

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

Економічний розвиток країни в умовах євроінтеграції

*Збірник тез
міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції*

1 липня 2016 р.



Тернопіль
2016

"Економічний розвиток країни в умовах євроінтеграції": матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування. - Тернопіль, 2016. – 82 с.

УДК 330 (063)
ББК 65я43

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей економічної наукової інтернет-конференції «Економічний розвиток країни в умовах євроінтеграції», 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

Бублик Мирослава Іванівна, Бей Марія Романівна
**КОНЦЕПЦІЯ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЇЇ ВІДМІННІСТЬ
ВІД ТРАДИЦІЙНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ МОДЕЛІ.....7**

Бурик Зоряна Михайлівна
**ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ СТАЛОГО
РОЗВИТКУ – РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ.....9**

*Галушко Олена Ігорівна, Городков Владислав Борисович,
Тіверіадська Людмила Валеріївна*
**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВЕНЧУРНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В
СУЧАСНИХ УМОВАХ.....11**

Савко Оксана Ярославівна, Грицюк Оксана Іванівна
**ОЦІНКА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
НА ОСНОВІ АБСОЛЮТНИХ ПОКАЗНИКІВ.....13**

Менеджмент. Маркетинг

Агавердієв Руслан Сергійович, Ізюмцева Наталія Володимирівна
**МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ
ПРАЦІВНИКІВ.....16**

Бойченко О.В.
**УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ МАРКЕТИНГОВОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ
«СПЕЦЕЛЕВАТОРМЛІНМАШ».....18**

Картамишева Олена Олександрівна
РОЗВИТОК СУЧАСНИХ ТЕОРІЙ В МЕНЕДЖМЕНТІ.....21

<i>Мороз Н.В.</i> ФУНКЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ.....	24
<i>Ніколаєва Вікторія Василівна, Баштова Ольга Андріївна</i> ОРГАНІЗАЦІЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПП «АВ-ТЕЛ».....	26
<i>Ніколаєва Вікторія Василівна, Шулакова Катерина Олександрівна</i> ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	28
<i>Сокоренко Марина Миколаївна</i> СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	31
<i>Тарасенко Наталія Іванівна</i> ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ ЯК РІЗНОВИД МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ.....	32
<i>Шатравенко Карина Юріївна</i> МОТИВАЦІЯ І МЕХАНІЗМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ.....	34
<u>Облік, статистика і аудит</u>	
<i>Калітенко Дарина Олександрівна</i> ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	36
<i>Канак Ігор Йосипович, Музика Олександр Васильович</i> ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ДОХОДІВ ТА РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ЗА СЕГМЕНТАМИ БІЗНЕСУ.....	39

Канак Йосип Васильович, Канак Ігор Йосипович, Музика Олександр Васильович

**ОБЛІК ВИТРАТ ТА КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ
ПРОДУКЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....41**

Економічний аналіз. Економіко-математичне моделювання

Більовська Ганна Сергіївна, Мазарчук Андрій Юрійович

**ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИКОЮ
ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....46**

Дідич Владіслава Ярославівна, Чік Марія Юріївна

**СУТНІСТЬ ТА НЕОБХІДНІСТЬ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО
СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....50**

Податкова система. Бюджетна система.

Правові відносини в економічній системі

Бусленко Віктор Валерійович

**АНАЛІЗ БЮДЖЕТНОГО ДЕФІЦИТУ І ДЕРЖАВНОГО БОРГУ
ПОЛЬЩІ.....53**

Інвестиційно-інноваційні процеси в економіці

Голобородько Тетяна Василівна

**ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ АКТИВІЗАЦІЇ
ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В АГРАРНІЙ СФЕРІ.....59**

Лендел Оксана Михайлівна

**КЛАСИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ, ЩО ФОРМУЮТЬ
ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ РЕГІОНУ.....63**

Чурута Іван Михайлович

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ІМІДЖУ.....65

Світова економіка та міжнародні відносини

Кабай Вікторія Олегівна

**КОРПОРАТИВНІ БАНКРУТСТВА ТА ШЛЯХИ
ВІДНОВЛЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ТНК.....69**

Шиманська Катерина Володимирівна

**ЕЛЕМЕНТИ СЕРЕДОВИЩА ФОРМУВАННЯ
ІМІГРАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ.....72**

Економічна наука та освіта

Гапонова Валентина Миколаївна

**УПРАВЛІНСЬКІ ДЕТЕРМІНАНТИ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ
ВИЩОЇ КВАЛІФІКАЦІЇ ЯК НАЙВАЖЛИВІШОГО ЕЛЕМЕНТА
ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ В РЕГІОНАХ.....75**

Голубка Михайло Михайлович

**НАЦІОНАЛЬНА ІДЕНТИФІКАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО
РОЗВИТКУ РЕВІЗІЙНОГО СОЮЗУ УКРАЇНСЬКИХ
КООПЕРАТИВІВ ЯК РУШІЙНА СИЛА У ФОРМУВАННІ
ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ УКРАЇНСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ
НА ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ.....77**

КОНЦЕПЦІЯ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЇЇ ВІДМІННІСТЬ ВІД ТРАДИЦІЙНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ МОДЕЛІ

Бублик Мирослава Іванівна

доктор економічних наук, Національний університет «Львівська політехніка»

Бей Марія Романівна

Національний університет «Львівська політехніка»

Євроінтеграційні процеси в Україні, що проявилися у революції гідності в 2013-2014 рр. значно вплинули на світогляд мільйонів людей та дали підґрунтя для створення нової української суспільної свідомості. Європейські цінності: гідність, свобода і відповідальність, які складають основу європейської свідомості є актуальними сьогодні при побудові сучасної економіки – життєздатної економіки («зеленої»).

