

**МІЖНАРОДНІ НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ІНТЕРНЕТ-
КОНФЕРЕНЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ**
www.economy-confer.com.ua

Перспективи реформування національної економіки

*Збірник тез
міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції*

3 жовтня 2016 р.



Тернопіль
2016

"Перспективи реформування національної економіки": матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування. - Тернопіль, 2016. – 95 с.

УДК 330 (063)
ББК 65я43

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей економічної наукової інтернет-конференції «Перспективи створення сильної економіки для сучасної України», які оприлюднені на інтернет-сторінці www.economy-confer.com.ua

Наші збірники матеріалів науково-практичних інтернет-конференцій включаються до наукометричної бази даних "РОСІЙСЬКИЙ ІНДЕКС НАУКОВОГО ЦИТУВАННЯ (РІНЦ) / Russian Science Citation Index (RSCI)".

Адреса оргкомітету:
46001, Україна, м. Тернопіль, а/с 71
тел. 0977547363
e-mail: economy-confer@ukr.net

Оргкомітет економічної наукової інтернет-конференції не завжди поділяє думку учасників. В збірнику максимально точно збережена орфографія і пунктуація, які були запропоновані учасниками. Повну відповідальність за достовірність несуть учасники, їх наукові керівники та рецензенти.

Всі права захищені. При будь-якому використанні матеріалів конференції посилання на джерело є обов'язковим.

ЗМІСТ

Економіка та підприємництво

- Богданов Дмитро Сергійович, Гончаренко Ірина Василівна*
**РЕФОРМУВАННЯ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ –
ВАЖЛИВА ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ
ТЕРИТОРІЙ.....7**
- Головач Катерина Сергіївна* **НАСЛІДКИ КРИЗИ У
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....8**
- Мурич Вікторія Сергіївна* **ПЕРЕШКОДИ Й ПЕРСПЕКТИВИ
В ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ (ФГ).....10**
- Набільська Анастасія Сергіївна* **СУЧАСНІ МЕТОДИ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА.....20**
- Рябокін Тарас Васильович* **МЕХАНІЗМ КОРПОРАТИВНОГО
ФІНАНСУВАННЯ В УКРАЇНІ.....24**
- Третяк Юлія Анатоліївна* **ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....26**

Менеджмент. Маркетинг

- Балашук Неля Миколаївна* **НАПРЯМКИ РЕФОРМУВАННЯ
МЕНЕДЖМЕНТУ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ.....29**
- Запарована Поліна Сергіївна* **КОЛАБОРАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА
СУЧАСНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СИСТЕМИ ВИРОБНИЧИХ
ПІДПРИЄМСТВ.....31**
- Косик Ірина Юріївна* **ПРОБЛЕМИ В УПРАВЛІННІ РЕКЛАМНОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....33**
- Леськів Олег Анатолійович* **ГРУЗИНСЬКИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ
ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РЕКЛАМНИХ РИНКІВ:
ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ.....36**

Сулима Надія Миколаївна, Чаплінський Юрій Богданович
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ.....39

Облік, статистика і аудит

Войтюк Анюта Валеріївна, Журавльова Тамара Володимирівна
**ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФОРМ ГОСПОДАРСЬКОГО
КОНТРОЛЮ.....42**

Герасимчик Катерина Сергіївна, Журавльова Тамара Володимирівна
**АНАЛІЗ ЗМІН ПОЗАБАЛАНСОВИХ РАХУНКІВ ПЛАНУ РАХУНКІВ
БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ.....45**

Крупко Марія Павлівна, Журавльова Тамара Володимирівна
**СЕРТИФІКАЦІЯ АУДИТОРІВ В УКРАЇНІ ТА ЗА КОРДОНОМ:
ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ.....47**

Мосійчук Інна Богданівна, Журавльова Тамара Володимирівна
**ЧИ ВАРТО ОТОТОЖНЮВАТИ ТАКІ ПОНЯТТЯ ЯК АУДИТ ТА
РЕВІЗІЯ?.....50**

Сіухіна Катерина Миколаївна **ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ
БАНКІВСЬКИХ РЕЗЕРВІВ ПРИ ПЕРЕКЛАСИФІКАЦІЇ
ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ.....53**

Хомич Оксана Володимирівна, Журавльова Тамара Володимирівна
АНАЛІЗ ЗМІН В ПЛАНІ РАХУНКІВ У ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ.....58

Шуліка Інна Павлівна **ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ПО
ЗАРОБІТНІЙ ПЛАТІ У ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....61**

Економічний аналіз.

Економіко-математичне моделювання

Гришин Олексій Вячеславович **ОРГАНІЗАЦІЙНО-
МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПРОВЕДЕННЯ
ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ У ФЕРМЕРСЬКОМУ
ГОСПОДАРСТВІ.....64**

Євдокимова Наталія Вячеславівна **ВИЗНАЧЕННЯ
ОПТИМАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ ДЕПОЗИТНОЇ ПОЛІТИКИ
БАНКУ.....66**

Банківська справа.
Фінанси, грошовий обіг та кредит

**Деркач Євгеній Ігорович ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК
СКЛАДОВА ДІЯЛЬНОСТІ ФІНАНСОВОГО ВІДДІЛУ
ПІДПРИЄМСТВА.....71**

Податкова система. Бюджетна система.
Правові відносини в економічній системі

**Булеца Надія Володимирівна ПАРТИЦИПАТИВНЕ
БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УДОСКОНАЛЕННЯ
БЮДЖЕТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ НА ЗАСАДАХ
ФІСКАЛЬНОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ.....74**

**Щерба Світлана Сергіївна ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТУ
ЗА ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВИМ МЕТОДОМ.....77**

Інвестиційно-інноваційні процеси в економіці

**Воробйов Віталій Володимирович ЗНАЧЕННЯ МІСЦЯ
РОЗТАШУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ
ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ.....80**

**Матвєєв Павло Сергійович, Карінцева Олександра Іванівна
МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО
ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ81**

Світова економіка та міжнародні відносини

**Королева Наталія Вадимовна, Левченко Александр Сергеевич
ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ КИТАЙСКО-ТУРЕЦКИХ ОТНОШЕНИЙ
В РАМКАХ ПРОЕКТА ВОЗРОЖДЕНИЯ ВЕЛИКОГО
ШЕЛКОВОГО ПУТИ.....84**

**Кошеваров Олексій Леонідович ВПЛИВ ПРОФЕСІОНАЛЬНИХ
ФУТБОЛЬНИХ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ЗМАГАНЬ НА
ДОХІДНІСТЬ ФУТБОЛЬНИХ КЛУБІВ ЄВРОПИ.....86**

***Максименко Іван Андрійович* РОЛЬ ПОЛІТЕКОНОМІЧНИХ
ЗНАНЬ У ФОРМУВАННІ ІНФОРМАЦІЙНОГО
ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА ТА ЙОГО
ЕКОНОМІКИ.....89**

***Смирнов Ігор Георгійович* НАЦІОНАЛЬНО-ПАТРІОТИЧНИЙ
ТА ВИХОВНИЙ АСПЕКТИ НА ПРИКЛАДІ ВИКЛАДАННЯ
ТУРИСТИЧНИХ ТА ЛОГІСТИЧНИХ ДИСЦИПЛІН.....91**

РЕФОРМУВАННЯ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ – ВАЖЛИВА ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Богданов Дмитро Сергійович

аспірант, Миколаївський національний аграрний університет

Гончаренко Ірина Василівна

доктор економічних наук, професор, Миколаївський національний аграрний університет

Одним з найважливіших напрямів аграрної політики, спрямованого на підвищення життєвого рівня населення, є забезпечення функціонування та розвитку сільських територій. Унаслідок тривалого реформування в реальному житті склалося ситуація, коли за розвиток сільських територій практично ніхто не несе відповідальності. Державне регулювання не адекватне існуючій ситуації і не приносить бажаних результатів, а місцеві органи влади неспроможні вникнути в процес вирішення важливих господарських завдань. У цих умовах проблема прискорення формування ефективних механізмів функціонування і розвитку сільських територій стає вирішальною.

Існуюча в Україні система місцевого самоврядування сьогодні не повністю відповідає очікуванням та потребам суспільства. Функціонування місцевого самоврядування у більшості територіальних громад не забезпечує створення та підтримки сприятливого життєвого середовища, необхідного для всебічного розвитку людини, її самореалізації, захисту її прав, надання мешканцям територіальних громад якісних та доступних публічних послуг на основі сталого розвитку дієздатної громади. Існуюча система територіальної організації влади занадто громіздка, вимагає значних коштів для свого утримання, надмірно централізована, припускає дублювання функцій, притаманних органам місцевого самоврядування. Вона не адаптована до сучасних методів надання адміністративних послуг, зокрема інформаційно- комунікаційних технологій, що є звичайним явищем для країн європейського союзу.

Метою реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади є підвищення якості життя людей у містах, селищах та селах шляхом забезпечення спроможності органів місцевого

самоврядування створювати економічні та соціальні умови розвитку територіальних громад та їх об'єднань, а також забезпечення місцевими органами виконавчої влади, територіальними органами центральних органів виконавчої влади територіальної доступності жителів цих територіальних громад до адміністративних, соціальних та інших послуг. Ці завдання є необхідністю сьогодення з огляду на розбудову сучасної демократичної і правової держави європейського зразка. Проведення адміністративно-територіальної реформи нині, мабуть, не на часі, хоча і було б доречно розглядати ці питання в комплексі. Сьогодні не йдеться про здійснення адміністративно-територіальної реформи. Складна політична ситуація, не сприяє умовам, в тому числі економічним і соціальним, для початку серйозних дій по запровадженню адміністративно-територіальної реформи. Саме тому в ході реформи місцевого самоврядування необхідно повести ґрунтовний аналіз соціально-економічної ситуації у регіонах, селах, селищах, містах. При проведенні реформи місцевого самоврядування необхідно надати умови територіям і громадам для добровільного об'єднання. Для цього необхідно внести зміни до закону про добровільне об'єднання територіальних громад, та про міжмуніципальне співробітництво.

Список використаних джерел:

1. Павлюк А. П. Реформування адміністративно-територіального устрою України: проблеми та перспективи реалізації, стратегічні пріоритети / А.П. Павлюк // Регіональна політика та місцеве самоврядування. – № 1 (2). – 2015. – С. 159-164;
2. Саблук П. Т. Розвиток сільських територій – запорука відродження аграрної України / П. Т. Саблук // Вісн. аграр. науки. 2012. - №5. – С.21-23;

НАСЛІДКИ КРИЗИ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Головач Катерина Сергіївна

аспірантка, Житомирський національний агроекологічний університет

У свідомості людей поняття кризи в організації, як правило, викликає негативні асоціації, пов'язані з хаосом, деструкцією, невизначеними і в той же час безрадісними перспективами майбутнього.

Якщо вихід з кризи не знайдений, організація швидше за все припинить своє існування в колишньому вигляді. Можливо, вона буде розформована, поглинена, у неї зміниться власник, тощо. Однак хтось інший виграє в разі такого катастрофічного розвитку подій. Наприклад, нові власники організації, які доклали відомі зусилля і кошти, щоб домогтися введення процедури банкрутства або зниження ринкової вартості фірми, що дозволило вигідно її придбати. Таким чином, твердження про негативний або позитивний вплив кризи на організацію завжди носять ціннісний характер, відображають інтереси і погляди окремих груп людей, але аж ніяк не є об'єктивними, не залежними від ціннісної орієнтації суб'єкта, який розглядає і аналізує кризову ситуацію. [1]

Наслідки кризи для сільськогосподарських підприємств Житомирської області (рис. 1) мали як позитивний, так негативний вплив. За результатами опитування керівників та спеціалістів вибірки підприємств було отримано структурну характеристику наслідків кризових явищ у поточному періоді.

Наслідки кризи можуть зводитися до різких змін чи м'якого виходу. І після кризові наслідки бувають тривалими і нетривалими, оборотними і необоротними, кількісними і якісними. Наслідки кризи визначаються не тільки його природою і параметрами, але і ефективністю антикризового управління. Останнє ж залежить від професіоналізму, системи мотивації, прогнозування причин і наслідків, мистецтва управління, ефективної методології.

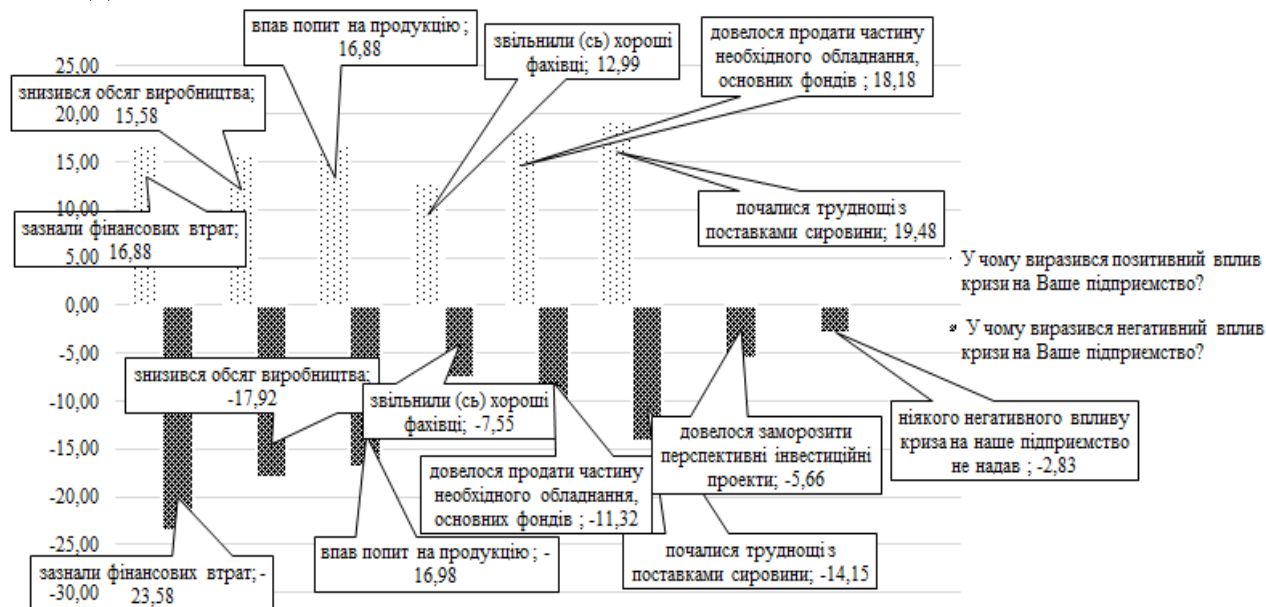


Рис. 1. Наслідки кризи для сільськогосподарських підприємств Житомирської області

Отже, надзвичайно важливою є розробка і практична реалізація заходів, що будуть забезпечувати вихід із кризової ситуації. Здійснення цих заходів можливе за допомогою оцінки ризиків, аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища, постійного моніторингу діяльності з метою своєчасної діагностики причин погіршення її фінансового стану і визначення шляхів його відновлення, забезпечення рентабельної діяльності, економічного зростання і розвитку. Тобто, здійснення ефективного антикризового управління є базовим необхідним шляхом попередження та виходу з кризи.

Список використаних джерел:

1. Антикризисное управление : учебник для бакалавров / А. Т. Зуб. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2013. - 343 с.
2. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: Теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: Монографія. – К.: КНТЕУ, 2001. – 580 с.

Науковий керівник: Масловська Людмила Цезарівна, доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту організацій і адміністрування ім. М.П. Поліщука, Житомирський національний агроекологічний університет

ПЕРЕШКОДИ Й ПЕРСПЕКТИВИ В ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ (ФГ)

Мурич Вікторія Сергіївна

студентка Національного університету «Львівська Політехніка»

Обґрунтування актуальності проблеми. Після того, як Україна здобула незалежність 25 років тому, гостро постало питання законодавчого регулювання сфери агропромислового комплексу новоствореної держави. Актуальним й на сьогоднішній день залишається питання створення сприятливих умов для ефективної діяльності різноманітних організаційно-правових форм господарювання АПК, однією з найпоширеніших серед яких є фермерські господарства, адже

саме вони з року в рік збільшують розміри землекористування та валового виробництва. Створення сприятливих законодавчих та податкових умов, а також забезпечення державної підтримки фермерських господарств могло б значно ширше розкрити їхні можливості як дрібних сільськогосподарських виробників.

Відродження аграрного підприємництва в Україні розпочалося з прийняттям Закону України „Про селянське (фермерське) господарство” від 20 грудня 1991 р. [4]. Цей закон встановив правові умови і порядок одержання земельних ділянок для створення фермерських господарств, започаткувавши юридичну можливість їх виникнення вже на перших етапах проведення радикальної земельної реформи [5].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням проблем фермерства в Україні у різноманітних його аспектах займаються такі вчені: В. Галащук, С. Греков, М. Долинська, О. Єрмаков, М. Макаренко, Л. Мельник, В. Нечитайло, Н. Оніщенко, О. Погрібний, Т. Проценко, С. Скрипник, В. Уркевич та інші.

Андрущенко О.С. та Кальченко С.В., фахівці Таврійського державного агротехнологічного університету стверджують, що специфіка розвитку вітчизняного фермерства та його проблеми обумовлені характером господарювання та загальними тенденціями в системі АПК України. Сімейна форма аграрного підприємництва не завжди дає можливість для конкурентоспроможного функціонування, тому частина фермерських господарств набуває рис приватного підприємства, активно використовуючи найману працю. В той же час активна домінуюча позиція агрокомпаній в цілій низці галузей створює небезпеку для подальшого розвитку фермерства як самостійної форми аграрного підприємництва. Поліпшити існуючу ситуацію на думку науковців має підготовка кваліфікованих кадрів для організації та ведення господарської діяльності в аграрній сфері на засадах сімейного бізнесу [1].

На думку Жибака М.М. (ВП НУБІП України «Бережанський агротехнічний інститут») головними факторами, які істотно впливають на розвиток фермерства є забезпечення в необхідних розмірах земельними, трудовими, фінансовими та матеріально-технічними ресурсами. Для ефективної роботи фермерських господарств, перш за все, потрібна всебічна державна підтримка. Негайного вирішення потребують питання з кредитуванням на вигідних умовах фермерів для забезпечення їх

необхідним для виробництва сільгосппродукції. Необхідна контрольованість цінової політики при реалізації сільськогосподарської продукції. Фермери, як дрібнотоварні виробники, не можуть бути гідними конкурентами крупнішим сільськогосподарським підприємствам. Вони можуть покращити результати і умови діяльності своїх господарств шляхом кооперування коштів і сил на добровільній основі [2].

Любар Р.П. у своїй науковій роботі приходять до висновку, що державна підтримка фермерських господарств на сучасному етапі є незначною, хоча в цілому спостерігається тенденція до збільшення підтримки фермерів державою, але вона не забезпечує істотного впливу на їх функціонування. На думку автора в Україні існують всі організаційно-економічні умови, які забезпечать ефективний розвиток фермерських господарств на перспективу. Їх розвиток має відбуватися за рахунок підвищення концентрації виробництва, шляхом оренди землі, збільшення поголів'я тварин, кооперування фермерів, застосування прогресивних технологій виробництва сільськогосподарської продукції [3].

Метою статті є аналіз основних перешкод у діяльності фермерських господарств України в законодавчому, технічному та податковому аспекті, а також пошук можливих перспективних напрямків розвитку вітчизняних фермерських господарств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Україна завжди вважалася аграрною країною. У сільськогосподарському виробництві нашої держави зайнято 4,9 млн. чол. або 24,4% від загальної чисельності, що значно більше, ніж у розвинутих країнах світу. Масовим явищем в Україні стала праця на присадибних та содово-городніх ділянках, в якій беруть участь, за оцінками фахівців, понад 80% всіх сімей [6]. Проте провідну роль в аграрному секторі посідають фермерські господарства. Саме вони виробляють досить широкий асортимент продукції, як для власного вжитку, так і на експорт. Однак, вітчизняне законодавство, сучасна система оподаткування та ряд інших об'єктивних чинників не сприяють організаційно-економічному розвитку фермерських господарств. Хоча саме ці форми малого бізнесу (за умови грамотного підходу держави) є вигідними й перспективними не лише для фермерів-підприємців, а й для країни в цілому. Саме тому у даній статті ми зосередимося на особливостях діяльності фермерських господарств (ФГ), а також на перешкодах і перспективах їхнього розвитку.

Законодавчий аспект

Законодавчою базою створення, діяльності та припинення діяльності фермерських господарств є Конституція України, Земельний кодекс України, Закон України “Про фермерське господарство” та інші нормативно-правові акти України. Головна мета створення фермерських господарств в Україні – збільшення обсягів продовольчих фондів держави і підвищення добробуту сімей селян на основі їх участі в підприємницькій діяльності.

Згідно з чинним законодавством фермерське господарство є формою підприємницької діяльності громадян із створенням юридичної особи, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, займатися її переробкою та реалізацією з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих їм для ведення фермерського господарства [4].

Порядок створення фермерського господарства визначений у Законі України „Про фермерське господарство”. Право на створення фермерських господарств має кожний дієздатний громадян України, який досяг 18-річного віку, виявив таке бажання та пройшов професійний відбір на право створення фермерського господарства. Професійний відбір громадян, які виявили бажання створити фермерське господарство, проводить районна (міська) професійна комісія з питань створення фермерських господарств. До складу такої комісії включаються представники органів державної влади, органів місцевого самоврядування, представники Асоціації фермерів та приватних землевласників і громадських організацій. Першочерговим правом на створення фермерського господарства користуються громадяни, які проживають в сільській місцевості і мають необхідну кваліфікацію або досвід роботи в сільському господарстві.

