і значення -1 , якщо вибрано рішення – продати одну одиницю активу, або 0 – вичікувати:

$$s_i(t) = \text{sing} \left[\sum_{j \in N} K_{ij}(t) E_i(s_j)(t) + g_i G(t) + \varepsilon_i(t) \right],$$

За результатами моделювання встановлено, що модельна динаміка ринкових показників суттєво залежить від параметрів моделі і функцій, що визначають поведінку агента. При невеликих значеннях коефіцієнтів стадності $K_{ij}(t)$ мережа інвесторів є різномірною, зі збільшенням значень – з'являються великі групи покупців або продавців. При цьому виникає ймовірність утворення «спекулятивних бульбашок», особливо при зростанні випадкових збурень у вигляді індивідуальних переваг. Таким чином, розробка агентних моделей виступає перспективним напрямком досліджень процесів прийняття рішень на фінансових ринках, застосування імітаційних економіко-математичних моделей дозволяє забезпечити своєчасну діагностику формування «спекулятивних бульбашок», як основу механізму підвищення життєздатності фінансової системи країни.

Література

1. Сорос Д. Мировой финансовый кризис. Новая парадигма финансовых рынков / Д. Сорос / Пер. с англ. Кристофа Вагнера. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. — 272 с.

2. Bikhchandani S. Herd Behavior in Financial Markets: A Review / S. Bikhchandani, S. Sharma // IMF Working paper. — 2001. — Vol. 47. No 3. — P. 279–310.

3. Солодухин С. В. Принятие решений на финансовых рынках в условиях стадного поведения агентов // Рефлексивные процессы в экономике: концепции, модели, прикладные аспекты: моногр. / под ред. Р. Н. Лепы; НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти. — Донецк: АПЕКС, 2012. — с. 218–235.

4. Рефлексивные процессы и управление в экономике: концепции, модели, прикладные аспекты: моногр. / Р. Н. Лепа, С. Н. Шкарлет и др.; под ред. Р. Н. Лепы / НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти. — Донецк, 2013. — 272 с. — (Серия «Жизнеспособные системы в экономике = Життєздатні системи в економіці») — С. 119–130.

Секція 9. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

Бакіна Т.В.

*к.е.н., доцент кафедри економічної теорії
Таврійського державного агротехнологічного університету
м. Мелітополь, Україна*

ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЯК ФАКТОРА ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Для української економіки останніх десятиліть вельми характерна орієнтація не на довгострокові, а на короткострокові цілі, що, можливо, пов'язано з настроями періоду тривалого економічного спаду, подальшої нестабільності в економіці та політиці. Мабуть, неефективне використання людського капіталу також пояснюється перевагою поточних, часто короткострокових вигод.

Розвиток процесів глобалізації та перехід до постіндустріального суспільства вимагає від України виявлення нових абсолютних і порівняльних переваг, що не лежать в індустріальній площині.

Українська продукція матеріального виробництва характеризується низькою конкурентоспроможністю внаслідок її високою енергоємністю. Перехід до постіндустріальної стадії відкриває для нас нові можливості переорієнтації економіки на виробництві знань, інформації, високих технологій.

Існує ще одна проблема сучасної української економіки, що вимагає свого рішення з урахуванням людського капіталу. Це — кризовий характер інноваційно-інвестиційної сфери, породжений високим рівнем зносу основних фондів. У промисловості він становить 80%, що не дивно, оскільки їх середній вік в оброблюваній промисловості перевищив 25 років. Високий рівень зносу означає необхідність практично повної заміни обладнання. Очевидно, на місце старого зношеного обладнання повинно бути поставлено принципово нове, що відповідає потребам сучасного рівня розвитку технологій і рівня конкуренції на відповідних внутрішніх і зовнішніх ринках. Але обладнанню епохи інформаційних технологій повинні відповідати і працівники, що керують їм, що означає необхідність додаткових інвестицій в їх здатності, в їх людський капітал.

Для вдосконалення та ефективного використання наявних в Україні ресурсів постіндустріального розвитку потрібно ряд умов. Першим

з них є визнання запасу здібностей людини, сформованих інвестиціями в них і застосовуваних в економічній діяльності, в якості капіталу. Друге, не менш важлива умова, — це формування економічної політики, спрямованої на розвиток цих здібностей за фінансової підтримки основних інвесторів у людський капітал (домогосподарств (індивідів), фірм та держави). Кожен з інвесторів повинна одержувати відповідну віддачу від сукупних інвестицій.

Процес формування людського капіталу вимагає оптимального розподілу функцій і взаємодії інвесторів. Ефективна взаємодія інвесторів в людський капітал виникає тоді, коли між усіма економічними агентами досягається консенсус, що забезпечує інтереси кожної зі сторін. Функцією держави в цій взаємодії є створення умов для формування загального людського капіталу. Це виражається в забезпеченні індивіда загальною освітою, оптимально необхідною для виконання працівником трудових функцій здоров'ям, суспільною системою його соціалізації. Тим самим держава забезпечує горизонтальну мобільність індивіда-працівника.

Гармонізація інтересів економічних агентів припускає наявність економічних та інституційних передумов, що знаходяться у взаємодії та взаємовпливі. До числа таких передумов відносяться сформовані суспільні цінності, що виступають в якості орієнтира суспільного розвитку. Процес формування суспільних цінностей займає тривалий час і залежить від безлічі обставин. Особливу роль у цьому процесі виконує держава. Саме держава, виконуючи інституційну і бенчмаркетингову функції, може сприяти встановленню таких правил і норм суспільного життя, які будуть орієнтиром для приватного бізнесу.

Бізнесу (фірмі) потрібно не загальний, а специфічний працівник, пристосований до його виробничим потребам, працівник, який в змозі вирішувати специфічні завдання конкретної фірми. Чим активніше фірма інвестує в специфічний людський капітал, чим більше величина корпоративних інвестицій, тим активніше стає вертикальна (внутріфірмова) мобільність індивіда, тим успішніше будується його кар'єра. Якщо функція формування загального людського капіталу державою не буде виконана або виконана не повністю, тоді фірма не отримає основи для формування специфічного людського капіталу свого персоналу. Отже, фірми об'єктивно зацікавлені в тому, щоб бюджетні кошти, що виділяються на освіту, охорону здоров'я, соціалізацію, використовувалися повно і максимально ефективно.

Якщо людський капітал буде визнаний таким на рівні державної політики, то держава могла б впливати на приватний інвестиційний процес і шляхом використання широко прийнятих у світі прийомів, що застосовуються при стимулюванні інвестицій у фізичний капітал, наприклад, за допомогою механізму інвестиційних податкових пільг.

Цей механізм передбачає, що якщо фірма здійснює інвестування в передові технології або просто в нове обладнання, то держава не піддає оподаткуванню таку частину загального прибутку фірми, яка відповідає інвестиціям у нові технології, обладнання тощо. У нашому випадку — це інвестиції в здоров'я, освіта, соціалізацію населення, зокрема молоді. Звільнення від оподаткування тієї частини прибутку фірм, яка відповідає інвестиціям у ці об'єкти, було б хорошим стимулом для корпоративних специфічних інвестицій у людський капітал.

Для цілей стимулювання приватних корпоративних інвестицій можна використовувати і систему інвестиційних податкових кредитів, яка побудована на тому, що в різних галузях частка витрат на нові технології в витратах фірми відрізняється (те ж може бути віднесено і видам людського капіталу). Держава, бажаючи стимулювати інвестиції в потрібних напрямках, встановлює наступне правило: ті фірми, у яких зазначений показник (інвестиції по даному напрямку) вище середньогалузевої величини, мають право на отримання спеціального кредиту, призначеного для сплати податку. Кредит надається на вигідних умовах — під низький відсоток, на тривалий термін, забезпечується державним страхуванням. Таким способом держава могла б стимулювати приватні інвестиції в людський капітал і за їх розміром, і за напрямками.

Запропоновані нами заходи мають апробовані аналоги за кордоном: «методи прямого фінансування доповнюються диференційованою податковою політикою — повним або частковим зняттям оподаткування з коштів, що спрямовуються до вузів і в дослідницькі центри. Знижка на прибуток при навчанні, відповідному встановленим стандартам, коливається від 7–10 до 25 відсотків у США, 20 — в Японії, 7,5 в Італії. У ряді країн використовується скорочення або звільнення від внесків на соціальне забезпечення. Середня величина відрахувань за мінімальним нормативом досить вагома — в межах 15–45 відсотків» [3, с. 12–14].

Українська система вищої освіти може використовувати апробований за кордоном досвід взаємодії з приватним бізнесом. Це — практика корпоративних кредитів, що надаються студентам — майбутнім співробітникам фірми; це — спеціальні банківські кредити для здобуття освіти. Але, правда, і такі заходи не гарантують успіх для талановитих, але бідних випускників вузів. Проте їх шанси зростають, оскільки приватний бізнес, у тому числі і в Україні, об'єктивно зацікавлений у залученні ефективних трудових ресурсів.

Державний бюджету України свідчить про триваючу орієнтації на індустріальний розвиток, що знижує здатність української економіки вирішувати соціальні проблеми і в майбутньому. Державний бюджет в його видаткової частини демонструє не тільки нерозуміння значення таких напрямів фінансування, як прикладні наукові дослідження в галузі

національної економіки і зв'язок та інформатика, але й погане виконання бюджету за цими статтями.

Отже, незважаючи на те що почалися ринкові реформи, українська економіка використовує людський капітал неефективно, наслідком чого є падіння віддачі від нього і з індивідуальних позицій, і з позицій роботодавця, і економіки в цілому. Справедливості заради слід зазначити, що, хоча теорія людського капіталу має більш ніж 50-річну історію, але практична реалізація її висновків за кордоном почалася відносно недавно. Пояснюючи цю обставину, Т. Давенпорт зазначає, що «компанії розглядали робітників як витрати, і вони ставилися до людей таким же чином, як до інших витрат, — прагнули їх скоротити. Однак після десятиліть організації усвідомили, що людський капітал — здібності, поведінку, енергія робітників — не можна ігнорувати, якщо менеджери шукають шляхи досягнення конкурентних переваг. Десь у середині 90х р. настало прозріння. ... Наймані робітники більше не розглядаються як витрати, вони вважаються активами» [1, с. 114].

Література

1. Бреслав Л. Б. Человеческий капитал: организация и эффективность накопления в условиях формирования рынка труда / Л. Б. Бреслав, Б. С. Лисовик, И. Е. Ломонова. — СПб.: ОАО «ПФП», 2011. — 312 с.
2. Журавський В. С. Державна освітня політика: поняття, системність, політичні аспекти / В. С. Журавський // Правова держава: щорічник наукових праць. — Вип. 14. — К. — 2014. — с. 20–30.
3. Огнев'юк В. О. Університетська освіта України в контексті перспектив Європейської інтеграції. // Віче. — 2010. — № 20. — с. 11–21.

Заверуха М.М.

*аспірант кафедри менеджменту
Львівського регіонального інституту
державного управління НАДУ
при Президентові України
Львів, Україна*

ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА І ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Однією з найважливіших проблем, що заважають економічному розвитку України, є тінізація діяльності господарюючих суб'єктів. Сучасне економічне середовище країни формується потоками руху як легальних, так і напівлегальних і кримінальних капіталів. Ефективна економічна діяльність неможлива без постійної протидії тіньовій складовій національної економіки [4].

На думку З. Варналія, тіньова економіка — складне соціально-економічне явище, що представлене сукупністю неконтрольованих і нерегульованих, як протиправних, так і законних, але аморальних економічних відносин між суб'єктами економічної діяльності з метою отримання доходу за рахунок приховування доходів і ухилення від сплати податків [2].

Тіньова економіка має об'єктивний характер і існує в будь-яких економічних системах — у сучасному світі немає жодної країни, в якій би не існував тіньовий сектор. Історія соціально-економічного розвитку демонструє, що елементи тіньової економіки виникли з появою товарно-грошових відносин. Процес глобалізації соціально-економічних відносин охопив і тіньову економіку, перетворивши її в одну з глобальних світових проблем [6].

Основними причинами, що сприяють зародженню і розвитку тіньової економіки, є: неадекватна державна правова та економічна політика — з одного боку, прагнення людини до самозбереження, захисту своїх соціальних благ і намагання неадекватного збагачення — з іншого. Весь цей процес відбувається в сприятливих для зростання тіньової економіки умовах — у бюрократичному і корупційному середовищі. Недоліки правової бази та практичної діяльності правоохоронних органів змушують державу постійно вдосконалювати законодавство і методи боротьби з нелегальною і напівлегальною економічною діяльністю.

Скорочення масштабів тінізації економіки є невід'ємною складовою стратегії реформ. Створення державою умов, за яких перебування у нелегальному секторі є надто дорогим та ризикованим, формуватиме

мотивацію легалізації капіталів, детінізації ринку землі та праці. Детінізація фінансових потоків, трудових відносин і ринку землі уможливить повну реалізацію потенціалу модернізаційних реформ та підвищить стійкість економіки України до кризових явищ.

В той же час, тіньова економіка є складовим елементом господарської системи. В умовах пошуку шляхів прискорення економічного зростання країни та виходу на стійкі темпи розвитку, необхідно комплексне наукове дослідження процесів тіньової економіки, як складової компоненти економічного розвитку. На сучасному етапі питання про позитивний і негативний вплив тіньової економіки на економічний розвиток, про те чи є вона перепоною для виходу на стабільні темпи розвитку або, навпаки, допомагає подолати наслідки економічної кризи, поки залишаються малодослідженими.

Досить часто тіньову діяльність трактують як природну і розумну реакцію на формальні норми, поступаються неформальним домовленостям з точки зору співвідношення ціни та якості вирішення проблем. В контексті економічного розвитку необхідно відмітити адаптивність тіньової економіки — вона здатна в найкоротші терміни пристосуватися до зовнішніх впливів (діям правоохоронних, фіскальних, наглядових та інших органів).

Для адекватної оцінки впливу тіньової економіки на процеси соціально-економічного розвитку, на нашу думку, необхідно відокремити раціональну від ірраціональної складових тіньової економічної діяльності.

Раціональна (вимушена) тіньова діяльність обумовлена тим, що ціна законслухняної поведінки значно перевищує відповідну ціну в умовах тіньової економічної діяльності. У цьому випадку тіньова поведінка носить як би вимушений характер і провокується неадекватною економічною політикою держави або корумпованістю чиновників. Вважається, що даний тип тіньової діяльності в принципі може перейти в офіційну економіку при відповідних умовах, на чому базується більшість пропозицій легалізації тіньового сектора.

Ірраціональна тіньова діяльність є результатом нераціонального поведінки, суб'єкт якої схильний до ризику, до авантюрного типу поведінки. У відповідності до теорії економічної злочинності тіньова діяльність є результатом самореалізації специфічного соціально-психологічного типу суб'єкта економічної діяльності.

У сучасній Україні за роки ринкових реформ тіньові економічні відносини, стали наростати надзвичайно швидко, охопивши, за різними оцінками експертів, близько 40% ВВП. Тіньові економічні відносини і тіньова економіка є результатом відсутності реальних економічних реформ, зміни системи економічних зв'язків в межах суспільства. Наявність тіньового сектору національної економіки завдає величезної шкоди

народному господарству країни, негативно позначається на духовно-моральній і правовій сфері суспільства, спотворює особистість багатьох людей, підриває безпеку держави, знижує конкурентоспроможність національної економіки на світовому ринку [3–5].

Як зазначає С. Баранов, в Україні практично вже завершився процес формування унікального «тіньового» гібриду, що має надпотужне «кримінально-чорне» ядро. Якісною особливістю цього системного «тіньового» конгломерату є ще невідома до цього часу у світовій практиці неймовірна стійкість цього феномена до будь-яких проявів впливу зовнішнього середовища, тобто його надзвичайна спроможність практично миттєво адаптуватися до будь-яких різких змін, економічних та політичних умов існування. Необхідно звернути увагу на те, як легко і досить природно відбулося тісне зрощування апаратної і тіньової приватизації. На трансформації форм власності, як і раніше, вирішальний вплив справляє позиція конкретних посадових осіб та їх особисті неформальні зв'язки, а не ринкові закони та відповідна їм досконала правова інфраструктура, що чітко регламентує економічні відносини. Саме це стає основною перешкодою на шляху створення справжнього ринкового конкурентного середовища в Україні» [1, с. 51].

Впродовж тривалого періоду в Україні зберігається тенденція зростання масштабів тіньової економіки. За розрахунками Міністерства економічного розвитку і торгівлі України рівень тіньової економіки в Україні за підсумками 2014 року становив 42% ВВП, що стало рекордом з 2007 року. На початку 2015 року, в умовах поширення цінових і девальваційних шоків, ескалації військового конфлікту, спостерігалось подальше істотне зростання тіньової економіки — у першому кварталі 2015 року, рівень тіньової економіки досяг нового максимуму — 47% ВВП.