Ще за часів Стародавньої Греції Аристотель проводив відмінність між економікою, зосередженою на соціальних і природних ресурсах («ойкономія») та економікою, у якій на перший план відводилися майно, багатство та валюта («хрематистика»). Це була перша спроба розмежування між зеленою економікою, якій властиве дотримання стійких цінностей та традиційною економікою, орієнтованою, в основному, на максимізацію прибутку [1, с.51].

До концепції зеленої економіки належать також ідеї багатьох інших напрямів в економічній думці (табл.1).

Таблиця 1

Порівняння різних напрямів концепції зеленої економіки

Вид економіки	Характеристика
Економіка навколишнього середовища	Базується на традиційній економічній парадигмі: надання переваги вимірюванню та чисельному підходу; менш важливі цінності
Екологічна економіка	Спроба об'єднати дисципліни екології та економіки; менш важливе значення духовного виміру

Соціалістична економіка	Поділяє акцент щодо рівності, але захищає матеріалізм і антропоцентризм
Феміністська економіка	Охоплює більш обмежену область; переважно теоретична

Джерело: [2, с.8]

Зелена економіка відрізняється від домінуючої сьогодні економічної парадигми, що проявляється у таких основних аспектах:

1. Зв'язок економіки із соціальною справедливістю. Якщо для традиційної економіки соціальна справедливість - це надбудова, незначна частина, яка розглядається лише периферично, то для зеленої рівність та справедливість знаходяться у центрі уваги.

2. На відміну від традиційної економіки, зелена економіка виникла не з абстрактних теорій, а з практичної діяльності захисників навколишнього середовища та «зелених» політичних партій.

3. Зелена економіка не являє собою академічну дисципліну, яка викладається в університетах. Даний напрям економічної думки є відносно новим, представлений звітами з корпоративної соціальної відповідальності, міжнародними та національними рекомендаціями, планами та перебуває у полі наукових дебатів цілого світу.

4. Традиційна економіка зосереджена виключно на кількості, в той час як зелених економістів більше хвилює якість життя людини. Зелена економіка передбачає відхід від акценту на економічному зростанні до акценту «стійкого стану економіки» у довгостроковій перспективі.

5. Взаємозв'язок між економікою, екологією і суспільством. Традиційна економічна модель передбачає залежність суспільства та навколишнього середовища від економіки. Натомість зелена економіка визнає взаємозалежність економіки, суспільства та екології.

Список використаних джерел:

1. Боцян Т. В. Етичність бізнесу в Україні крізь призму нефінансової звітності / Т. В. Боцян // Економічний часопис-XXI. - 2013. - № 3-4(1). - С. 50-53.
2. Green economics: an introduction to theory, policy and practice. Molly Scott Cato London: Earthscan, 2009. – P. 240.

ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ – РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

Бурик Зоряна Михайлівна

кандидат наук з державного управління, докторант, Львівський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України

Актуальність теми. Актуальність досліджень у сфері формування державної політики сталого розвитку, особливо застосування «зеленої економіки» у регіональному розрізі підтверджуються глобальними викликами стосовно економіки, соціального та екологічного стану регіонів України, що мають за мету оптимальне користування енергією та ресурсами природи у плані розвитку економіки до 2050 р. Фундаментальним початком запровадження державної політики сталого розвитку стало приєднання України до «зеленої платформи» ЮНІДО ще у липні 2012 року, згідно якого формуються механізми економічного зростання та позитивні тенденції стосовного сталого розвитку держави та регіонів.

Постановка завдання. Метою проведеного дослідження є поглиблений аналіз концепції «зеленої економіки», яка полягає у покращенні благополуччя населення і соціальних умов, одночасно з підвищенням екологічної та соціальної безпеки (усунення ризиків для навколишнього середовища та безробітності). Зважаючи на великий досвід щодо використання різних інструментів державної підтримки регіонального економічного розвитку, з врахуванням соціально-екологічних складових протягом останніх 20-30 років ХХст. в розвинутих країнах світу можна висунути стратегію використання «зеленої економіки» України.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням питань впровадження «зеленої економіки» займалися численні вітчизняні й зарубіжні дослідники, серед них можна особливо відзначити роботи таких авторів, як: Ю. С. Бережної, С. О. Білої, Б. В. Буркинського, Л. С. Іванюка, Л. П. Марчука, В. Г. Потапенка, Л. Г. Руденка, І. А. Сааджана, О. С. Чмира та інші.

Проведені дослідження. Забезпечення сталості регіонального розвитку може визначатись сукупністю індикаторів. В результаті для розрахунків сталого потенціалу регіону, поширеним є представлення інтегральних показників. У результаті виходить проста сума факторів, взаємна вагомість яких не враховується.