Сучасне законодавство поступово заганяє у все вужчі рамки наявні ФГ, а також тих, хто хоче їх створити. Ще до квітня 2016 року кожен громадянин України, що мав диплом аграрного вишу, проживав на селі та мав бажання створити ФГ, міг безоплатно отримати землю для реалізації цієї мети. Для цього варто було пройти нескладну процедуру, у результаті якої сільські ради приймали відповідні рішення про виділення земельних ділянок. Однак, у квітні 2016 року Верховна Рада України змінила правила гри. Тепер земельну ділянку можна отримати тільки в результаті

відкритого аукціону. Це суттєво звужує права фермерів-початківців та одночасно дає «зелене світло» для монополістів. Таким чином, для того, щоб лише започаткувати власну справу потрібні неабиякі кошти для участі в аукціоні, не кажучи вже про подальший розвиток підприємницької діяльності та придбання спеціального устаткування й обладнання. Такі стартові умови ведення бізнесу (аукціон) суттєво позначаються на собівартості продукції у майбутньому, оскільки потребують від почату неабияких капіталовкладень. Тому для більшості пересічних громадян мрії про створення ФГ так і залишаються мріями.

Окрім того, ряд державних програм по підтримці фермерського бізнесу діє тільки на папері. Згідно чинного законодавства України новоствореним фермерським господарствам протягом трьох років має надаватися допомога за рахунок державного бюджету, у тому числі через Український державний фонд підтримки фермерських господарств. В ідеалі ці кошти мають спрямовуватися на меліорацію земель та придбання сільськогосподарської техніки. За рахунок місцевих бюджетів повинна надаватися допомога у будівництві об'єктів виробничого і невиробничого призначення, житла, проведенні заходів щодо землеустрою. Кошти Українського державного фонду підтримки фермерських господарств майже не надаються на безповоротній основі й все рідше – на поворотній. Остання надається фермерам на конкурсних засадах для виробництва, переробки і збуту виробленої продукції. Безповоротна допомога раніше надавалася на відшкодування вартості проектів відведення земельних ділянок, відшкодування частини витрат, пов'язаних із сплатою відсотків за користування кредитами банків та часткову компенсацію витрат на придбання першого трактора, комбайна, вантажного автомобіля, будівництво тваринницьких приміщень тощо [7]. Наразі дана практика відсутня. Враховуючи такі несприятливі умови, а також відсутність допомоги з боку держави, фермерські господарства зіштовхуються з іншою проблемою, - слабким технічним оснащенням.

Технічний аспект

Однією з найважливіших проблем розвитку фермерських господарств є його технічне забезпечення. Фермер самостійно має вирішити, скільки потрібно мати тракторів і яких марок; чи доцільно купувати комбайн і вантажний автомобіль; скільки потрібно мати інших сільськогосподарських машин, механізмів і обладнання; що є більш

ефективним – купувати нову техніку чи ту, яка була в експлуатації. При недостатньому технічному забезпеченні фермерських господарств роботи виконуються несвоєчасно, тому зменшується обсяг виробництва продукції, а отже, і величина прибутку (доходу). За надмірного технічного забезпечення величина прибутку також буде знижуватися внаслідок високої собівартості продукції. У такому випадку фермерські господарства можуть брати технічні засоби в оренду, напрокат, користуватися послугами інших сільськогосподарських підприємств або машинно-технологічних станцій, створювати кооперативи для спільного використання техніки [8].

Враховуючи дороговизну сучасної техніки, пересічний фермер часто-густо не може собі дозволити придбати нову техніку, тому здебільшого купує ту, яка була у використанні, адже вона і коштує дешевше, і окупиться швидше. Технічний аспект є слабкою ланкою у фермерів, особливо у порівнянні з великими аграрними компаніями-моноплістами, які зосереджують у своїх руках сотні тисяч гектарів землі, а відтак – придбання нової техніки для них не є проблемою. Тому великі аграрні компанії часто можуть дозволити собі не лише придбати техніку для, наприклад, посіву культур, а і для їх подальшої обробки, що є практично неможливим для середньо статистичного фермера, який продає свою продукцію здебільшого як сировину і не має технічної змоги її обробити, щоб потім продати дорожче.

На сьогоднішній день в Україні землі фактично сконцентровані в руках незначної кількості власників, знизилася ефективність використання угідь, впала рентабельність малих і середніх господарств. Надмірна концентрація землеволодінь обертається монополізацією аграрного ринку та зниженням ефективності землекористування, застосуванням екстенсивних технологій і застарілих форм організації праці, роблячи агросектор України неефективним, а зайнятість в ньому непрестижною [9].

Продуктивність ФГ низька, праця має здебільшого натуральний характер із важкими та неналежними умовами, проте малі обсяги виробництва роблять інвестиції у механізацію ФГ не вигідними. Через низький рівень розвитку сільських територій, малі розміри земельних ділянок, відсутність фінансових активів, техніки, високі ціни на засоби виробництва (насіння, худобу, що закупаються за роздрібними цінами),

низьку якість інфраструктури та відсутність доступу до ринків збуту ФГ неспроможні отримувати належну додану вартість і забезпечувати позитивний цикл накопичення й інвестицій (або витрачають значну її частину на посередників).

Податковий аспект

Не сприятливою для розвитку малого бізнесу, зокрема у сфері фермерських господарств, є вітчизняна система оподаткування, яка включає не лише сплату єдиного внеску, а й податок на землю, податок від продажу сільськогосподарської продукції, окрім того до складу загального місячного/річного оподаткованого доходу фермера включається, зокрема, дохід у вигляді дивідендів.

З року в рік Верховна Рада України вносить зміни у систему оподаткування, зокрема й фермерських господарств. Але податкові, так само, як й інші законодавчі зміни, вигідні лише компаніям-монополістам, представники яких в Парламенті і голосують за дані впровадження. У 2015 році було збільшено податки на малі підприємства, які працювали за спрощеною системою оподаткування, а для фермерських господарств збільшено майже вдвічі фіксований податок на землю та скасовані пільги на ПДВ.

За таких умов неможливо говорити про «виведення бізнесу з тіні», оскільки підприємець повинен окупити придбання техніки та інших засобів виробництва, оплатити податки й збори, покрити операційні та інші витрати. Враховуючи ці фактори, кожен фермер бажає скоротити витрати, тому працівники, які залучаються до виконання певних робіт на ФГ, часто-густо не оформлюються офіційно за усіма вимогами чинного законодавства. Замість того, щоб зменшити податковий тиск та збільшити допомогу новоствореним ФГ, держава знайшла інший вихід із ситуації – штраф близько 50 тис. грн. за офіційно неоформлених працівників, що не може не призводити як до тінізації праці загалом, так і у аграрному секторі зокрема.

Низька продуктивність сільських господарств обумовлена не лише недостатнім рівнем застосування агротехнологій, а й значною тінізацією етапів виробничо-збутового ланцюга: через заниження показників продуктивності третина торговельного обороту перебуває у тіні. Рівень тінізації вітчизняного аграрного сектора оцінюється у діапазоні 15-20 % (внесок до неофіційного ВВП за підсумками I-го кварталу 2012 р. близько

1,5 млрд грн.). Тінізація визначає і зайнятість сільського населення: у віковій групі 15-49 років рівень зайнятості селян у неформальному секторі в 3,5 рази, а в групі 50-70 років – у 5 разів перевищує відповідний показник для мешканців міст. Йдеться і про незареєстровані виробничі одиниці домогосподарств, і про фізичних та юридичних осіб, що працюють без укладання трудових договорів, і про неліцензовану діяльність у сфері заготівлі й продажу ягід, грибів, деревини, риби тощо [9].

Фермерські кооперативи як перспективи розвитку

Оскільки сьогодні більшість фермерських господарств України перебувають у скрутному фінансовому положенні й незадовільному технічному оснащенні, значна частина фермерів знаходить вихід із скрутного становища у створенні фермерських кооперативів. Їх розвиток має стати одним із пріоритетних у галузі АПК.

Фермерський кооператив – це добровільне об'єднання фермерів, які на пайових засадах спільно займаються певним видом господарської діяльності. Основне призначення фермерських кооперативів – надання послуг його членам. Вони централізовано виконують такі функції:

- постачання засобів виробництва (мінеральних добрив, засобів захисту рослин, насіння, пального, кормів, запасних частин, сільськогосподарської техніки і обладнання тощо);

- переробка сільськогосподарської (м'яса, молока, птиці, зерна, цукрових буряків, овочів, фруктів) і несільськогосподарської продукції (глини, дерева та ін.);

- підготовка до реалізації та реалізація продукції (зберігання, пакування, рекламування, оптова і роздрібна реалізація, маркетингове обслуговування);

- фінансування і кредитування фермерських господарств;

- придбання і спільне використання складної і дорогої техніки;

- професійного, правового, фінансово-економічного консультування та інформаційного забезпечення.

Кооперативи надають послуги своїм членам по собівартості, розподіл їх постійних витрат на більші обсяги виробленої продукції значно здешевлює її собівартість. Крім того, кооперативи дають змогу фермерам отримувати прибуток не тільки від виробництва, а і з подальших стадій руху виробленої ними продукції (зберігання, переробка,

транспортування, оптова та роздрібна торгівля). Кооперативні формування можуть створюватись як на місцевому, так і регіональному та національному рівнях. Але у цьому процесі держава має сприяти, а не перешкоджати розвитку фермерства й малого бізнесу в цілому [10].

Висновки

Оскільки діяльність вітчизняних ФГ регулюється законодавством України, а також нормативно-підзаконними актами, то саме їх і варто переглянути.

1. Перш за все, необхідно на законодавчому рівні обмежити кількість землі, яка зосереджується в руках однієї компанії-монополіста, а також в руках суміжних компаній. Представники Антимонопольного комітету України, Міністерства АПК, народні депутати України та аграрії мають сісти за круглий стіл й відпрацювати основні законодавчі аспекти, які сприятимуть детінізації економіки сільського господарства, створять рівні конкурентні умови на ринку, а також звуть коло необґрунтовано привілейованих суб'єктів господарювання.

2. Необхідно запровадити реальну, а не бутафорну державну допомогу ФГ, особливо новоствореним. Це має бути комплекс заходів для сприяння малого підприємництва на селі, чітко розроблена державна цільова програма підтримки ФГ (у тому числі сімейних селянських господарств), у якій передбачатиметься, наприклад, погашення відсоткової ставки по кредитах або допомога у придбанні першої техніки і т.д. Ці витрати мають щорічно передбачатися в Державному бюджеті України. На умовах державного співфінансування ФГ до участі у розвитку сільського господарства варто залучати й іноземних партнерів: інвесторів, донорські організації, а також відповідні фонди (ДФРР, ЄБРР і т.д.).

3. Оскільки сьогодні більшість фермерських господарств України перебувають у скрутному фінансовому положенні й незадовільному технічному оснащенні, значна частина фермерів знаходить вихід із скрутного становища у створенні фермерських кооперативів. Їх розвиток має стати одним із пріоритетних у галузі АПК.

4. Також безпосередній вплив на виробничий потенціал та економічну ефективність функціонування фермерських господарств мають: запровадження інноваційних технологічних проектів, які дозволяють перейти на адаптовані системи землеробства вирощування екологічно чистої продукції; збільшення обсягів кредитування закупівлі

насіння, добрив, засобів захисту сільськогосподарськими виробниками тощо. Такі фермерські господарства зможуть забезпечити достатні обсяги виробництва сільськогосподарської продукції, знайти свою нішу і закріпитись на внутрішньому та зовнішньому ринках. Тому необхідно розробити заходи щодо розвитку фермерства, обґрунтувати основні напрями стабілізації виробництва і підвищення ефективності функціонування фермерських господарств, удосконалення фінансово-кредитної та податкової політики щодо цієї форми господарювання.

Список використаних джерел:

1. Андрущенко О.С. Теоретичні засади функціонування фермерських господарств/ О.С. Андрущенко// Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) УДК 338.435. – 2014 р. – № 1(25) – Режим доступу: [file:///C:/Users/Emachines/Downloads/znptdau_2014_1_5%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Emachines/Downloads/znptdau_2014_1_5%20(2).pdf)
2. Жибак М.М. Стан та шляхи удосконалення функціонування фермерських господарств регіону/ М.М. Жибак// УДК 331.522.4-058.243.4(477.8) – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/natural/Vkhdtusg/2012_127/04.pdf
3. Любар Р.П. Розвиток фермерських господарств та підвищення ефективності їх функціонування: автореф. дис. канд. екон. наук/ Любара Р.П.; Нац. Ун-т біоресурсів і природокористування України Кабінету Міністрів України. – К., 2009. – 25 с.
4. Закон України „Про селянське (фермерське) господарство” від 20.12.1991 р. // ВВР, 1992 р., № 14, ст. 186.
5. Фермерське господарство: правові засади створення, функціонування та припинення: [навч.-практ. посібн. / за ред. М. В. Шульги. М. В. Шульга, В. П. Душман, П. Ф. Кулинич, В. Ю. Юркевич]. — Х. : ТОВ „Одіссей”, 2004. – 464 с.
6. Стан ринку праці в сільській місцевості [Електронний ресурс] // Аграрний сектор України: інтернет-видання. – 2016. – Режим доступу: <http://agroua.net/economics/documents/category-58/doc-8/>
7. Погрібний О.О. Аграрне право України / О.О. Погрібний. К.: Істина, 2007. – 448 с.

8. Ільчук М.М., Організація і планування сільськогосподарського виробництва / Ільчук М.М., Зрібняк Л.Я., Мельник С.І.; за ред. М.М. Ільчук та Л.Я. Зрібняк. – Вінниця: Нова Книга, 2009 – 456 с.
9. Кочемировська О. [Електронний ресурс] // Регулювання зайнятості сільського населення в умовах реформування аграрного сектору України. Аналітична записка: Національний інститут стратегічних досліджень (відділ соціальної політики). – 2016. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1107/>
10. Фермерські господарства. Розвиток фермерських господарств в Україні [Електронний ресурс] // Аграрний сектор України: інтернет-видання. – 2016. – Режим доступу: <http://agroua.net/economics/documents/category-95/doc-94/>

СУЧАСНІ МЕТОДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Набільська Анастасія Сергіївна

студент, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського», м. Київ, Україна

Сучасний ринок встановлює жорсткі умови для розвитку і функціонування підприємства, основними з яких є нестабільне, швидкозмінне зовнішнє середовище, ускладнення умов кредитування бізнесу, зниження споживчого попиту, і, насамперед, зростання конкуренції в усіх галузях промисловості. Відношення пропозиції товарів і послуг до ймовірного попиту збільшується, що є чинником ризику для багатьох підприємств. Тому для збереження і зміцнення своїх позицій на ринку керівництву варто зосередитись на можливостях, спрямованих на досягнення конкурентних переваг.

Конкурентоспроможність фірми нерозривно пов'язана з впровадженням змін, тобто з процесом реструктуризації. Але здійснення таких змін також має певні особливості. Одноразові, надзвичайні заходи можуть на короткий час поліпшити конкурентоспроможність підприємства, але по-справжньому успішна реструктуризація є тривалим процесом [1, с. 172]. Так як зовнішнє середовище є мінливим,

забезпечення конкурентоспроможності підприємства обумовлене її постійним підвищенням.

Виділяють чотири основні методи підвищення конкурентоспроможності підприємства: збільшення об'ємів випуску і реалізації продукції, підвищення якості продукції, зменшення витрат на підприємстві та бенчмаркінг.

За першим методом важливо визначити такий обсяг випуску і реалізації продукції, аби уникнути збитків виробничої діяльності. Проте варто розуміти, що даний метод без інших впроваджень або змін на підприємстві буде ефективним лише за умови підвищення попиту на продукцію і відсутність дій конкурентів щодо підвищення своїх конкурентних позицій. Отже, доцільно розглянути наступний метод – підвищення якості продукції, де збільшення прибутку відбувається через збільшення ціни на продукцію вищого сорту. Таким чином, не будучи монополістом на ринку, підприємство ризикує програти у ціновій політиці конкурентам.

Метод реалізується за допомогою введення в виробництво новітніх технологій, впровадження або підвищення об'єму випуску сертифікованої продукції, поліпшення якості сировини та матеріалів, що постачаються, та інше. Виходячи з цього, стає зрозумілим, що заходи щодо поліпшення якості продукції призводять до зростання витрат, що, в свою чергу, може привести до низькоефективного функціонування та, зрештою, банкрутства.

У зниженні витрат полягає третій метод, основна проблема якого – розуміння, як і які витрати необхідно скоротити, аби це не вплинуло негативно на якість продукції та виробничу ефективність; лише комплексний підхід до цих питань дозволить знизити їх розмір, підвищивши ефективність діяльності підприємства.

Четвертим методом є бенчмаркінг. Фактично бенчмаркінг – це альтернативний метод стратегічного планування і аналізу не від досягнутого, а відповідно до досягнень конкурентів, тобто орієнтиром у розробці стратегічних планів є не власні досягнення, а найкраща практика конкурентів [2]. За допомогою даного методу можна оптимізувати і впровадити всі вищеперераховані, однак його суттєвим недоліком є те, що бенчмаркінг тільки починає набирати оберти на ринку України,

відсутність кваліфікаційних кадрів та досвіду реалізації цього методу гальмує його впровадження.

Виходячи зі зазначених недоліків забезпечення конкурентоспроможності, можна зробити висновки, що ефективність методів буде результативною лише за умови їх комбінування, використання одного певного методу окремо несе не завжди виправдані ризики для підприємства.

Для глибшого розуміння детермінуємо методи відповідно до їх призначення.

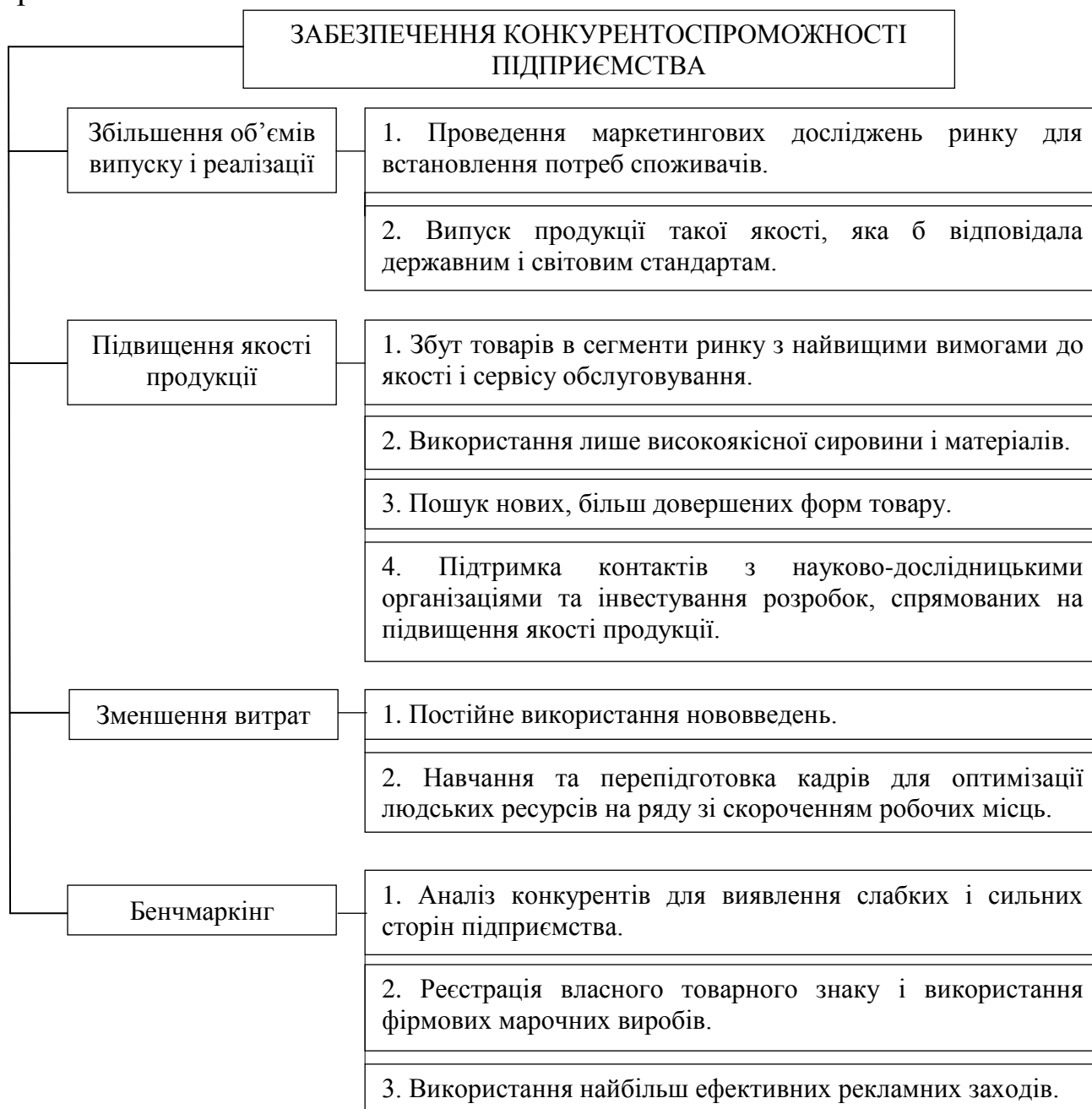


Рис. 1 Методи забезпечення конкурентоспроможності підприємства

Джерело: узагальнено автором на основі [3].

Щоб сьогодні успішно діяти на ринку, суб'єктам господарювання мало спиратися на узагальнені методи підвищення спроможності підприємства витримати конкуренцію. Важливою умовою забезпечення конкурентоспроможності підприємств є ефективне використання ресурсів, кваліфікації та здібностей персоналу, досягнень сучасного менеджменту, інноваційних, інформаційних і фінансових можливостей підприємства, що в сукупності являє собою його потенціал, який має бути конкурентоспроможним [4, с. 47].