Аналіз взаємодії нелегальної і легальної економіки в Україні, показує, що процеси детінізації сьогодні стримує невирішення низки проблем: значне податкове навантаження на корпоративний сектор на тлі подальшого зниження економічної активності підприємств і високою вартістю залучення кредитних ресурсів; несприятлива зовнішньоекономічна кон'юнктура, скорочення внутрішнього попиту, зростання витрат на імпорту сировину і матеріали із-за девальвації національної валюти тощо.

В умовах соціальної кризи тіньова економіка є формою колективного і індивідуального виживання. Необхідно зазначити, що в умовах виживання знаходиться сьогодні частина національного реального сектору економіки.

Література

1. Баранов С. О. Тіньова економіка: сутність, причини, соціально-економічні наслідки та шляхи подолання в Україні / С. О. Баранов // Вісник НАДУ — № 3—2015. — С. 47—54. с. 51
2. Варналій З. С. Тіньова економіка: сутність, особливості та шляхи легалізації. // Варналій З. С. — К. — НІСД. — 2006. — 576 с.
3. Мазур І. Детінізація економіки України: теорія та практика [Текст]: [монографія] / Мазур І. — К.: ВПЦ «Київський університет». — 2006. — 239 с.
4. Тіньова економіка в Україні: масштаби та напрями подолання: аналіт. доп. / Т. А. Тищук, Ю. М. Харазішвілі, О. В. Іванов; за заг. ред. Я. А. Жаліла. — К.: НІСД, 2011. — 96 с.
5. Турчинов О. В. Тіньова економіка: закономірності, механізми функціонування, методи оцінки. — К., 1996. — 199 с.
6. Харко Д. Природа тіньової економіки: поняття, причини та напрями детінізації / Д. Харко // Вісник Львів, ун-ту. — Серія юридична. — Вип. 52. — 2011. — с. 351—357.

Малько К. С.

*аспірант кафедри політичної економії
обліково-економічних факультетів
Державного вищого навчального закладу
«Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

ІНОЗЕМНИЙ КАПІТАЛ: ЙОГО СУТНІСТЬ ТА ФУНКЦІЇ

Як показує дослідження наукових праць, в економічній літературі досі немає єдиної думки щодо сутності категорій «іноземні інвестиції» та «іноземний капітал». Категорія «інвестиції» увійшла в українську економіку в період її переходу від командно-адміністративних до ринкових відносин наприкінці 80-х рр. ХХ ст. Як відомо, інвестиції виступають родовим поняттям стосовно іноземних інвестицій, які у даному випадку є видовим поняттям. На рівні законодавства категорія «іноземні інвестиції» з 1991 р. закріплена у Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991 р. № 959-ХІІ.

Метою дослідження є розкриття сутності категорій «іноземні інвестиції» та «іноземний капітал», встановлення співвідношення між ними,

визначення основних функцій іноземного капіталу та їх ролі в сучасній економіці України.

Під іноземними інвестиціями розуміють майно, речі, грошові кошти, майнові права, цінні папери, об'єкти права інтелектуальної власності тощо. На наш погляд, іноземні інвестиції — це цінності, вкладені іноземними інвесторами у передбаченому законодавством України порядку і формах в інвестиційну та інші види діяльності для забезпечення розвитку економіки, підвищення її ефективності, проведення структурних та економічних змін з метою отримання прибутку (доходу) та (або) одержання соціального, екологічного та інших видів ефектів.

Іноземні інвестиції необхідно розподіляти на: державні та приватні інвестиції; на прямі іноземні інвестиції та портфельні іноземні інвестиції, які складають основу іноземного приватного капіталу і, на відміну від позик і кредитів, не збільшуючи зовнішнього боргу держави, сприяють одержанню коштів для розвитку виробництва, зацікавлюючи в цьому безпосередньо іноземного інвестора.

Всі інші види іноземних інвестицій за формою власності, перетинаючи національні кордони, стають об'єктом урядової політики і за своїм походженням також є іноземним капіталом. Таким чином, іноземні інвестиції та іноземний капітал в сумарному вигляді є тотожними. Тому терміни «іноземні інвестиції» та «іноземний капітал» можна використовувати як синоніми.

З'ясувавши зміст іноземних інвестицій, ми маємо можливість визначити сутність іноземного капіталу. На наш погляд, іноземний капітал — це форма капіталу, що знаходиться в русі і вкладається іноземними інвесторами в господарську діяльність країни-реципієнта з метою найбільш ефективного використання капіталу, отримання максимального прибутку. Слід зазначити, що в економічній літературі поки що не існує єдиного визначення категорії «іноземний капітал». Лише в Економічній енциклопедії за редакцією Мочерного С. В., іноземний капітал визначається як різноманітні форми капіталу (приватний, акціонерний, державний, банківський, промисловий, фінансовий та капітал міжнародних фінансово-кредитних організацій та ін.), який належить закордонним власникам [3, с. 726]. Проте в наведеній дефініції немає вказівки ані на сфери, ані на мету вкладення капіталу. Тому авторське визначення категорії «іноземний капітал» видається найбільш обґрунтованим та достовірним.

Досліджуючи роль іноземного капіталу в економічній системі, слід визначити його основні функції. На наш погляд, в узагальненому вигляді для нього характерні такі функції: 1) мобілізації капіталу; 2) розподільна; 3) інноваційна; 4) соціальна.

Таким чином, іноземний капітал — це специфічна підсистема в структурі світових інвестиційних потоків, яка породжена глобальною економі-

кою і здатна відігравати роль своєрідного додаткового резерву нарощування національних інвестиційних потенціалів. Специфіка цього ресурсу відображається в його основних функціях: 1) мобілізації капіталу; 2) розподільній; 3) інноваційній; 4) соціальній.

Література

1. Антонов В. Б. Теоретичне підґрунтя класифікації іноземних інвестицій / В. Б. Антонов // Науковий вісник НЛТУ України: Збірник науково-технічних праць. — 2010. — Вип. 20.14. — С. 290–299.
2. Україна у цифрах у 2014 році: Статистичний збірник / Державна служба статистики України / За ред. Жук І. М. — К., 2015. — 239 с.
3. Економічна енциклопедія: У 3 т. — Т. 1. / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. — К.: Видавничий центр «Академія», 2000. — 864 с.
4. Статистичний щорічник України за 2013 рік / Державна служба статистики України / За ред. О. Г. Осауленка. — К., 2014. — 534 с.
5. Коваленко Ю. М. Диспропорційність вкладень іноземних інвесторів у галузі та регіони України / Ю. М. Коваленко, І. А. Скуратівська // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. — 2011. — № 2. — С. 146–154.
6. Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності України у 2013 році: Стат. бюлетень / Державна служба статистики України. — К., 2014. — 176 с.
7. Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності: Стат. збірник / Державний комітет статистики України. — К., 2010. — 62 с.
8. Інвестиційна діяльність в Україні у I півріччі 2015 року / Міністерство економічного розвитку і торгівлі України: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>.

Цанько О.О.

*аспірант кафедри економічної політики
та економіки праці Львівського регіонального
інституту НАДУ при Президентіві України
м. Львів-Брюховичі, Україна*

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДВАЛИНИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

Глобальний економічний досвід показує, що активізація інвестиційної діяльності позитивно впливає на соціально-економічний добробут країн. Приплив інвестиційних ресурсів пов'язане із інвестиційною привабливістю країни, що у свою чергу залежить від державної інвестиційної політики.

Державна інвестиційна політика — це діяльність держави щодо регулювання інвестиційної діяльності з метою виконання основних соціально-економічних цілей розвитку країни, комплекс економічних, організаційно-правових та інших заходів держави, спрямованих на створення сприятливого інвестиційного середовища, структурну перебудову, підвищення ефективності національного господарства.

Основними факторами, що визначають та впливають на інвестиційну політику є рівень розвитку економіки в цілому, структура економічної системи, стан основних виробничих фондів, ефективність їх використання, рівень науково-технічного розвитку країни, фінансові можливості, тип та ефективність державного управління, ступінь розвитку інститутів ринкової інфраструктури.

Розробка та реалізація інвестиційної політики в сьогоdnішніх умовах має базуватися на основі формування позитивного інвестиційного іміджу країни в світі. Відомо, що інвестиції відіграють значну роль у розвитку країни і вважаються важливим важелем її економічного зростання, адже інвестиції приносять не тільки прибуток інвестору, а також соціальний ефект, який передбачає розбудову інфраструктури, розвиток інноваційної, екологічної сфер тощо. Це дає можливість створення нових робочих місць для населення, дає позитивний ефект у вигляді зростання доходів, як наслідок — зростає добробут населення, попит на товари і послуги також зростає, що забезпечує ланцюгову реакцію позитивних змін в національній економіці.

Метою інвестиційної політики держави є створення привабливого інвестиційного середовища і сприяння розвитку інвестиційної інфра-

структури для забезпечення сталого економічного зростання та підвищення життєвого рівня населення. Варто зазначити, що мета інвестиційної політики не є постійною, вона може змінюватись залежно від умов економічного розвитку країни.

Формування інвестиційної політики повинно починатися з визначення концептуальних основ розвитку суспільства і держави, встановлення її ролі в суспільному відтворювальному процесі на відповідному часовому етапі. Потім формуються мета і завдання інвестиційної політики, які відповідають основним напрямам соціально-економічного розвитку країни й використання інвестиційних ресурсів в інтересах громадян та суспільства.

Державна інвестиційна політика реалізується у двох основних формах — пряме (адміністративно-правові заходи) й непряме (створення відповідного інвестиційного середовища) регулювання інвестиційної діяльності [1, с. 312].

Прямий вплив держави полягає в тому, що держава може виступати в ролі інвестора й приймати на себе функції фінансування галузей і виробництв, продукція яких має загальнонаціональний характер і, відповідно до діючого законодавства, може бути вироблена тільки на державних підприємствах або підприємствах, приватизація яких не буде проводитися найближчим часом. Прямі форми мають здебільшого організаційно-правовий характер на відміну від непрямих. Непрямі форми носять економічний характер і безпосередньо пов'язані з макроекономічною політикою держави.

Регулювання інвестиційної політики будь-якої країни включає в себе такі складові, як:

1) економічна, що має на меті пошук джерел інвестування, формування макроекономічної політики, яка була б спрямована та стабілізацію та зростання, створення умов для соціального розвитку і спрощення податкової системи;

2) правова, яка орієнтована на удосконалення законодавства для активізації інвестування, правового захисту та надання гарантій інвестору з боку держави;

3) інформаційна, що у свою чергу допомагає у створенні сприятливого інвестиційного іміджу країни на світовій арені. Дана складова передбачає постійний моніторинг економічних процесів на державному і регіональному рівнях, що необхідно для аналізу та прогнозування;

4) організаційна складова: служить базою для створення державних органів регулювання інвестицій, визначає мету їхнього функціонування та обов'язки.

Успішне виконання усіх завдань державної інвестиційної політики залежить від правильності і чіткості її принципів. З огляду на перебіг

економічних процесів ХХІ ст. основними принципами інвестиційної політики мають бути:

- принцип взаємної відповідальності інвесторів і держави;
- принцип об'єктивності й економічної обґрунтованості рішень, що приймаються [2, с. 53];
- орієнтація на інноваційний шлях розвитку економіки країни;
- створення умов для збереження, розвитку та використання вітчизняного науково-технічного та інноваційного потенціалу;
- сприяння змішаного фінансування інвестиційних проєктів;
- принцип раціонального використання ринкових механізмів для сприяння інвестиційної діяльності, підтримка підприємництва у науково-виробничій сфері;
- здійснення заходів на підтримку міжнародної науково-технологічного співробітництва, обміну технологіями, захисту вітчизняної продукції на внутрішньому ринку та її просування на зовнішній ринок;
- принцип фінансової підтримки інвестиційного процесу, що полягає у реалізації сприятливої кредитної, податкової і митної політики у сфері інвестиційної діяльності;
- принцип сприяння розвитку інвестиційної інфраструктури.

В загальному політика інвестування повинна бути спрямована на наступне:

- визначення державою пріоритетних галузей інвестування з огляду на основні вектори руху країни;
- складання планів, розробка регіональних програм залучення іноземних інвестицій в регіональний комплекс, узгодження загальнодержавної політики інвестування з регіональною;
- стимулювання інвестиційної активності, формування інвестиційного клімату;
- зацікавлення фінансово-кредитних установ у залученні їх ресурсів на виробничо-інвестиційні цілі;
- сприяння розвитку інвестиційної інфраструктури.

Література

1. Формування інвестиційної політики з метою забезпечення конкурентоспроможності економіки держави [Електронний ресурс] /О.Г. Череп// Каталог Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. — Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.

2. Принципи формування державної інвестиційної політики в сучасному економічному середовищі держави [Електронний ресурс]/Л.Л. Гриценко//Каталог Наукового вісника Полтавського університету економіки і торгівлі. — Режим доступу: <http://journal.puet.edu.ua/>

Секція 10. ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Катран М.В.

*аспірантка кафедри економічної теорії та конкурентної політики
Київського національного торговельно-економічного університету
м. Київ, Україна*

РЕГУЛЮВАННЯ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ

В умовах економічних перетворень зростає роль внутрішнього ринку споживчих товарів, у зв'язку з чим його стабілізація, подальший розвиток і ефективне регулювання набувають особливої значущості. Внутрішній ринок споживчих товарів відіграє важливу роль у стимулюванні розвитку національного виробництва, підвищенню добробуту народу, зміцненні економічної та політичної незалежності.

Внутрішній ринок споживчих товарів України формується під впливом наслідків накопичених упродовж останніх років структурних деформацій національної економіки. Відсутність системного стратегічного підходу до розв'язання проблеми насичення ринку споживчих товарів за рахунок відповідного збільшення обсягів споживчого виробництва (на основі модернізації та підвищення конкурентоспроможності) призвела до нагромадження істотної залежності від зовнішніх джерел постачання. Надмірна відкритість національної економіки впродовж останніх років закріпила вразливість внутрішнього ринку споживчих товарів від коливань зовнішньої кон'юнктури, подолати яку виключно оперативними заходами неможливо. [1; 3]

Низька мобільність і технологічна конкурентоспроможність національних виробників в умовах розвитку світових несприятливих тенденцій призвели до суттєвого скорочення їхніх можливостей конкурувати з імпортерами не тільки на зовнішніх, але й на внутрішньому ринку. Проблема чинників, що обмежують розвиток національного виробника, набуває державної значущості. Так, наявність тарифних і нетарифних бар'єрів у зовнішній торгівлі, внутрішніх регуляторних і структурних обмеженнях зовнішньоторговельної діяльності, зокрема недосконалості системи технічного регулювання, санітарних і фіто-санітарних заходів, що перешкоджають доступові українських товарів і послуг до зовнішніх ринків. Незадовільним залишається бізнес-клімат, який виступає

основним чинником стримування інвестицій, гальмування економічного зростання та зниження конкурентоспроможності.

Критична залежність національної економіки від кон'юнктури зовнішніх ринків, низькі темпи розширення внутрішнього ринку споживчих товарів; нерозвиненість ринку споживчих товарів високотехнологічної продукції та відсутність його ефективного захисту від іноземної технічної і технологічної експансії визначено загрозою національній безпеці та національним інтересам України.

Отже, пріоритетним напрямом на сучасному етапі розвитку країни є забезпечення внутрішнього ринку споживчих товарів вітчизняними конкурентоспроможними товарами і поступове витіснення з нього імпортованих товарів низької якості, які можуть завдавати шкоди національним виробникам, здоров'ю людей та навколишньому природному середовищу.

Необхідно розробити стратегію регулювання внутрішнього ринку споживчих товарів, де основними напрями реалізації мають бути:

- Захист внутрішнього ринку споживчих товарів (контроль якості та безпеки товарів; захист вітчизняного виробника споживчих товарів; раціоналізація та збалансування вітчизняного виробництва та імпорту споживчих товарів);
- Підвищення конкурентності вітчизняних споживчих товарів (стимулювання виробництва високоякісних споживчих товарів; гармонізація національної системи стандартизації з європейською; захист інтересів національних виробників та сприяння їх закріпленню на традиційних і привабливих зовнішніх ринках).

Важливе значення на сьогодні має формування стратегічного бачення галузевого розвитку національної економіки, розроблення та реалізації середньо- і довгострокових заходів розвитку їхніх конкурентних переваг на внутрішньому ринку споживчих товарів та в експортній діяльності з урахуванням умов інтеграції України до ЄС.