Для сталого розвитку регіонів України на сьогодні було запропоновано виконання наступних заходів згідно законодавства України щодо покращення використання природних ресурсів, забезпечення кадастрів, впровадження механізму інтеграції тощо. Також для того, щоб розвиток «зеленої економіки» було успішно виділено напрямки, за якими має проводитись робота у сфері державного сталого розвитку. У результаті проведених досліджень було визначено, які саме принципи «зеленої економіки» [1, с.213] потребують впровадження в Україні та інструменти переходу до неї [2, с.14].

Висновки. «Зелена економіка» – це економіка, результатом якої є покращення добробуту громадян та соціальної справедливості з одночасним значним зниженням екологічних ризиків та екологічного дефіциту.

Забезпечення сталого розвитку як механізм створений завдяки «зеленій» економіці, застосовуючи її етапами, а саме: покращення природного капіталу, прийняття до уваги параметрів соціально-екологічного стану та методів розрахунків економічних секторів та індексів країн. На даний момент у США та ЄС розвиток «зеленої» бізнесу стрімко зростає, тому ця сфера постійно зацікавлює інвесторів розвитком технологій.

Усе це підтверджує необхідність застосування політики «зеленої економіки» для забезпечення сталого розвитку регіонів України.

Список використаних джерел:

1. Чмир О. С. «Зелена» економіка: сутність, цілі та базові принципи / Чмир О. С., Захаркевич Н. П. // Економічний вісник Донбасу. – 2013. – № 3. – С. 54-62.
2. Буркинський Б. В. «Зелена» економіка крізь призму трансформаційних зрушень в Україні: монографія / Б. В. Буркинський, Т. П. Галушкіна, В. Є. Реутов; НАН України, Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. – О., 2011. – 348 с.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВЕНЧУРНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Галушко Олена Ігорівна

старший викладач, Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

Городков Владислав Борисович

старший викладач, Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

Тіверіадська Людмила Валеріївна

асистент, Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

Внаслідок глобалізації, переходу до інформаційного суспільства та виходу світової економіки на постіндустріальний рівень інновації стали найважливішим фактором сталого економічного зростання та конкурентоспроможності. Отже розвиток венчурного інвестування, що забезпечує реалізацію інноваційних проектів, є вкрай важливим.

Для оцінки інноваційної позиції країн використовується Глобальний індекс інновацій (Global innovation index, GII) – інтегральний показник, за яким близько 140 країн світу ранжують відповідно до сприятливості їх середовища для інновацій а також результатів у сфері інновацій [1].

Глобальний індекс інновацій є інтегральним показником, що включає 2 суб-індекси: інноваційний вхід, тобто вклад (інституціональний рівень, людський капітал та дослідження, розвиток інфраструктури, ринкове та бізнесове середовище) та інноваційний вихід, тобто результат (знання та технології, креативні продукти). Серед країн-лідерів за показниками GII можна побачити Сінгапур, Гонконг, Малайзію – тобто країни які обрали інноваційний шлях розвитку та побудували інноваційну економіку. Також одним з лідерів є Китай – країна, що розміщує на своїй території багато підприємств-виробників інноваційної продукції. Нажаль цей корисний досвід не використовує Україна.

За деякими параметрами GII (експорт інноваційних товарів, виробництво високотехнологічних товарів, кількість статей у наукових журналах) Україна займає середнє місце (50, 51, 62 з 138 країн), але за ринковою капіталізацією компаній тільки 85 місце. За зайнятістю

населення в сфері наукомістких послуг України займає 37 місце і той же час 75 місце за науково-дослідним співробітництвом вузів та промислових підприємств, та 126 місце за розвитком кластерів, що означає неефективність системи та відсутність необхідної для розвитку інновацій інфраструктури [1].

Здатність країни до створення і практичного використання інновацій стає необхідною умовою досягнення якісного економічного зростання, науково-технічного і соціального прогресу. Частка інновацій в економічному зростанні розвинених країн становить близько двох третин [2]. Сьогодні в Україні рівень використання інноваційного потенціалу є вкрай низьким. Недостатня увага держави до науково-технічній сфері викликає структурні деформації в економіці та панування низькотехнологічних галузей, які не можуть сприймати наукові досягнення і забезпечити конкурентоспроможність. На наш погляд, необхідно приймати політичні рішення, щоб сприяти залученню іноземного капіталу для модернізації українських підприємств і нових імпортозамінних виробництв. Орієнтація державної політики щодо поліпшення становища в галузі науки і освіти, стимулювання інноваційної діяльності підприємств, сприяння виробництву високотехнологічної продукції дозволить Україні реалізувати інноваційний шлях розвитку. Наразі проблема полягає не тільки в недостатньому фінансуванні, а перш за все у відсутності ефективних механізмів залучення приватного капіталу у венчурний сектор, неефективній системі захисту інтелектуальної власності, недостатньому стимулюванні впровадження інновацій.