Отже, конкуренція є невід'ємною частиною підприємства та стимулом до його розвитку. Сучасні методи забезпечення конкурентних переваг варто використовувати комплексно, впроваджувати і розвивати бенчмаркінг. Не утримуючи своїх конкурентних позицій, підприємство не зможе довго функціонувати на ринку.

Список використаних джерел:

1. Довгань Л. Є. Стратегічне управління / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко. – Київ: Навч. посіб. 2ге вид., 2011. – 440 с. – (Центр учбової літератури).
2. Бенчмаркінг (порівняльний конкурентний аналіз) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.kazedu.kz/referat/172036>.
3. Габибова М. Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия [Текст] // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III междунар. науч. конф. — М.: Буки-Веди, 2015. — 85-87 с.
4. Діагностика стану підприємства: теорія і практика: / [Воронкова А.Е., Вечерковські Р.З., Воронков Д.К. та ін.]; за заг. ред. проф. А.Е. Воронкової. — 2-е вид., перероб. і доп. — Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. — 520 с.

Науковий керівник: Довгань Людмила Євгенівна, професор кафедри менеджменту, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»

МЕХАНІЗМ КОРПОРАТИВНОГО ФІНАНСУВАННЯ В УКРАЇНІ

Рябокін Тарас Васильович

старший викладач кафедри економічної теорії, Університет Державної фіскальної служби України

Фінансування (система форм і методів забезпечення необхідними фінансовими ресурсами та їх використання) – найгостріша економічна проблема, необхідна умова корпоративного розвитку [1, с. 133], є результатом складного, хворобливого й суперечливого процесу розвитку нової фінансової системи. На фоні різкого скорочення державного фінансування інвестицій особливого значення набувають державні рішення в сфері фінансів і кредиту, оподаткування, приватизації, які могли б стати факторами консолідації корпорацій, але така цільова установка в рішеннях відсутня. У зв'язку з цим для корпоративного розвитку мають значення наступні фактичні обставини.

Мотиви економічної інтеграції, які домінують в умовах розвинутої ринкової економіки, в українській дійсності виражені недостатньо. Формування і активність багатьох корпорацій вимушено орієнтуються на вирішення проблем пов'язаних з інституціональною недосконалістю української економіки (низький рівень ділової етики, що проявляється в порушенні договірних зобов'язань і прав власності; слабкість державної правозахисної системи, покликаної забезпечувати захист цих зобов'язань і прав; недосконалість податкового регулювання, що ігнорує потреби в маневруванні економічними ресурсами в рамках консолідації податкової відповідальності тощо).

Акціонування підприємств мислилося як створення не тільки ліберального економічного інституту, але й великого фінансового капіталу. Разом зі зміною формального господарського статусу підприємств повинна була виникнути широка верства власників із числа як адміністративних, так і рядових працівників. Але залежність трудових колективів від адміністрацій в умовах відсутності ефективних ринків (товарів, праці, фінансових інструментів) підготувала ґрунт для перетворень у справжніх власників капіталу лише представників господарської номенклатури.

По суті втраченим виявився шанс перетворити бізнес у джерело заробітку для широких верств населення, а рядового працівника - у ринкового суб'єкта, трудовий дохід якого міг служити формою капіталізації доходу корпорацій. Очевидно, що інвестиційний потенціал таких індивідуальних доходів вище, ніж у заощаджень, які певна частина населення створює в результаті недоспоживання.

Для переважної більшості корпорацій, у тому числі й тих, що ведуть спільну діяльність у рамках корпоративних структур, поточний фінансовий стан характеризується дефіцитом оборотних коштів, ускладненим наявністю боргових зобов'язань у всій структурі господарських зв'язків (взаємні неплатежі корпорацій, корпорацій і банків, банків і банків).

Не отримало широкого розвитку використання ресурсів фінансового сектора за допомогою портфельних інвестицій. Значна частина корпоративних акцій дотепер купується не стратегічними інвесторами, що розраховують на довгострокове партнерство, а фінансовими, повністю націленими на одержання спекулятивного доходу. Прихід на ринок цінних паперів стратегічних інвесторів як головних факторів нової консолідації корпорацій залежить від їхньої довіри до економічної політики уряду й віри в перспективи стабільності економіки й інституціонального порядку.

Протягом 2014-2015 років українська економіка та банківський сектор пройшли найглибшу кризу за часів незалежності. Це було обумовлено, зокрема, масштабними структурними дисбалансами, акумульованими протягом останнього десятиліття [2]. Низький валютний курс гривні й дорогий імпорт, поряд з неминучим підвищенням цін на енергоносії й тарифи природних монополій, стимулюють зростання витрат виробництва, підігривають високі інфляційні очікування. У цих умовах практично неминуча інфляція витрат. Для корпорацій це означає неможливість прогнозувати фінансовий стан, оцінювати фінансові результати й відповідно планувати використання коштів і перерозподіл ресурсів. На цьому тлі валютні операції, скупка нерухомості, торгівельно-посередницька діяльність уявляється бізнесом як така, що приносить більш високий і прогнозований дохід.

Створення й функціонування корпорацій має сенс насамперед тоді, коли можливо одержати реальний синергетичний ефект за рахунок

посилюючих одна одну вигід від централізації управління й концентрації капіталу.

Найбільш гостро постає проблема фінансування інвестицій у наукомісткі галузі, продукція яких не має в найближчій перспективі якого-небудь експортного потенціалу. Вважається, що технологічна деградація для деяких із цих галузей стала незворотною. Підприємства, які володіють технологічно більше складними виробництвами, змушені відмовлятися від повного промислового циклу обробки й одержання кінцевого продукту.

Можливо, в подальшому освоєння найбільш активними корпораціями адаптивних моделей поведінки знову приведе до відтворення єдиного технологічного ланцюжка виробництва кінцевого продукту, але вже в рамках інтегрованої корпоративної структури.

Перелічені обставини дозволяють стверджувати, що злагоджений механізм корпоративного фінансування в Україні фактично відсутній.

Список використаних джерел:

1. Онишко С.В. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку: Монографія. – Ірпінь: Національна академія ДПС України, 2004. – 434 с.
2. Національний банк України. Звіт про фінансову стабільність. Випуск 1. Червень 2016 р.– Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=32241744>

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Третяк Юлія Анатоліївна

студентка, ОКР "магістр", Національний університет біоресурсів і природокористування України

Сільськогосподарські підприємства відіграють важливу роль у гарантуванні продовольчої безпеки країни і досягненні максимально можливого соціального ефекту та створенні конкурентного середовища у процесі становлення цивілізованого підприємництва у сільському господарстві на основі динамічного формування ринкових засад економіки. На визначення функціонального складу фінансового

забезпечення впливають особливості сільськогосподарського виробництва та зміни економічних умов, а його ключовою основою є фінансові ресурси. Системне дослідження фінансового забезпечення аграрного сектору передбачає врахування специфіки сільськогосподарського виробництва (вплив дії природних чинників на результати господарювання, сезонність виробництва, тривалість виробничого циклу, дефіцит вільних коштів, висока капіталомісткість, т.д.), що обумовлює певні особливості кредитування та фінансування галузі.

У традиційному розумінні сутність фінансового забезпечення прийнято розглядати як сукупність джерел і форм фінансування розвитку підприємств [1].

Джерелами формування фінансових ресурсів можуть бути як власні, так і залучені кошти. Формування власних джерел фінансування здійснюється за рахунок нерозподіленого прибутку, амортизаційних відрахувань, ліквідації чи продажу частини майна, т.д. Залучені ресурси формуються із державних джерел, банківського кредитування, аграрних розписок тощо. Державні фінансові програми підтримки розвитку сільськогосподарських підприємств спрямовуються на конкретні цілі та стимулюють розвиток інноваційної діяльності сільгоспвиробників. Однак на сьогодні ці джерела не вирішують проблем фінансового забезпечення сільськогосподарських підприємств, оскільки із впливом економічної ситуації в країні фінансові потреби підприємств зростають [2].

Частково вирішити проблему фінансового забезпечення діяльності можуть аграрні розписки, що є дешевшим і простішим інструментом в адмініструванні порівняно з банківським кредитуванням, вексельним фінансуванням та товарними кредитами. Аграрна розписка надійна для обох сторін, адже фіксує безумовне зобов'язання боржника здійснити поставку сільськогосподарської продукції або сплатити кошти кредитору в обмін на отримані матеріально-технічні чи фінансові ресурси. Предметом застави є майбутній урожай - відповідна кількість зібраної продукції.

Економічною ефективністю запровадження аграрних розписок є те, що вона дозволяє охопити близько 30% коштів від постачальників матеріально-технічних ресурсів, трейдерів, переробних підприємств та інших посередників, а також близько 5% коштів від банківських структур [3].

Механізм аграрних розписок є реальною альтернативою класичному банківському кредитуванню у залученні коштів в аграрну сферу України. Органи державної влади мають більш активно і ефективно проводити впровадження цього інституту та розвивати інші джерела фінансового забезпечення (кооперація, аграрний банк, проектне фінансування тощо).

Отже, для ефективного розвитку аграрного сектору України та підвищення його конкурентоздатності необхідно систематизувати процес державного фінансування, удосконалити банківське кредитування із використанням зарубіжного досвіду, сприяти подальшому впровадженню аграрних розписок тощо.

Список використаних джерел:

1. Куць Т. В. Фінансове забезпечення розвитку сільського господарства України [Електронний ресурс] // Молодий вчений. – 2014. – листопад. – Режим доступу: [file:///C:/Users/Adm/Downloads/molv_2014_11\(14\)__15.pdf](file:///C:/Users/Adm/Downloads/molv_2014_11(14)__15.pdf)
2. Остапенко А.С. Фінансове забезпечення підприємств аграрної сфери в сучасних економічних умовах / А. С. Остапенко, Т.М. Головченко // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки. – 2011. – Випуск 3. – Том 1. – С. 197-203
3. Павленко О. М. Аграрні розписки як дієвий механізм кредитування [Електронний ресурс]// Економічна правда. – 2015. – 14 серпня. –Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/columns/2015/08/14/555042/>

Науковий керівник: Титарчук Ірина Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, Національний університет біоресурсів і природокористування України

НАПРЯМКИ РЕФОРМУВАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

Балашук Неля Миколаївна

студентка, менеджмент організацій та адміністрування Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут ім. І. Сікорського"

На сьогодні в Україні є багато проблем, які стосуються як економіки, так і суспільного життя населення. Такі проблеми постали у зв'язку із загостренням проблем між Сходом та Заходом, зі сторони агресора та з країнами світової економіки. Наразі доцільно зосередити увагу на внутрішній ситуації країни. Адже і в цій сфері є не менш важливі питання. Потрібно починати реконструкцію нашої країни. І це повинні робити ми – молоде покоління, в якого саме зараз формується нове світосприйняття.

Проблеми реформування можна розпочати із загальновідомої та найбільш поширеної причини – корупція та хабарництво. На жаль, всі про це знають, але ніхто не хоче щось робити. Потрібно забезпечити прозору систему, і вона повинна охоплювати усі сфери економіки.

Сучасна Україна має риси як адміністративно-командної, так і ринкової економіки. А це означає, що рівень інфляції не знижується, для багатьох підприємств це досить важкий період, низький рівень життя, низькі доходи і т.д.

Великою перешкодою є недостатньо розвинені ринкові відносини, що погіршують ситуацію як для компаній, так і для населення. Більшість виробництв та підприємств є державними, тому потрібно підвищити частку приватних форм власності. Це призведе до підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та зростання доходів. А якщо зростають доходи – то і кількість робочих місць також зросте. Саме до цього повинен прагнути сучасний менеджмент. Адже він присутній абсолютно на усіх ланках управління.

Тому ще однією умовою для розвитку менеджменту повинні бути інновації, технічно-наукові розробки та вдосконалення. Їх повинні

черпати як з вітчизняного досвіду, так і з-за кордону. Адже іноземний досвід розвинених держав неодноразово станав проривом до розвитку.

Особливо важливим напрямком є підвищення кваліфікації на освітньо-кваліфікаційного рівня підготовки населення. Тому що сьогодні багато працюючого населення має застарілі методи розвитку та реконструкції управління. Саме тому у свідомості нашого народу повинно закарбуватися правило Шевченка – «Учіться». А для цього державі потрібно виділяти кошти з бюджету. А це також проблема.

Постає питання про державне регулювання. Україна повинна запровадити новітню систему підтримки розвитку новий підприємств, міжнародних компаній та стартапів. На сьогодні дуже велика кількість ідей пропадає, адже молодь не знає, не вміє та не має коштів для впровадження чогось нового. Тому саме тут держава на інвестори повинні втрутитись та підтримати винахідців. Потрібно підвищувати якість вітчизняних товарів, щоб вони могли вільно конкурувати з іноземними.

Кожен менеджер повинен брати на себе частку відповідальності за виконану роботу. Це стосується як державного апарату, як виробництва, так і сфери надання послуг. Менеджер повинен бути відкритим до себе, до підлеглих та держави. Кожного дня самовдосконалюватися, збагачуватися новим досвідом. Тим часом кожен із нас повинен підтримувати вітчизняного виробника, а держава повинна думати про благополуччя населення.

Отже, можливості є, бажання є. Потрібна підтримка світу, держави та праця кожного з нас.

Список використаних джерел:

1. Збірник статей економічного факультету Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету.
2. Зелінський Р. Л. – «Основні напрями регулювання менеджменту в Україні».
3. Кафедральний збірник тез Факультету маркетингу та менеджменту НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського».

КОЛАБОРАЦІЯ ЯК СКЛADOVA СУЧАСНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СИСТЕМИ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

Запарована Поліна Сергіївна

магістр, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»

Колаборація це поняття, що дійшло до нас з часів Другої світової війни.

Колаборація виробничих підприємств розглядається, як спільна праця кількох виробничих організацій, що мають спільні інтереси і працюють для досягнення єдиної мети. Поняття «колаборація» передбачає за собою обмін: інформацією, ресурсами, спеціалістами, будь-чим, що допоможе досягнути спільної мети [1].

Метод колаборації є унікальним тим, що він підходить як малорозвинутому підприємству, так і високорозвинутому, але, як правило, цей метод застосовують компанії, які є однаково потужними, тому що саме тоді обмін між ними є рівноцінним.

На відміну від аутсорсингу, що перш за все передбачає передачу компанією частини її завдань або процесів стороннім виконавцям на умовах субпідряду, колаборація передбачає, перш за все, просування обох компаній шляхом співпраці між собою, тобто колаборація є більш маркетинговим поняттям.

Отже, колаборація є процес узгодження інтересів, ресурсів і маркетингових стратегій однієї компанії з компанією-однорідцем для досягнення більших цілей ніж вони могли б досягти самостійно [3].

Цей метод набув широкого застосування у рекламі. Наприклад, ви можете відкрити будь-який журнал авіакомпанії і там знайти колективні оголошення, що рекламують фаст-фуд, ресторани або, навіть, послуги пластичних хірургів. З економічної точки зору колаборація вигідна тим, що вона дозволяє об'єднати бюджети і створити подвійну силу двох брендів, тобто утворюється так званий спільний маркетинг [2].

Один впізнаваний бренд значно підвищує впізнаваність іншого бренду. Крім впізнаваності, така реклама ще одразу надає довіру клієнтів до бренду, який рекламується.

D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%84%D0%B8%D1%80%D0%BC%D0%B0);

5.1 Michelin [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Michelin#.D0.94.D0.B5.D1.8F.D1.82.D0.B5.D0.BB.D1.8C.D0.BD.D0.BE.D1.81.D1.82.D1.8C>;

ПРОБЛЕМИ В УПРАВЛІННІ РЕКЛАМНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Косик Ірина Юріївна

студентка Національного університету «Львівська політехніка»

Сучасна ситуація в українській економіці характеризується економічною і соціальною кризою. У цих умовах виникла гостра необхідність, точно і правильно оцінити стан, визначити систему цілей і пріоритетів для правильного функціонування підприємства під час кризи. В даний час роль реклами дуже зросла, у зв'язку з необхідністю удосконалення ефективної діяльності фірми. Правильно розроблена реклама може допомогти з реалізацією послуг, що надаються підприємством, так як основною метою є залучення нових клієнтів, встановлення нових, більш вигідних ділових контрактів, внаслідок чого зростає потреба в надаваному товарі, зростає попит, збільшується пропозиція.

Проблеми розвитку сфери послуг привертають увагу представників різних напрямів суспільних наук: істориків, економістів, соціологів, філософів, юристів. Перш за все, це зумовлюється різноманітністю послуг, сфера застосування яких є дуже широкою.

Санаторно-курортні послуги мають відмінні ознаки від інших суспільно значущих послуг, а саме:

1. Санаторно-курортна послуга завжди є індивідуальною, оскільки дані підприємства не застосовують масового чи великосерійного виробництва.

2. Ефект від надання послуги прямо не пов'язаний з величиною витрат на її реалізацію.

3. Результат професійної діяльності фахівців санаторно-курортних підприємств втілений у самій людині й проявляється у позитивному ефекті на її здоров'ї.

4. Всі лікувальні курорти розташовані у спеціальних місцевостях, що відрізняються певними ландшафтно-кліматичними умовами та гідромінеральними ресурсами.

5. На ринок послуг рекреації попередньо «виносяться» не самі послуги, а лише інформація про ті послуги, які можна отримати.

6. Лікувальні послуги, як правило, належать до категорії найдорожчих.

7. Спостерігається значний вплив на діяльність санаторно-курортних підприємств фактору сезонності.

Можемо виокремити основні проблеми у формуванні політики просування послуг:

1. Відсутність комплексного характеру при формуванні політики просування (розмитість мети, відсутність або часткова відсутність задач та цілей маркетингових комунікацій). Досить часто маркетингові комунікації на підприємстві мають спонтанний характер та спрямовані на тимчасовий (миттєвий) результат.

2. Відсутність професіоналізму у керівників щодо формування раціонального та оптимального бюджету маркетингових комунікацій і відсутність аналізу взаємозв'язку між маркетинговими комунікаціями та споживачами. Тобто, менеджери більш за все переймаються економічним результатом, забуваючи про те, що психологічний вплив рекламних заходів на споживача іноді буває більш тривалішим та стратегічно успішним.

3. Відсутність інноваційного підходу при формуванні політики просування послуг, тобто не застосовуються новітні інструменти маркетингових комунікацій.

4. Недостатність коштів на проведення рекламних заходів у зв'язку із незначними масштабами діяльності (зокрема, реклама на телебаченні охоплює значну цільову аудиторію, проте витрати на неї є надто великими).

Для проведення успішної рекламної кампанії необхідно диференціювати ринок споживачів. Як потенційних споживачів реклами виділяються три категорії партнерів і груп населення:

- по-перше це ті, що відчують необхідність у предметі реклами, шукають інформацію, тобто у цієї групи уже сформована позитивна установка на предмет реклами з різних джерел;
- по-друге це потенційні клієнти, що знаходяться в стані байдужості або невизначеності щодо предмету реклами;
- по-третє це споживачі, які відчують необхідність, але з певних причин негативно ставляться до предмету реклами.

Інтереси рекреаційного підприємства полягають в тому, щоб ці три категорії перетворити з потенційних споживачів у реальних. В першому випадку необхідно просто поінформувати (підтримуюча реклама), в другому – сформувати думку (стимулююча реклама), в третьому – впливати наполегливо, щоб зламати існуючий стереотип (конверсійна реклама). В будь-якому випадку реклама повинна активізувати споживача, викликати у нього реакцію у відповідь, спонукати його до дій. Засоби масової інформації (газети, журнали, телебачення, радіо, Інтернет) є основними провідниками рекламних звернень інформаційного характеру і разом поглинають майже 60% всіх коштів, що витрачаються на рекламу. Через засоби масової інформації туристичні підприємства інформують потенційних клієнтів про власне існування та про можливості організації відпочинку, екскурсійних, пізнавальних, лікувальних та інших турів.

Отже, реклама не тільки пояснює узагальненому споживачеві, як споживати її продукт, ті чи інші товари та послуги, але й поряд з іншими різновидами масової комунікації допомагає адаптуватися до нових форм життя, яке постійно та швидко змінюється. Тим самим вона забезпечує атмосферу доброзичливості та довіри, набуваючи ролі повсякденної, звичної порадиці, яка рекомендує свої продукти та направляє свою аудиторію. Тобто, завдяки якісно розробленій рекламній кампанії той чи інший рекреаційний курорт матиме змогу розширити коло потенційних та реальних споживачів.

Список використаних джерел:

1. Байлик С.М. Готельне господарство. Проблеми, перспективи, сертифікація / С.М.Байлик. Київ: ВИРА, 2010 –150с.
2. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Зелена Буковина, 2003. – 312 с.

3. Котлер Ф., Боусен Дж., Мейкенд Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов: Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 780 с.

Науковий керівник: Сорочак Олег Зіновійович, кандидат економічних наук, доцент Національного університету «Львівська політехніка»

ГРУЗИНСЬКИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РЕКЛАМНИХ РИНКІВ: ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ

Леськів Олег Анатолійович

аспірант кафедри менеджменту, Львівський національний університет ім. І. Франка, м. Львів, Україна

В останні роки рекламний ринок України зазнає значної стагнації. Незважаючи на фрагментарні позитивні зрушення у 2015 р., вітчизняна рекламна галузь після різкого падіння у 2013-2014 рр. досі не спромоглася вийти на докризові показники розвитку [4]. Негативні тенденції на ринку реклами були поглиблені безсистемними спробами часткової реформації державного регулятора. Ось чому питання організації належного механізму державного регулювання рекламної галузі України є особливо актуальним.