Список використаних джерел

1. Лагутін В. Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання: Монографія. — К.: Київ нац.торг.-екон.ун-т, 2008. — 327 с.
2. Особливості дослідження окремих товарних ринків [Текст] [Текст]: звіт про науково-дослідну роботу (заключний) / Д. В. Лагутін (кер.НДР), А. Г. Герасименко, Ю. І. Ясько; М-во освіти і науки України, КНТЕУ. — Київ, 2013. — 121 с. — (КНТЕУ). — Бібліогр. — Дод.
3. Мазаракі А. Економічна безпека України в умовах глобалізаційних викликів: [монографія] / А. Мазаракі, О. Корольчук, Т. Мельник та ін. — К.: КНТЕУ, 2010. — 718 с.
4. Ринки в системі внутрішньої торгівлі України: монографія / В. В. Апопій, І. П. Міщук, С. І. Рудницький, Р. С. Фешишин, О. І. Шалева; ред.: В. В. Апопій; Укоопспілка, Львів. комерц. акад. — Л., 2012. — 415 с.
5. Уманців Ю. М. Корпоративні структури у глобальному конкурентному просторі: монографія. — К.: ННЦ ІАЕ, 2012. — 407 с.

Секція 11. ІНВЕСТИЦІЇ

Кривда І.В.

*Студентка факультету менеджменту та маркетингу
НТУУ «Київський політехнічний інститут» (НТУУ КПІ)*

м. Київ, Україна

Науковий керівник:

Лазоренко Т.В.

к.е.н., доцент кафедри Менеджменту НТУУ «КПІ»

АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІТ СФЕРИ В УКРАЇНІ

Оскільки економіка України зараз перебуває в стані рецесії надзвичайно важливо створити всі необхідні умови для залучення іноземних інвестицій, які є каталізатором для економічного розвитку. Тому аналіз інвестиційного клімату в Україні дає змогу зрозуміти в якому напрямку повинні проводитися політичні та економічні реформи в країні.

Однією з найперспективніших та найпривабливіших для інвесторів галузей в Україні є сфера інформаційних технологій (ІТ). Крім того, у випадку країн, що розвиваються (до яких відноситься Україна) ІТ може сприяти переорієнтації з галузей з низькою доданою вартістю (таких як сільське господарство та видобувна галузь) до галузей з високою доданою вартістю, які не вимагають багато матеріальних ресурсів [1] і таким чином сприяти розвитку економіки.

Україна має ряд переваг для розвитку як цієї сфери, так і бізнесу в цілому, таких як низька вартість послуг, мобільного зв'язку та Інтернету у порівнянні з західноєвропейськими країнами та, передусім, наявність освічених та кваліфікованих кадрів.

Проте, не зважаючи на це, в рейтингу легкості ведення бізнесу Світового Банку «Doing Business-2016» вона посіла лише 83 місце. Україна покращила свої позиції порівняно з попереднім роком (96 місцем у 2015 році) насамперед завдяки спрощенню реєстрації бізнесу [2]. Проте існує ряд проблем, які перешкоджають залученню інвестицій і потребують негайного вирішення. Серед них недостатній захист прав інвестора, корупція та недосконалість законодавства. Негативні умови для ведення бізнесу перешкоджають розвитку сфери ІТ.

Взагалі, ключові елементи, які впливають на розвиток ІТ індустрії це: попит на ІТ послуги та товари, інфраструктура, умови для ведення бізнесу, людський капітал.

Тому найбільший негативний вплив на ІТ сферу в Україні мають недостатнє фінансування, не розвинений внутрішній ринок, неефективна юридична система, небажання компаній та державних структур впроваджувати нові розробки, а також відтік кваліфікованих фахівців закордон.

Проаналізувавши ці проблеми можна запропонувати такі основні напрямки для їх вирішення: стимулювати попит на продукцію ІТ індустрії з боку держави (впровадження електронного уряду, модернізація системи освіти та охорони здоров'я), спростити законодавство у сфері ведення бізнесу, сприяти захисту авторських прав та розвитку нових технологій та наукових парків в Україні.

Література

1. Narcyz Roztocky & H. Roland Weistroffer (2008) Information technology investments in emerging economies, *Information Technology for Development*, 14:1, 1–10.
2. World Bank. 2016. *Doing Business 2016: Measuring Regulatory Quality and Efficiency*. Washington, DC: World Bank Group.

Секція 12. МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

Меркулов К. О.

студент напряму підготовки

«Міжнародна економіка»

Запорізький національний університет

м. Запоріжжя, Україна

Колобердянко І. І.

кандидат економічних наук

доцент кафедри міжнародної економіки

та економічної теорії

Запорізький національний університет

м. Запоріжжя, Україна

РОЗРАХУНОК ІНДЕКСУ УМОВ ТОРГІВЛІ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЧЕСЬКОЮ РЕСПУБЛІКОЮ

Умови торгівлі відображають співвідношення взаємного попиту і взаємної пропозиції на експорт і на імпорт кожної країни. Вони розраховуються на базі співвідношення індексу експортних і імпортних цін кожної країни і слугують найважливішим орієнтиром для їх зовнішньоекономічної політики в цілому і зовнішньоторговельної політики зокрема.

Чисті умови торгівлі розраховуються за формулою [1, с. 136]:

$$T_o T = \frac{P_x}{P_{im}} * 100, \quad (1.1)$$

де $T_o T$ – індекс умов торгівлі; P_x – індекс експортних цін; P_{im} – індекс імпортних цін.

Умови торгівлі, в ширшому сенсі, відображають рівень бажання партнерів вступати в торгові відносини одне з одним. Ми маємо намір розрахувати індекс умов торгівлі між Україною та Чехією. Для цього нам треба володіти інформацією щодо індексу експортних цін для тих товарів, що Україна експортує до Чехії, а також їх відносною часткою в загальному експорті до Чеської республіки. Таким чином ми зможемо розрахувати індекс експортних цін товарів України в Чехію, зважений у відповідності до їх частки:

$$P_x = P_1 \times S_1 + P_2 \times S_2 + \dots + P_n \times S_n, \quad (1.2)$$

Джерело: розроблено авторами за даними [1]

де P_x – зважений індекс експортних цін; $P_{1,2..n}$ – індекс експортної ціни відповідної групи товарів; $S_{1,2..n}$ – частка відповідної групи товарів в загальному експорті (України в Чехію); n – кількість груп товарів.

За цією ж формулою ми розрахуємо індекс імпорتنих цін товарів, що їх Україна завозить із Чехії. В українській статистиці ведеться облік індексу імпорتنих цін, проте цей індекс розраховується для імпорتنих цін товарів усіх країн. Нам же потрібен індекс імпорتنих цін товарів чеського виробництва. Задля вирішення цієї проблеми ми звернемося до Чеської статистики, але дивитися вже будемо на індекс експортних цін по категоріям. Вони також будуть зважені за їх часткою в українському імпорті:

$$P_{im} = P_1 \times S_1 + P_2 \times S_2 + \dots + P_n \times S_n, \quad (1.3)$$

Джерело: розроблено авторами за даними [1]

де P_{im} – зважений індекс імпорتنих цін;

$P_{1,2..n}$ – індекс експортної ціни відповідної групи товарів (згідно з даними чеської статистики);

$S_{1,2..n}$ – частка відповідної групи товарів в загальному імпорті (України з Чехії);

n – кількість груп товарів.

Розрахувавши ці показники, ми підставимо дані у формулу 1.1 і наразі дізнаємось яким же є індекс умов торгівлі між Україною та Чеською республікою.

З метою розрахунку індексів умов торгівлі між Україною та Чеською республікою за 2012, 2013 та 2014 роки нам необхідно буде застосовувати дані з відкритих джерел Державної служби статистики України, Чеської статистичної агенції та сайту Державної підтримки українського експорту [2], [3], [4]. В першу чергу нам необхідно знайти зважений індекс експортних цін для кожного року за формулою 1.2. Ми будемо враховувати індекси цін для тих груп товарів, частка яких в експорті дорівнює або більше 0,5%.

Зважений індекс експортних цін товарів, які Україна експортувала до Чехії у 2012 році становить 89,4, у 2013 році – 107,5. В 2014 році цей показник склав 92,4. Це суттєво відрізняється від показників по експорту в цілому згідно з даними Держстату [2].

Тепер, ми маємо розрахувати індекс імпорتنих цін на товари, що їх Україна завозить із Чеської республіки за ті ж роки, за допомогою формули 1.3.

Зважений індекс цін товарів, які Україна імпортувала з Чехії у 2012 році становить 103,1. 2013 рік – 101,5; 2013 рік – 103,5 [3].

З цього моменту ми маємо всі необхідні показники для калькулювання індексу умов торгівлі за формулою 1.1. Отримані результати відображені у таблиці 1.1:

Таблиця 1.1

Розрахункові індекси торгівлі між Україною та Чехією

Показник	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Індекс цін товарів, що Україна експортувала у Чеську республіку, P_x	89,4	107,5	92,4
Індекс цін товарів, що Україна імпортувала з Чеської республіки, P_{im}	103,1	101,5	103,5
Індекс умов торгівлі, $T_o T = \frac{P_x}{P_{im}} * 100$	86,7	105,9	89,3

Джерело: розроблено авторами

Отримані результати відображають умови торгівлі у їх зміні рік до року. Щоб прослідкувати динаміку показника, необхідно мати уявлення про його зміну щодо певного базового періоду. На щастя, це легко зробити, якщо прийняти за базовий період 2011 рік і відповідно розрахувати накопичену зміну індексу умов торгівлі. Отримуємо таблицю 1.2:

Таблиця 1.2

Індекси цін та умов торгівлі (за базою 2011 року)

Показник	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Індекс цін товарів, що Україна експортувала у Чеську республіку, P_x	100	89,4	96,1	88,8
Індекс цін товарів, що Україна імпортувала з Чеської республіки, P_{im}	100	103,1	104,6	108,3
Індекс умов торгівлі, $T_o T = \frac{P_x}{P_{im}} * 100$	100	86,7	91,8	82

Джерело: розроблено авторами

Як бачимо, індекс умов торгівлі України з Чехією останніми роками постійно знижувався і, разом із зростанням сукупної ціни імпорту із ЧР, у порівнянні із сукупною ціною експорту на кожну одиницю товару, що експортується, стало можливим придбати все менше імпорتنних товарів. Оскільки менший об'єм імпорту стає можливим взамін колишньої (і навіть меншої) кількості експорту, добробут країни зменшується.

Варто пам'ятати, що отримані результати розповсюджуються лише на суб'єктивні двосторонні відносини між цими двома країнами. Іншими словами, добробут нашої країни відносно добробуту Чеської Республіки

зменшувався, і навпаки. Це відбувалося, більшою мірою, за рахунок зміни ціни українського експорту, а саме групи товарів 26 «Руда, шлаки, попіл», що складає близько половини загального експорту у ЧР.

Наведені результати звертають увагу на необхідність суттєвої диверсифікації українського експорту шляхом підтримання перспективних, але поки що малопомітних у структурі груп товарів, таких як експорт деревини та виробів з неї, текстилю, оптичних приборів тощо.

Нарешті, варто було б замислитися щодо перспектив залучення підприємств-виробників високоякісної продукції з високою часткою доданої вартості, продукцію яких наша країна імпортує, до інвестування і створення філіалів своїх підприємств на території України. Це б дозволило сприяти покращенню сальдо зовнішньоторговельного обороту, рівня зайнятості в країні та сприяло б притоку інших перспективних інвесторів.

Література

1. Киреев А. П. Международная экономика. В 2-х ч. — Ч. I. Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / Киреев А. П. — М.: Международные отношения, 1997. — 416 с.
2. Индекси фізичного обсягу, середніх цін та умов торгівлі у зовнішній торгівлі України товарами [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. — Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2014/zd/in_fiz/in_fiz_u/in_fiz_1314_u.htm
3. Export and import price indices — time series [Електронний ресурс] / Czech statistical office. — Режим доступу: https://www.czso.cz/csu/czso/izc_ts
4. Економічне співробітництво України з Чехією [Електронний ресурс] / Державна підтримка українського експорту. — Режим доступу: <http://ukrexport.gov.ua/ukr/info/?param=economtem&country=cze>

Онщенко І.О.

*студентка 6 курсу, спеціальність «Облік і аудит»
Харківський навчально-науковий інститут
ДВНЗ «Університет банківської справи»*

СТАН ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Актуальність. Важливим засобом забезпечення сприятливого розвитку економіки країни та становлення її позитивної репутації на світовому ринку є –забезпечення припливу високих обсягів іноземних інвестицій з країн світу. Проблема іноземного інвестування, на сьогоднішній день, дуже гостро стоїть у більшості країн світу. Особливе значення процеси іноземного інвестування мають для країн, які знаходяться в перехідній стадії та мають нестабільне економічне становище в середині держави, що зокрема стосується і України. В період, значної воєнно-політичної нестабільності на сході України, велике значення має залучення та ефективне використання іноземних інвестицій, що забезпечить економічне благополуччя в кризовий період, який переживає Україна.

Мета. Визначити стан та вплив іноземних інвестицій на розвиток національної економіки України.

Результати. Загальний політико-правовий та соціально-економічний розвиток країни, здійснення міжнародного співробітництва з успішними суб'єктами господарювання є неможливими без формування іноземних джерел постачання іноземних інвестиційних ресурсів.

В Україні практично сформована правова база для регулювання інвестиційної діяльності. Зокрема, діяльність у сфері іноземного інвестування регулюється Законами України: «Про режим іноземного інвестування», «Про захист іноземних інвестицій в Україні», «Про усунення дискримінації в оподаткуванні суб'єктів підприємницької діяльності, створених з використанням майна та коштів вітчизняного походження» [1].

Відповідно до законодавства, правління України здійснює ряд корисних заходів для забезпечення сприятливого інвестиційного клімату в середині країни та становлення гідного рівня інвестиційної привабливості для іноземних інвесторів. До таких заходів належать такі:

- набуття Україною в 2008 р. статусу члена СОТ;
- підписання міждержавних угод про сприяння і взаємний захист інвестицій;
- утворення в 2009 р. Національного агентства України з іноземних інвестицій та розвитку (Укрзовнішінвест) – спеціально

уповноваженого центрального органу виконавчої влади із забезпечення проведення державної політики у сфері сприяння іноземному інвестуванню національної економіки [2].

Вищезазначені заходи сприяли приросту прямих іноземних інвестицій, що підтверджено інформацією Державної служби статистики України та зображено на рис. 1. Відповідно до наданої інформації, спостерігається зростання прямого іноземного інвестування в Україну починаючи з 2010 р. по 2014 р. включно. Загальна сума приросту прямих іноземних інвестицій за вказаний період складає 17 880,7 млн дол. США. Це позитивна тенденція для України, проте, в період воєнно-політичної нестабільності на Сході України, країна потребує більших іноземних капіталовкладень [3].

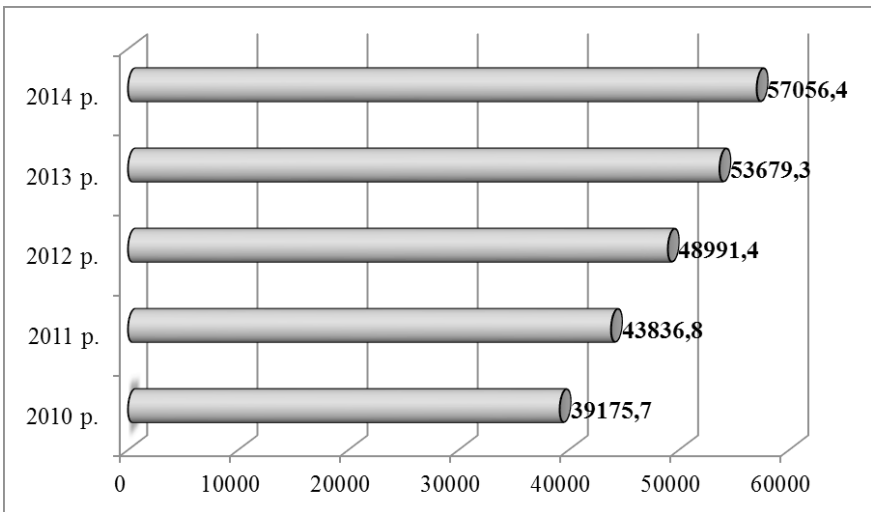


Рисунок 1. Прямі іноземні інвестиції в Україну (млн дол. США)

Основними інвесторами іноземних інвестицій в Україну, станом на 01.10.2015 р., є Кіпр, частка інвестицій якого складає 27,7% від загального обсягу прямих іноземних інвестицій. На другому місці – Нідерланди з часткою 13% від загального обсягу, на третьому місці – Німеччина (12,4%) (табл. 1) [3].

Виходячи з наведених результатів, слід визнати, що Україна потребує розширення бази іноземних інвесторів для подолання проблем, що стримують приплив іноземного капіталу в економіку України з інших країн, для яких наша країна є інвестиційно – непривабливою. До таких проблем належать: нестабільність політичної ситуації в країні, воєнні конфлікти на Сході України, недосконала правова система з приводу захисту

іноземних інвестицій, процвітання тіньового сектору економіки в країні, корумпованість владних структур, недосконалий податковий механізм регулювання іноземного інвестування, тощо.