Список використаних джерел:

1. The Global Innovation Index 2014: The Human Factor in Innovation [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globalinnovationindex.org/userfiles/file/reportpdf/GII-2014-v5.pdf>
2. Інформаційні матеріали для слухання з питання «Про стан та законодавче забезпечення фінансування наукової і науково-технічної діяльності» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://kno.rada.gov.ua/komosviti/doccatalog/document?id=54892>

ОЦІНКА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ АБСОЛЮТНИХ ПОКАЗНИКІВ

Савко Оксана Ярославівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна

Грицюк Оксана Іванівна

студентка 3-го курсу, напрямку підготовки «Облік і аудит» Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна

В сучасних умовах господарювання об'єктивна оцінка результатів діяльності будь-якого підприємства є важливою умовою його подальшого функціонування. Процеси надходження, розміщення, використання та контролю за фінансовими ресурсами відображають ефективність управління підприємством та забезпечують його фінансову стійкість. Ступінь фінансової стійкості в значній мірі залежить від раціональної структури фінансових ресурсів та правильно і чітко сформованої стратегії їх управління. Чим більше у підприємства власних коштів та резервів, що розміщені на рахунках, тим більш фінансово стійким воно вважається. У зв'язку з цим питання оцінки фінансової стійкості, рекомендації щодо механізмів управління нею є досить актуальними в умовах сьогодення.

Оцінка фінансової стійкості підприємства за допомогою використання абсолютних показників ґрунтується на розрахунку показників, які з погляду даного методу найбільше повно характеризують фінансову стійкість підприємства. Для характеристики джерел формування запасів і витрат використовується кілька показників, які відбивають різні види джерел:

- наявність власних оборотних коштів;
- наявність власних і довгострокових позикових джерел формування запасів і витрат або функціонуючий капітал;
- загальна величина основних джерел формування запасів і витрат.

Трьом показникам наявності джерел формування запасів і витрат відповідають три показники забезпеченості запасів і витрат джерелами формування:

- надлишок або нестача власних оборотних коштів;

- надлишок або нестача власних і довгострокових позикових джерел;
- надлишок або нестача загальної величини основних джерел.

На основі цих складових формується трьохкомпонентний показник фінансової стійкості підприємства та робиться висновок про її тип, а саме абсолютна фінансова стійкість, нормально стійкий фінансовий стан, нестійкий фінансовий стан, кризовий фінансовий стан [1,с.76-80].

Типи фінансової стійкості:

1) абсолютна фінансова стійкість - запаси підприємства сформовані за рахунок його власних джерел (власного капіталу);

2) нормальна фінансова стійкість - формування запасів забезпечуються сумою власних та довгострокових позикових джерел;

3) нестійкий фінансовий стан - запаси формуються як за рахунок капіталізованих джерел (власного капіталу та довгострокових зобов'язань), так і за рахунок короткострокових кредитів, тобто за рахунок усіх основних джерел формування запасів;

4) кризовий фінансовий стан - запаси не забезпечуються основними джерелами їх формування і підприємство перебуває на межі банкрутства.

Нами проведене дослідження ПАТ "Домобудівник", яке займається виробництвом бетону та бетонних сумішей для потреб будівництва у Івано-Франківській області (табл. 1). Інформаційною базою дослідження є дані річної фінансової звітності емітента які в обов'язковому порядку повинні бути офіційно опубліковані, зокрема на сайті державної комісії з цінних паперів та фондового ринку [2].

Таблиця 1- Динаміка показників оцінки фінансової стійкості ПАТ "Домобудівник"

№	Показники	Роки			Відхилення	
		2013	2014	2015	2014	2015
1	Загальна величина запасів	958	707	3579	-251	+2872
2	Наявність власних джерел формування запасів (власні кошти)	-3076	-2145	1148	+931	+3293
3	Наявність власних і довгострокових позикових джерел формування запасів	-3076	-357	3317	+2719	+3674
4	Загальна величина основних джерел формування запасів	-3076	-357	3317	+2719	+3674
5	Надлишок або нестача власних джерел формування запасів	-4034	-2852	-2431	+1182	+421
6	Надлишок або нестача власних і довгострокових джерел формування запасів	-4034	-1064	-262	+2970	+802
7	Надлишок або нестача загальної величини основних джерел формування запасів	-4034	-1064	-262	+2970	+802
8	Трьохкомпонентний показник типу фінансової стійкості	0,0,0	0,0,0	0,0,0	-	-

На основі проведеного аналізу слід відмітити, що фінансовий стан підприємства є кризовий, і характеризується дефіцитом основних джерел формування запасів і витрат, власних оборотних засобів та власних і довгострокових позикових джерел формування запасів, що свідчить про можливість його банкрутства. Проте спостерігається незначне покращення фінансової стійкості у 2015 році, що зумовлене збільшенням наявних власних і довгострокових позикових джерел формування запасів.

Отже, оцінка фінансової стійкості є важливою складовою аналізу фінансових результатів підприємства, яка характеризує ефективність та стабільність його роботи, дозволяє зменшити негативний вплив від зміни факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ, а також вказує на наявність і забезпечення фінансовими ресурсами для подальшого розвитку.

Проведений аналіз фінансової стійкості ПАТ "Домобудівник" на основі абсолютних показників, дав змогу здійснити оцінку діяльності підприємства та визначити основні тенденції зміни показників у період з 2013 по 2015рр.. Подальшим дослідженням повинно стати проведення комплексного фінансово-економічного аналізу діяльності підприємства для вироблення рекомендацій щодо покращення фінансової стійкості та фінансового стану загалом.