Проблеми вдосконалення вітчизняної системи державного регулювання рекламного ринку на базі зарубіжного досвіду досліджувалася в працях низки вітчизняних науковців, серед яких: А. Гринько-Грузневська, М. Закусило, В. Корінев, Л. Микитенко та інші. Разом з тим, дана проблематика все ще потребує поглибленого комплексного вивчення, зокрема існує потреба у вивченні позитивного досвіду розбудови систем державного регулювання ринку реклами у постсоціалістичних країнах.

Однією з корінних проблем всієї української системи державного регулювання реклами є значна невизначеність меж повноважень серед державних органів, що входять до цієї системи. Перелік державних органів із коротким зазначенням сфер їх компетенції щодо рекламного ринку наведено в ч. 1 ст. 26 ЗУ „Про рекламу” [3]. Серед семи державних

інституцій, які в зазначеній статті виділяє законодавець, жодна не має комплексних повноважень для реалізації політики сприяння розвитку вітчизняному рекламному ринку.

На наш погляд, дуже корисним для вдосконалення вітчизняної системи державного регулювання реклами є досвід Грузії.

Грузинська система контролю за рекламою є доволі нетиповою, напрочуд простою й вже встигла довести свою ефективність [5]. Вона ґрунтується на діяльності двох органів – Агенства конкуренції та Національної комісії по комунікаціям. Агенство конкуренції постало в 2004 р. внаслідок реорганізації Антимонопольного комітету Грузії. Агенство здійснює державний контроль за рекламою щодо дотримання законодавства про захист від недобросовісної конкуренції [2].

У сфері телерадіомовлення та електронних комунікацій Грузія пішла шляхом впровадження єдиного регулятора, що дало можливість значно зменшити державні витрати й бюрократичні перепони у роботі регуляторної системи. У цій країні функціонує Національна комісія по комунікаціям Грузії. До її повноважень належить регулювання реклами в ЗМІ. Комісія – юридична особа публічного права, незалежний регулюючий орган, що не підпорядкований жодному державному відомству. Комісія складається з 5 членів, що затверджуються парламентом за поданням президента Грузії. Термін повноважень члена Комісії складає 6 років. Бюджет Комісії створюється за рахунок ліцензійного платежу (сума, що сплачується власником ліцензії за тимчасове використання частот) й щорічної плати за регулювання (1% від загального доходу оператора) [1].

Національна комісія по комунікаціям здійснює нагляд за виконанням Закону Грузії „Про захист прав споживачів”, контролює виконання законодавчих актів про авторські та суміжні права, про захист неповнолітніх від шкідливого впливу реклами тощо. Окрім того, Комісія надає частоти для мовлення, встановлює ліцензійні умови, видає, модифікує та призупиняє дію ліцензій, контролює виконання власником ліцензії ліцензійних вимог, визначає розмір і порядок внесення ліцензійних платежів і плати за регулювання. Комісія розробляє пропозиції щодо вдосконалення державної політики в сфері комунікацій з врахуванням громадської думки та побажань учасників ринку. Комісія має повноваження накладати штрафи на власників ліцензії за порушення законодавства в розмірі від 0,5% до 3% його річного доходу [1].

Отож, Комісія по комунікаціям Грузії є яскравим прикладом застосування

доволі нетипового, але успішного механізму в сфері державного регулювання реклами. Комісія не є частиною вертикалі виконавчої влади, не фінансується з державного бюджету й, водночас, не є органом саморегулювання галузі.

На нашу думку, вдосконалення вітчизняного механізму регулювання рекламних ринків за грузинським зразком допоможе покласти край стагнаційним процесам на рекламному ринку України, значно зменшить рівень бюрократії та корумпованості державного регулятора. Пропонована реформа також здатна забезпечити інформаційне очищення українського рекламного простору від ворожої російської пропаганди.

Список використаних джерел:

1. Закон Грузии „О вещании”” от 23.12.2004, № 780-вс. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advertology.ru/index.php?name=Subjects&pageid=296>
2. Закон Грузии „О конкуренции” от 21.03.2014, № 2159 [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <https://matsne.gov.ge/ka/document/download/1659450/4/ru/pdf>
3. Закон України „Про рекламу” від 03.07.1996, № 3253-IV. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80/page2>
4. Объем рекламного рынка Украины 2015 и прогноз объемов рынка 2016. Всеукраїнська рекламна коаліція – [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.adcoalition.org.ua/news/237>
5. The Georgian advertising market. Transparency International Georgia, Tbilisi, June 2013 [Electronic resource]. – Available from: [http://transparency.ge/sites/default/files/post_attachments/TI%20Georgia%20%20Advertising%20Market%20Report%202013%20\(English\)_0.pdf](http://transparency.ge/sites/default/files/post_attachments/TI%20Georgia%20%20Advertising%20Market%20Report%202013%20(English)_0.pdf)

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ

Сулима Надія Миколаївна

студентка, Чернівецький торговельно-економічний інститут Київського національно торговельного економічного університету, м. Чернівці

Чаплінський Юрій Богданович

кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький торговельно-економічний інститут Київського національно торговельного економічного університету, м. Чернівці

В наш час з розвитком ринку стає дедалі важче дослідити попит на ту чи іншу продукцію, сформулювати контингент споживачів та чітко уявлення про їх уподобання, здійснити ефективний маркетинговий вплив на них. Недостатньо лише розробити новий товар, потрібно створити нову цінність для споживача та переконати його в якості даного продукту і здатності задовольняти існуючу потребу. Тому альтернативою виступає новий маркетинг - нетрадиційний, заснований на інноваційних принципах і підходах.

Актуальність даної теми визначається тим, що саме розробка і впровадження маркетингових інновацій у ринкових умовах - це єдиний спосіб підвищення конкурентоспроможності та підтримки високих темпів розвитку організацій, але для того щоб впровадження були на вищому рівні необхідно подолати чималу кількість проблем, які стають на шляху сучасного маркетингу.

Метою роботи є дослідження проблеми розвитку маркетингових інновацій.

Для сучасних підприємців найголовнішою передумовою забезпечення процвітання їх комерційного успіху є виготовлення, розробка і просування на ринку нової (інноваційної) продукції. Зважаючи на це, існує нагальна потреба виокремлення окремого виду маркетингу – інноваційного. Ф. Котлер трактує інновацію як ідею, товар чи технологію, запущену в масове виробництво та представлену на ринку, яку споживач сприймає як абсолютно нову чи таку, що володіє певними унікальними якостями [1, с. 589]. Ф. Ніксон вважає, що інновація – це сукупність технічних, виробничих та комерційних заходів, які призводять до появи

на ринку нових та покращених промислових процесів та устаткування [2]. Відповідно інноваційний маркетинг – принцип освіченого маркетингу, згідно з яким підприємство повинно постійно вносити реальні покращення в свою продукцію і маркетинг.

Сьогодні проблемам маркетингу інновацій присвячено ряд робіт вітчизняних і зарубіжних авторів, таких як: Костина О. П., Родионова Ю.А., Надтока Т.Б., Роберт Г.Купер. Чухрай Н., Патора Р. та інші.

Зважаючи на те, що в основу ринкової діяльності кожної сучасної організації, підприємства покладено концепція маркетингу, його роль для підприємств – інноваторів важко переоцінити. Але на даний час, як свідчить практика, основні методи традиційного маркетингу для інноваційних товарів у багатьох випадках важко або неможливо застосувати. Причинами цього є:

- наявність державних і соціальних обмежень, які звужують рамки використання інноваційних ідей;
- дорожняча процесів розробки і реалізації маркетингових проектів;
- глобалізація конкуренції, зниження рентабельності торгових марок компаній - послідовників;
- невдале позиціонування нового товару, неефективна рекламна кампанія або занадто завищена ціна;
- розвиток законодавства у сфері інноваційної діяльності;
- дефіцит спеціалістів у сфері розроблення та впровадження нових і вдосконалених продуктів у ринкових умовах;
- відсутність ефективних методик залучення нових технологій у господарський оборот[3].

Також, однією з найголовніших проблем інновацій є те, що стадія розвитку теорії й практики маркетингу характеризуються значним скороченням часу в розробці нововведень і запуском їх на виробництво. Підприємства, які конкурують у високотехнічному секторі, змушені випускати нові вироби у виробництво двічі або тричі на рік, що зумовлене результатами копіювання новинки конкурентами. Відповідно підрозділи маркетингу на вітчизняних підприємствах вимушені постійно розробляти нові методи обслуговування, оформлення виробів, рекламні компанії, заходи брендингу тощо. Також з цим пов'язані проблеми збуту наявних виробів, що пояснюється такими причинами:

- відсутність практичних методик із виконання маркетингових досліджень інноваційного проекту;
- труднощі в отриманні вторинної науково-технічної інформації;
- недосконалий досвід проведення польових досліджень;
- висока вартість інформаційних ресурсів.

Наявність усіх цих та багатьох інших проблем не дають більшості сучасним підприємствам перейти на інноваційний шлях розвитку. Вирішення більшості з цих, наглядних проблем дозволить вільно володіти ринковою діяльністю підприємств в руслі інноваційного розвитку.

Отже, при розробці інноваційного товару та подальшого його збуту необхідно враховувати безліч особливостей, які в собі включає маркетинг інновацій. Лише при докладному вивченні проблем даної сфери, можливе ефективне впровадження інновацій, які забезпечують конкурентоспроможність як продукту так і підприємства в цілому.

Список використаних джерел:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг : Пер. с англ. – [2-е европ. изд-е]. – С.-Пб : Издательский дом «Вильямс», 2000. – 944 с
2. Инновационный менеджмент : Учебник / [Под ред. С.Д. Ильенковой]. – М. : Юнити, 1997. – 306 с.
3. Заходи вдосконалення маркетингу інновацій для невеликих фірм [Електронний ресурс]: Vipreferat.net[сайт] - Режим доступу: <http://vipreferat.net/page,3,283709-Mery-sovershenstvovaniya-marketinga-innovaciiy-dlya-nebol-shih-firm.html>
4. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Механізм регулювання економіки,: Підручник. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2008. – 281 с. http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/3179/1/1.1%20_лляшенко%20С.Н..doc

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФОРМ ГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ

Войтюк Анюта Валеріївна

студентка, Національний університет водного господарства та природокористування

Журавльова Тамара Володимирівна

старший викладач, кафедра обліку і аудиту, Національний університет водного господарства та природокористування
м. Рівне, Україна

Перехід економіки України до ринкових відносин, а також стрімкий розвиток продуктивних сил у різних аспектах соціально-економічної сфери, а саме створення нових суб'єктів малого і великого підприємництва і розширення старих, призвів до обов'язкової потреби перевіряти їхню діяльність, як у середині підприємства (організації) так і зовні, з метою виявлення та виправлення порушень.

О. Р. Суха зазначає, що діяльність підприємства в сучасних ринкових умовах супроводжується різними ризиками. Перед керівниками підприємств виникають задачі прогнозування, оцінки ризиків і створення ефективної системи управління [3]. Наявність в Україні великих підприємств з різними видами діяльності, зі складною розгалуженою структурою і великою кількістю територіально віддалених філій та дочірніх підприємств потребує обов'язкового контролю.

На сьогодні контроль виокремлює такі основні його форми, як аудит, ревізію (інспектування) та судово-бухгалтерську експертизу, без проведення яких діяльність підприємства не є правдоподібною, а звітність достовірною.

У сучасних ринкових умовах основною метою господарської діяльності виступає не збереження власності, а її примноження. Цього досягають насамперед за рахунок контролю за ефективним і раціональним використанням у виробництві матеріальних, трудових та фінансових

ресурсів. Основними функціями господарського контролю є профілактична, інформаційна й мобілізуюча. Різні форми контролю мають різну функціональну наповненість та спрямування. Для розуміння цього представимо порівняльну характеристику таких форм контролю як аудит та судово-бухгалтерську експертизу у табличній формі [1, 2, 4].

Відмінні ознаки аудиту та судово-бухгалтерської експертизи

Ознака	Аудит	Судово-бухгалтерська експертиза
Сутність терміна	Перевірка даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності суб'єкта господарювання з метою висловлення незалежної думки аудитора про її достовірність в усіх суттєвих аспектах та відповідність вимогам законів України, положень (стандартів) бухгалтерського обліку або інших правил (внутрішніх положень суб'єктів господарювання) згідно із вимогами користувачів	Дослідження фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання, яке в межах чинного законодавства здійснюється особою, яка володіє спеціальними знаннями в галузі бухгалтерського обліку для подання висновку органами зізнання попереднього слідства чи суду
Мета	Сприяння в забезпеченості правильності ведення бухгалтерського обліку, законності використання майна, формування достовірної фінансової звітності	Визначення правильності відображення фактів фінансово-господарської діяльності в документах бухгалтерського обліку і фінансової звітності
Зміст	Економічний	Економічний, процесуально-правовий
Направленість	Сприяння законності і ефективності господарювання	Спосіб збирання доказів слідчим шляхом
Прийоми контролю	Прийоми документального і фактичного контролю, економічний аналіз, моніторинг та інше.	Прийоми документального і фактичного контролю та економічний аналіз.
Суб'єкти проведення	Незалежні особи (аудитори), аудиторські фірми, які уповноважені суб'єктами господарювання на його проведення	Судові органи (бухгалтер, експерт).
Заходи впливу	Інформування керівництва про виявлення недоліків	Застосування штрафних санкцій, притягнення винних до відповідальності
Узагальнення результатів	Аудиторський висновок	Висновок
Доказова база	Не є джерелом доказів	Є самостійним джерелом доказів
Тривалість проведення	Протягом року	До 10 років за матеріалами з невеликою кількістю об'єктів і до 30 днів за матеріалами з великою кількістю об'єктів

<p>Причина здійснення</p>	<p>Потреба акціонерів, страхових компаній, банків та інших користувачів в об'єктивній і достовірній інформації про фінансово-господарський стан того чи іншого суб'єкта господарювання;</p> <ul style="list-style-type: none"> - залежність наслідків прийняття рішень користувачами інформації (власниками, інвесторами, кредиторами та ін.) від якості отриманої інформації; - необхідність спеціальних знань та навиків для перевірки інформації; - можливість надання менеджерами недостовірної інформації власникам, акціонерам, кредиторам та іншим користувачам; - відсутність у користувачів інформації доступу для оцінки її якості. <p>З ініціативи суб'єктів господарювання, а також у випадках, передбачених законом (обов'язковий аудит)</p>	<p>Призначається на стадіях розгляду справ, що перебувають у провадженні органів дізнання, попереднього слідства чи суду і порушуються за наслідками контролю, який виявив конфліктні ситуації, що стали предметом судового розгляду, у випадках:</p> <ul style="list-style-type: none"> - якщо результати (висновки) ревізії суперечать матеріалам справи і усунення цих суперечностей потребує висновку експерта; - наявності суперечностей у висновках первинної і повторної документальної ревізії; - наявності суперечностей, які виникають щодо правильності визначення сум податків, обов'язкових платежів, недоїмки, пені податковими службами; - провадження справ про банкрутство для визначення фінансового стану боржника; - у разі обґрунтованого клопотання обвинувачуваного про призначення експертизи
---------------------------	---	--

Варто зазначити, що господарському контролю підлягає вся фінансова діяльність підприємства, що призводить до виявлення та корегування помилок, правильності відображення фактів фінансово-господарської діяльності підприємства (організації), установи в документах бухгалтерського обліку та звітності, а отримана інформація використовується з метою прийняття управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про аудиторську діяльність» від 26 листопада 2015р. № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3125-12>
2. Волкова І. А. Судово-бухгалтерська експертиза: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / І. А. Волкова-Київ: Центр учбової літератури, 2009. - 84с.

3. Суха О.Р., Стрибулевич Т.О. Організація і методика аудиту. Інтерактивний комплекс навчально-методичного забезпечення. –Рівне: НУВГП, 2008. –163с.
4. Рудницький В.С. Методологія і організація аудиту. – Тернопіль: “Економічна думка”, 1998. –196 с.

АНАЛІЗ ЗМІН ПОЗАБАЛАНСОВИХ РАХУНКІВ ПЛАНУ РАХУНКІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ

Герасимчик Катерина Сергіївна

студентка спеціальності «Облік і аудит», Національний університет водного господарства та природокористування

Журавльова Тамара Володимирівна

старший викладач, кафедра обліку і аудиту, Національний університет водного господарства та природокористування
м. Рівне, Україна

Інтергація України в світовий економічний простір сприяє її співпраці з міжнародними фінансовими організаціями. У зв'язку з цим виникає необхідність в удосконаленні обліку у державній сфері. Це обумовлює виникнення потреби в перебудові Плану рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ [1], приведення його до міжнародних стандартів.

Першим кроком стало затвердження Стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку бюджетних установ[3]. Суттєвих трансформацій зазнали позабалансові рахунки. Ця зміна обумовлена необхідністю конкретизації рахунків активів, які перебувають на відповідальному зберіганні.

Відмінності в Плані рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ, від 26.06.2013 №611[1], чинного зараз, та Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі, від 31.12.2013 №1203[2], який набуде чинності з 2017 року, в частині «Позабалансові рахунки» наведено в таблиці.

Відмінні ознаки розділу «Позабалансові рахунки»
у Планах рахунків

№ з/п	Ознака	План рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ, від 26.06.2013 №611	План рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі, від 31.12.2013 №1203
1	Призначення	Бюджетні установи	Державний сектор
2	Кількість знаків рахунку синтетичного обліку	3	4 –для 9 класу 3- для 0 класу
3	Кількість класів	1	2
4	Кількість рахунків	8	19
5	Приведення до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку	-	+

Відмітимо, що з'явився поділ на окремі рахунки за суб'єктами бухгалтерського обліку в бюджетному секторі, а саме на: розпорядників бюджетних коштів, державні цільові фонди, державний, місцеві бюджети, рахунки органів Казначейства. Як ми вже зазначали, у Плані рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі з'являється ще один клас розділу «Позабалансові рахунки», який отримав назву «Позабалансові та управлінські рахунки бюджетів та державних цільових фондів». До його складу входять:

90 «Пропозиції та відкриті асигнування»;

91 «Асигнування»;

92 «Показники розпису»;

93 «Бюджетні зобов'язання розпорядників та одержувачів бюджетних коштів, розрахункові документи, не оплачені»;

94 «Нараховані відсотки, плата за надання державних гарантій і кредитів (позик), залучених державою, та штрафні санкції»;

95 «Зобов'язання і вимоги за кредитуванням, всіма видами гарантій та цінними паперами»;

96 «Емітовані цінні папери»;

97 «Рахунки для обліку коштів та розрахунків, отриманих»;

98 «Рахунки для обліку коштів, переданих»;

99 «Контррахунки до рахунків позабалансового обліку».

Виникає питання, чи готові бухгалтери на такі радикальні зміни. Через брак часу, що залишився до вступу в дію Нового плану рахунків,

відсутність роз'яснювальних та методичних рекомендацій можна очікувати чергове відтермінування етапів трансформації ведення бухгалтерського обліку та складання звітності в державному секторі.

Список використаних джерел:

1. План рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ : Наказ Міністерства фінансів України від 26.06.2013 № 611 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1214-13>.
2. План рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі : Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.2013 № 1203 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0161-14>.
3. Стратегія модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007-2015 роки: Постанова Кабінету міністрів України від 16.01.2007 № 34 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/34-2007-%D0%BF>.

СЕРТИФІКАЦІЯ АУДИТОРІВ В УКРАЇНІ ТА ЗА КОРДОНОМ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

Крупко Марія Павлівна

студентка 4 курсу спеціальності «Облік і аудит», Національний університет водного господарства та природокористування

Журавльова Тамара Володимирівна

старший викладач кафедри обліку і аудиту, Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне, Україна

Вирішальна роль у процесі формування довіри до системи аудиту в Україні належить професіоналізму вітчизняних аудиторів і аудиторських фірм. Практично у всьому світі, аби засвідчити свій рівень компетентності й одержати право на професійну діяльність, потенційний аудитор повинен пройти спеціальну процедуру під назвою сертифікація. Сформуванню бачення сильних і слабких сторін процесу сертифікації в Україні можливо лише шляхом порівняння національних тенденцій із тими, що склалися за кордоном.

Дослідженню питань щодо співставлення особливостей розвитку аудиту на теренах нашої держави та в інших країнах приділяли значну увагу такі вчені як Петрик О. А.[4], Фенченко М. Т.[4], Шухман М. Е.[3], проте у своїх працях вони не наводять порівняння процесу сертифікації аудиторів. Зважаючи на відсутність детального висвітлення цього питання в наукових колах та його актуальність, постає необхідність дослідити згаданий процес.

Серед низки ознак, котрі засвідчують відмінності між вітчизняним та закордонним досвідом сертифікації, варто виокремити найбільш істотні: уповноважений орган, що виконує функцію сертифікації; порядок складання кваліфікаційного іспиту; вимоги до освіти та досвіду роботи кандидата; термін дії сертифіката; порядок його продовження; вартість процедури проходження.

Перша ознака – орган, відповідальний за сертифікацію, демонструє підхід до управління аудиторською діяльністю, що склався в державі. В Україні за процес сертифікації відповідає неурядовий компетентний орган – Аудиторська палата України [3]. Подібний підхід сформувався в США, де функцію сертифікації виконують професійні аудиторські організації – Американський інститут присяжних бухгалтерів, Американська асоціація бухгалтерів тощо[4]. Дещо інакша модель склалася в сусідній Білорусі а також в європейських країнах, де сфера аудиту повністю підконтрольна державним органам.

Аналіз такої ознаки як порядок складання іспиту засвідчує значно серйозніші вимоги, що стоять перед кандидатами на здобуття сертифікату аудитора в країнах далекого зарубіжжя, аніж на пострадянському просторі. Зокрема, йдеться про багаторівневість випробувань та складність іспитових завдань, що вимагають блискучого знання претендентом цілої низки дисциплін. Однак, особлива вимогливість, що сформувалася у західному світі, є цілком виправданою, адже обумовлена прагненням залучати в аудиторську практику лише висококваліфікованих фахівців.