Таблиця 1

**Прямі іноземні інвестиції (акціонерний капітал)
з країн світу в економіці України¹**

	Обсяги прямих інвестицій на 01.10.2015 (млн. дол. США)	У % до підсумку
Усього	43949,4	100,0
у тому числі		
Кіпр	12187,6	27,7
Нідерланди	5702,0	13,0
Німеччина	5460,4	12,4
Російська Федерація	2962,8	6,7
Австрія	2639,6	6,0
Велика Британія	1948,7	4,4
Віргінські Острови (Брит.)	1863,3	4,2
Франція	1547,2	3,5
Швейцарія	1369,5	3,1
Італія	969,1	2,2
Польща	793,4	1,8
США	704,9	1,6
Угорщина	565,1	1,3
Беліз	551,4	1,3
Інші країни	4684,4	10,8

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Примітка. Перелік країн визначено, зважаючи на найбільші обсяги інвестицій, що здійснені в економіку України.

Висновки. Україна знаходиться в тяжкому економічному стані по причині воєнно-політичної нестабільності. Відповідно до цього, Україна саме зараз найбільше потребує фінансової допомоги для забезпечення безперервного функціонування суб'єктів господарювання, зокрема, важливим джерелом фінансування – є іноземні інвестиції. Прямі іноземні

інвестиції в економіку України зростають досить незначними темпами й інвестуються обмеженим колом іноземних капіталовкладників. Задача, яка стоїть перед правлінням України, є впровадження ефективної інвестиційної політики з залучення іноземних капіталовкладників, для забезпечення підвищення інвестиційної привабливості України та забезпечення сталого інвестиційного клімату.

Література

1. Закон України: «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.96 р. [Електронний ресурс]: — Режим доступу: // <http://zakon1.rada.gov.ua>
2. Постанова Кабінету Міністрів України «Про утворення Національного агентства України з іноземних інвестицій та розвитку» від 28.01.2009 № 48 [Електронний ресурс]: — Режим доступу: // <http://zakon1.rada.gov.ua>
3. Державна служба статистики України. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Секція 13. ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА

Сомик Катерина Олександрівна

студентка 4 року навчання

факультету економічних наук, спеціальності «фінанси і кредит:

Національного університету «Києво-Могилянська академія»

м. Київ, Україна

НЕГАТИВНІ НАСЛІДКИ ЗРОСТАННЯ СТАВОК АКЦИЗНОГО ПОДАТКУ НА ТЮТЮНОВІ ТА АЛКОГОЛЬНІ ВИРОБИ В УКРАЇНІ

Оподаткування є важливою частиною фіскальної політики будь-якої держави. Особливе місце серед різних видів податків займають акцизи та їх специфічний підвид — податки на шкідливі звички. Виступаючи не лише вагомим джерелом наповнення бюджету, а й виконуючи важливу регулятивну функцію (корекція попиту та пропозиції), податки на шкідливі звички завжди привертали до себе увагу економістів з усіх куточків світу. Питання доцільності різкого підвищення податків на шкідливі звички й до сьогодні залишається дискусійним. Особливо гостро ця проблема постає в Україні. Зважаючи на стрімке зростання акцизних ставок та велику частку, яку займає акциз з-поміж інших видів податкових надходжень, його дослідження є особливо важливим.

Проблему акцизного оподаткування, зокрема оподаткування суспільно-шкідливих товарів аналізували такі вчені, як Артур Сесіль Пігу, Артур Лаффер, Крістофер Сноудон, Брендон Рестрепо та інші.

Загалом, податок на шкідливі звички — це податок, що вводиться на ті продукти (тютюнові вироби, алкоголь, деякі продукти харчування), споживання яких вважається шкідливим як для окремої людини, так і для суспільства в цілому. В англомовній літературі поширеним є термін «sin tax», що в дослівному перекладі означає «податок на гріх».

В Україні оподатковуються такі шкідливі звички, як вживання алкоголю та куріння. Порядок акцизного оподаткування алкогольної і тютюнової продукції викладено у розділі VI Податкового кодексу України. Зокрема, оподаткуванню підлягають: спирт етиловий та інші спиртові дистилати, алкогольні напої, пиво, а також тютюнові вироби, тютюн та промислові замітники тютюну. [1]

Загалом, акцизний збір в Україні є одним з найважливіших податків й посідає друге місце після податку на додану вартість за обсягом грошових надходжень до державного бюджету, складаючи 12,7% від всіх доходів (дані 2014 року). При цьому в структурі самого акцизного збору саме надходження від оподаткування тютюнової та алкогольної продукції є найбільшими – 40,3% та 21,7% відповідно. [2]

Аналізуючи практику українського акцизного оподаткування було виявлено ряд проблем, а саме:

1. Проблема раптового й різкого підвищення ставок акцизного податку.

Бажаючи швидко отримати додаткові надходження до бюджету, український уряд схильний до частого й раптового підвищення ставки акцизу, особливо в кризові періоди. Наприклад, в період з 2008 по 2010 роки ставка акцизного податку збільшується майже в 10 разів, що, без сумніву, є відповіддю уряду на глобальну фінансову кризу, що розгорнулася наприкінці 2008 року (див. рис. 1). З 2010 року запроваджена щорічна індексація ставок акцизного збору на спирт та алкогольні напої, яка залежатиме від рівня інфляції в Україні як наслідок, зростання почало відбуватись більш рівномірно. Стрімке зростання бачимо в 2014 році. 27 березня 2014 року новий уряд остаточно затвердив нові податкові ставки. Наразі, в рамках податкової реформи, планується подальше зростання акцизних ставок. Зокрема, мінімальна специфічна ставка на цигарки зросте до 318,26 грн. за 1000 шт. ставка за літр спирту етилового – до 141,06 грн. за літр, на пиво – 2,48 грн. за літр. [3]

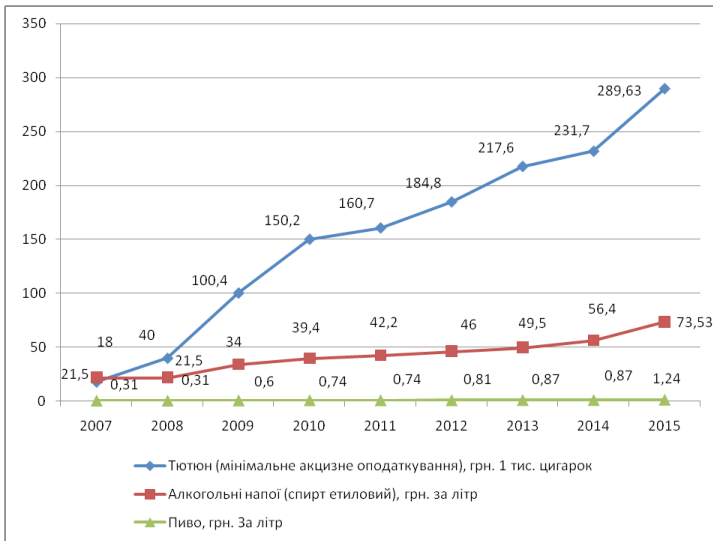


Рисунок 1. Динаміка підвищення акцизних зборів для деяких видів товарів [4]

Як наслідок, через непрогнозовану урядову політику, економічні агенти не встигають пристосуватись до нових ринкових умов, що сприяє зменшенню дохідності та закриттю частини підприємств. Вирішенням цієї проблеми могло б стати чітке дотримання прийнятого в 2010 році закону про щорічну індексацію ставок акцизного збору та відмова від раптового підвищення ставок задля короткострокових вигод.

2. Занадто високий податковий тиск.

На перший погляд, рівень податкового навантаження в сфері акцизного податку в Україні менший ніж в багатьох інших країн, особливо — Європейських. Однак порівняння складової акцизів в Україні та ЄС не є коректними, оскільки вони не враховують важливих факторів, що характеризують діяльність підприємств в Україні та за кордоном.

Так, у ЄС значно вищий рівень інвестування, від якого залежить інноваційна складова та ефективність технологій на підприємствах, що випускають підакцизні товари. Також у Європі споживач значно багатший порівняно з українським. Мінімальна зарплата в Україні становить 1218 гривень, або близько 50 євро, у Франції — 1321 євро, у Словаччині — 589 євро, в Іспанії — 528 євро, у Чехії — 306 євро. Але головним є те, що загальний рівень податкового навантаження в Україні вже давно перевищує аналогічний показник у країнах ЄС, і підвищення акцизів зробить такий «відрив» ще більшим. В Україні, за даними *World Bank Group* та *PriceWaterhouseCoopers*, рівень сплати податків бізнесом, як відсоток від комерційного прибутку, становить 58,4%. Для порівняння, у Німеччині цей показник становить 50,5%, у Чехії та Естонії — 48,6%, у Фінляндії — 47,8%, у Литві — 46,4%, у Польщі — 40,2%, у Данії — 29,9%. [5, с 18–110]

Для вирішення цієї проблеми існують 2 шляхи: збільшувати економічні та соціальні показники (рівень інвестування, впровадження передових технологій, підвищення соціальних стандартів); зменшити ставку акцизного податку (з метою стимулювання підприємницької діяльності, збільшення притоку інвестицій, збільшення кількості робочих місць).

3. Регресивний характер акцизного податку

Частка доходів, що витрачається на підакцизну продукцію, у споживачів з низьким рівнем доходів вища, ніж багатих. Окрім того, бідні верстви споживають більше шкідливих товарів, ніж забезпечені. Все це робить акциз найбільш регресивним з усіх видів податків. Основний податковий тягар лягає на найбідніші прошарки населення. [6, с. 18] Згідно досліджень італійського вченого Брендона Рестрепо та деяких інших дослідників, податки на шкідливі звички мають негативний вплив на здоров'я населення тому що забирають в людей кошти, частина яких могла б бути витрачена на особисте здоров'я, покращення умов проживання та безпеки. Таким чином, рівень життя населення погіршується. [7, с.7–12]

4. Різне підвищення акцизів сприяє тінізації економіки

Згідно теорії Артур Лаффер занадто високі ставки податків не збільшують, а навпаки — зменшують надходження до бюджету. Це відбувається саме за рахунок зростання тіньового сектору економіки. Ця залежність була названа ефектом Лаффера. [8, с. 37–54]

Наприклад, згідно розрахунків фахівців Державного комітету статистики, в останні роки частка тіньового сектору в українській економіці постійно зростає. Особливо значне зростання нелегальної продукції спостерігаються серед підакцизних товарів. Прикладом може слугувати український ринок алкоголю. За даними держкомстату за період від 2008 до 2012 року частка тіньового обігу алкогольних напоїв зросла на 12%, а з початку 2014 року тютюнових та лікєро-горілчаних виробів — на загальну суму близько 23 млн гривень. Крім того, припинено діяльність 18 незаконних виробництв алкогольних напоїв. [10]

Тіньова економіка — це не лише недоотримання податкових надходжень, а й значні витрати на боротьбу з нею. За оцінками 2013 року рівень витрат бюджету на боротьбу з ввезенням, виробництвом та продажем нелегальної підакцизної продукції сягнули 1,5 мільярдів гривень. Небезпека тіньової економіки полягає також в неможливості контролювати якість контрабандної та контрафактної продукції. Як наслідок серед населення збільшується ризик отруєнь, виникнення різноманітних хвороб, передчасної смерть. Таким чином, соціальний ефект акцизу, що полягає в стимулюванні зменшення вживання підакцизної продукції й таким чином в позитивному впливі на здоров'я нації, нівелюється.

Отже, акцизний збір, будучи на другому місці за сумою податкових надходжень до бюджету, займає вагоме місце в фіскальній політиці нашої держави. Особливо важливою складовою акцизного оподаткування є податки на алкоголь та тютюнову продукцію. Саме існування акцизного податку є економічно виправданим зважаючи на надвисоку прибутковість підакцизних галузей та нееластичність попиту за ціною на шкідливу продукцію. Разом з тим введення надвисоких податкових ставок на шкідливу продукцію має негативні наслідки, такі як зростання податкового тягара на бідні верстви населення, тінізація економіки, скорочення виробництва і, як наслідок, збільшення рівня безробіття та скорочення бюджетних надходжень в довгостроковій перспективі. Дискутивним є маніпулювання податковими ставками з метою зменшення споживання шкідливої продукції. Незважаючи на загальний позитивний вплив оподаткування на рівень споживання небезпечних для здоров'я товарів, підвищення ставок акцизу стимулює також споживання дешевшої й низькоякісної продукції, що має негативний вплив на здоров'я людини.

Задля збільшення ефективності фіскальної політики необхідно перш за все запровадити поступове підвищення акцизних ставок, опираючись на загальний економічний розвиток країни та рівень життя її громадян.

Доцільним також було б законодавчо закріпити норму, згідно якої частина надходжень від акцизного збору пішла б медичні та соціальні проекти, спрямовані на боротьбу з курінням та вживанням алкоголю. Вирішення проблем, пов'язаних з оподаткуванням шкідливих звичок, дозволить не лише максимізувати податкові надходження, що позитивно вплине на загальну економічну ситуацію в країні, а й суттєво зменшити негативний вплив шкідливої продукції на суспільство.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України: за станом на 20.09.2015 р. / Верховна Рада України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. Статистичні звіти Державної казначейської служби України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://treasury.gov.ua>.
3. Проект податкової реформи в Україні – Режим доступу: <http://minfin.gov.ua/uploads/0/839>
4. Боярчук Д. І. Скільки коштують сигарети, або Акцизний «ефект кобри»/ Боярчук Д. І. // Центр соціально-економічних досліджень Case-Україна. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.case-ukraine.com.ua/u/db/26d1a85e47c91a03bb83102c699ca063.pdf>.
5. PricewaterhouseCoopers; World Bank Group. Paying Taxes 2014: The Global Picture – Режим доступу: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/18969>
6. Cristopher Snowdon Aggressively regressive. /Cristopher Snowdon. – London: The Institute of Economics Affairs, 2013–52p.
7. Brandon Restrepo The Effects of Cigarette Excise Taxes on Health and Wages/ Brandon Restrepo /Brandon Restrepo –European University Institute, Italy, 2013. – 44 p.
8. Майбуров И. А. Теория налогообложения. Продвинутый курс: учебник для магистрантов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / И. А. Майбуров, А. М. Соколовская. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 591 с. – (Серия «Magister»).
9. Українська правда [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/publications/2009/09/21/208340/>. (21.09.2009) – Як криза змінює податкову систему.
10. Офіційний портал Державної фіскальної служби України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/publications/2009/09/21/208340/>. <http://vl.sfs.gov.ua/media-ark/news-ark/print-131121.html>

Секція 14. ПРОБЛЕМИ МАКРОЕКОНОМІКИ

Кравець І.М.

*кандидат економічних наук, доцент
Хмельницький національний університет*

Кримчак О.А.

*студентка 4 курсу
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький, Україна*

БЕЗРОБІТТЯ ЯК ОСНОВНА СОЦІАЛЬНА ПРОБЛЕМА СЬОГОДЕННЯ

Перехід до ринкових відносин на пострадянському просторі, в тому числі в Україні, радикально змінив природу зайнятості населення, працевлаштування та найму на роботу людей найманої праці.

Масштабний характер безробіття, загрози його загострення у зв'язку з нестабільністю економіки порушує практичне питання вироблення політики боротьби з безробіттям та подолання його наслідків у контексті управління зайнятістю та соціального захисту населення. Це, в свою чергу, вимагає теоретико-методологічного обґрунтування безробіття як багатовимірного соціального явища, наслідки якого негативно впливають на різні сфери життєдіяльності суспільства та на різні аспекти соціального та особистісного життя людини найманої праці.

Молодіжна не зайнятість, сільське та родинне безробіття, регіональні диспропорції у зайнятості населення, значні масштаби прихованого безробіття, довготривале безробіття — ось ті чинники, які безпосередньо впливають на соціальний стан суспільства.

У зв'язку з цим виникає необхідність пошуку ефективних методів регулювання зайнятості та безробіття. Поглиблюють проблему світова економічна криза, відсутність раціональної моделі і стратегії зайнятості, а інколи і просте нерозуміння ролі людського чинника у сучасному виробництві.

Проблемами безробіття населення, причинами його виникнення займалися видатні вчені, економісти: С. І Бандур, Д. П. Богиня, І. К. Бондар, В. С. Васильченко, Є. М. Лібанова, І. С. Маслова, В. М. Петюх, В. В. Онокієнко, В. Г Швець та інші. Проте, не зменшуючи впливу досліджень цих науковців на вирішення зазначеної проблеми, питання розробки

методологічних та практичних підходів до підвищення економічної активності безробітного населення досі залишаються актуальними і потребують подальшого вивчення й додаткових наукових і практичних розробок [1].

Безробіття — це економічна категорія, яка відбиває економічні відносини щодо вимушеної незайнятості працездатного населення [6].

Безробіття є центральною соціальною проблемою сучасного суспільства. Причиною такого розповсюдженого явища є неефективність використання робочої сили у минулому й відсутність економічних умов, які дали б змогу людям застосовувати свої навички у продуктивній роботі за пристойну плату.