Список використаних джерел:

1. Крейнина М.Н. Финансовое состояние предприятия. Методы оценки/ М. Н. Крейнина. – М.:ИКЦ “Дис”, 1997.-224 с.
2. Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/04625524>

МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ

Агавердієв Руслан Сергійович

студент Харківського навчально-наукового інституту ДВНЗ «Університет банківської справи»

Ізюмцева Наталія Володимирівна

кандидат економічних наук, ДВНЗ «Університет банківської справи»

Відповідальне ставлення працівників до виконання своїх обов'язків є важливою складовою ефективної діяльності підприємства. Маємо зазначити, що з погіршенням економічного стану в Україні спостерігалась тенденція до погіршення відповідальності працівників у виробничому процесі. Знизилась зацікавленість працівників не тільки у відповідальному відношенні до своїх обов'язків, а й до праці загалом. Основними причинами такого становища є або збитковість підприємств, а відповідно несвоєчасна виплата та виплата у неповних об'ємах заробітної плати, або загальний низький рівень заробітної плати та соціального захисту працівників.

Кожна особа, для відповідального ставлення до своїх обов'язків на постійній основі, повинна мати певну мотивацію. Проблему трудової мотивації треба розв'язувати на основі комплексного підходу, який зумовлює сукупність факторів (матеріальних, нематеріальних, психологічних), що сприяють активності працівника. Системний підхід до розв'язання цієї проблеми потребує чіткості й послідовності розробки напрямів спонукання трудових стимулів, спрямованих на відповідальність працівників, на їхню трудову поведінку, зацікавленість у виконанні виробничого процесу. Загалом на мотивацію працівників впливає певна сукупність чинників, котрі можна поділити на дві групи: зовнішні та внутрішні. Насамперед, мотивація працівників залежить від внутрішніх факторів[1]. Якщо подивитися на піраміду Маслоу, то можна виявити, що завдяки роботі можуть задовільнятися не тільки фізіологічні потреби особи. Для успішної мотивації працівників підприємство має задовільняти, окрім фізіологічних потреб, потребу у безпеці, що може

знаходити своє відображення у наданні медичного страхування. Також важливим буде вплив стабільності наявності робочого місця для працівників й відсутність плинності кадрів, за якої працівник апріорі не зможе почувати себе у безпеці, адже його постійно будуть переслідувати думки про те, що його у будь-який момент можуть звільнити. У подібних обставинах годі й говорити про відповідальне ставлення до своїх обов'язків та їх ефективне виконання[2].

Додатково, підприємства, задля підвищення відповідальності працівників, можуть задовільняти їх потребу у визнанні. Зазначимо, що немає необхідності у виконанні великих проектів заради цього. Підприємству достатньо ввести кілька номінацій як кращому працівнику, як найстараннішому працівнику, тощо. Таким чином, кожен буде мати можливість отримати свою хвилину слави, у разі сумлінного виконання своєю роботи, а значить й мотивація для відповідального ставлення обов'язків буде вище.

Отже, для підвищення відповідальності працівників можна виділити наступні кроки, котрі мають поліпшити мотивуючі фактори, адже основними причинами низької відповідальності працівників є низька оплата праці, непрестижність роботи, незадовільні умови праці та відпочинку, відсутність перспектив кар'єрного росту, затримка із виплатою заробітної плати, відсутність зв'язку між результатами роботи і її винагородою, відсутність морального стимулювання, незрозумілість нарахування премій:

- Забезпечення чіткого розподілу виробничих обов'язків між працівниками;

- Вдосконалення норм праці, підвищення оплати за поліпшення якості продукції і ріст продуктивності праці;

- Впровадження комплексної оцінки діяльності персоналу шляхом застосування експертної (незалежної - у тих випадках, коли це можливо) оцінки в роботі кожного працівника;

- Поширення духу партнерства, що передбачає участь працівників у прийнятті рішень на всіх рівнях, чим задовольнятимуться потреби найвищого порядку[3].

Список використаних джерел:

- 1) Костін В.В. Щодо ознак матеріальної відповідальності працівників / В.В, Костін // Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди. – випуск 22, 2014. – Харків, 2014. – С.94-99
- 2) Селезньов В.В. Основи ринкової економіки України / [Електрон. ресурс]. Режим доступу: http://pidruchniki.com/17500611/ekonomika/vidpovidalnist_pratsivnika_pratsedavtsya
- 3) Корилюк І.М. Механізм підвищення рівня мотивації працівників / І.М. Корилюк // Учительський журнал on-line. – 2014. [Електрон. ресурс]. Режим доступу: <http://teacherjournal.com.ua/home/23279-mexanzm-pdvishhennya-rvnyua-motivacz-praczvnikv-v-slskomu-gospodarstv.html>

УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «СПЕЦЕЛЕВАТОРМЛИНМАШ»

Бойченко О.В.