Що стосується вимог стосовно освіти та практичного досвіду претендента на сертифікат, то тут можна стверджувати про їх схожість у кожній з досліджених країн. Практично у всіх державах необхідною умовою є повна вища освіта та досвід роботи в економічній сфері. Особливі вимоги склалися в Білорусі, де потенційний аудитор

зобов'язаний підтвердити відсутність у нього судимості за вчинення корисливих злочинів та не перебування на обліку в закладах охорони здоров'я у зв'язку з психічними розладами, алкогольною та наркотичною залежністю[2].

Аналізуючи термін дії сертифіката, слід відзначити його необмеженість у західноєвропейських країнах. Це обумовлено високими вимогами, які ставляться до здобувачів, довірою до професіоналізму тих, кому вдалося пройти складний шлях сертифікації. В Україні сертифікат аудитора діє протягом п'яти років, що є досить оптимальним терміном, враховуючи лояльні умови для його подальшого продовження: належне виконання професійних обов'язків, регулярне удосконалення професійних знань за спеціальними програмами[1]. Особлива ситуація склалася в США, де обов'язковою умовою є щорічне підтвердження своєї кваліфікації.

Ціновий фактор у процесі сертифікації відіграє хоч і не вирішальну, проте не останню роль для претендента. При цьому варто відзначити, що в одних країнах вона є прийнятною, а в інших – доволі високою. Незначна різниця в цінах на проведення сертифікаційних іспитів сформувалася в пострадянських країнах. Водночас, суттєво відрізняється вартість в Україні (1440 грн. за кожен етап кваліфікаційного іспиту) та, наприклад, в Німеччині (3 500 євро) й США (220-275 дол. США, не враховуючи при цьому витрат на підготовчі курси, послугами котрих користується переважна більшість кандидатів на сертифікацію)[3].

Порівняльний аналіз процесу сертифікації аудиторів в Україні й за кордоном продемонстрував існування двох тенденцій у цій сфері: повний контроль з боку держави та керівна роль компетентних професійних організацій. При цьому позитивно оцінюється досвід України, в якій сформувався саме другий підхід. Привертає увагу різниця в рівнях складності випробувань для претендента на сертифікат – відносно лояльні вимоги в Україні та достатньо жорсткі в західних країнах, котрі є цілком виправданими, адже допускають в аудиторську практику лише справжніх професіоналів. Отож, вітчизняним компетентним органам варто переглянути процедуру складання іспиту на одержання сертифікату аудитора, врахувавши досвід західних державу зв'язку з активною інтеграцією України у світовий економічний простір.

Список використаних джерел:

1. Положення про сертифікацію аудиторів, затверджене рішенням Аудиторської палати України № 178/6 від 31.05.2007.
2. Закон Республіки Беларусь «Об аудиторской деятельности в Республике Беларусь» от 12.07.2013 г. № 56-3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=H11300056>
3. Оганесян Г. М., Шухман М. Е. Получение сертификата аудитора в Украине и за рубежом: сравнительная характеристика. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://конференция.com.ua/files/image/konf%2012/doklad_12_6_07.pdf
4. Петрик О. А., Фенченко М. Т. Аудит у зарубіжних країнах [навч.-метод. посіб.]/ За заг. ред. О. А. Петрик. — К.: КНЕУ, 2002. — 168 с.

ЧИ ВАРТО ОТOTOЖНЮВАТИ ТАКІ ПОНЯТТЯ ЯК АУДИТ ТА РЕВІЗІЯ?

Мосійчук Інна Богданівна

студентка 4 курсу, спеціальність «Облік і аудит», Національний Університет водного господарства та природокористування

Журавльова Тамара Володимирівна

старший викладач кафедри обліку і аудиту, Національний Університет водного господарства та природокористування
м. Рівне, Україна

Сучасний етап розвитку як національної, так і світової економіки характеризується розвитком підприємницької діяльності. Ліквідовується значна частина державних підприємств, виникають недержавні форми власності і це призводить до стрімкого росту бізнесу. Таким чином, саме підприємства приватного сектора економіки є невід'ємним елементом конкурентного механізму країн. Держава не має права втручатися в приватну діяльність, але повинна здійснювати контроль її результатів. З іншого боку, у підприємців виникає необхідність економічного захисту від свавілля державних фіскальних органів. Роль інструмента, що задовольняє інтереси обох сторін виконує аудит. Також однією з форм економічного контролю за діяльністю підприємств є ревізія. У своєму

повсякденному житті кожна людина хоча б раз чула ці терміни. Необізнані у сфері економічної термінології люди вважають, що ці поняття ідентичні. Проте, ця думка є хибною, аудит і ревізія переслідують різні цілі.

Питання аудиту та ревізії досліджувало багато науковців, зокрема такі як Л.В.Дикань, Н.Ф. Чечетова, Н.В. Синюгіна, Дмитрієва І.М. та інші. Проте, питання пошуку саме відмінних рис між аудитом і ревізією є не досить вивченим, що і обумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Згідно з Законом України «Про аудиторську діяльність», аудит – це перевірка даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності суб'єкта господарювання з метою висловлення незалежної думки аудитора про її достовірність в усіх суттєвих аспектах та відповідності вимогам законів України, положень (стандартів) бухгалтерського обліку або інших правил згідно із вимогами користувачів [1]. Тоді як, ревізія полягає у документальній і фактичній перевірці певного комплексу або окремих питань фінансово-господарської діяльності підконтрольної установи, яка повинна забезпечувати виявлення наявних фактів порушення законодавства, встановлення винних у їх допущенні посадових і матеріально відповідальних осіб [2].

Ревізія ставить перед собою наступні завдання: здійснення державного контролю за витрачанням коштів, матеріальних цінностей їх збереженням;

попередження крадіжок; виявлення та усунення господарських порушень. Таким чином, головна мета ревізії – перевірка законності фінансових операцій, що проводяться суб'єктами господарювання, а також їх правильне відображення на рахунках бухгалтерського обліку [3].

Метою аудиту є збір та обробка достовірної інформації про фінансово-господарську діяльність суб'єкта господарювання загалом, а також встановлення достовірності показників фінансової звітності [4].

Таким чином, аудит характеризується тим, що він торкається усіх сфер діяльності юридичних осіб, а його результати відображають загальну картину функціонування суб'єктів господарювання. Тоді як, ревізія займається дослідженням фінансової сторони діяльності господарських суб'єктів, тобто вона відзначається більш вузько направленою дією.

Аудиторські послуги в обов'язковому порядку повинні бути оплачені замовниками. В той час, як ревізія здійснюється на підставі

наказів державних органів управління і послуги ревізорів не оплачуються суб'єктами господарювання, які, безпосередньо, підлягають перевірці.

Аудиторська перевірка може здійснюватися впродовж року, а ревізія може тривати не більше 30 календарних днів.

Результатом проведення аудиту є аудиторський висновок, який містить судження-оцінку аудитора стосовно достовірності звітності, повноти і відповідності чинному законодавству та встановленим нормативам бухгалтерського обліку фінансово-господарської діяльності. На основі аудиторського висновку замовник аудиту приймає управлінські рішення щодо ліквідації негативних явищ, що були виявлені аудитором. Результати ревізії оформляються актом ревізії. Акт ревізії є офіційним документом, яким оформляються результати обстеження господарсько-фінансової діяльності порушень, відшкодування матеріальних збитків, притягнення до відповідальності винних осіб. Таким чином, ще однією суттєвою відмінною рисою аудиту і ревізії є те, що за результатами перевірки аудитор лише у своєму висновку висловлює судження про законність та достовірність функціонування замовника і вказує на недоліки, а ревізор має право, якщо виявить суттєві порушення у діяльності суб'єктів господарювання, застосовувати штрафні санкції та притягувати винних до відповідальності.

Отож, підсумовуючи варто зазначити, що, безперечно, і аудит, і ревізія є потужним інструментом у боротьбі із шахрайством та недоліками у господарській діяльності. Проте, незважаючи на те, що загалом і аудит, і ревізія спрямовуються на виявлення негативних явищ у виробничій і фінансово-господарській діяльності суб'єктів господарювання, їх усунення і запобігання в майбутньому, ці види перевірки мають ряд суттєвих відмінностей. Тому, не слід ототожнювати ці поняття. Аудит представляє собою оцінку діяльності господарського суб'єкта з різних сторін, тоді як ревізія в основному спрямована на вивчення фінансової сторони.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про аудиторську діяльність» від 22 квітня 1993 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3125-12>

2. Закон України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» від 16.10.2012 № 5463-VI . [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2939-12>
3. Дикань Л. В., Чечетова Н.Ф., Синюгіна Н.В. Контроль і ревізія. Навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни.– Х.: ІНЖЕК, 2009. – 256 с.
4. Дмитрієва І.М. Бухгалтерський облік і аудит .Навчальний посібник /І.М. Дмитрієва. – М.: Юрайт, 2014. — 306 с.

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ БАНКІВСЬКИХ РЕЗЕРВІВ ПРИ ПЕРЕКЛАСИФІКАЦІЇ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ

Сіухіна Катерина Миколаївна

аспірант кафедри обліку в кредитних і бюджетних організаціях та економічного аналізу Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана

З метою формування якісної та порівнюваної звітності для зовнішнього користувача, облікові процедури здійснюються за єдиними стандартами, якими для багатьох установ є Міжнародні стандарти фінансової звітності. Публікація Інструкції з бухгалтерського обліку з цінними паперами № 400 (далі – Інструкція № 400) [4] передбачала зближення вітчизняних та міжнародних облікових норм. Разом з тим враховуючи, що принципи МСФЗ 9 «Фінансові інструменти» (далі – МСФЗ 9) [2] не застосовувався при розробці Інструкції № 400, залишилися деякі неузгодженості та невідповідності між цими двома документами. Враховуючи суттєві відмінності положень МСФЗ 9 від попередніх норм, вважаємо за необхідне розглянути невідповідності між досліджуваними документами з метою якісної і вчасної постановки обліку щодо питань перекласифікації фінансових інструментів.

Відповідно до зазначених документів, фінансові активи слід обліковувати за трьома групами, назви яких відрізняються, проте суттєвих відмінностей при первісному та подальшому обліку не існує. Фінансові активи розподіляються за такими групами:

- активи, що обліковуються за справедливою вартістю із визнанням переоцінки через прибутки або збитки (далі – активи СВПЗ), за якими формуються резерви переоцінки;

- активи, що оцінюються за справедливою вартістю з визнанням переоцінки в іншому сукупному доході (далі – активи СВІСД), які за Інструкцією № 400 називаються активи у портфелі на продаж, за якими передбачено визнання двох резервів: резервів переоцінки та резервів очікуваних та зазнаних збитків;

- активи, що оцінюються за амортизованою собівартістю (за Інструкцією № 400 – активи у портфелі до погашення), за якими створюються резерви очікуваних та зазнаних збитків.

Коли критерії віднесення до певної групи активів змінюються, виникає необхідність в перекласифікації активів із однієї групи обліку в іншу. Прикладами змін, що впливають на необхідність перекласифікації може бути зміна цілі тримання активу при придбанні фінансових активів, що обліковувались в іншій групі, або закритті бізнес-напрямку [2], наприклад відмова від торгівлі цінними паперами та перехід до стратегії тримання їх до дати погашення. «Наявність опції перекласифікації фінансових активів у МСФЗ 9 «Фінансові інструменти» дає можливість вирішити значну кількість питань, що стали актуальними під час світової фінансової кризи початку ХХІ ст., створюючи передумови для підвищення рівня прозорості та об'єктивності облікової інформації про фінансові активи, що зображені у фінансовій звітності підприємства» [3]. У дослідженні вчених Дж. Бішофа, У. Брюгемана та Х. Даске перекласифікація розглядається як один із методів впливу на капітал банку та методів захисту від збиткових наслідків кризи 2008-2009, що позитивно впливає на нормативи регулятивного капіталу та в деяких випадках на вартість акцій [1].

Головним завданням обліковців при перекласифікації є правильний та відповідний обліковим нормам перенос залишків різних складових балансової вартості фінансового активу на нові рахунки, зокрема сум резервів очікуваних та зазнаних збитків, що відображають можливе або реальне зменшення корисності активу, та резервів переоцінки, що відображають зміну справедливої вартості активу. Резерви очікуваних та зазнаних збитків визнаються у витратах банку, а резерви переоцінки визнаються в іншому сукупному доході.

Вплив перекласифікації на майбутні доходи та капітал залежить від правил знецінення згідно МСБО 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка» (далі – МСБО 39)[5]. Інструкція № 400 розроблена з урахуванням саме цього Стандарту. Разом з тим враховуючи, що термін застосування МСФЗ 39 спливає, слід розглянути відмінності між МСФЗ 9, який замінює МСБО 39, та вітчизняними обліковими правилами, особливо враховуючи той факт, що вітчизняні банки «організують бухгалтерський облік відповідно до внутрішньої облікової політики, розробленої на підставі правил, встановлених Національним банком України відповідно до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку»[6].

В МСФЗ 9 принципи визнання та обліку зменшення корисності змінилися разом із правилами перекласифікації фінансових активів. За вимогами Інструкції № 400 та МСБО 39, при перекласифікації на рахунках переоцінки та резервів очікуваних та зазнаних збитків в деяких випадках залишаються обсягивизнаних резервів, які мають обліковуватися там до моменту вибуття активу, що суперечить МСФЗ 9, принципами якого передбачено, що всі складові балансової вартості відображаються за рахунками нового активу. Враховуючи, що фінансові активи класифікуються за трьома групами та перекласифікація можлива у будь-яких напрямках, налічується шість можливих варіантів перекласифікації. Деякі із напрямів перекласифікації здійснюються за тим же механізмом, що й згідно МСБО 39. Розглянемо випадки, де є найбільші невідповідності: перекласифікацію із портфеля на продаж (активів СВІСД) до портфеля до погашення (активи, за амортизованою собівартістю).

При перекласифікації активів із портфеля на продаж до портфеля до погашення (згідно Інструкції № 400), резерв переоцінки, що обліковується на рахунках капіталу залишається обліковуватися на цьому рахунку до моменту вибуття активу. Амортизованою собівартістю визнається справедлива вартість активу, яка включає в себе обсяг резерву переоцінки. Тобто, обсяг резерву переоцінки стає складовою балансової вартості перекласифікованого активу і разом з тим, результати останньої переоцінки залишаються на рахунках капіталу, який необхідно амортизувати на рахунок прибутків та збитків протягом терміну використання активу.

При такому підході виникає ряд складнощів. По-перше, виникає необхідність у подвійній амортизації: дисконту або премії та резерву переоцінки, що залишився на рахунках капіталу. Застосований підхід не впливає на прибуток банку, але впливає на проміжні показники, оскільки резерв переоцінки амортизується на рахунок прибутку або збитку, а дисконт або премія – на рахунки доходів або витрат.

По-друге, виникає необхідність розрахунку нової ефективної ставки відсотка, через те, що балансова вартість перекласифікованого активу зросла або знизилась на суму резерву переоцінки.

По-третє, якщо за активом був нарахований резерв очікуваних та зазнаних збитків, то при перекласифікації ця сума буде відображена на рахунках дисконту або премії. Втім в подальшому резерв очікуваних та зазнаних збитків також може бути створено. Тобто обсяг зменшення корисності відобразиться на двох різних балансових рахунках.

По-четверте, дана модель не враховує економічно обґрунтованого зв'язку резерву переоцінки і резерву очікуваних та зазнаних збитків, що регламентується МСФЗ 9. Інструкцією № 400 визначено, що «банк під час визнання результатів від наступної переоцінки фінансових інвестицій ураховує результат від попередньої переоцінки. Тобто справедлива (ринкова) вартість визнається балансовою вартістю фінансової інвестиції на звітну дату, що дорівнює балансовій вартості фінансової інвестиції (номінал, плюс накопичені/нараховані проценти, плюс/мінус премія/дисконт, плюс/мінус результат попередньої переоцінки мінус резерв) плюс результат зміни справедливої вартості на звітну дату» [4]. Отже, при розрахунку резерву переоцінки передбачається наявність резерву очікуваних та зазнаних збитків.

По-п'яте, потреби у визнанні за справедливою вартістю перекласифікованого активу немає, оскільки така необхідність є лише при визнанні нового активу. Оскільки цілі тримання активу у групі до погашення є саме отримання контрактних платежів, то потреби в обліку активу за справедливою вартістю немає. Актив на дату перекласифікації визнається за балансовою вартістю без обсягу суми резерву переоцінки, що відображала зміни вартості згідно ринкових умов.

Враховуючи вимоги МСФЗ 9, пропонується такий підхід до перекласифікації активів СВІСД до активів, що обліковуються за амортизованою собівартістю: сторнування резерву переоцінки на дату

перекласифікації. Інші складові балансової вартості переносять через тимчасовий рахунок у незмінних обсягах та на відповідні рахунки, включаючи резерв очікуваних та зазнаних збитків. Запропонований підхід дозволить уникнути подвійної амортизації, не виникає необхідності в перерахунку ефективної ставки відсотка. Витрати понесені на формування резерву очікуваних та зазнаних збитків не визнаються повторно при новому формуванні резерву.

Розглянемо інший випадок перекласифікації із портфеля до погашення у портфель на продаж. За чинною Інструкцією № 400 при такій перекласифікації актив визнається за справедливою вартістю, різниця між якою і амортизаційною вартістю відображається в іншому сукупному доході. Таким чином резерв очікуваних та зазнаних збитків, будучи складовою амортизаційної вартості активу, переноситься на рахунки капіталу. Пропонуємо, відповідно до МСФЗ 9, запровадити таку схему перекласифікації: обсяг резерву очікуваних та зазнаних збитків має переноситися на аналогічний рахунок резерву очікуваних та зазнаних збитків нової класифікаційної групи, а за потреби – відображати різниці між амортизаційною вартістю та справедливою шляхом формування резерву переоцінки.

Розглянуті підходи до перекласифікації демонструють єдиний підхід до відображення активів після перекласифікації, а саме відсутність будь-яких залишків на рахунках резервів попередніх класифікаційних груп після дати перекласифікації. Крім того, запропоновані підходи не суперечать визнанню двох резервів одночасно як за МСФЗ 9, так і Інструкцією № 400.

Список використаних джерел:

1. Bischof J. Fair Value Reclassifications of Financial Assets During the Financial Crisis / J. Bischof, U. Brüggenmann, H. Daske // SFB 649 Economic Risk. – 2010. – June 30. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/11-2016/176.pdf>
2. International Financial Reporting Standard 9 «Financial Instruments» [Електронний ресурс]. - <http://eifrs.ifrs.org>
3. Заяць М.Я. Оцінення фінансових активів у Міжнародних стандартах фінансової звітності / М.Я. Заяць // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – № 11. – с. 854-858.

4. Інструкція з бухгалтерського обліку операцій з цінними паперами та фінансовими інвестиціями в банках України: Постанова Правління Національного банку України від 22.06.2015 року № 400. [Електронний ресурс] - <http://zakon4.rada.gov.ua>

5. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка» [Електронний ресурс]. - http://195.78.68.18/minfin/control/uk/publish/article?showHidden=1&art_id=408123&cat_id=408119&ctime=1423500354634

6. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07.12.2000 № 2121-III. [Електронний ресурс] - [//www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)

Науковий керівник: Семениченко Юлія Костянтинівна, кандидат економічних наук, доцент, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

АНАЛІЗ ЗМІН В ПЛАНІ РАХУНКІВ У ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ

Хомич Оксана Володимирівна

студентка спеціальності «Облік і аудит», Національний університет водного господарства та природокористування

Журавльова Тамара Володимирівна

старший викладач, кафедра обліку і аудиту, Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне, Україна

Процес трансформації державного сектору вітчизняної економіки почався з моменту набуття незалежності і здійснюється з метою адаптувати його до вимог ринкової економіки та міжнародних стандартів. У зв'язку з потребою удосконалення системи обліку та звітності в бюджетних установах згідно міжнародних стандартів бухгалтерського обліку Кабінетом Міністрів України затверджено Стратегію модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007-2015 роки [1].

Виконання окремих заходів, передбачених цією Стратегією, перенесено на термін пізніше 2015 року. Зокрема, з 1 січня 2017 року

набуде чинності оновлений План рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі [3]. Цей документ суттєво відрізняється від Плану рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ [2], який використовується зараз.

Розглянемо основні відмінності. По своїй структурі обидва документи мають однакову кількість розділів (1 – Балансові рахунки і 2 – Позабалансові рахунки) і однакову кількість класів (9 основних і 0 клас), але назви окремих класів нового Плану рахунків суттєво відрізняються від тих, які були раніше. Відмінності в функціональному наповненні документів наведемо в таблиці.