Безробіття вважається, з одного боку, важливим стимулятором активності працюючого населення, а з іншого великим суспільним лихом, що становить загрозу для сталого економічного розвитку країни, через те, що спричиняє чимало соціальних проблем (погіршення рівня життя, зниження кваліфікації працівників, ріст злочинності, зниження самооцінки людини та ін.) [2, 3].

У цілому ж безробіття варто розглядати як комплексну соціальну проблему, деструктивні наслідки якої вимагають системного аналізу. Параметрами аналізу безробіття мають виступати рівень соціальної структури, на яких проявляється безробіття та мають місце його наслідки, сфери та аспекти прояву наслідків безробіття, а також диференціація наслідків безробіття у залежності від його типу.

Так безробіття проявляється у двох вимірах — як суспільне явище і як соціальний стан, в якому перебуває непрацевлаштована людина. Таке уявлення дозволяє розглядати наслідки безробіття як на макро-, так і на мікрорівні. Наслідки безробіття мають місце не лише в економічній та трудовій, але й в соціальній і соціокультурній сферах життєдіяльності суспільства, впливають на інститут сім'ї, на природний і міграційний рух населення. Таким чином, можна виділити наступні аспекти вивчення безробіття та його наслідків: економічний, правовий, соціальний, культурний, екзистенціальний, психологічний, демографічний тощо.

В Україні більшою мірою домінують такі види безробіття, як фрикційне, структурне, вимушене і приховане безробіття.

До фрикційного безробіття можна віднести випускників, які тільки що покинули стіни ВНЗ і в перший раз стали на шляху пошуку роботи.

До структурного безробіття можна віднести ту групу людей, які через зміну технологій не відповідають професійній підготовці. Професії, які кілька років тому були на піку популярності, на сьогодні втратили свою актуальність на ринку праці і як результат — багато людей залишилися без роботи.

До змушеного безробіття можна віднести ту категорію громадян, які через скорочення (закриття, зупинку виробництва) залишилися без роботи.

До прихованого безробіття можна віднести тих людей, які теоретично є безробітними (вони не працевлаштовані офіційно, а деякі з них можуть стояти на обліку в Державній службі зайнятості), але за фактом вони працюють і отримують заробітну плату [4].

Обов'язково слід підкреслити, що безробіття завдає удару не лише по тим, хто втратив роботу, але й по працюючим, по людям найманої праці в цілому. Безробіття відбирає в людини соціальні можливості, руйнує плани та перспективи, впевненість у завтрашньому дні, почуття свободи, захищеності, потрібності тощо, а пошуки нової роботи нерідко перетворюються на боротьбу за виживання, зазнаючи невдач у якій людина нерідко впадає у ще більшу депресію, апатію, а допомога щодо безробіття та умови її отримання лише підкреслюють статус «відлученого».

Безробіття несе загрозу деградації особистості внаслідок відлучення від праці, трудового колективу як соціального оточення, звичного укладу життя, примушує людину шукати будь-якого заробітку, випадкового і нестабільного, забуваючи про роботу за спеціальністю. Безробіття підриває здоров'я людини, насамперед, у психологічному й моральному плані, внаслідок чого людина опиняється у депресивному стані, який може штовхнути людину до пагубних дій. Безробіття негативно впливає на сімейні стосунки не лише через неможливість задовольняти матеріальні потреби сім'ї, але й через суто психологічні моменти, серед яких не останнє місце займає втрата людиною ролі годувальника, пригнічений стан, який обов'язково тягне за собою сімейні чвари.

Безперечно, усунути безробіття повністю ніколи не вдасться, але за активної роботи механізмів державного (директивного) та соціального (індикативного) регулювання, ринку праці можна забезпечити відносну соціальну стабільність.

Для досягнення сталого розвитку країни необхідно скоротити рівень безробіття за допомогою створення умов для навчання та перенавчання населення, що сприятиме стабілізації життя людей через наближення обсягу попиту робочої сили до її пропонування [5]. Перш за все, держава повинна вжити всіх заходів щодо створення нових робочих місць для громадян, а також підтримувати соціально вразливі групи населення на ринку праці, необхідно сприяти їх працевлаштуванню, створювати різні програми, клуби людей, які шукають роботу. Подібного роду ініціатива передбачає створювати додаткові робочі місця, на яких могли б працювати неконкурентоспроможні групи населення.

Для зниження безробіття серед підлітків та випускників навчальних закладів державою повинні передбачатися різні заходи з професійної орієнтації молоді, сезонної зайнятості молоді, в тому числі при самих навчальних закладах, розвиток молодіжних бірж праці, центрів

соціально-психологічної адаптації випускників, особливо для інвалідів і дітей, які залишилися без піклування батьків.

Необхідне регулювання на державному рівні системи соціально-трудо-вих відносин у плані додержання роботодавцями норм трудового законодавства та колективних договорів і угод різного рівня під кутом зору гарантій зайнятості, рівня оплати праці, прав профспілок.

Важливого значення в сучасних умовах має відновлення у нашому суспільстві пропаганди трудових цінностей і трудового способу життя, особливо у молодіжному середовищі — з одного боку, інформування населення про проблеми безробіття, гарантії зайнятості та їх правовий захист, можливості користування соціальними послугами системи Державної служби зайнятості — з іншого.

Література

1. Левчук Г. В. Сучасні проблеми, тенденції та аналіз безробіття населення в Україні / Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу № 3 (7) 2009, с. 74–79.
2. Транченко Л. В. Безробіття як соціальна проблема ринкового суспільства / Л. В. Транченко // Економіка та держава. — 2012. — № 4. — С. 12–13.
3. Безтелесна Л. І. Ринкові механізми управління людським розвитком — Рівне, 2006. — 310 с.
4. Безробіття як соціальна проблема / А. Г. Стадник // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. — 2013. — Вип. 58. — С. 183–187. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/staptp_2013_58_25.pdf
5. Фесенко А. М. Безробіття як комплексна соціальна проблема / Наукові праці. Том 103. Випуск 90, с. 66–70.
6. Завіновська Г. Т. Економіка праці: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2001. — 158 с.

Секція 15. РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Вагайцева О. С.

*Студентка кафедри економіки та управління
національним господарством
Дніпропетровський національний університет ім. Олеся Гончара
м. Дніпропетровськ, Україна*

РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Станом на 2015 рік до сильних сторін економіки Дніпропетровської області слід віднести: Значні поклади розвіданих корисних копалин. Серед яких марганцева руда, уранова руда, вугілля та ін. Одні з кращих в світі кліматичних умов для сільського господарства. Переважна більшість землі складається з чорнозему (більш 80%). Високий рівень урбанізації області. Велика кількість та варіативність трудових ресурсів області. Розвинені зовнішньоекономічні зв'язки. Один з найкрупніших банків має центральний офіс в Дніпропетровську. Розвинений залізничний та річковий транспорт. Велика купівельна спроможність кінцевих споживачів. Найвищий рівень економічного розвитку в країні.

Можливості для Дніпропетровської області в 2015–2020 рр.: після початку дії єдиного економічного простору з ЄС, та об'єднання США та ЄС в ТТІР завершать формування єдиного економічного простору двох сверхеконік світу. В цьому конгломераті, куди увійде і Україна буде сформовано більше 40% світового ВВП, та переважна більшість технологічних виробництв, споживання та наукових розробок. [1, с. 29–32] Зацікавленість США нашою космічної галуззю з подальшим його викупом відкриває двері на Північно-Американських та Європейський ринок державних та комерційних запусків. Як казалося в голос не раз на всіх світових форумах, Україна буде розглядатись не тільки як промислова держава, а в першу чергу, як ключова аграрна держава світу, при запровадженні передових технологій та добрив. Високий рівень використання елементів електронного врядування сприяє впровадженню програм зі спрощення дозвільної системи та підвищення ефективності управління соціально-економічними процесами в регіоні. Подальша комерціалізація освоєння космосу, яка потребуватиме нових ракетноносіїв, сприятиме залученню таких сильних сторін Дніпропетровської області, як наявність

розвинутої галузі ракетобудування, розвинені зовнішньоекономічні зв'язки.[2]

Слабкі сторони для Дніпропетровської області, слід відзначити наступні: віддаленість деяких районів від центру. Специфіка політичного протистояння в Кривому Розі та на близькість зони проведення АТО, що значно ускладнює роботу силових структур.

Великі показники техногенного забруднення, наприклад в тому ж Дніпродзержинську, куди зі всього Союзу звозили відпрацьоване ядерне паливо та не використане ракетне паливо, яке є дуже токсичним.

Мономіста в структурі області, що негативно впливає на сталий розвиток цих міст, та спонукає людей переїжджати до Дніпропетровська.

Диспропорції між районами за рівнем урбанізації та економічного розвитку. Висока ресурсо- і енергоємність виробництва. Значна зношеність інженерної інфраструктури. Відсутність переробки та утилізації промислових і твердих побутових відходів. Незначна частка малого та середнього бізнесу в структурі економіки області, брак інфраструктури підтримки МСБ. Слабкі зв'язки між науково-дослідними установами та бізнесом. Переважання сировини та продукції низького ступеня переробки у структурі експорту.

Загрози розвитку Дніпропетровської області: значне скорочення трудових ресурсів у найближчі 10 років. Спад попиту на металопродукцію на міжнародних ринках. Неприятливий бізнес-клімат в Україні. Відсутність впливу місцевої влади на підприємства, що забруднюють навколишнє природне середовище. Нестабільність природно-кліматичних умов, що може призвести до змін у сільському господарстві. Погіршення стану довкілля внаслідок продовження політики незбалансованого природокористування.[3]

Більшість промислових центрів області виникли та розвивалися навколо родовищ корисних копалин, саме вони станом на 2015 рік є економічними локомотивами області, інвестиційно привабливими та такими, що забезпечують 80% надходжень до бюджетів усіх рівнів. Разом з тим більша частина адміністративно-територіальних одиниць області є дотаційними, мають обмежені ресурси для розвитку, є малопривабливими для проживання населення.

Монопрофільні міста є залежними від стану глобальної економіки в частині кількості працюючих на містоутворюючих підприємствах в силу значної експортної складової у структурі їх валового продукту і, відповідно, коливань світового ринку.

Сфери економіки, орієнтовані на регіональний та український ринки, слабо представлені. Незважаючи на наявність потенціалу для розвитку, повільно набирає обертів приладобудування та виробництво сучасної техніки. Майже відсутня практика співпраці з компаніями — міжнародними

лідерами у галузі машинобудування та приладобудування, хоча наявні майже усі потрібні складові: ресурсний, інтелектуальний, логістичний потенціал, достатня ємність ринку.

Найбільші міста Дніпропетровської області – Дніпропетровськ, Кривий Ріг та Нікополь в стратегічних планах власного розвитку закріпили поглиблення диверсифікації економіки, та мають внутрішній ресурс для подальшого розвитку у цьому напрямі.

Так, рівень доходності бюджету м. Дніпропетровська у 19 разів більше, ніж доходи усіх районів області разом. Збереження такої ситуації спричинятиме подальший відтік населення з периферійних районів, переважно, молоді, погіршення стану інфраструктури та ще більше зниження привабливості цих територій. Також проблемою периферійних районів часто є відсутність робочої сили потрібної кваліфікації.

Розвиток та збереження інноваційного потенціалу пропонується у даному сценарії реалізувати через створення сучасного освітнього середовища та його інтеграцію у Європейський освітній простір, підтримку науково-дослідного напрямку, створення умов для збереження та залучення висококваліфікованих працівників, розвиток інновацій у ключових галузях економіки.

Важливим елементом інноваційного розвитку має стати впровадження об'єктів альтернативної енергетики.

У сільській місцевості проживає 16% населення області. Одним з головних роботодавців для мешканців сіл є аграрний сектор. Структура сільськогосподарського виробництва за останні 20 років зазнала значних змін, що призвело до суттєвих змін у якості життя мешканців сільських територій.

Аграрний сектор не в змозі забезпечити достатню зайнятість для сільського населення. Слабкі можливості для зайнятості та занепад соціальної інфраструктури в сільських і приміських місцевостях є ключовими причинами низького рівня життя і, як наслідок – відтоку та загального старіння населення, що створює додатковий тиск на міста області і прискорює занепад традиційних сіл. Село стало неперспективним для молоді і фактично вимирає – як правило, там живуть люди старшого віку. Село швидкими темпами втрачає культурну, соціальну та економічну інфраструктуру. Таке становище потребує всебічного підходу до розвитку села, головним чином, за допомогою політики і втручання органів влади (обласних і місцевих).[4]

Таким чином, для збереження існуючої на сільських територіях області поселенської мережі виникла потреба створити робочі місця у сферах, що не відносяться до сільськогосподарського виробництва. Через відсутність значної кількості об'єктів соціальної інфраструктури на селі переважна частина сільських жителів змушена одержувати їх за межами

місяця постійного проживання. Тому доступність соціальних послуг для кожного сільського жителя є одним з визначальних показників соціальної характеристики населених пунктів та сільських територій. Важливим фактором розвитку сільських територій є їх доступність та розвиток транспортної мережі. Близько 15% з 1453 сіл області мають централізоване водопостачання та близько 1% — водовідведення.

Література

1. Верхоглядова Н. І., Чередніченко О. Д., Стенічева І. Б. Стратегічні важелі регіонального економічного розвитку (на прикладі дніпропетровської області) // Держава та регіони, Серія: Економіка та підприємництво 2010 р., № 4, с. 29–32.
2. Зінь Е. А. Регіональна економіка: Підручник. — К.: «ВД «Професіонал», 2007. — 528 с.
3. Схема-прогноз розвитку і розміщення продуктивних сил Дніпропетровської області на період до 2015 року. — К.: РВПС України НАН України, 2005. — 207 с.
4. Ходько Н., Жолудь О., Алієва О., Романюк О. — Профіль Дніпропетровської області: демографія, економіка, екологія, бюджет. // «Розбудова спроможності до економічно обґрунтованого планування розвитку областей і міст України» (Проект РЕОП) та «Місцевий економічний розвиток міст України» (Проект МЕРМ). — 2013.

Секція 16.

СВІТОВА І РЕГІОНАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ІНТЕГРАЦІЇ

Маркович І.Б.

к.е.н., доцент

кафедри економіки та фінансів

Тернопільського національного

технічного університету імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

РЕГІОНАЛЬНІ УТВОРЕННЯ В СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ

Важливість та наростання впливовості інтеграційних міждержавних утворень на напрям розвитку світової економіки є беззаперечною ознакою сучасного етапу глобалізації. До інтеграційних процесів залучені сьогодні майже усі країни, причому різних рівнів розвитку. Мабуть найінтенсивнішою інтеграцією характеризується Європейський Союз, у зв'язку з чим багато інших держав намагаються використовувати ті інструменти взаємодій, які засвідчили свою ефективність саме в цьому інтеграційному утворенні.

Поширення різноманітних форм, перш за все, торговельних угод, змінюють риси світової торговельної системи. У зв'язку з цим характер та зв'язки між регіональними інтеграційними утвореннями та багатосуб'єктною торговельною системою знаходяться в полі дискусії як економістів, так і урядовців.

Що стосується України, найбільш тісна співпраця у зовнішньоекономічній діяльності характерна для взаємин із Європейським Союзом.

За 9 місяців 2015 року загальна вартість українського експорту товарів склала 25,5 млрд євро, що менше порівняно з відповідним періодом 2014 року на 32,7%. Імпорт товарів до України також суттєво скоротився (на 33,6%) та склав 24,9 млрд євро. Сальдо зовнішньої торгівлі товарами було негативним — мінус 0,6 млрд євро.

За вказаний період країні ЄС експортували товарів на загальну суму 1331,4 млрд євро, що на 6,2% більше проти минулорічного періоду та більш, ніж у 50 разів перевищує експорт з України. Імпорт зріс на 2,2% та склав 1294,9 млрд євро. Сальдо зовнішньої торгівлі — позитивне (36,5 млрд євро). Понад 60% загального експорту товарів за межі Євросоюзу

здійснюють 4 країни: Німеччина (28,4%), Великобританія (12,8%), Італія та Франція (по 10,4%). У структурі імпорту найбільша частка у Німеччині (18,9%), Великобританії (15,1%) та Нідерландів (14,3%) [1].

У тісному взаємозв'язку перебувають показники інтенсивності інтеграційних взаємодій держави та показники концентрації експорту та імпорту.

Індекс концентрації розраховується за наступною формулою:

$$X_j = \sum_{i=1}^n x_{ij}, \quad (1)$$

де X_j – індекс концентрації j -ї держави x_{ij} – обсяг експорту країни j товару i ;

n – кількість товарних груп (SITC Revision 3 at 3-digit group level).

Чим ближче значення індексу концентрації до 0, тим більшою мірою спостерігається «розпорощення» експорту між різними товарними групами.