студент 4 курсу факультету міжнародних економічних відносин,
Харківський національний економічний університет імені Семена
Кузнеця, Харків, Україна

Успішна підприємницька діяльність за будь-яких умов потребує ефективного управління. Коли компанія виходить на зовнішній ринок, якісне та поетапне управління міжнародною маркетинговою діяльністю допомагає досягти ефективної та прибуткової діяльності підприємства.

Теоретичні основи, принципи і проблематику міжнародної маркетингової діяльності досліджували українські вчені, серед яких: А. В. Белікова, П. Н. Орлов, В. І. Рожко, О. В. Птащенко, Т. В. Шталь, Т.М. Мельник, О.П. Луцій, В.Л. Пілюшенко, Т.І. Прітиченко, В.Д. Рогожин, С.В. Смерічевський, Т.М. Циганкова, Т.І. Чаюн, П.А. Черномаз.

Міжнародна маркетингова діяльність є реалізацією міжнародного маркетингу на практиці, а саме – діяльність, пов'язана із реалізацією функцій маркетингу (маркетингові дослідження, організація маркетингу, збут, ціноутворення, товарна політика, розробка стратегій і планів

маркетингу, просування товару, маркетингова розвідка і т.д.) з метою створення попиту і формування стабільного прибутку підприємства.

Центральна завдання управління міжнародним маркетингом – вироблення всеосяжної стратегії і форми організації фірми, що сприяють досягненню її цілей і завдань[2, с. 370].

Ефективність маркетингового управління цілком повністю залежить від здатності управлінського апарату створити розуміння тенденцій економічних процесів у всіх підрозділах підприємства і впровадити ефективні рішення у діяльності всього підприємства.

Комплексні економічний, фінансовий аналізи та аналіз зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Спецелеватормлинмаш» показали, що підприємство має певні проблеми у своїй діяльності, а саме – відсутність інвестування, нестабільність фінансових показників, що свідчить про значні коливання у діяльності компанії, при детальному аналізі показників ліквідності стає зрозумілим високі ризики компанії щодо несплати зобов'язань будь-якого типу. Тобто, компанія потребує значних змін у фінансовому управлінні та розвитку фінансової діяльності.

Необхідним для ТОВ «Спецелеватормлинмаш» є проведення комплексу реформування міжнародної маркетингової діяльності, через відсутність маркетингового комплексу як працюючої єдиної цілісної системи, адже загальний аналіз ефективності міжнародної маркетингової діяльності показав, що проведені маркетингові заходи не дають жодного позитивного результату, тобто існуюча маркетингова програма є недіючою та не приносить жодного результату. Таким чином, можна зробити висновок, про необхідність повного реформування маркетингового комплексу підприємства.

На основі проведених аналізів було запропоновано певні заходи, щодо вдосконалення системи управління міжнародною маркетинговою діяльністю на підприємстві, а саме:

необхідно сформувати відділ маркетингу, що буде охоплювати усі аспекти маркетингової діяльності і міжнародної маркетингової діяльності у тому числі, буде доцільним за наявності на підприємстві вільних коштів на розширення штату співробітників та реорганізації структури управління, а саме передання функцій деяких діючих підрозділів новому відділу маркетингу.

застосувати систему аутсорсингу на підприємстві, адже аутсорсинг є інструментом, що дозволяє оптимізувати роботу внутрішньої управлінської системи, а також налагодити виробничі та збутові процеси, що є необхідним на ТОВ «Спецелеватормлинмаш» для ефективної діяльності. Було розраховано прогнозовану ефективність цього заходу на основі розрахованих даних та даних, отриманих методом експертної оцінки. За результатами розрахунків застосування аутсорсингу є ефективним для даного підприємства.

Також доцільним є збільшення кількості зарубіжних партнерів з орієнтацією на країни Європи; необхідно чітко формувати маркетингові стратегії на зовнішніх ринках; за умов наявності коштів, доцільним було б розширити штат працівників, безпосередньо пов'язаний з експортною діяльністю.

Отже, ТОВ «Спецелеватормлинмаш» має певні труднощі у своїй діяльності, але це підприємство є унікальним, бо представляє свою патентовану технологію на вітчизняному та світовому ринках і його продукції немає аналогів. При ретельному управлінні підприємством та його міжнародною маркетинговою діяльністю, ТОВ «Спецелеватормлинмаш» матиме великі перспективи на світовому ринку сільськогосподарської техніки.

Список використаних джерел:

1. Балановська Т.І. Управління маркетинговою діяльністю на агропродовольчому ринку [Текст] / Т.І. Балановська, О.П. Гогуля // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2010. – Вип.154, Ч.1. – С. 368-373.
2. Панчук А. С. Стратегічне маркетингове управління комерційною діяльністю підприємств / А. С. Панчук; Донецький національний ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. – Донецьк, 2009. – 19с.
3. Циганкова Т.М. Оцінка розвитку маркетингової діяльності українських експортерів [Текст] / Т. М. Циганкова // Маркетинг в Україні. – 2014. – №3. – С. 40– 45.
4. Шталь Т. В. Управління процесами взаємодії підприємств у каналах збуту в умовах глобалізації [Текст] : монографія / Т. В. Шталь, Н. Л. Савицька, Ю. Б. Доброскок ; Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. -

Харків :Лідер, 2015. - 200 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 174-191. - 300 экз. - ISBN 978-966-2732-42-9

Науковий керівник: Шталь Тетяна Валеріївна, доктор економічних наук, професор, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

РОЗВИТОК СУЧАСНИХ ТЕОРІЙ В МЕНЕДЖМЕНТІ

Картамишева Олена Олександрівна

Харківський навчально-науковий інститут, ДВНЗ Університет банківської справи

Розвиток теорії менеджменту, як й інших наук, відбувався шляхом еволюції від класичних теорій до сучасних. Спочатку вчені наближалися до значення людського фактора у підвищенні ефективності організації, але з появленням кількісного підходу, головне місце належало вже не людині, а математичним моделям і розрахункам.