Таблиця

Порівняльна характеристика розділів і класів плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі

План рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ (чинний зараз)		План рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі (чинний з 2017 року)	
Назва розділу	Назва класу	Назва розділу	Назва класу
<i>Розділ 1. Балансові рахунки</i>	1. Необоротні активи	<i>Розділ 1. Балансові рахунки</i>	1. Нефінансові активи
	2. Запаси		2. Фінансові активи
	3. Кошти, розрахунки та інші активи		3. Кошти бюджетів та розпорядників бюджетних коштів
	4. Власний капітал		4. Розрахунки
	5. Довгострокові зобов'язання		5. Капітал та фінансовий результат
	6. Поточні зобов'язання		6. Зобов'язання
	7. Доходи		7. Доходи
	8. Витрати		8. Витрати
	9. Адміністративні послуги	<i>Розділ 2. Позабалансові рахунки</i>	9. Позабалансові рахунки бюджетів та державних цільових фондів
<i>Розділ 2. Позабалансові рахунки</i>	0. Позабалансові рахунки		0. Позабалансові рахунки розпорядників бюджетних коштів та державних цільових фондів

У Плані рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі змінено назви восьми класів рахунків з дев'яти наявних. Зрозуміло, що разом із назвою змінюється і сам аспект класифікації рахунків

бухгалтерського обліку за економічним змістом. При розробці цього плану рахунків в основу покладено групування об'єктів обліку за розпорядниками бюджетних коштів. Ось що пише про це Л. Г. Ловінська [4]: «Нова система бухгалтерського обліку, яка базується на НП(С)БО, концептуально ґрунтується на методологічних засадах обліку підприємницької діяльності. Вона відображає рух і фактичний стан активів, зобов'язань та власного капіталу, а також досягнутий рівень доходів і витрат на певну дату, котрі є виразом у бухгалтерському обліку реалізації певних господарських процесів. Підсумкові дані рахунків бухгалтерського обліку, за якими складена звітність, характеризують фактичну наявність ресурсів і джерел їх утворення на кінець звітного періоду та досягнутий рівень доходів і витрат суб'єкта державного сектору».

Крім того, у новому Плані рахунків для державного сектору вперше введено 4-значні коди рахунків замість 3-значних, які використовувалися раніше: перша цифра балансового рахунку визначає клас рахунків; друга – номер синтетичного рахунку; третя – ідентифікатор суб'єкта державного сектору (1 – розпорядники бюджетних коштів, 2 – державні цільові фонди, 3 – державний бюджет, 4 – місцеві бюджети, 5 – рахунки органів Державної казначейської служби України); четверта – номер субрахунку (крім рахунків класів 9 і 0) [3]. Наприклад, рахунок 2130 «Короткострокові кредити, надані з державного бюджету»:

- цифра 2 означає, що рахунок належить до класу 2 «Фінансові активи»;

- 21 – номер синтетичного рахунку «Поточна дебіторська заборгованість»;

- 3 – означає державний бюджет;

- 0 – номер субрахунку.

У нинішніх умовах бухгалтери не володіють достатньою інформацією про методику трансформації ведення бухгалтерського обліку в державному секторі відповідно до таких радикальних змін. Відсутність методичних рекомендацій, роз'яснень та шляхів імплементації нового Плану рахунків призведе до появи подвійних стандартів та непорозумінь у веденні бухгалтерського обліку в державному секторі.

Міністерству фінансів України необхідно якнайшвидше створити робочу групу із залученням фахівців для розробки рекомендацій і

роз'яснень по застосуванню Типової кореспонденції рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі до Плану рахунків № 1203.

Список використаних джерел:

1. Стратегія модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007-2015 роки: Постанова Кабінету міністрів України від 16.01.2007 № 34 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/34-2007-%D0%BF>.
2. План рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ : Наказ Міністерства фінансів України від 26.06.2013 № 611 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1214-13>.
3. План рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі: Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.2013 № 1203 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0161-14>.
4. Ловінська Л. Г. Класифікація рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі за економічним змістом у контексті запровадження нового плану рахунків. Фінанси України, 2016, 1: 99-115.

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ПО ЗАРОБІТНІЙ ПЛАТІ У ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Шуліка Інна Павлівна

магістр, Кіровоградський національний технічний університет

У закладах охорони здоров'я однією з важливих, специфічних та найбільш трудомістких ділянок обліку є розрахунки по заробітній платі. Тому проблемам організації облікових робіт на вказаній ділянці обліку має приділятися належна увага.

Слід зазначити, що загальні правові принципи регулювання, організації та ведення обліку і складання фінансової звітності юридичними особами, незалежно від організаційно-правових форм господарювання та форм власності, визначає Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [1]. У цьому контексті важливими завданнями організації обліку розрахунків по заробітній платі у закладах охорони здоров'я є: забезпечення контролю за

використанням робочого часу та дотриманням трудової дисципліни; обчислення заробітної плати по кожному працівникові, ведення розрахунків з працівниками стосовно заробітної плати, з бюджетом та позабюджетними фондами щодо утриманих податків і ЄСВ; забезпечення контролю за витрачанням фонду оплати праці; складання звітності.

Згідно зі статтею 96 Кодексу Законів про працю України, основою організації оплати праці, у тому числі й у закладах охорони здоров'я, є тарифна система, яка включає: тарифні сітки, тарифні ставки, схеми посадових окладів і тарифно-кваліфікаційні характеристики (довідники). Тарифна система оплати праці використовується для розподілу робіт за їх складністю, а працівників – залежно від їх кваліфікації й відповідальності за розрядами тарифної сітки. Вона є підставою для формування і диференціації розмірів заробітної плати [2].

При укладанні трудової угоди кожному працівникові встановлюють розмір тарифної ставки (посадового окладу), види доплат, компенсаційні і гарантовані виплати, передбачені чинним законодавством. Заробітна плата працівників закладів охорони здоров'я варіює у розрізі категорій: адміністративно-управлінський персонал, лікарі, середній та молодший медичний персонал, обслуговуючий персонал.

При погодинній оплаті праці облік фактичної роботи кожного працівника проводиться за табелем, який ведеться по кожному відділенню або лікарні загалом, підписується головним лікарем і старшою медичною сестрою та слугує підставою для складання розрахункової відомості. При відрядній оплаті праці заробіток визначається множенням кількості наданих послуг, зазначених у відповідних первинних документах, на встановлену розцінку за одиницю роботи. Фонд заробітної плати розраховується шляхом множення кількості посад на середню ставку зарплати. Середня ставка зарплати медперсоналу встановлюється на підставі тарифікаційного списку.

Облік розрахунків по заробітній платі має бути організований таким чином, щоб сприяти підвищенню продуктивності праці, повному використанню робочого часу, а удосконалення його організації повинне базуватися на оптимізації тарифного регулювання заробітної плати.

Список використаних джерел:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні / Закон від 16.07.1999 р. № 996-XIV (редакція від 25.06.2016 р.) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. Кодекс Законів про працю України / Закон від 10.12.1971 р. № 322-VIII (редакція від 12.06.2016 р.) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/322-08>.

Науковий керівник: Лисенко Алла Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент, Кіровоградський національний технічний університет

ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПРОВЕДЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ У ФЕРМЕРСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Гришин Олексій Вячеславович

магістрант, Кіровоградський національний технічний університет

У системі управління підприємством економічний аналіз відіграє провідну роль щодо можливості здійснювати контроль за виробництвом, забезпечує обґрунтування управлінських рішень, дає можливість виявляти і повноцінно використовувати резерви підвищення ефективності господарювання.

У фермерському господарстві проведення аналітичної роботи входить в посадові обов'язки голови фермерського господарства (або його заступника), а також бухгалтера. Голова фермерського господарства повинен систематично аналізувати рівень затрат праці та матеріально-грошових засобів по окремих видах робіт і елементах витрат, розробляти заходи щодо підвищення продуктивності праці та зниження собівартості продукції.

Проведення економічного аналізу у фермерському господарстві, як і на інших підприємствах з різними формами власності, включає три послідовні організаційні етапи: підготовчий, виконавчий і заключний. Причому кожен з них ще поділяється на складові, які в цілому створюють організаційну структуру економічного аналізу.

На підготовчому етапі у фермерському господарстві проводиться аналітичне дослідження, що забезпечує методичні та організаційні аспекти планування аналітичної роботи через: визначення мети, завдань, об'єкта, предмета та користувачів аналізу; розроблення алгоритму аналітичної роботи, в ході якої висвітлюється її зміст і напрями; методичне забезпечення аналізу, яке включає вибір методики, методів аналізу, формування системи показників, розробку рекомендацій щодо послідовності та періодичності дослідження тощо. Отже, на першому етапі збираються дані, що є першоджерелами для прийняття

управлінських рішень, вивчаються всі сторони економіки фермерського господарства, його ресурси і можливості подальшого розвитку.

На другому етапі проведення економічного аналізу відбувається безпосереднє виконання аналітичних розрахунків. Такий аналіз здійснюють систематично протягом року. Економічну інформацію про підсумки роботи господарства протягом відповідних звітних періодів одержують з даних бухгалтерського обліку.

Вивчення економічної діяльності фермерського господарства вимагає єдиного підходу, який передбачає використання сукупності різноманітних методів. За однією з існуючих класифікацій їх умовно можна поділити на три групи: традиційні методи економічної статистики, математично-статистичні і логічні (евристичні). Так, застосовуючи традиційні методи економічної статистики в роботі фермерського господарства, проводиться порівняння показників, здійснюються аналітичні групування, будуються ряди динаміки, які в подальшому використовуються при проведенні нескладного аналізу розвитку економічних явищ та процесів у часі і просторі. Математично-статистичні методи вивчення зв'язків (насамперед індексний, кореляційно-регресійний, дисперсійний аналіз) застосовуються при проведенні факторного аналізу, що забезпечує оцінку впливу основних чинників на результативну ознаку.

Заключний етап проведення економічного аналізу у фермерському господарстві передбачає узагальнення результатів. При цьому обов'язково визначаються недоліки у роботі за минулий рік, розробляються напрямки поліпшення господарської діяльності в майбутньому періоді.

Отже, економічний аналіз застосовується на всіх етапах управління фермерським господарством. Зміст аналізу полягає в одержанні на основі даних плану, обліку, звітності та інших джерел даних аналітичної інформації про стан і результати діяльності господарства, про величини, характер і причини відхилень у діяльності об'єктів, що вивчаються, та про резерви господарювання. В ході проведення економічного аналізу управління фермерським господарством забезпечується розв'язання важливих завдань: проведення всебічної оцінки досягнутого рівня господарювання; здійснення контролю за виконанням намічених заходів; виявлення і вимірювання впливу різних факторів на показники господарської діяльності, що аналізуються; виявлення додаткових

резервів господарської діяльності; підготовка аналітичних матеріалів для опрацювання і прийняття управлінських рішень; перевірка оптимальності та обґрунтованості управлінських рішень на всіх етапах управління; узагальнення результатів аналізу, розробка висновків і пропозицій щодо використання отриманих результатів; впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво.

Список використаних джерел:

1. Ковальчук М.І. Економічний аналіз в управлінні сільськогосподарським виробництвом: Навч. посібник. Частина І. – 189 с. – К.: КДЕУ, 1995.
2. Савчук В.К. Аналіз господарської діяльності сільськогосподарських підприємств. – К.: Урожай, 1995. – 325 с.
3. Пилявець В.М. Методичні підходи до здійснення контролю за станом бухгалтерського обліку на фермерських господарствах / В.М. Пилявець // Збірник наукових праць ВНАУ. – Серія: Економічні науки. – 2010. – №5. – С. 74-78.

Науковий керівник: Лисенко Алла Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент, Кіровоградський національний технічний університет

ВИЗНАЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ ДЕПОЗИТНОЇ ПОЛІТИКИ БАНКУ

Євдокимова Наталія Вячеславівна

аспірант, Вінницький гуманітарно-педагогічний коледж

АНОТАЦІЯ. Обґрунтування доцільності застосування критеріїв Лапласа, Вальда, Гурвіца та Севіджа у концепції ігор, яка полягає у виборі оптимальних стратегій для максимального позитивного результату.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: депозитний портфель, оптимальна стратегія, відсоткова ставка.

Реформи банківської системи України – очищення, перезавантаження та стійкий розвиток, розпочалися у 2015 році.

Процедура виведення з банківської системи неплатоспроможних банків зменшила їх майже на третину з 174 банків у 2014 році до 110 – у 2016 році. Станом на вересень 2016 року в 13 банках введена тимчасова адміністрація і 76 банків в стадії ліквідації.

Поряд з оподаткуванням доходів у вигляді процентів з депозитів, зростанням цін та тарифів спостерігається зниження ставок за депозитами. Так за даними агентства "Thomson Reuters" середній індекс ставок за депозитами фізичних осіб в національній валюті складає: на 6 місяців - 17,53%, 9 місяців – 17,14% та 12 місяців – 18,18% річних, а це ще при умові без врахування їх оподаткуванням як доходи. В таких умовах депозити втрачають свою привабливість як об'єкт накопичення грошей.

Оскільки обсяги залучених депозитів та їх терміни впливають на процес кредитування малого і середнього бізнесу перед комерційними банками постає питання: які умови запропонувати вкладникам «реформованих» банків для залучення їх до числа своїх клієнтів з метою нарощення суми депозитного портфеля?

Комерційні банки будуть очікувати, що нарощення депозитного портфелю може сягнути 7%, 10%, 12%, 15%, для цього розробляють відповідні умови. В табл. 1 наведені розроблені стратегії, які враховують види депозитних продуктів за термінами, видами валют, можливістю дострокового розірвання угоди, пролонгації, капіталізації відсотків та відсотковою ставкою.

Критерій Вальда базується на принципі найбільшої обережності. Оскільки вибирається найкраща стратегія з найменших відсоткових ставок, використовується максимальний критерій.

$$\max_i \min_j a_{ij} = W \quad (1)$$

$$W(A_1) = \min \{18,0; 16,0\} = 16,0$$

$$W(A_2) = \min \{18,5; 15,0\} = 15,0$$

$$W(A_3) = \min \{18,5; 16,25\} = 16,25 \quad \max$$

$$W(A_4) = \min \{18,25; 16,0\} = 16,0$$

$$\{15,0; 16,25\}$$

За формулою (1) одержуємо значення $\max = 16,25$

Критерій Вальда схиляє до вибору стратегії A_3 .

Використовуючи матрицю доходів у табл. 1 визначимо оптимальну стратегію за критерієм Лапласа.

Таблиця 1

Матриця доходів

Варіанти стратегій	Варіанти збільшення депозитного портфелю			
	Π_1	Π_2	Π_3	Π_4
	7 %	10 %	12%	15%
A_1	16,0	17,0	17,5	18,0
A_2	15,0	16,5	17,0	18,5
A_3	16,25	16,5	17,0	18,5
A_4	16,0	16,5	17,5	18,25

За принципом Лапласа варіанти збільшення депозитного портфелю – рівно ймовірні. Отже, за формулою

$$\frac{1}{n} = p_i \quad (2)$$

ймовірність станів при $n = 4$ дорівнюють

$$p_i = 1/n = 1/4 = 0.25 \in \{1,2,3,4\}, i$$

Очікуване збільшення депозитного портфелю для різних стратегій банків A_1, A_2, A_3, A_4 становлять за формулою 3:

$$\frac{1}{n} \sum_{j=1}^n a_{ij} = W(A_i) \quad (3)$$

$$W(A_1) = 0.25 (16,0+17,0+17,5+18,0) = 17,1 \quad \max$$

$$W(A_2) = 0.25 (15,0+16,5+17,0+18,5) = 16,8$$

$$W(A_3) = 0.25 (16,25+16,5+17,0+18,5) = 17,0$$

$$W(A_4) = 0.25 (16,0+16,5+17,5+18,25) = 17,0$$

Критерій Лапласа схиляє до вибору стратегій A_1 .

Критерій Гурвіца базується на тому, що збільшення депозитного портфелю може знаходитися у найгіршому стані з ймовірністю $(1-a)$ і у найкращому із ймовірністю a . Але, як правило, відмовляються від позиції крайнього песимізму ($a=0$) та крайнього оптимізму ($a=1$) обираючи середнє значення $a=0,5$.

$$W(A_1) = 0,5 (18,0+16,0) = 17,0$$

$$W(A_2) = 0,5 (18,5+15,0) = 16,8$$

$$W(A_3) = 0,5 (18,5+15,5) = 17,0$$

$$W(A_4) = 0,5 (18,25+16,0) = 17,1 \quad \max$$

Критерій Гурвіца у цьому випадку свідчить на користь 4 стратегії.

Критерій Севіджа передбачає заміну матриці доходів матрицею ризиків R_A , дозволяючи в умовах невизначеності обрати ту стратегію, яка буде найоптимальнішою у несприятливих ситуаціях. Для вихідної матриці будуюмо матрицю ризиків:

$$R_A = \begin{pmatrix} r_{11} = 16,0 - 15,0 = 1,0 & r_{21} = 17,0 - 16,5 = 0,5 & r_{31} = 17,5 - 17,0 = 0,5 & r_{41} = 18,0 - 18,0 = 0 \\ r_{12} = 15,0 - 15,0 = 0 & r_{22} = 16,5 - 16,5 = 0 & r_{32} = 17,0 - 17,0 = 0 & r_{42} = 18,5 - 18,0 = 0,5 \\ r_{13} = 16,25 - 15,0 = 1,25 & r_{23} = 16,5 - 16,5 = 0 & r_{33} = 17,0 - 17,0 = 0 & r_{43} = 18,5 - 18,0 = 0,5 \\ r_{14} = 16,0 - 15,0 = 1,0 & r_{24} = 16,5 - 16,5 = 0 & r_{34} = 17,5 - 17,0 = 0,5 & r_{44} = 18,25 - 18,0 = 0,25 \end{pmatrix}$$

$$W(A_1) = \min \{0; 1,25\} = 1,25 \quad \max$$

$$W(A_2) = \min \{0; 0,5\} = 0,5$$

$$W(A_3) = \min \{0; 1,0\} = 1,0$$

$$W(A_4) = \min \{0; 0,5\} = 0,5$$

Врахування наявності певного ризику призводить до вибору стратегії A_1 яка забезпечує зростання депозитного портфелю комерційного банку у найнесприятливіших умовах.

Проблема вибору оптимальної стратегії є одним з основних завдань діяльності комерційних банків. Правила прийняття рішень в умовах невизначеності базується на різних концепціях, однією з найбільш розповсюджених є концепція що базується на математичній теорії ігор,

яка полягає у виборі оптимальних стратегій для максимального позитивного результату.

Проведені розрахунки показали, що найбільш оптимальною стратегією є А1, визначена критеріями Лапласа і Севіджа.

Таким чином, застосування критеріїв Лапласа, Вальда, Гурвіца та Севіджа можна вважати доцільним у виборі стратегії для нарощення депозитного портфеля банку за рахунок залучення нових клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Бережна Л.В., Снитюк О.І. Економіко-математичні методи та моделі в фінансах. – К: Кондор, - 2009. – 301 с.
2. Дубов А.М., Лагоша Б.А., Хрусталев Е.Ю. Моделирование рискованных ситуаций в экономике и бизнесе. М.: Финансы и статистика, - 2000.
3. Тынкевич М.А. Экономико-математические методы (исследование операций). Изд. 2, испр.и доп. – Кемерово, 2000. – 177 с.
4. <http://forinsurer.com/rating-banks>
5. <http://ru.tsn.ua/groshi/nbu-zaplaniroval-s-iyulya-nachat-masshtabnuyu-perezagruzku-bankovskoy-sistemy-423170.html>
<https://www.facenews.ua/columns/2016/309309/>

ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК СКЛАДОВА ДІЯЛЬНОСТІ ФІНАНСОВОГО ВІДДІЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Деркач Євгеній Ігорович

студент, ОКР "магістр", Національний університет біоресурсів і природокористування України

В теперішніх умовах підприємствам притаманні самостійність та власна відповідальність за результати господарської діяльності, разом з цим виникає об'єктивна потреба постійною контрою, аналізу, коригування й прогнозування змін у фінансовому стані та оцінки фінансових можливостей на майбутнє. Одним із механізмів фінансового управління, що дозволяє керівництву вчасно реагувати на постійні зміни зовнішньою та внутрішнього середовища, з метою підтримки ліквідності підприємства на достатньому рівні, є ефективне фінансове панування.

Так як кожне підприємство, незалежно від організаційно-правової форми та форми власності, має керуватися у своїй діяльності принципами самоокупності та самофінансування, обґрунтованість формування фінансових планів та ефективність використання фінансових ресурсів стає все більш актуальною проблемою.

У теоретичному аспекті фінансове планування розглядають як невід'ємну частину загального планування звичайної діяльності підприємства. Разом з тим сутність фінансового планування трактується вченими по-різному. Немає чіткого визначення понять «фінансове планування», «фінансовий план підприємства», «бюджетування» [1].

Найважливішим принципом планування є вибір та обґрунтування цілей, кінцевої мети, результатів діяльності підприємства. Чітко та зважено визначені кінцеві цілі є вихідним пунктом планування.

Зазвичай фінансове планування в ринковій економіці розпочинається з прогнозування передбачуваного об'єму продаж. Це одне з найскладніших завдань у фінансовому плануванні, тому для його вирішення використовують різні методи прогнозування, і на їх основі визначають найбільш ймовірні показники.

Від обсягів реалізації залежить більшість показників фінансового плану: прибуток, платежі до бюджету і позабюджетних фондів, відрахування до резервного фонду й інших фондів підприємства, розміри передбачуваних дивідендів і відсотків по цінних паперах [3].

Таблиця 1

Системи фінансового планування і форми реалізації його результатів на підприємстві

Системи фінансового планування	Форми реалізації результатів фінансового планування	Період планування
Прогнозування діяльності	Розробка загальної фінансової стратегії і фінансової політики по основним напрямкам фінансової діяльності підприємства	До 3-х років
Поточне планування	Розробка поточних фінансових планів по окремих аспектах фінансової діяльності	До 1 року
Оперативне планування	Розробка і доведення до виконавців бюджетів, платіжних календарів і інших форм оперативних планових завдань по усім основним питаннях фінансової діяльності	Місяць, квартал

Результатом фінансового планування є розраховані фінансові показники, які відповідають певним ознакам і знаходять своє відображення у відповідній документації – Фінансовому плані, показники якого завжди виступають у грошовій формі й відображають імовірні результати господарської діяльності та рух фінансових ресурсів протягом відповідного періоду.

Таким чином, аналізуючи теоретичні аспекти, цілком очевидним стає що без виконання фінансовим відділом роботи щодо фінансового планування підприємством не може бути досягнутий такий рівень управління діяльністю, який забезпечуватиме підвищення її ефективності, покращення матеріальної бази та здійснення матеріального стимулювання працівників.