Індекс диверсифікації – це індекс відхилення товарної структури експорту країни від структури світового експорту, який розраховується за наступною формулою:

$$S_j = \frac{\sum_i |h_{ij} - h_i|}{2}, \quad (2)$$

де h_{ij} – частка продукції i в загальному експорті країни j ;

h_i – частка продукції i в світовому експорті.

Хоча індекс і характеризує кількісну відмінність товарної структури експорту країни від структури світового чи регіонального експорту, але на його підставі не можна засвідчувати, що структура експорту однієї країни краща або гірша за іншу.

Значення індексу розміщують у межах:

- значення індексу наближене до 1 – структура експорту країни не відрізняється від світової або тієї, з якою порівнюється.
- значення індексу наближене до 0 – структура експорту країни дуже відрізняється від світової або тієї, з якою порівнюється.

Що стосується України, дані коефіцієнт концентрації є доволі стабільним за період 1995–2014 рр., чого не можна сказати про коефіцієнт диверсифікації (рис. 1).

Отже, структура експорту України значно відрізняється від світової, що в цілому свідчить про стійкі національні особливості формування експортного «кошику».

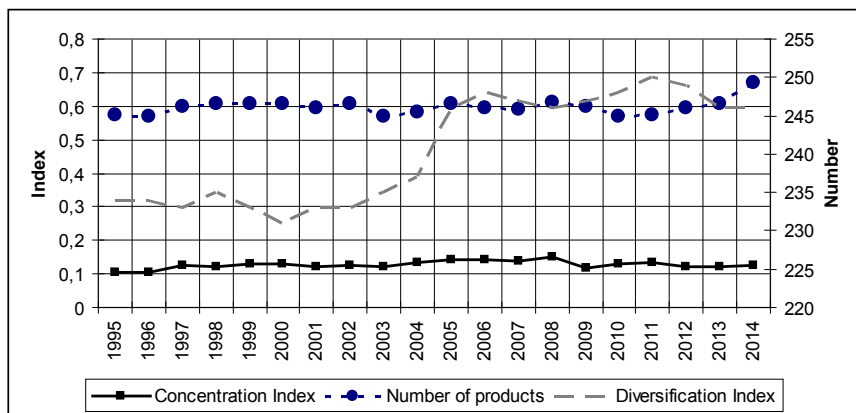


Рис. 1 Динаміка індексів концентрації та диверсифікації експорту України
Джерело: побудовано автором на основі даних Баз даних UNCTAD [2]

Список використаної літератури

1. Основні показники міжнародної торгівлі України та Євросоюзу у січні-вересні 2015 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://edclub.com.ua/analitika/osnovni-pokaznyky-mizhnarodnoyi-torgivli-ukrayiny-ta-yevrosoyuzu-u-sichni-veresni-2015>
2. UnctadStat [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://unctadstat.unctad.org>

Секція 17. СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Грищенко Наталія Вячеславівна
кандидат економічних наук
старший викладач кафедри міжнародного менеджменту
Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана
м. Київ, Україна

СТРАТЕГІЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОНСАЛТИНГОВИХ КОМПАНІЙ В СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ УМОВАХ

Сучасний глобальний ринок консалтингових і аудит послуг є надзвичайно концентрованим. Нині на частку найкрупніших світових консалтингових фірм (біля 50) припадає 70% доходів цього ринку, частка середніх фірм в доходах (біля 350) не перевищує 27%, а частка малих фірм (біля 1300) складає лише 3% [1]. Незважаючи на безперечні конкурентні переваги великих консалтингових компаній, активізувалась діяльність малих консалтингових фірм (чисельністю до 10 осіб), які захопили регіональні сектори управлінського ринку. Посилення конкуренції на консалтинговому ринку стимулювало боротьбу невеликих консалтингових компаній за своїх клієнтів, спонукало їх мінімізувати ціни на консалтингові послуги, підвищувати свою кваліфікацію та впроваджувати передові консалтингові технології. За дослідженнями фахівців, найвищим попитом консалтингові послуги користуються в Сполучених Штатах Америки та Канаді. Серед європейських країн лідерство за консалтинговою активністю належить Німеччині, Великобританії і Франції. Активно зростає консалтингова індустрія в Японії, Австралії, Сінгапурі. Останнім часом підвищується попит на консалтингові послуги і в країнах БРІКС [2].

Сучасна система консалтингових послуг є доволі диверсифікованою і охоплює широкий спектр консалтингового обслуговування управлінської, економічної, фінансової, інвестиційної та інформаційної діяльності підприємств і державних структур щодо організації стратегічного планування, оптимізації діяльності, скорочення витрат, прогнозування ринків збуту тощо.

Дослідження видової структури світового ринку консалтингових послуг в динаміці довели її нестабільність та волатильність. Найбільші структурні зрушення припадають на початок нинішнього століття і на

сьогодні частка ІТ-консалтингу сягає більше 50% ринку. Активізація розвитку даного сегменту консалтингового ринку розпочалася на початку 1990-х років в період стрімкого залучення інформаційних технологій в управлінський процес та виникнення інноваційних програмних продуктів. В цей період консалтинг в сфері інформаційних технологій був найбільш динамічним: темпи його зростання досягали 30–40%. Мультифункціональні консалтингові гіганти, такі як, наприклад, Bain&Company, BCG, на сьогодні продукують такі різноманітні види консалтингових продуктів у таких сферах, як: загальний менеджмент, фінансове управління, адміністративний консалтинг, HR- та кадровий менеджмент, виробничі процеси та технології, маркетинговий, рекламний та PR-консалтинг, інформаційний консалтинг та інші.

Одним з лідерів у сфері інформаційного консультування є такий загальновідомий гігант як ІВМ, компанія яка є унікальним прикладом ефективного впровадження стратегій диверсифікації видів діяльності. Окрім ІТ- та бізнес-консалтингу, компанія, якій нещодавно виповнилося 100 років, займає передові позиції у розробці, розвитку та виготовленні інформаційних технологій, включаючи комп'ютерні системи, програмне забезпечення, системи сховищ та мікроелектроніки. Пріоритетними напрямками інвестування компанії є розвиток хмарних, мобільних, соціальних технологій, а також технологій у сфері аналітики та безпеки.

Отже, підсумовуючи, можна стверджувати, що диверсифікація діяльності консалтингових компаній за рахунок ефекту масштабу та мінімізації ризиків є надзвичайно ефективною стратегією забезпечення міжнародної конкурентоспроможності на глобальному ринку послуг.

Література

1. Сурма И. В. Внутренний и внешний консалтинг делят рынок — тенденции развития современного рынка консалтинговых услуг / И. В. Сурма // Государственное управление. Электронный вестник, Выпуск № 27, — Июнь 2011.
2. Research From Kennedy Consulting Research & Advisory. [Electronic resource]. — Mode of access: [http:// www.kennedyinfo. com/consulting/](http://www.kennedyinfo.com/consulting/).

Секція 18.

ТЕОРІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ

Циганенко Г. В.

*к. е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту організацій
Житомирський національний агроекологічний університет
м. Житомир, Україна*

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ

В умовах входження у СОТ та посиленням конкуренції на ринках виробництва та збуту для вітчизняних підприємств постає гостра, складна та важлива задача реформування власної системи управління. Наразі вже багатьма суб'єктами господарювання застосовуються сучасні системи менеджменту на основі міжнародного досвіду, проте, забезпечення конкурентоспроможності має ситуативний та приватний характер. А отже, в умовах сьогодення та підвищеної конкурентної боротьби, не тільки на вітчизняному, а й міжнародному ринках, виникає необхідність освоєння нових методологій менеджменту, що мають бути системними, та комплексно відображати всі напрями удосконалення функціонування організації. Метою дослідження є обґрунтування складових системи менеджменту для досягнення організацією максимальної досконалості свого функціонування.

Ринкова економіка України вимагає від організацій всіх організаційно-правових форм та видів економічної діяльності постійно застосовувати у свою діяльність нововведення, що часто не мають системного характеру та в результаті не досягають поставлених результатів. Вся справа в тому, що сучасні підходи до управління організацією не забезпечують інтегрування окремих нововведень у будь-яких сферах в загальну систему менеджменту, хоча останні, постійно стають на часі відповідно до потреб організації. Системний підхід до удосконалення менеджменту організації має на меті бути реалізованим та узгодженим із використанням всіх складових системи діяльності організації. Запропонована Дж. Харрінгтоном Концепція організаційної досконалості зобов'язує кардинально перебудувати загальну систему менеджменту та уникати дрібних удосконалень [1]. За останні 40 років підходи до управління змінялись: від методологій менеджменту на основі загального управління

якістю (TQM) до Концепції організаційного вдосконалення, що охоплює управління процесами, проектами, змінами, ресурсами та знаннями з метою підвищення ефективності діяльності організації в умовах жорсткої конкуренції. Саме ці складові є обов'язковими підсистемами управління, що потребують узгодженості в часі та просторі із загальним менеджментом (рис. 1).



Рис. 1. Зірка системи менеджменту організаційної досконалості
Джерело: адаптовано [1]

Структуризація цих підсистем менеджменту, постійне знаходження нових рішень їх застосування та реалізації, ефективна узгоджена взаємодія підсистем в контексті загальної місії та цілей організації дозволить досягти успіху останній та бути цінною для всіх зацікавлених в її діяльності осіб.

У підсистемі управління процесами доцільно розуміти послідовність дій з перетворення «вхідних» ресурсів на «вихідні» — щоденної роботи організації стосовно всіх процесів в її господарській діяльності. Для цього необхідними умовами мають бути встановлені та узгоджені вимоги до «входів» та «виходів» стосовно учасників процесів; визначені параметри процесів перетворення «входів» на «виходи», що відповідатимуть вимогам зацікавлених осіб (наприклад, характеристики та якість продукції мають відповідати вимогам споживача); особливо важливо стежити за взаємопов'язаними зворотними процесами «вхід-вихід» та «вихід-вхід»; враховувати ідентифікацію та вибудовувати систему змін

щодо параметрів процесу. Недоліком однобічного розуміння важливості підсистеми управління процесами є відсутність превентивності розробки таких процесів, оскільки потреба в них, що виникає з часом, є тоді, коли вони вже розроблені. Зазвичай відсутність налагоджених зв'язків макрота мікрорівнів управління порушують цілісність процесів менеджменту, що в рівному співвідношенні «працюють» на досягнення єдиної загальної мети. Підсистема управління процесами повинна бути забезпечена організаційними зв'язками на всіх рівнях управління, постійно покращуватись та модернізуватись, причому, як «з гори-вниз» так і «знизу в гору».

У підсистемі управління проектами вимагається розуміння унікальності пропонуваного управлінських рішень, що в рамках загальної корпоративної місії є надзвичайно важливими та своєчасними до виконання. Організація, що має встановлені стандарти управління проектами, важливими з яких є проекти модернізації та перебудови виробничих процесів, має бути завжди готова до нововведень та змін. В системі удосконалення менеджменту організації, недоліки неефективного управління проектами необхідно усувати: недотримання графіків виконання проектів з різних причин; неефективне розпорядження ресурсами; недоцільне управління портфелем проектів; втрачання інтелектуального капіталу та знань; відсутність належним чином підготовлених спеціалістів щодо реалізації проектів. Підсистема управління проектами покликана забезпечувати їх ефективне інтегрування в щоденні операції організації та поєднувати проекти, їх ресурси, знання для досягнення загальної мети.

У підсистемі управління змінами необхідною умовою є: вимога сучасності до необхідності змін в організації; визначення способів проведення відповідних змін; безпосереднє здійснення змін. Відсутність необхідності до змін не веде до них взагалі. Проте з часом все змінюється, а опір змінам необхідно починати з самого вищого рівня менеджменту, що має усвідомлювати та просувати необхідні зміни на нижчі рівні управління. Особливим для вищого менеджменту організації є уявлення чіткого розуміння природи сил, що рухають до змін. Відповідно до цього, способи проведення змін можливо реалізовувати відповідно до зручних методів, в межах врахованих ресурсів та часі. Підсистема управління змінами в загальній системі менеджменту є ефективною лише тоді, коли здійснюється постійне керівництво самим процесом доведення змін у реальні умови функціонування організації.

У підсистемі управління знаннями, останні є закладеним фундаментом успіху організації. Сукупність структурованих знань працівників організації та їх залучення для реалізації місії організації необхідно активно використовувати, в тому числі, постійно відтворювати та надавати всім зацікавленим особам, враховуючи зміну цінностей на основі інтелектуального капіталу, яким володіє організація. Критерієм успішності

впровадження підсистеми управління знаннями може бути кількість працюючих співробітників, які використовують багато різних сучасних інформаційних джерел у своїй безпосередній трудовій діяльності. Передовий досвід необхідно стандартизувати та постійно вдосконалювати, оскільки процес набуття знань є нескінченним.

Підсистема управління ресурсами є найбільш складною підсистемою з вищеперерахованих в загальній системі менеджменту організації. Сукупність ресурсів, що володіє організація може бути різнобічною: матеріальні (матеріали та сировина, нерухомість та засоби і предмети праці, грошові засоби тощо), нематеріальні (знання, імідж організації, доброзичливе ставлення до організації тощо), трудові (внутрішні: менеджери, акціонери, співробітники; зовнішні: інвестори, споживачі, постачальники, партнери тощо); інформаційні (патенти, винаходи, інформаційні технології тощо). Для досягнення ділової досконалості будь-яка організація використовує величезний набір ресурсів, що відповідають специфіці її діяльності. Комплексний підхід до стратегічного управління різновекторними ресурсами організації має забезпечуватись двостороннім процесом – їх узгодження «згори до низу» та навпаки. Підсистема управління ресурсами має гнучко реагувати на внутрішні та зовнішні «виклики» в процесі функціонування організації, в тому числі з урахуванням планування та координації ресурсів, їх поточного контролю та постійного удосконалення у використанні.

Таким чином, системний підхід до удосконалення менеджменту організації розглядає її як сукупність п'яти основних підсистем управління, що при умові рівнозначного їх використання, одночасного та узгодженого забезпечення їх взаємодії може дати можливість організації мати успіх на конкурентному ринку та постійно удосконалюватись до викликів сучасності.

Література

1. Дж. Харрінгтон 5 столпов совершенствования организации / Доклад на 58 конгрессе Американского общества качества (Торонто) / Харрінгтон Джеймс [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://quality.eup.ru/MATERIALY10/5pillars.htm>

Секція 19.

ТОРГІВЛЯ І ЛАНЦЮГ ПОСТАВОК

Хорешко Вікторія Віталіївна
студентка

Науковий керівник:

Стеблянко Ірина Олегівна
к.е.н., доцент

Дніпропетровський національний університет

Імені Олеся Гончара

м. Дніпропетровськ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА РИНОК

В сучасному швидко змінному ринковому середовищі конкурентна боротьба за споживача на внутрішньому ринку стає дедалі жорсткішою. Виробникам, щоб втриматись на плаву, недостатньо розробляти якісні товари, встановлювати привабливі ціни й влучно розподіляти продукцію по торговельних точках, їм необхідно уміло використовувати різні інструменти комплексу просування товарів.

Сьогодні будь-яка торгова марка, яка дійсно хоче закріпитися на ринку або просунутися вперед, потребує складання стратегії просування послуг товарів. Можна сказати, що стратегія просування товару на ринок — це план із захоплення, без якого можна залишитися забутим, невибраним, навіть якщо у вашого продукту є маса переваг.

На даний момент в маркетинговій діяльності «просування товару» визначається двома поняттями: вузьким та широким. Просування у вузькому значенні визначає комплекс певних дій та засобів, за допомогою яких підприємство передає на ринок всю необхідну інформацію про власний товар, формуючи таким чином споживчі потреби на ринку [2, 248].

Стратегія просування будь-якого продукту вимагає участі групи професіоналів, вузьких фахівців у різних областях. Всебічний аналіз при складанні стратегії ефективного просування дозволяє не упустити жодної важливої деталі. Маркетингова стратегія просування виявить конкурентні переваги товару, структуру ринку і тенденції його розвитку, принципи ціноутворення. На основі стратегії просування послуг буде встановлений і обґрунтований спосіб цінового та цільового позиціонування. При

складанні стратегії просування товару чи бренду на ринок будуть визначені можливості конкурентів, відносини компанії з клієнтами та партнерами, аналіз сильних і слабких сторін компанії [3, 1070].

Маркетингова політика просування товарів, що проводиться на підприємстві, є одним із основних інструментів реалізації маркетингової стратегії підприємства. За допомогою стратегії просування продукції можна дати оцінку ринкових ризиків і можливостей, визначити вільні ніші ринку чи способи проникнення на вже зайняті, визначити основу для медіа-та креативної кампанії. Традиційно одним з етапів стратегії просування товарів на ринок є реклама — у кожному конкретному випадку використовуються свої рекламні канали і носії [1, 118].