Головним напрямком сучасного менеджменту і його радикального удосконалення, пристосування до сучасних умов стало масове використання новітньої комп'ютерної і телекомунікаційної техніки, формування на її основі вискооефективних інформаційно-управлінських технологій [7].

На ефективність сучасного виробництва значною мірою впливає щільність потоку винаходів нових продуктів і нових технологій. В цих умовах починають по-новому діяти комерційні підприємства, державні і громадські установи та організації, змінюється їх менеджмент. Менеджмент стає все в більшій мірі інноваційним, він орієнтується на управління нововведеннями, а також на власний саморозвиток: щороку виникають і поширюються нові підходи, нові технології менеджменту, у той час як старі частково забуваються, а частково стають загальною рутинною практикою [2].

Світ рухається, технології та наука удосконалюються, зараз можна побачити, що професії, без яких раніше було не обійтись, замінені машинами та гаджетами. Побачити сучасний менеджмент можна високо

розвинутим, де на допомогу людині завжди є новітній гаджет. Технологічну основу інформатизації сучасного менеджменту створюють комп'ютери останніх поколінь і сучасні засоби зв'язку до яких відносяться: персональні комп'ютери, об'єднані в мережі; електронні друкарські машинки; копіювальні машини; комунікаційні засоби, телефонну техніку; засоби для автоматизації введення архівних документів і пошуку інформації (до них відносяться нетрадиційні носії інформації: магнітні диски і стрічки, мікрофільми, диски з оптичними записами); засоби для обміну інформацією – «електронна пошта»; відеоінформаційні системи; локальні комп'ютерні мережі; інтегровані мережі організацій. На базі цих технічних засобів формуються інформаційні технології - цілісні системи збору, переробки, передачі, використання інформації з метою управління. В основному мова йде про створення інформаційних технологій з використанням штучного інтелекту. Таким чином, у сучасних умовах винятково важливе значення має перебудова технічної і технологічної баз управління, що забезпечує процеси інформатизації. Однак не слід переоцінювати роль інформаційної управлінської техніки. Вона виконує, насамперед, функцію забезпечення ефективності менеджменту [3].

Останнім часом з появою усе більш передових технологій відповідні завдання менеджменту стають більш складними. Вони можуть викликати негативні процеси у внутрішнім житті організації, руйнувати її організаційну структуру, привести до демотивування працівників.

Тому в сучасних умовах менеджмент не може дивитися на технології тільки з погляду підвищення продуктивності й ефективності. Дуже важливо враховувати те, як нові технології можуть вплинути на клімат всередині організації [3].

В останнє десятиліття в діловому світі по-справжньому визначальними є технології управління. Без технологічного забезпечення не можуть дієво проводитися в життя ефективні рішення. Можна розглянути проблему переходу до сучасних змін у менеджменті, де увага концентрується на управлінні технологіями, з двох сторін.

З одного боку, жодне підприємство не може обійтися без сучасних інноваційних технологій, бо щоб зберегти конкурентоспроможність, швидко доносити та обробляти інформацію, кожна організація повинна використовувати досягнення науково-технічного прогресу. Але новітні

помічники (технології, гаджети, програми) не повинні ставати проблемою, вони не мають бути у центрі управління організацією. Бо менеджмент – це управління людьми, а не управління технологіями. Приклад щодо вирішення цієї проблеми можна привести такий. Не дивлячись на те, що Японія це країна з найсучаснішими технологіями, науковий прогрес не стає на заваді, а навпаки допомагає розвиватись підприємствам. Причина провідної ролі Японії в області продуктивності на виробництві одна – добре управління, де людина з його можливостями була поміщена в самий центр управлінської концепції. У японській системі управління склалася суворо ієрархічна тріада пріоритетів – людина, фінанси, технологія [4].

А з іншого боку, якими би надсучасними не ставали технології, вони ніколи не замінять людину, і усі важливі питання буду вирішувати саме вона, бо ситуації різні і люди теж різні, тому й технології та роботи ніяк не зможуть відчувати ситуацію. Властиві ринку ризик і невизначеність ситуації вимагають від менеджерів самостійності і відповідальності за прийняті рішення, сприяють пошуку оптимальних організаційних і науково-технічних рішень щодо нововведень. При вирішенні питань та проблем комп'ютерна програма не враховує психологічний та соціальний фактор, та ти речі які виміряти та визначити неможливо, тому не можна повністю замінювати людей технологіями, бо це може призвести до руйнівних наслідків, які погано вплинуть як на організацію так і на суспільство вцілому. Також нові технології, засновані на комп'ютерній техніці, вимагають радикальних змін організаційних структур менеджменту, його регламенту, кадрового потенціалу, системи документації, фіксування і передачі інформації, що зумовлює значні труднощі в менеджменті.