Список використаних джерел:

1. Литвин Ю. О. Фінансове планування на підприємствах в сучасних умовах / Ю. О. Литвин, В. І. Матвійчук // Актуальні проблеми розвитку фінансово-кредитної системи України. - Донецьк, ДонНТУ, 2009. – С. 67-85.

2. Гончар В. Перспективи розвитку та шляхи вдосконалення фінансового планування в сучасних умовах / В. Гончар // Фінанси України. – 2011. - № 4. – С. 1-5.
3. Проблеми фінансового планування на малих та середніх підприємствах / Р. К. Теличко // Фінанси України. - 2012. - № 8. - С. 14-16.

Науковий керівник: Титарчук Ірина Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, Національний університет біоресурсів і природокористування України

**ПАРТИСИПАТИВНЕ БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ
УДОСКОНАЛЕННЯ БЮДЖЕТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ НА ЗАСАДАХ
ФІСКАЛЬНОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ**

Булеца Надія Володимирівна

аспірант кафедри фінансів і банківської справи Ужгородський
національний університет

Партисипативне бюджетування, як інструмент безпосередньої демократії у бюджетуванні, пропонує громадянам можливість для ознайомлення з урядовими операціями та можливості для консультацій, обговорення та впливу на розподіл суспільних ресурсів. Воно сприяє підвищенню прозорості та рівня фінансової відповідальності, таким чином призводячи до скорочення урядової неефективності та корупції. Партисипативне бюджетування також посилює інклюзивне управління, надаючи групам громадян можливість участі у процесах прийняття рішень стосовно розподілу суспільних ресурсів. У свою чергу, це робить місцеву владу більш відповідальною перед громадянами за забезпечення їх потреб та уподобань, а також більш фінансово відповідальною за ефективність розподілу ресурсів та надання суспільних послуг.

Аналіз закордонних джерел з цієї проблематики дозволив виокремити учасників партисипативного бюджетування та причини їх участі в ньому (табл. 1).

Проте, як і будь-який процес, що передбачає економічне та соціальне втручання, партисипативне бюджетування має свої обмеження.

Одне з головних обмежень пов'язане зі специфікою суспільної діяльності, коли більшість громадян є менш зацікавленими у вивченні прав, фінансової відповідальності уряду тощо, аніж у отриманні та розвитку певного інфраструктурного проекту.

Інше обмеження полягає в залежності громадян від адміністрації області. За умов, якщо програми партисипативного бюджетування включають громадян у процес прийняття рішень, місцева влада

залишається головним учасником. Вона організує збори, надає інформацію, забезпечує зустрічі чиновників з громадянами та гарантує запровадження певної політики. Тобто, вплив керівництва області та правлячої коаліції є значним.

Таблиця 1.

Учасники процесу партисипативного бюджетування
та причини їх участі

Учасники	Причини участі
Місцева влада	Спільна робота місцевої влади та громадян – учасників процесу партисипативного бюджетування. Підвищення ефективності розподілу суспільних ресурсів. Збільшення можливостей для громадян щодо зміни їх політичної та соціальної свідомості. Збільшення прозорості задля скорочення корупції та бюрократичної неефективності.
Суспільні та неурядові організації	Побудова ширших мереж між учасниками. Можливість впливу на політичні рішення. Збільшення можливостей для вирішення соціальних проблем. Поширення консультативної роботи щодо роз'яснення громадянам бюджетної політики органів місцевої влади.
Ділове оточення	Сприяння збільшенню прозорості, скороченню корупції та підвищенню ефективності. Забезпечує надання коштів для проектів.
Окремі громадяни	Полегшення доступу до процесу прийняття суспільних рішень. Полегшення доступу до інформації. Прямий взаємозв'язок між участю у процесі бюджетування та якістю суспільних благ, що надаються владою.

Складено за [2, с. 39-44].

Наразі в Україні брак суворих зобов'язань стосовно партисипативного бюджетування з боку місцевої влади ускладнює процес імплементації цих програм. Також це призводить до того, що місцева влада використовує свою владу задля досягнення власних цілей. Шляхом, зокрема, ненадання певної інформації, неналежної імплементації певних програм, послаблення комітетів по нагляду громадян.

Також в сучасних умовах України обмеженням є довготермінове планування. Оскільки громадяни зацікавлені у розробці та реалізації коротко- та середньотермінових проектів, оскільки потрібні більш швидкі

вигоди та бракує аналітичних та технічних навичок для ведення довготермінових проектів.

Метою партисипативного бюджетування є залучення громадян до найбільш основної та найбільш формальної процедури управління – розподілу ресурсів в рамках бюджетного процесу. Залучення громадян може підвищити рівень фінансової відповідальності органів місцевої влади, рівень прозорості та більш ефективного розподілу ресурсів. Цикл партисипативного бюджетування побудований таким же чином, як і традиційний процес бюджетного регулювання, проте з особливостями, пов'язаними із залученням громадян.

Можна виділити чотири основні стадії процесу бюджетного регулювання: підготовка бюджету; затвердження бюджету (або розподіл коштів); виконання бюджету; аудит та оцінка ефективності.

Розглянемо ці стадії більш докладно.

1. Підготовка та затвердження бюджету в процесі бюджетного регулювання в Україні традиційно керуються місцевими органами влади, з урахуванням бюджетних обмежень та пріоритетів певних чиновників. До того ж, органи місцевої влади часто затверджують бюджет на основі розподілу коштів, подібного до попередніх років, що, відповідно, призводить до негнучкості цього процесу. В Україні органи місцевої влади подають свої пропозиції до центральних органів влади, який провадить забезпечення міжбюджетних трансфертів відповідно до законодавства. Партисипативне бюджетування на цій стадії може мати вплив (слухання у відповідних комітетах, лобіювання інтересів, проведення аналізу проекту бюджету). Слід відзначити, що саме на цій стадії підготовки участь громадян буде більш ефективною, порівняно зі стадією затвердження бюджету.

2. Участь на стадії виконання бюджету. Ця стадія включає в себе розподіл та витрачання коштів. Наразі в умовах України цей процес має дві особливості. Перша полягає у наявності певної дискреційності у розподіленні ресурсів, розподіленні їх «у ручному режимі». Порівняно з тими країнами, де використовується точний підхід за статтями витрат (*strictline-itemapproach*), в Україні, партисипативне бюджетування відіграватиме більш важливу роль, оскільки громадяни зможуть лобіювати власні інтереси та формувати співробітництво з метою вплинути на розподіл ресурсів. По-друге, реальні витрати часто

розходяться з плановими. Найчастіше, за рахунок падіння доходів. У цьому випадку, кошти, які раніше були розподілені, є просто недоступними. У інших випадках вони «зникають» на різних рівнях адміністрування бюджету.

3. Участь в процесі аудиту та оцінки ефективності, яка передбачає участь в процесі перевірки відповідності фактичних витрат запланованим. На цьому етапі основна мета партисипативного бюджетування полягає у внесенні пропозицій щодо покращення на майбутні роки, за результатами аналізу[1].

4. Оцінка ефективності полягає у задоволення громадян та якості їх взаємодії із суспільним сектором. Тут значною є роль неурядових організацій, які забезпечують оцінку такої взаємодії.

Список використаних джерел:

1. Barzelay M. Central audit institutions and performance auditing: a comparative analysis of organizational strategies in the OECD / M. Barzelay // Governance.– 1997. – № 10(3). – P. 235-260.
2. Shah A. Participatory Budgeting / A. Shah. Washington, DC: World Bank, 2007. – 269 p.

Науковий керівник: Чубар Оксана Геннадіївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів і банківської справи, Ужгородський національний університет

ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТУ ЗА ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВИМ МЕТОДОМ

Щерба Світлана Сергіївна

студентка, ОКР "магістр", Національний університет біоресурсів і природокористування України

В умовах обмеженості фінансування економічного зростання особливо актуальним стає питання вдосконалення процесу бюджетування та програмно-цільового методу формування бюджету, а також посилення важелів бюджетної політики у процесі підвищення ефективності використання бюджетних коштів.

Дослідженню різних аспектів впровадження та використання програмно-цільового методу бюджетування присвячені праці багатьох як зарубіжних вчених: У.Оутс, Р.Бел, С.Бейлі, так і вітчизняних: В.М.Опарін, Ц.Г.Огонь, Н.Г. Лотоцька, І.Ф. Щербина, В.І. Варцаба.

Метою даного дослідження є аналіз бюджетного процесу за програмно-цільовим методом та його вдосконалення.

В Україні програмно-цільовий метод був вперше впроваджений при складанні бюджету на 2002 рік. З 2003 року він випробовувався на рівні місцевих бюджетів України. У новій редакції Бюджетного кодексу України, який вступив у дію з 20.09.2015 року статтею 20 передбачено застосування програмно-цільового методу на рівні державного бюджету та місцевих бюджетів (за рішенням відповідної місцевої ради) [1].

Програмно-цільовий метод у бюджетному процесі – метод управління бюджетними коштами для досягнення конкретних результатів за рахунок коштів бюджету із застосуванням оцінки ефективності використання бюджетних коштів на всіх стадіях бюджетного процесу[1].

Бюджетний процес за ПЦМ є циклом, що починається і закінчується з визначення соціально - економічних проблем і включає поетапне здійснення всіх заходів для їх подолання (рис. 1). Тобто основою ПЦМ є його націленість на результат та комплексний підхід до формування бюджету. При його виконанні враховують усі перелічені на рис. 1 компоненти.

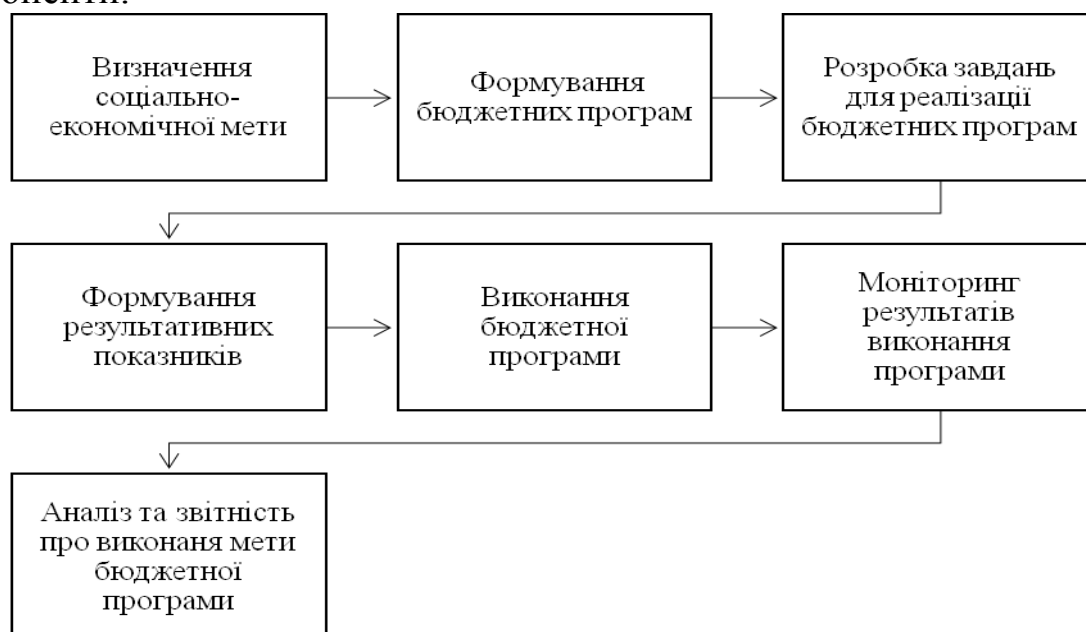


Рис. 1. Бюджетний процес за ПЦМ [складено автором на основі 3].

Варто також зазначити, що в основі програмно-цільового методу бюджетного процесу лежить стратегічне планування та середньострокове прогнозування[3].

Для повноцінного та ефективного застосування програмно-цільового бюджетування в Україні потрібні системні зміни. Основні з них: модернізація всієї системи стратегічного планування і програмування державної політики, що має враховувати структурні реформи в Україні, спрямовані на підвищення ефективності функціонування галузей і підвищення якості надання державних послуг; вдосконалення методики бюджетування з урахуванням світового досвіду; професійне навчання фахівців сучасним методикам бюджетування та перекваліфікація кадрів, що працюють у сфері державних фінансів.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 р. № 2456-VI [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bm/laws/main.cgi?nreg=2456-17>.
2. Програмно-цільовий метод як інструмент вдосконалення бюджетного планування / В. І. Варцаба, Ю. П. Траньович // Науковий вісник Ужгородського університету. Сер. : Економіка. - 2014. - Вип. 3. - С. 100-102. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nvuuec_2014_3_24.pdf.

Науковий керівник: Титарчук Ірина Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, Національний університет біоресурсів і природокористування України

ЗНАЧЕННЯ МІСЦЯ РОЗТАШУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

Воробйов Віталій Володимирович

викладач, Львівський університет бізнесу і права

Одним із найважливіших чинників, які впливають на рівень покращення інвестиційної політики є місце розташування підприємства. Рішення про розміщення підприємств приймається на основі обліку цілого ряду факторів, які необхідно враховувати як на макро- так і мікрорівнях. Це те місце, де знаходяться його виробничі, торговельні та інші підрозділи, які найбезпосереднішим чином впливають на отримання доходів. Особливу роль при цьому відіграють такі основні чинники:

- витрати на транспортування матеріалів, сировини, комплектуючих, товарів тощо;
- витрати на заробітну плату в місці знаходження підприємства;
- витрати на оренду приміщень (або побудову нових);
- відрахування за діючою системою оподаткування з місці розташування підприємства;
- вплив інфраструктури тощо.

Всі вищевказані чинники досліджують і інвестори при прийнятті рішення про інвестування підприємства.

Основна проблема вибору місця розташування підприємства полягає в тому, що ні результати діяльності цього підприємства, ні відповідні витрати не можна визначити точно. Всі вони будуть мати певну невизначеність, тому вибране місце розташування підприємства може виявитись неоптимальним. Із цього витікає, що вибір місця розташування підприємства - це проблема прийняття рішень в умовах невизначеності, яку слід вирішувати шляхом зіставлення альтернативний розрахунків, на основі яких вибирається найкращий варіант.

Основна мета правильно обраного місця розташування підприємства - це максимально можливий рівень прибутку за інших рівних умов, один із головних економічних критеріїв, який залежно від обставин може бути

доповнений низкою інших критеріїв. Наприклад, територіальне розташування, оплата оренди, наявність кваліфікованих кадрів тощо.

Місцезнаходження підприємства в одних галузях важливіше, ніж в інших. Значення місця розташування залежить від ряду особливостей підприємства, наприклад: споживач їде за товаром на підприємство або підприємець їде з товаром до споживача; підприємство пропонує такий товар або таку послугу, яким немає конкурентно рівних на певній збутової території; зручність для покупців є основним фактором, на якому тримається збут продукції підприємства [2].

Отже, місце розташування підприємства відіграє одну із вирішальних ролей для інвестора при виборі об'єкта інвестування.

Список використаних джерел:

1. Кулініч Т. В. Моніторинг інвестиційної привабливості підприємства / Т.В. Кулініч // Проблеми економіки та управління. Вісник Держ. ун-ту “Львівська політехніка”. – 2000. – Вип. № 391. – С. 113 – 120.
2. Франовская Г.Н. Малий бізнес: Навч. пос. [Електронний ресурс] / Франовская Г.Н. – Режим доступу: <http://ebib.pp.ua/vyibor-mestopolojeniya-predpriyatiya.html>.

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

Матвеев Павло Сергійович

аспірант кафедри економіки та БА, Сумський державний університет

Карінцева Олександра Іванівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та БА, Сумський державний університет

В останні роки інновації у всьому світі ставляться на чільне місце і внаслідок цього рівень соціально-економічного розвитку регіону став визначатися в тому числі і через рівень інноваційного розвитку, а точніше інноваційний потенціал.

В економічній літературі широко висвітлюється питання оцінки інноваційного розвитку країни (регіону). В якості найбільш часто використовуваних методик можна виділити наступні.

–Індекс науково-технічного потенціалу («technology index», Всесвітній економічний форум), як складова інтегрального показника оцінки рівня конкурентоспроможності країни в глобальній економіці. Згідно цієї методики сталий економічний розвиток у середньостроковій та довгостроковій перспективі в рівній мірі залежить від трьох категорій змінних: макроекономічного середовища, державних інститутів і технології.

–Система показників оцінки інноваційної діяльності Європейської Комісії [1], яка використовується для порівняльного аналізу оцінки розвитку інноваційної діяльності в країнах ЄС. Запропонована Директоратом з підприємництва ЄК система інноваційних показників включає в себе 16 індикаторів, розділених на чотири групи:

- 1) людські ресурси;
- 2) генерація нових знань;
- 3) трансфер і використання знань;
- 4) фінансування інновацій, результати інноваційної діяльності.

Дана методика дозволяє оцінити рівень інноваційного розвитку різних країн і виявити області, які потребують додаткової уваги. Однак запропоновані параметри оцінки не включають в себе макроекономічні показники, а тому не можуть дати об'єктивної картини стану інноваційної діяльності в країні.

–Показники, які щорічно публікуються Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), що характеризують рівень і динаміку розвитку інноваційної економіки розвинених і окремих країн, що розвиваються [2].

В системі індикаторів ОЕСР представлені наступні показники:

- питома вага високотехнологічного сектору економіки в продукції обробної промисловості і послугах;
- інноваційна активність;
- обсяг інвестицій в сектор знань (суспільний і приватний), включаючи видатки на вищу освіту, НДДКР, а також в розробку програмного забезпечення;

- розробка та випуск інформаційного та комунікаційного обладнання, програмного продукту і послуг;
- чисельність зайнятих у сфері науки і високих технологій.

Всі описані вище системи показників характеризують інноваційний потенціал розвинених країн. А тому вони не включають в себе ряд факторів, який характерний для ринків, що розвиваються (наприклад, рівень розвиненості інноваційного законодавства, пріоритети державної влади з питань інноваційного розвитку та ін.) У цьому випадку, крім традиційних показників, доцільно розраховувати ряд індикаторів, що оцінюють результативність інноваційних процесів, що впливають на соціально-економічний розвиток країни (окремих регіонів). Наприклад, такі, як частка інноваційної діяльності в економіці регіону, показник соціально-економічної корисності інновацій, частка інновацій в бюджеті регіону (країни) . Проте розрахунок і аналіз таких показників у вітчизняній практиці обмежений як браком відповідної інформації (особливо в регіональному розрізі), так і відсутністю власне методики їх розрахунку в розрізі основних складових інноваційного потенціалу. Відсутнє також наукове обґрунтування необхідного і достатнього числа і складу показників, що оцінюють інноваційний потенціал. Для сталого розвитку інноваційного потенціалу країни необхідна оцінка інноваційної діяльності її регіонів з урахуванням специфіки їх соціально-економічного розвитку (наявності ресурсів, кадрів, інфраструктури).

Таким чином, розмаїття методологічних підходів, що існують в науковій літературі щодо проблеми оцінювання та вимірювання інноваційного потенціалу як країни загалом, так і окремих регіонів обумовили необхідність пошуку шляхів вдосконалення цих методик для підвищення ефективності управління інноваційним розвитком регіонів.

Список використаних джерел:

1. Regional Innovation Scoreboard 2012 // European Commission. – 2012.
2. OECD Science, Technology and Industry Outlook. – OECD, 2004.

ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ КИТАЙСКО-ТУРЕЦКИХ ОТНОШЕНИЙ В РАМКАХ ПРОЕКТА ВОЗРОЖДЕНИЯ ВЕЛИКОГО ШЕЛКОВОГО ПУТИ

Королева Наталья Владимовна

кандидат экономических наук, Белгородский государственный
технологический университет им. В.Г. Шухова, Россия

Левченко Александр Сергеевич

кандидат экономических наук, Белгородский государственный
технологический университет им. В.Г. Шухова, Россия

Проект возрождения Великого шелкового пути открывает многогранные стратегические перспективы развития экономики, социальной, культурной и туристической сфер для стран-участниц. С целью реализации планов сотрудничества по воссозданию Великого шелкового пути КНР и Турция подписали ряд документов: соглашение «О турецко-китайском железнодорожном сотрудничестве» и меморандум «О взаимопонимании в области координации усилий в рамках Экономического пояса шелкового пути, Морского шелкового пути 21-го века и Центрального коридора». Общая стоимость проектов оценивается в размере 40 млрд. долл. с ежегодными инвестициями 750 млн. долл. [1, 2]. Законопроект о ратификации меморандума предполагает реализацию совместной политики в следующих направлениях.

Макроэкономическое регулирование и политическая координация будут основываться на поддержании двустороннего диалога и регулярном обмене информацией о долгосрочных проектах развития и макроэкономической политике.

Транспортные коммуникации. Одним из важнейших элементов сотрудничества являются программы в сфере развития транспортных коммуникаций. Инфраструктурные проекты в Турции, КНР и ряде других стран предусматривают строительство автомагистралей, морских и аэропортов, железных дорог, нефте- и газопроводов, линий телекоммуникаций, электропередач, внедрение водосберегающих технологий. В результате будет обеспечена безопасность транспорта,

установлена связь между удаленными населенными пунктами, упрощены процедуры трансграничного таможенного контроля. В сфере морских грузоперевозок планируется наращивание функциональных и мощностных возможностей портов.

Финансовое сотрудничество. Расширение сферы применения национальных валют в торгово-экономических операциях планируется осуществить в рамках прямого обмена валют: «турецкая лира – юань». Стимулированию инвестиционной и коммерческой активности будут способствовать денежно-кредитные стимулы, создаваемые турецкими и китайскими банками. Вовлечение корпоративных и государственных капиталовложений, преимущественно, Азиатского банка инфраструктурных инвестиций, фонда Великого шелкового пути и других правительственных и международных фондов, позволит сформировать финансовую основу запланированных программ.