Стратегія просування продукту включає в себе просування товару по каналах дистрибуторів до кінцевих споживачів. Маркетингова діяльність виробника направлена на посередників для стимулювання їх зусиль щодо просування товару до кінцевих споживачів товару — своєрідний діалог між виробником та потенційними споживачами, реалізований, з одного боку, через інформаційно-переконливі дії, а з іншого — через комерційну пропозицію підприємства з метою задоволення споживчих потреб. Основна роль просування полягає в налагодженні зв'язку з існуючими та потенційними споживачами за допомогою прямих і непрямих засобів маркетингової комунікації. Суть просування товару полягає у стимулюванні попиту з метою збільшення або збереження доходів підприємства тощо [4, 8].

Для визначення стратегії просування товарів найбільш істотні наступні обставини. По-перше, різко розрізняється платоспроможність населення в ряді великих міст і на решті території країни. По-друге, склалися різкі відмінності по групах підприємств: поряд з підприємствами високого технічного і технологічного рівня, фінансово стійкими, високорентабельними більшість підприємств мають відсталу технологію, застарілі виробничі фонди і відповідно низьку рентабельність. Нарешті, надмірна диференціація населення за рівнем доходів. Середній розмір доходів забезпечених людей приблизно в 12 разів перевищує доходи аналогічної за чисельністю групи малозабезпечених.

Висновки. Просування в сучасному ринковому середовищі — основна форма адаптації підприємств до швидкозмінної ринкової кон'юнктури. Тому виробникам, аби досягнути максимального результату від своєї діяльності, необхідно постійно взаємодіяти з реальними і потенційно зацікавленими групами та громадськістю, використовуючи при тому різні інструменти комплексу просування.

Список літератури

1. Бондаренко І. В., Дубницький В. І. Сучасний маркетинг (у схемах, малюнках, таблицях, термінологічних поясненнях): Навчальний посібник. — Донецьк: ТОВ «Юго-Восток Лтд», 2002. — 326 с.
2. Паничкина Г. Г. Система продвижения товара или Promotion-технологии от А до Я. / Г. Г. Паничкина, Е. И. Мазилкина. — М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2006. — С. 248.
3. Старостіна А. О. Маркетинг / [А. О. Старостіна, Н. П. Гончарова, Є. В. Крикавський]. — К.: Знання, — 2009. — С. 1070.
4. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2000. — 124 с.
5. Карпов А. Стратегия: от разработки до реализации / А. Карпов // Управление компанией. ЖУК. — 2006. — № 3. — С. 8–14.

Секція 20. ФІНАНСИ, ГРОШІ І КРЕДИТ

Будім Р.С.
*Студент Університету
економіки та права «КРОК»
Науковий керівник*
Скулиш Ю.І.
к.е.н. доц.

ПЕНСІЙНА СИСТЕМА УКРАЇНИ: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Актуальність теми полягає в необхідності дослідження проблем пенсійного забезпечення населення, оскільки світова практика ринкових відносин свідчить про те, що значення пенсійної системи країни є одним із чинників нормального функціонування економіки та життя населення.

Об'єктом дослідження є пенсійна система України.

Предметом є особливості складових системи пенсійного страхування.

Метою дослідження є аналіз сучасної структури і стану пенсійної системи, та розробка методів її вдосконалення.

Для досягнення визначеної мети в роботі ставились наступні завдання:

- аналіз сучасних інформаційних джерел щодо структури і стану системи пенсійного забезпечення.
- аналіз сучасного стану пенсійної системи України.
- розробка перспектив розвитку вітчизняної пенсійної системи.

Деяким аспектам пенсійної системи нашої держави присвятили свої праці вітчизняні вчені та фахівці, зокрема А. Александрова, А. Базиліук, Н. Борецька, Л. Вернигора, В. Волик, Д. Галлагер, О. Гаряча, Н. Гринчук, Ю. Дехтяренко, Б. Зайчук, І. Калачова, В. Кириленко, Е. Лібанова, М. Ліборакіна, Б. Надточій, Л. Ніконова, Скулиш Ю.І. Ці науковці досліджували проблеми правового регулювання пенсійного забезпечення, яке є найвагомішою частиною регулювання соціального забезпечення.

Зарубіжні вчені та фахівці, зокрема В. Новіков, Б. Річман, В. Скура-тівський, М. Ганслі Теренс, Й. Хендшель, П. Таундсен, Ю. Шклярський та багато інших.

У роботі використали такі методи дослідження: метод аналізу – у більш детальному дослідженні пенсійної системи України; метод аб-

страгування — у виділенні найбільш суттєвих сторін вітчизняної пенсійної системи.

Було досліджено існуючу нормативно-правову базу пенсійної системи України. Встановлено, що основними складовими нормативно-правової бази є наступні законодавчі акти: Закон України «Про пенсійне забезпечення»; Законі України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування»; Закон України «Про державну соціальну допомогу особам, які не мають права на пенсію, та інвалідам».

Було здійснено аналіз та оцінку сучасної пенсійної системи України. Розроблено заходи щодо удосконалення вітчизняної пенсійної системи. До основних заходів слід віднести: створення умов для подальшого удосконалення системи пенсійного забезпечення пенсіонерів; забезпечення збалансованості Пенсійного фонду та повноцінного впровадження багаторівневої пенсійної системи в Україні.

Таким чином, пенсійне забезпечення є основною складовою частиною системи соціального захисту населення. Пенсійна реформа передбачає суттєве збільшення рівня доходів осіб пенсійного віку, забезпечення максимальної залежності пенсійних виплат від персоніфікованих страхових внесків застрахованих осіб, посилення стимулів до праці та детінізації заробітної плати і зайнятості, а також заохочення застрахованих осіб до заощаджень на старість, диверсифікацію джерел фінансування пенсій шляхом поєднання внесків на соціальне страхування та обов'язкових і добровільних накопичень.

Література

1. Закон України. Нормативно — правові акти з питань пенсійного страхування. — К.: Вид.-полігр. Центр «Київський університет» 2006. — с. 362.
2. Скулиш Ю.І. Проблеми та перспективи бюджетного забезпечення соціальної сфери в Україні: монографія // Ін-т демографії та соц. дослідж. НАН України. — К.: Аграр Медіа Груп, 2009. — 288 с..
3. Скулиш Ю.І. Соціальна спрямованість бюджетної політики в Україні: проблеми та перспективи. // Вчені записки Університету «КРОК»: Економічні науки. — 2014. — Вип. 38. — С. 65–74.

Манжула Д.П.

магістрант

Науковий керівник:

Вдовенко Л.О.

доктор економічних наук, доцент

Вінницького національного аграрного університету

м. Вінниця, Україна

ОСОБЛИВОСТІ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

В умовах трансформації змін в економіці постійно розвиваються й ускладнюються кредитні відносини, що визначають зміни в характері формування вільних коштів, ускладнення і розширення потреб економічних суб'єктів у додаткових коштах, удосконалення організаційних та правових відносин між суб'єктами кредиту тощо.

Вагомий внесок у дослідження кредитних операцій банків та банківського кредитування зробили такі вчені-економісти як: Васюренко О.В., Панов Г.С., Мороз А.М., Чайковский Я.І., Герасимович А.М., Дзюблюк О.В., Зіміна О.В., Лазепко І.М., Кіндрацька Л.М., Івахненко В.М., Колесников В.І., Кроливецька Л.П., Пернарівський О.В., Коваль М.М., Кочетков В.М., Примостка Л.О., Житна І.П., Нескреба А.М., Ільясов С.М., Батракова Л.Д. та ін. Також дану тему досліджували такі зарубіжні вчені як: Б. Бухвальд, Ю. Зайтц, Ф. Котлер, Же. — Ж. Ламбен, Д. Норкотт, М. Портер, П. Роуз, Дж. Еванс та ін. [2].

Метою тези є визначення суті кредитних операцій комерційних банків та їх місце в діяльності банківських установ.

У структурі активних операцій банку кредитні операції традиційно мають найбільшу питому вагу, як один з найефективніших та прибуткових і водночас ризикових операцій комерційних банків.

Відповідно із Законом України «Про банки і банківську діяльність» кредитні операції — вид активних операцій банку, які пов'язані з наданням клієнтам залучених коштів у тимчасове користування (надання позик у готівковій або безготівковій формі та надання кредитів у формі врахування векселів, розміщення депозитів, операцій репо, на фінансування будівництва житла, проведення факторингових операцій, фінансового лізингу тощо) або прийняття зобов'язань про надання коштів у тимчасове користування (надання гарантій, поручительств, авалів, тощо), а також операцій з купівлі та продажу цінних паперів за дорученням клієнтів та від свого імені (включаючи андеррайтинг), будь — яке продовження

строку боргу, яке надано в обмін на зобов'язання боржника щодо повернення заборгованої суми [3].

Основними особливостями відносин, що становлять сутність кредитних операцій є [2]:

- обов'язковою вимогою сучасної системи кредитування є вимога цільового характеру кредиту, повноти і строковості повернення позики і її забезпечення;
- учасники кредитних відносин повинні бути економічно самостійними: бути власниками певної маси вартості і вільно нею розпоряджатися; функціонувати на основі самодостатності та самоокупності; нести економічну відповідальність за своїми зобов'язаннями;
- кредитні відносини є добровільними та рівноправними. Тільки за цих умов вони будуть взаємовигідними і зможуть розвиватися по висхідній;
- суттєвою ознакою сучасної системи кредитування є договірна основа;
- кредитні відносини не змінюють власника цінностей, з приводу яких вони виникають. Кредитор залишається власником переданої в борг вартості, а позичальник одержує її лише у тимчасове розпорядження, після чого повинен повернути власникові;
- кредитні відносини є вартісними, оскільки виникають у зв'язку з рухом вартості (грошей чи матеріальних цінностей);
- нееквівалентність кредитних відносин значно посилює в механізмі їх реалізації роль чинника платності, за яким позичальник повертає власникові більшу масу вартості, ніж сам одержує від нього. При цьому він має подвійне призначення: 1) компенсувати кредиторі втрату доходу у зв'язку з переданням відповідної суми коштів у чуже розпорядження та можливі збитки на випадок неповернення позички; 2) стимулювати позичальника до підвищення ефективності використання одержаних у позичку коштів [2].

Кредитні операції комерційних банків є не лише найбільш прибутковими, але й найбільш ризиковими, про що свідчить зростання обсягів простроченої заборгованості в 2014 проти попереднього року з 7,7% до 13,5% (табл. 1).

Як видно з даних таблиці 1, в цілому впродовж 2009–2014 рр.. спостерігається зростання обсягів кредитування суб'єктів господарювання в 1,7 раза та скорочення кредитування фізичних осіб в 1,2 раза.

Основними проблемами при здійсненні кредитних операцій є: недосконала механізм управління банківським кредитними ризиками, брак необхідної інформації про клієнта, обмеженість ресурсної бази.

Отже, для ефективного розвитку банківської діяльності та безпосередньо кредитних операцій необхідно покращити регулятивну базу

з урахуванням об'єктивних законів функціонування кредиту, збільшити обсяги кредитних вкладень у виробничий сектор економіки та розширити його доступ для ширшого кола клієнтів.

Таблиця 1

Динаміка кредитів, наданих суб'єктам економіки в 2009–2014 рр.*

Показники	31.12.09 р.	31.12.10 р.	31.12.11 р.	31.12.12 р.	31.12.13 р.	31.12.14 р.
Кредити, надані суб'єктам господарювання, млн. грн.	474991	508288	580907	609202	698777	802582
Кредити, надані фізичним особам, млн. грн.	222538	186540	174650	161775	167773	179040
Загальна сума наданих кредитів, млн. грн.	697529	694828	755557	770975	866550	981622
Частка простроченої заборгованості в загальній сумі наданих кредитів, %	9,4	11,2	9,6	8,9	7,7	13,5

*Джерело: [1]

Література

1. Основні показники діяльності банків України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/artic-le?art_id=36807&cat_id=36798
2. Погосова А. В. Облікове забезпечення управління кредитними операціями банку / А. В. Погосова // Ефективна економіка. – 2014 р. – № 4 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2914>
3. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 12.12.2008 р. із змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=6&nreg=2121-14>.

Пономарьова О.Б.

*старший викладач кафедри фінансового
та банківського менеджменту
Університет митної справи та фінансів
м. Дніпропетровськ, Україна*

Сидорчук С.О.

*студент
Університет митної справи та фінансів
м. Дніпропетровськ, Україна*

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ СТРАХОВИХ РЕЗЕРВІВ В ІНВЕСТИЦІЙНОМУ ПРОЦЕСІ КРАЇНИ

Сьогодні український страховий ринок демонструє швидкі й стійкі темпи росту, поліпшуються його якісні характеристики, збільшується частка страхових послуг у ВВП, що сприятиме зростанню ролі страхових компаній у національній економіці. Зважаючи на це виникає нагальна потреба у проведенні комплексних досліджень не лише економічної природи страхових операцій, а й політики страховиків у галузі ефективного нагромадження й інвестування.

Дослідження показують, що основним джерелом одержання прибутку для страхової організації більшості цивілізованих країн є не збір страхових платежів, а інвестиційна діяльність, кошти від якої спрямовуються, як правило, на фінансування страхових операцій, на дотації збитковим видам страхування, розробку нових продуктів, підготовку кадрів й ін.

Незважаючи на стабільне зростання частки валових страхових платежів у ВВП, її розмір залишається недостатнім, щоб стверджувати про значну роль страхування у функціонуванні національної економіки. Страхові компанії не на повну потужність використовують власний потенціал, як фінансового інституту, який акумулює кошти населення та підприємницьких структур і розміщує їх у процесі інвестиційної діяльності, відіграючи таким чином вагомий роль у перерозподілі ВВП. Невелика частка страхових платежів українських страховиків у ВВП вказує на недостатній рівень страхової культури і відповідних традицій та реальних доходів бізнесу і населення — головних споживачів страхового продукту [3].

Страхові компанії вважаються одними з найбільших інвестиційних інститутів. Наприклад, загальна сума інвестицій, якими управляють страхові організації Європи, США та Японії, досягає кілька трильйонів доларів.

В Україні інвестиційні можливості страхових компаній досить обмежені через недовіру населення до довгострокових інвестицій та невеликий набір інвестиційних інструментів. Причина, передусім, полягає у недооцінці ролі та місця страхування з боку держави, потенційних інвесторів, які можуть вкладати капітал у створення і розвиток страхових організацій, а також споживачів страхових послуг. Якщо в розвинутих країнах частка страхових внесків у величині валового внутрішнього продукту сягає 8–12%, то в нашій країні цей показник — близько 4% [2].

Особливу роль відіграють резерви зі страхування життя, бо для цієї підгалузі страхування характерний, по-перше, тривалий строк дії договорів і, по-друге, настання зобов'язань із виплат страхового забезпечення в основній частині лише після закінчення договору страхування або в інші, раніше обумовлені строки, звичайно віднесені на значний час від початку виплати страхових внесків. Це дає змогу інвестувати певну частину резервів зі страхування життя у відносно довгострокові проекти. І чим на більший строк укладені договори, тим довгостроковішими можуть бути інвестиції. Таким чином, кошти резервів зі страхування життя є основним і найважливішим джерелом інвестицій страхових організацій. Про це свідчить і досвід зарубіжних країн, де основна частина страхових інвестицій здійснюється за рахунок коштів, які надходять зі страхування життя.

Ситуація зі страхуванням життя, що склалась сьогодні в Україні, зумовлена низьким економічним розвитком країни, відсутністю у більшій частині населення країни вільних коштів, які можна було б вкласти у страхування життя та недовірою до страхових компаній, зумовленою негативним досвідом вкладання коштів у різноманітні фінансові структури на початку дев'яностих років ХХ ст.

У зв'язку з тим, що обсяг резервів і термін, на який вони розміщуються, перетворюють страхові компанії у найпотужніші фінансово-кредитні інститути, у країнах з розвиненим ринком страхова справа визнана стратегічним сектором економіки. Інвестиційна діяльність страхових компаній за кордоном є настільки масштабною, що численні страховики мають спеціалізовані відділи, які займаються управлінням інвестиційними портфелями. Діяльність страхових компаній, таким чином, стала виходити далеко за межі страхової, і це стало визначальним у віднесенні їх до фінансових посередників. Отже, інвестиційні можливості страхування в Україні з року в рік зростають, про це свідчить аналіз динаміки частки чистих страхових премій у ВВП. Ринок розвивається, а від так страхові компанії набувають якостей потужних інституціональних інвесторів.

Література

1. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента / И. А. Бланк. — К.: Ника-Центр, 1999. — 512 с.
2. Василенко А. В. Інвестиційна стратегія страхових компаній: навч. посіб. / А. В. Василенко. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. — 168 с.
3. Цуркан, І. М. Підвищення ефективності діяльності страхової компанії в ринковому середовищі / І. М. Цуркан // Вісник НГУ. — 2013. — № 15. — С. 21–26.

Радченко Н.Г.

к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту

Москаленко П.В.

*Таврійський державний агротехнологічний університет
м. Мелітополь, Україна*

ОЦІНКА ЛІКВІДНОСТІ ТА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКІВ УКРАЇНИ

Банківська система кожної держави, незалежно від її економічної моделі та організації суспільних відносин, відіграє важливу роль у забезпеченні руху грошових потоків. Важливе значення у цій системі набуває забезпечення оптимального рівня ліквідності й платоспроможності банківських установ та гнучке реагування на системні ризики, якими обтяжена кожна сучасна банківська установа. При цьому, слід мати на увазі, що втрата банком своєї ліквідності може стати причиною втрати коштів або навіть призвести до банкрутства значної кількості його клієнтів. Це робить банківську ліквідність проблемою не тільки економічного, а й соціального значення.

Значний вклад у дослідження проблеми банківської ліквідності й платоспроможності внесли вітчизняні науковці А. М. Герасимович, О. В. Дзюблик, І. К. Волошин, В. М. Кочетков, А. М. Мороз, Л. О. Примостка ЮЛ., М. Кіндрицька. Разом з тим, теорія та практика забезпечення банківської ліквідності залишається недостатньо висвітленими та потребують подальшого дослідження. Тому, можна стверджувати, що актуальність питань щодо забезпечення оптимального рівня ліквідності й платоспроможності у теперішній час значно посилюється і набуває певного як теоретичного, так і практичного значення.

Головною метою дослідження слід вважати аналіз існуючих тлумачень щодо сутності категорій «ліквідність» і «платоспроможність» банку, визначення їх змісту, висвітлення параметрів їх взаємозв'язку та суттєвих відмінностей, виявлення причин кризи ліквідності банківської установи.

Враховуючи значення ліквідності як для банківської системи, так і для кожної банківської установи, необхідно визначити її сутність, розглянути існуючі в науковій літературі тлумачення щодо її змісту. Зауважимо, що залежно від цілей аналізу або досліджень, окремі науковці наводять різні тлумачення сутності категорії «ліквідність».

Таблиця 1

Підходи до визначення категорії «ліквідність» банку

Автор	Визначення	Джерело
І. Лис	Стверджує, що ліквідність одна із узагальнюючих якісних характеристик діяльності банку, що характеризує його надійність та здатність забезпечувати своєчасне виконання своїх зобов'язань.	[3, с. 20]
В.І.Міщенко, А.В.Сомик	Ліквідність банку за своїм призначенням має не лише забезпечити спроможність банку своєчасно і в повному обсязі виконувати власні грошові зобов'язання, а й сприяти його розвитку на основі нарощування обсягів операцій відповідно до стратегії розвитку установи та попиту на ринку банківських послуг.	[5, с. 35]
Крилова В., Набок Р.	Характеризує ліквідність як «...спроможність банку відповідати за своїми зобов'язаннями в термін і без втрат, тобто відображає спроможність банку забезпечити своєчасне виконання своїх грошових зобов'язань перед клієнтами банку».	[2, с. 294]
О. Деревська	Характеризує ліквідність як «...спроможність банку виконувати свої поточні фінансові зобов'язання».	[1, с. 44]
О.І. Лаврушина	« Ліквідність — одна із узагальнюючих якісних характеристик діяльності банку, яка обумовлює його надійність. Ліквідність банку — здатність своєчасно без втрат виконувати свої зобов'язання перед вкладниками і кредиторами.	[4, с. 140]
Л.О.Примостка	Під ліквідністю банку розуміє його здатність швидко і в повному обсязі задовольняти невідкладні потреби у грошових коштах.	[6, с. 406]

Розроблено автором

У чинній нормативній базі ліквідність банку трактується як його здатність забезпечити своєчасне виконання своїх грошових зобов'язань, яка визначається збалансованістю між строками виконання зобов'язань банку, а також строками і сумами інших джерел і напрямів використання коштів [12].

В даний час проблема ліквідності банків є дуже суттєвою. Для прикладу розглянемо як вона проявляється в ПАТ КБ «Приватбанк». У першу чергу, розглянемо комплекс відносних показників платоспроможності ПАТ «Приватбанк» (табл. 2).

Таблиця 2

Показники платоспроможності ПАТ КБ «Приватбанк»

Показник	2012	2013	2014	Відхилення	
				+/-	%
Загальний рівень платоспроможності банку	0,14	0,13	0,12	-0,02	85,71
Загальний рівень платоспроможності банку щодо класифікованих активів	0,32	0,39	0,44	0,12	137,5
Забезпеченість загальної суми активів власними коштами	0,11	0,09	0,1	-0,01	90,9
Забезпеченість суми класифікованих активів власними коштами	0,28	0,36	0,40	0,12	142,9
Співвідношення власних і залучених коштів банку	0,17	0,15	0,13	-0,04	76,47
Коефіцієнт покриття (забезпечення)	0,1	0,09	0,09	-0,01	90
Співвідношення загального обсягу наданих кредитів і загального розміру власного капіталу	5,32	5,93	6,50	1,18	122,2
Коефіцієнт співвідношення загальної суми наданих кредитів і статутного фонду банку	7,60	8,17	8,79	1,19	115,7
Коефіцієнт Кука	6,78	7,59	7,75	0,97	114,3

Джерело: річні звіти ПАТ КБ «Приватбанк»: Режим доступу: <https://privatbank.ua/>

Отже, загальний рівень платоспроможності спадає. У 2014 році даний показник становить 85,71% від його обсягу в 2012 р., що свідчить про те, що приріст активів є більш інтенсивним, ніж капіталу банку.

Загальний рівень платоспроможності банку щодо класифікованих активів несе за собою тенденцію до зростання, тобто обсяг капіталу зростає, а ризики активів зменшуються через скорочення ризикових категорій. Забезпеченість загальної суми активів власними коштами рівномірно коливається в рамках значення 0,1. Забезпеченість суми класифікованих активів власними коштами зростає, (0,40 в 2014 р при 0,28 в 2012р.), адже як вже було вказано банк скорочує обсяги ризикових активів. Співвідношення власних і залучених коштів банку свідчить також про рівень фінансово-господарської самостійності банку. Коефіцієнт покриття (забезпечення) на 01.01.15 становить 0,09, тобто на 1 гривню активів банку припадає 9 копійок коштів статутного фонду. Коефіцієнт Кука, показує, скільки класифікованих активів банку припадає на гривню власних коштів а саме 7,75 на 01.01.15.

Розглянемо основні показники банківської ліквідності (табл. 3).

Таблиця 3

Показники ліквідності балансу ПАТ «Приватбанк»

Показник	2012	2013	2014	Відхилення	
				+/-	%
Коефіцієнт миттєвої ліквідності	63,17	70,02	85,04	21,87	134,6
Коефіцієнт загальної ліквідності	114,02	110,46	113,01	-1,01	99,11
Коефіцієнт відношення високоліквідних активів до робочих	21,01	20,93	24,09	3,08	114,7
Коефіцієнт ресурсної ліквідності зобов'язань	110,32	92,84	98,13	-12,9	88,95
Коефіцієнт ліквідного співвідношення виданих кредитів і залучених депозитів	93,51	97,92	88,38	-5,13	94,51
Коефіцієнт генеральної ліквідності зобов'язань	23,45	26,07	19,87	-3,58	84,73

Джерело: річні звіти ПАТ КБ «Приватбанк»: Режим доступу: <https://privatbank.ua/>

Таким чином, коефіцієнт миттєвої ліквідності свідчить про приріст високоліквідних активів. Коефіцієнт загальної ліквідності свідчить про те, що активи здатні покрити всі зобов'язання банку в повному обсязі та навіть більше. Коефіцієнт відношення високоліквідних активів до робочих свідчить про те, що високоліквідних активів у загальному обсязі 21,01%, 20,93% та 24,09% відповідно. Коефіцієнт ресурсної ліквідності

зобов'язань свідчить про перехід дохідних активів в більш ліквідні. Коефіцієнт ліквідного співвідношення виданих кредитів і залучених депозитів показує, що банку не вистачає депозитних вкладів. За коефіцієнтом генеральної ліквідності спостерігається здатність банку погасити свої зобов'язання високоліквідними активами та шляхом реалізації майна, отже, лише 19,87% можна погасити на 01.01.15 р., що на 15,27% менше ніж в 2012 році.

Однак, не зважаючи на все, показники ліквідності та платоспроможності Приватбанку є задовільними, але потребують постійного контролю.

Література

1. Дерев'янська О. Активно-пасивні операції та управління ліквідністю банківської установи / О. Дерев'янська // Вісник НБУ. — 2008. — № 7. — с. 43–46.
2. Крилова В., Набок Р. Складові процесу управління ліквідністю банку / В. Крилова, Р. Набок // Вісник НБУ. — 2008. — № 6. — с. 24–29.
3. Лис І. Удосконалення управління ліквідністю банку в умовах світової фінансової кризи / І. Лис // Банківська справа. — 2009. — № 4. — с. 19–25.
4. Лаврушин О. И. Банковское дело. Учебное пособие. [Текст] / О. И. Лаврушин — М.: Финансы и статистика. — 2003. — 667 с.
5. Міщенко В., Сомик А. Ліквідність банківської системи України: сучасний стан, чинники та напрями підвищення ефективності і регулювання / В. Міщенко, А. Сомик // Вісник НБУ. — 2009. — № 1. — с. 34–40.
6. Примостка Л. О. Фінансовий менеджмент у банку: Навч. посіб. [Текст] / Л. О. Примостка — К.: КНЕУ, 2004. — 467 с. 7. Положення «Про регулювання Національним банком України ліквідності банків України»: Постанова Правління Національного банку від 26.09.2006 р. № 378, зі змінами.

Чкан І.О.

к.е.н., доц. кафедри фінансів і кредиту

Арабаджийський О.І.

Таврійський державний агротехнологічний університет

м. Мелітополь, Україна

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ОБОВ'ЯЗКОВОГО ДЕРЖАВНОГО МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Система охорони здоров'я в Україні перебуває на стадії реформування вже багато років. Завершити процес реформування стримує постійний дефіцит бюджету, несприятливий інвестиційний клімат в країні, в тому числі і в галузі охорони здоров'я, внутрішні протиріччя соціально-економічного розвитку держави тощо.

Важливим елементом системи страхової медицини є медичне страхування, в якому перетинаються інтереси не лише страховиків, страхувальників і застрахованих осіб, а й держави, яка виконує в цій сфері соціальну функцію. Це викладене в Конституції України. В статті 49 зазначено, що кожен має право на охорону здоров'я, медичну допомогу та медичне страхування [1]. Звідси, проголошені соціальні пріоритети держави є актуальними та повинні виконуватися завжди і в будь-який час, особливо в період економічної кризи.

Загалом медичне страхування — це система відносин в галузі охорони здоров'я, що полягає у гарантуванні громадянам (застрахованим особам) при виникненні страхового випадку оплати вартості медичної допомоги. Стаття 49 Конституції України поряд з закріпленням гарантії на надання безоплатної медичної допомоги у державних і комунальних закладах охорони здоров'я містить й інші норми, зокрема про право кожного на охорону здоров'я, медичне страхування, обов'язок держави створювати умови для ефективного і доступного для всіх громадян медичного обслуговування, сприяти розвитку лікувальних закладів усіх форм власності тощо [1].

Медичне страхування може проводитися в обов'язковій і добровільній формах. Вибір форми медичного страхування в кожній країні залежить від конкретних економічних і культурно-історичних умов, від особливостей демографічних і соціальних показників, рівня захворюваності та інших факторів, які характеризують загальний стан здоров'я і рівень медичного обслуговування. На сьогодні в Україні існує добровільна форма, яка ще тільки набирає популярності, обов'язкова — лише на стадії

розроблення (існує тільки в частині обов'язкових полісів зі страхування медичних витрат виїжджаючих за кордон).

Обов'язкове медичне страхування повинне базуватися на таких принципах: загальності, державності, некомерційності. Принцип загальності полягає в тому, що всі громадяни незалежно від статі, віку, стану здоров'я, місця проживання, рівня особистого доходу мають право на одержання медичних послуг. Принцип державності означає, що кошти обов'язкового медичного страхування — це державна власність. Держава забезпечує сталість системи обов'язкового медичного страхування і є безпосереднім страхувальником для непрацюючої частини населення (наприклад, пенсіонерів). Некомерційний характер обов'язкового медичного страхування базується на тому, що його здійснення і прибуток — це несумісні речі. Прибуток від проведення обов'язкового медичного страхування є джерелом поповнення фінансових резервів системи такого страхування і не може бути засобом збагачення [3].

Багато років в нашій країні точаться дискусії з приводу запровадження загальнообов'язкового медичного страхування, як частини соціального захисту громадян. Про це свідчить численна кількість проектів Закону України про обов'язкове медичне страхування, які так і залишилися на стадії розгляду.

Сьогодні остання редакція проекту Закону України «Про загальнообов'язкове державне соціальне медичне страхування», також не є досконалим і має певні неточності. Зокрема, слід наголосити на тому, що далеко не всі види медичних послуг пропонується покривати за рахунок коштів фонду. Наприклад, не будуть покриватися наступні випадки: діагностика та лікування інфекційних хвороб; протитуберкульозна медична допомога; надання швидкої, невідкладної, виїзної екстреної медичної допомоги у разі аварій та катастроф; та інші. Обмеження переліку страхових випадків на практиці може призвести до неможливості отримання безкоштовної медичної допомоги багатьма верствами населення у ситуаціях, які є життєво важливими. Крім того, Проектом визначено, що страхові внески будуть встановлюватись у відсотках до сум фактичних витрат на оплату праці найманих працівників. Як наслідок, виникає питання, чи залежатиме обсяг медичних послуг від сплаченої суми страхового внеску і чи не призведе це до того, що велика кількість працівників зможе отримувати лише мінімальний пакет медичних послуг [2].

В Міністерстві охорони здоров'я України вважають передчасним введення системи загальнообов'язкового державного соціального медичного страхування з огляду на економічну ситуацію в країні. Крім того виникає ще багато перешкод для його впровадження:

- недостатня законодавча база, яка потребує перегляду та внесення змін до Основ законодавства України про охорону здоров'я, Бюджетного кодексу України, інших законодавчих актів;

- необхідність створення відповідних контролюючих органів, як державних, так і незалежних об'єднань громадян, за повнотою виконання зобов'язань всіх учасників системи медичного страхування;
- недостатня економічна база, оскільки як правило, відрахування будуть здійснюватися тільки з фонду заробітної плати, не зачіпаючи інші джерела;
- необхідність кардинального реформування мережі лікувальних закладів і зміни моделі їх фінансування;
- можливість ухиляння платників від відрахувань, адже страхові платежі, сплачувані громадянами та юридичними особами, матимуть форму податку і, як наслідок, розвиток тіньового сектору;
- приватні страхові компанії не погодяться працювати в таких умовах фінансування системи охорони здоров'я України, а створення державної страхової компанії потребує значних фінансових ресурсів.
- підвищення вартості робочої сили і пов'язане із цим зниження конкурентоспроможності економіки держави.

В цілому обов'язкове медичне страхування як елемент системи соціального захисту населення повинна перебувати під контролем держави і характеризуватися безприбутковістю. Ця форма організації страхового фонду дасть змогу планувати медичну допомогу завдяки тому, що надходження коштів до страхового фонду характеризуватиметься стабільністю.

Література

1. Конституція України: за станом на 15 трав. 2015 р. / Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 30, ст. 141 [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр> — Назва з екрану.
2. Медичне страхування в Україні [Електронний ресурс] // Платформа стратегічного судового захисту — Режим доступу: <http://precedent.in.ua/ru/index.php?id=1431362620> — Назва з екрану.
3. Поліщук Є. Медичне соціальне страхування: проблема системи потребує системного вирішення // Соціальне страхування. — 2008. — № 2 — С. 13–16.

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ**

Збірник тез наукових робіт

IV МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

«ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ ТА ФІНАНСІВ»

«28» грудня 2015

Сборник тезисов научных работ

IV МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ

«ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ»

«28» декабря 2015

Abstracts of scientific papers

IV INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE

«GLOBAL ISSUES OF ECONOMY AND FINANCE»

«28» december 2015

I том

Видано у авторській редакції

Адреса: Україна, м. Київ, вул. Павлівська, 22, оф. 23

Контактний телефон: +38(050) 647-1543

Телефон/факс: +38(044) 222-5889

E-mail: info@frada.com.ua

www.frada.com.ua

<http://www.inter-nauka.com>

Підписано у друк 25.01.2016. Формат 60x84/16

Папір офсетний. Гарнітура PetersburgC. Друк на дуплікаторі.

Тираж 100. Замовлення № 301.

Ціна договірна. Надруковано з готового оригінал-макету.

Надруковано у Видавництві ТОВ «Спринт-Сервіс»

Свідоцтво: Серія ДК №4365 від 17.07.2012

Контактний телефон: +38(050) 647-1543