Культурно-информационное и социальное сотрудничество. С целью установления и развития межличностных контактов планируется разработка средне- и долгосрочной моделей сотрудничества в области культурно-информационного и социального обмена. Долговременные стратегии будут предусматривать налаживание побратимских связей между турецкими и китайскими городами, подписание партнерских соглашений в области образования, здравоохранения, СМИ, культуры, искусства, туризма, охраны окружающей среды, социального обеспечения с активным вовлечением студентов и молодежи.

Литература:

1. "One Belt One Road" to bring new opportunities to silk road countries [Электронный ресурс] / Turkish Weekly. URL:<http://www.turkishweekly.net/2016/05/26/news/-one-belt-one-road-to-bring-new-opportunities-to-silk-road-countries/> (Дата обращения: 30.09.2016).
2. Трухин А.С. Многовекторные турецко-иранские отношения на современном этапе / Трухин А.С., Гузирова В.Ш. // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. – 2015. - №3. С. 252-254.

ВПЛИВ ПРОФЕСІОНАЛЬНИХ ФУТБОЛЬНИХ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ЗМАГАНЬ НА ДОХІДНІСТЬ ФУТБОЛЬНИХ КЛУБІВ ЄВРОПИ

Кошеваров Олексій Леонідович

аспірант кафедри міжнародної економіки Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана

Важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності футбольних клубів Європи відіграють ліги як регулятори і організатори змагань. Професіональні футбольні змагання в Європі, що проводяться Європейським союзом футбольних асоціацій (УЄФА), включають Лігу Чемпіонів та Лігу Європи. Участь клубів в цих змаганнях визначається на основі результатів виступів клубів у національному чемпіонаті та клубним рейтингом національної асоціації, що визначає кількість клубів-учасників від кожної країни у відповідному змаганні.

Оскільки структура європейського клубного футболу передбачає одночасну участь найкращих клубів у національних і міжнародних змаганнях, то крім доходів від трансляцій, що генеруються національною лігою, клуби мають можливість отримувати доходи від організатора європейського змагання, що передбачає призові за перемогу в окремому матчі, вихід в наступний раунд змагань, перемогу в турнірі тощо. Успішний виступ клубів в Європейських клубних змаганнях, що проводяться під егідою УЄФА дозволяє отримати додатковий дохід, середня частка якого склала 8% в структурі сукупних доходів всіх європейських клубів і 14% в структурі клубів-учасників за 2014 фінансовий рік [1, ст. 40].

УЄФА за сезон 2013/2014 отримав дохід у розмірі 1 млрд. 751,7 млн. євро, з яких 76,9% склали доходи від продажу прав на трансляції матчів змагань, 18,8% комерційні права, 1,9% продаж квитків та 2,4% інші доходи [2]. Переважну більшість доходів (82,6%) УЄФА отримує від змагань Ліги Чемпіонів як найбільш престижного клубного турніру Європи та лише 14,1% від Ліги Європи. Відповідно основна частина доходів приблизно 57% перерозподіляється між клубами, що беруть участь у Лізі Чемпіонів, 14% між клубами-учасниками Ліги Європи, а решта доходів використовується на покриття витрат пов'язаних з

організацією змагань та солідарні виплати клубам, що вищих дивізіонів, які не беруть участь в даних змаганнях.

Клубні змагання УЄФА поєднують у собі кругову модель змагань, яка передбачає матчі в групі з 4 команд вдома і на виїзді, що визначають двох переможців, які йдуть в наступний раунд і модель на вибування, що передбачає зменшення кількості клубів в кожному наступному раунді [3]. З одного боку така модель змагань обмежує економічні вигоди більш слабших клубів, оскільки не потрапивши в наступний раунд, клуб не може отримати призові, доходи від продажу квитків та інші комерційні доходи, пов'язані з проведенням матчу. З іншого боку така модель заохочує конкуренцію між клубами, надаючи економічний стимул для успішного спортивного виступу команди.

Залежність між виступами футбольних клубів в єврозмаганнях та їх доходами від участі в них показує, що чим успішніше грає клуб, тим більше доходів отримує. Наприклад, «Реал» Мадрид (Іспанія), що в 2014 фінансовому році отримав найбільший дохід 63 млн. євро за рахунок перемоги у фіналі найпрестижнішого європейського клубного турніру Ліги Чемпіонів 2013/14 [1, с. 45]. «Реал» Мадрид (Іспанія) та фіналіст Ліги Чемпіонів «Атлетико» Мадрид (Іспанія) зайняли перше і друге місце відповідно у клубному рейтингу УЄФА в сезоні 2013/14.

На клубний рейтинг УЄФА впливають результати виступів клубу в будь-якому турнірі УЄФА, в той час як доходи, які отримують клуби залежать від їх престижності турніру УЄФА, індивідуального виступу клубу та маркет пулу, який передбачає розподіл доходів від трансляцій в залежності від вартості медіа прав для кожної країни, частка яких розподіляється між клубами цієї країни. Футбольний клуб «Севілья» (Іспанія), який виграв Лігу Європи 2013/14 не потрапив навіть до 10 топ-клубів за рівнем доходів, оскільки призові за участь в даному турнірі набагато менші, ніж в Лізі Чемпіонів. В той час як ФК «Ювентус» (Італія) став третім клубом за рівнем доходів від УЄФА у розмірі 52 млн. євро за 2014 фінансовий рік, хоча зміг досягти лише півфіналу Ліги Європи. Такий високий рівень доходів ФК «Ювентус» пов'язаний з високою часткою доходів від маркет пулу УЄФА в розмірі близько 40 млн. євро, які генеруються за рахунок продажу прав на трансляції італійським телетрансляторам [2].

Якщо в структурі доходів італійських та іспанських клубів частка доходів за 2014 рік в середньому склала 14%, то в структурі українських клубів – 24%, а для футбольних клубів Словенії взагалі даний показник склав 54% [1, с. 45]. Можливо топ-клуби Європи менш залежні від доходів УЄФА, проте для України та ряду інших східноєвропейських країн доходи від УЄФА можуть стати одним із основних джерел доходів.

Отже клуби з найсильніших чемпіонатів Іспанії, Англії, Італії та Німеччини мають більше шансів на перемогу в європейських змаганнях і відповідно можуть отримати більше доходів в порівнянні з клубами з України та іншими східноєвропейськими країнами за рахунок успішного виступу та маркет пулу, проте доля надходжень від УЄФА в загальній структурі клубів східноєвропейських країн є порівняно більшою, ніж в клубах з топ-чемпіонатів. Таким чином участь клубів у змаганнях УЄФА може бути одним із факторів підвищення їх конкурентоспроможності, що в свою чергу стимулює конкуренцію у національному чемпіонаті в боротьбі за місця, що дають право виступати в турнірах УЄФА.

Список використаних джерел:

1. UEFA. The European Club Footballing Landscape. Club Licensing Benchmarking Report Financial Year 2014 / UEFA. – Nyon, 2014. – 117 p.
2. UEFA. Financial Report 2013/14 / UEFA. – Nyon, 2015. – 27 p.
3. Noll R. The organization of sports leagues / Roger Noll. // Oxford Review of Economic Policy. – 2003. – №19. – pp. 530–551.
4. UEFA rankings for club competitions [Електронний ресурс]: режим доступу - <http://www.uefa.com/memberassociations/uefarankings/club/seasonclub/season=2014/index.html>

Науковий керівник: Антонюк Лариса Леонтіївна, доктор економічних наук, професор, Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

РОЛЬ ПОЛІТЕКОНОМІЧНИХ ЗНАНЬ У ФОРМУВАННІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА ТА ЙОГО ЕКОНОМІКИ

Максименко Іван Андрійович

кандидат філософських наук, доцент, завідувач кафедри економічної теорії, Університет Державної фіскальної служби України

Про точні параметри інформаційного постіндустріального суспільства, в якому буде жити людина, його економіки сьогодні напевно чи можна говорити з повною впевненістю. Однак можна і потрібно спробувати спрогнозувати основні контури і базові характеристики середовища, в якому буде відбуватися економічна діяльність і повсякденне життя людей. Це надзвичайно важливо, зважаючи на наступні обставини.

Здійснюючи дослідницьке прогнозування, людина вивчає умови, в яких вона житиме в майбутньому. Спрогнозовані сценарії майбутнього є основою для формування теперішньої діяльності людей, адже контури майбутнього формуються багатоваріантними. Щоб реалізувати будь-який із цих варіантів (або уникнути небажаного розвитку подій), необхідно приступити до конкретних дій уже сьогодні. Те, що буде вироблятися в майбутньому, починає проектуватися в сьогоднішньому. Крім того дослідження майбутніх обставин, в яких будуть жити люди, дозволяє розпочати підготовку для життя у відповідних умовах. З урахуванням цього мають формуватися освітні програми, системи життєзабезпечення, законодавчі основи, інші суспільні інститути [1, с. 9-10].

Сьогодні озброєння молоді сучасними економічними знаннями, і, зокрема, політекономічними, є першочерговим завданням Української держави. Політекономічні знання, які отримують студенти в процесі їх навчання, мають опиратися на тверду основу, якою є повний і комплексний курс теоретичних економічних дисциплін. На думку автора, цей курс має включати і навчальну дисципліну “Політична економія інформаційного постіндустріального суспільства”.

Зміст політекономії інформаційного постіндустріального суспільства передбачає осмислення значного масиву знань, які стосуються ролі інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у розвитку нової суспільно-економічної формації, адже формування єдиного світового ринкового простору наприкінці минулого століття збіглося з початком бурхливого повсюдного поширення сучасних ІКТ. Широка наявність різноманітної інформації в режимі он-лайн для урядів, бізнесу, громадян викликала небувалий інтерес до порівняння умов життя і праці, поєднання національних і приватних інтересів, діяльності транснаціональних компаній і фінансових інститутів, ролі окремих країн у вирішенні глобальних проблем, місця людини в наукомісткій економіці. Без розгляду зазначених питань на загальнонаціональному рівні неможливо оцінити те, що відбувається, виявити тенденції для прогнозування майбутнього. Все це визначає першорядне значення політико-економічного підходу до аналізу сучасного розвитку під впливом ІКТ.

ІКТ стали найважливішою ланкою нової інфраструктури світового господарства. Не тільки передові постіндустріальні країни, в яких проживає лише 15% населення земної кулі, але і країни, що розвиваються, а також держави з ринковою економікою, покриті загальною інформаційною мережею. В даний час жодна національна модель економічного розвитку не може нормально функціонувати без використання Інтернету, без урахування світових інформаційних потоків. Фактично йде в минуле час закритих економік. Тепер країни прагнуть визначити оптимальність відкритості своєї економіки при виробленні політики захисту своїх національних інтересів, що неминуче ставить питання про політичну економію світового господарства [2, с.65].

Як засвідчує глобальна фінансово-економічна криза 2008-2009 рр., виникли специфічні фактори, що посилюють нерівномірності розвитку і ріст диспропорційності у світовому господарстві. В цих умовах системне бачення національної економіки не може бути повним без системного бачення світової економіки. Вирішити цю наукову проблему здатна політична економія інформаційного постіндустріального суспільства.

Роль людини, людського потенціалу в останні десятиліття зростає в геометричній прогресії. Людська праця незаперечно доводить свою головну роль серед інших сучасних факторів виробництва за інших рівних умов. За своєю значимістю людина знаходиться в основі економічної

системи, будучи в той же час її продуктом. В умовах “інформаційної епохи” сучасне суспільство продовжує залишатись суспільством найманої праці. Зайнятість чи то на державній службі, чи у приватному секторі залишається основним джерелом існування абсолютної більшості працездатного населення.

Сьогодні спостерігається поєднання різних тенденцій у підвищенні значимості людини і трудового фактора в економіці. З одного боку, скорочується частка тих галузей матеріального виробництва, де переважає фізична праця. З іншого - неухильно розширюється сфера автоматизованої праці і послуг, росте значимість освіти, професійної підготовки і безупинного підвищення кваліфікації працівників, де переважає розумова праця. Скрізь цінність працівника різко зростає, від кожної людини залежить реалізація матеріальних і фінансових ресурсів, швидкість обороту капіталу і його зростання.

Для цього необхідна фундаментальна підготовка, нові політекономічні знання, нове економічне мислення.

Список використаних джерел:

1. Гриценко А. А. Взгляд в информационно-сетевое будущее общества. – В кн.: Социально-экономические проблемы информационного общества : монография / под ред. д.э.н., проф. Л. Г. Мельника, к.э.н., доц. М. В. Брюханова. – Вып. 2. – Сумы : Университетская книга, 2010. – С.8-13.;
2. Пороховский А. Политическая экономия - основа и стержень экономической теории / А. Пороховский // Экономист. – 2012. - №1. – С. 61-73.

НАЦІОНАЛЬНО-ПАТРІОТИЧНИЙ ТА ВИХОВНИЙ АСПЕКТИ НА ПРИКЛАДІ ВИКЛАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ТА ЛОГІСТИЧНИХ ДИСЦИПЛІН

Смирнов Ігор Георгійович

доктор географічних наук, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Реалізацію національно-патріотичного та виховного аспектів розглянемо на прикладі викладання туристичних та логістичних дисциплін, зокрема, логістики туризму. У складі цього курсу звертається

увага до використання ресурсів, що є основою для розвитку військового, військово-патріотичного, мілітарі та інших видів туризму. Відповідні туристичні ресурси пов'язані з логістичними особливостями подій військової історії – світової та української. Так, з подіями I Світової війни, сторіччя якої відзначається власне зараз, пов'язаний розвиток відповідних видів туризму, зокрема, це стосується ностальгійного (сентиментального) туризму, військово-музейного тощо. Тут можна послатися на польський досвід, який базується на використанні у туризмі цвинтарів з часів I Світової війни, зокрема, битв під Танненбергом та Лодзю у 1914-1915 рр. Ці битви відбувалися між німецькими, австрійськими арміями та російською, після чого і залишилися цвинтарі, де поховані загиблі солдати. Нині ці цвинтарі знаходяться на території Польщі, стараннями місцевих влад вони відновлені, приведені до ладу, отримали інформаційне забезпечення, зокрема, у вигляді комплекту карток (Лодзька битва) та використовуються для приваблення туристів - як польських, так і іноземних (особливо з Німеччини). Логістичний складник цих битв полягав у кращій організації логістично-транспортного забезпечення з боку німецьких та австрійських військ (зокрема, використанні залізниць), в результаті чого росіяни програли ці битви і отримали величезні людські втрати. Оскільки іменних медальйонів у них не було, то їх ховали у великих братських могилах, на яких робили написи типу «500 невідомих російських вояків» тощо. Натомість, у німецькому та австрійському війську кожний солдат і офіцер мав іменний медальйон, тому на їхніх могилах вказане прізвище, ім'я, військове звання тощо. Цим цвинтарям, які зосереджені, зокрема навколо міста Лодзь, вже виповнилося понад 100 років, але стараннями польської влади та відповідних амбасад вони відновлені та нині користуються великою увагою туристів. У той же час, Верденська битва, яка відбулася на Західному фронті I Світової війни між німцями та французами у 1916 р., показала логістичну перевагу останніх, які вперше масово застосували автомобільний транспорт для пересування та забезпечення військ. Французи виграли цю битву, але втрати були великі з обох боків. Відповідний музей у м. Верден (Франція) відображає цю подію і користується значною популярністю у туристів, що приїжджають сюди з багатьох країн Європи та світу. У цій битві, що тривала з лютого до грудня 1916 р., загинуло понад 300 тис. французьких та німецьких вояків. Тому ця битва увійшла в історію під назвою

«Верденська м'ясорубка». Біля м. Вердена існує військовий цвинтар, а також осуарій Дуамон де знаходяться відповідні поховання. У травні 2016 р. тут був урочисто відкритий меморіал в присутності канцлера Німеччини Ангели Меркель та президента Франції Франсуа Олланда, які підкреслили, що нині м. Верден став символом миру та франко-німецької дружби, що притягує багатьох туристів.

Військові події I Світової війни не оминули і Україну, яка тоді була поділена між Російською (схід) та Австро-Угорською (захід) імперіями. У 1916 р. у м. Стрий був створений Легіон українських січових стрільців (УСС), який відзначився у битвах на горах Маківка та Лисоня. Зокрема, на останній у серпні-вересні 1916 р. відбулися запеклі бої Легіону УСС з переважаючими силами російської армії. Найкривавіший бій відбувся 2 вересня, коли перемогу було здобуто ціною втрати більш як половини особового складу українського легіону: 81 вояк убитий, 293 – поранені, 285 - потрапили у полон. Такою ціною Легіон УСС зупинив наступ російського агресора на Бережани і його бойову операцію «Брусилівський прорив». Вшанування століття подвигу Січових стрільців відбулося цього року у новому, значно ширшому масштабі, основними складниками якого стали: проведений вперше Мілітарний фестиваль українського стрілецтва, у межах якого у с. Посухів, що біля підніжжя Лисоні, з'їхалося близько 5 тис. учасників і гостей; з Тернополя до Посухова прибув спеціальний «Потяг українських звітяг»; відбулося освячення стрілецького цвинтаря, де спочивають учасники того столітнього бою; перепоховання останків Січових стрільців; урочисте сходження на г. Лисоню алеєю, обсадженою червоною калиною. Ще в 1994 р. на вершині Лисоні був встановлений Хрест скорботи і слави, на мармурових плитах - викарбувані імена полеглих героїв. Поруч з Хрестом збудовано капличку, яку до століття бою реконструювали та розписали новими іконами. На них – зображення як Січових стрільців, так і новітніх героїв, які уже в наш час віддали своє життя за Україну. У заходах з вшанування століття бою на г. Лисоні взяли участь сивочолі ветерани УПА, 91-річна дочка Січового стрільця Надія Ярема, хлопці і дівчата з патріотичних молодіжних організацій, відомі громадські діячі, прочани з усієї Галичини та України. На гостей чекали різноманітні заходи: реконструкція пам'ятного бою, урочисте погашення спеціальної марки та поштового конверта, виставка світлин і художніх творів, концерт гуртів та мистецьких колективів. Очільники

Тернопільщини відзначили нагородами усіх, хто долучився до створення пам'ятного меморіального комплексу, - художникам, артистам, будівельникам, волонтерам.

З подіями I Світової війни пов'язане і гасло «Слава Україні!», що потрапило до українського лексикону в 1920-х роках минулого століття, як стверджує український історик, голова Українського інституту національної пам'яті Володимир В'ятрович. З історичних джерел відомо, що заклик «Слава Україні!» виник у кінному полку «Чорних запорожців». Це була збройна формація армії УНР, яка, виборюючи незалежність, діяла упродовж 1918-1920 років на теренах України. Щоправда, тоді вислів звучав дещо інакше: «Слава Україні!» - «Козакам слава!». Кажуть, так віталось козацтво за часів II Гетьманату Павла Скоропадського. У відповідь промовляли «Гетьману слава!». А з відповіддю «Героям слава!» це було традиційне привітання кубанського козацтва, яке розглядалось як частина України. А вже у 1918-1920 рр. існували спроби включення Кубанської народної республіки до складу УНР. Подібним чином вітали один одного повстанці Холодного Яру. Так, 24 вересня 1920 р. у Медведівці на Черкащині, де колись спалахнула Коліївщина, відбулася нарада холоднорських отаманів, у якій взяли участь командири Степової дивізії та ватажки збройних формувань з інших регіонів. На ній криворізького отамана Степового-Блакитного (Кость Пестушко) було обрано Головним отаманом усіх повстанських загонів Холодного Яру і околиць. Власне Степова дивізія, яка налічувала від 12 до 18 тис. бійців, і поширила вітання «Слава Україні!» - «Україні слава!». А найгучніше воно зазвучало з появою ОУН. Гасло «Слава Україні!» - «Героям слава!» стало символом УПА. Промовляли його пошепки, криючись від ворога, під страхом смерті, оскільки совети за нього катували, вбивали. Але нескорені патріоти готові були терпіти всі муки і, віддаючи життя, на останньому видиху все одно проказували: «Слава Україні!»

II Світова війна перевагу логістики показує на прикладі операції з висадки військ союзників у Франції 1944 р. Ця операція відома під назвою «Overlord» і є ілюстрацією ретельної логістичної підготовки цієї операції з боку союзницьких військ, що забезпечило її успіх та мінімальні втрати вояків. Як результат, терміни II Світової війни були істотно скорочені. У 2014 р. відзначалося 70-річчя операції «Overlord», на якому були присутні не тільки керівництво країн ЄС, але й численні туристи, до послуг яких

були підготовлені екскурсії під гаслом «Шляхи перемоги», відповідні музейні експозиції тощо.

Список використаних джерел:

1. *Смирнов І.Г.* Маркетинг у туризмі: навч. пос./І.Г.Смирнов. – К.:КНУ імені Тараса Шевченка, 2016. – 251 с.
2. *Смирнов І.Г.* Логістика у туризмі: навч. пос./ І.Г.Смирнов. – К.: Знання, 2009. – 444 с.
3. *Стадницький Ю.І.* Просторова організація систем послуг. Словник-довідник / Ю.І. Стадницький, М.П. Мальська. – К.: ЦУЛ, 2013. – 270 с.

Підписано до друку 10.10.2016
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Друк на дублікаторі.
Умов.-друк. арк. 4,5. Обл.-вид. Арк 4,95.
Тираж 70 прим.

Віддруковано ФО-П Шпак В.Б.
Свідоцтво про державну реєстрацію № 073743
СПП № 465644
Тел. 097 299 38 99, 063 300 86 72
E-mail: tooums@ukr.net