При переході до сучасних теорій менеджмент почав зосереджувати увагу на сучасних технологіях та їх місці у діяльності підприємств. Безперечно, з розвитком науково-технічного прогресу підприємства повинні удосконалюватись та використовувати новітні технології, але треба знайти середину, баланс між людиною і машиною, щоб досягти успіху на підприємстві. Мета інновації полягає не тільки в принциповому зростанні прибутку, а створення нової цінності, яка сприймається споживачем. Її не треба робити визначальною в організації, вона повинна бути помічником менеджера, але ніяк не замінювати його роботу[5].

Отже, можна зробити висновок, що як би світ не усучаснювався, все одно вчені придуть до того, що у центрі уваги має бути людина, і ні технології, ні електронні гаджети її ніколи не замінять, бо справжньому менеджеру від природи дані такі якості (інтуїція, особливі здібності) та відчуття, які допоможуть йому діяти різнопланово, стосовно від ситуації, а у комп'ютера немає обличчя, він не відчуває та не може сприйняти ситуацію з усіма її аспектами.

Список використаних джерел :

1. В.А. Грабауров / Информационныетехнологии для менеджеров. - М.: Финансы и статистика, 2001.
2. Навчальний матеріал для студентів: - [Електроннеджерело]: - Режим доступу : http://studme.com.ua/194405186533/menedzhment/innovatsionnyu_menedzhment.htm#14
3. Сучасний менеджмент: теорія і практика . / під. Ред. Г. В. Щекіна. – К.: МЗУУП,1994 (144с.)
4. Агафонов А.В. Японский менеджмент: управление и эффективность. – М.: ИНФРА – М, 2006. – 211 с.
5. Портал о ERP системах : - [Електронне джерело]: - Режим доступу :www.erponline.ru

Науковий керівник: Ізюмцева Наталія Володимирівна, Харківський навчально-науковий інститут ДВНЗ Університет Банківської Справи

ФУНКЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

Мороз Н.В.

студентка Сумського державного університету

Теорія організацій це насамперед система знань про закономірності розвитку організації та всіх її відношень у суспільному середовищі. Теорія організації дає змогу зрозуміти усі особливості устрою та функціонування організації як зовні так і всередині.

Функцій організаційної культури існує безліч. Усі їх можна умовно розділити на дві групи: функції внутрішньої необхідності та функції

зовнішнього середовища які покликані адаптувати організацію до зовнішнього середовища.

Функції першої групи:

Охоронна. Вона покликана захищати організацію від потоків інформації із зовнішнього середовища. Її головною задачею є обмеження невизначеності та зміна на стійкість й стабільність.

Інтегруюча функція створює відчуття індивідуальності у кожного з членів організації. Це сприяє кращому розумінню цілей та завдань організації, також кожен з її учасників отримує краще враження завдяки підсиленню своєї ідентичності.

Регулююча функція це щоденні дії які відбуваються в організації. До них можна віднести: послідовність здійснення роботи, характер робочих контактів і т.д.. Дану функцію я ще можу назвати щоденними неписаними уставленими правилами.

Адаптивна функція дає змогу полегшити процес пристосування працівника до організації, а організації до працівника.

Освітня. Вона виникає як результат приросту нових робочих кадрів до організації, а також оновлення знань умінь та навичок вже працюючого персоналу.

Функція мотивації передбачає гарний стимул до отримання виконання як найкращих результатів від поставлених цілей.

Функції другої групи:

Орієнтація на споживача характеризується бажанням встановити якомога міцніших стосунків зі споживачами. Це виявляється в урахуванні всіх уподобань, інтересів та фінансових можливостей споживача.

Регулювання партнерських відносин це вироблення правил роботи з партнерами що є доповненням до вже існуючих, на сьогоднішній день, на економічному ринку.

Пристосування економічної організації до проблем суспільства дає змогу до усунення бар'єрів та перешкод які пов'язані з ігноруванням організацією правил суспільно-соціальної гри. Вона надає змогу створити якомога комфортніші умови для організації та усуненню основних проблем-збитків.

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПП «АВ-ТЕЛ»

Ніколаєва Вікторія Василівна

старший викладач кафедри маркетингу, Криворізький економічний інститут ДВНЗ «Криворізький національний університет»

Баштова Ольга Андріївна

студентка напряму підготовки «Маркетинг», Криворізький економічний інститут ДВНЗ «Криворізький національний університет»

Одним з найважливіших аспектів діяльності підприємства, є не тільки виробити якісний товар, але й вигідно його продати. Організація збутової діяльності дає підприємству упевненість в отриманні доходу.

Термін «збут» можна розглядати як в широкому так й в вузькому розумінні. Збут у широкому сенсі – це всі операції від створення продукту на підприємстві до моменту отримання коштів за цей продукт від покупця: організація перевезення, складування, підтримка запасів, доопрацювання, просування до оптових і роздрібних торгових ланок, передпродажна підготовка, пакування й продаж. Збут у вузькому сенсі — трактується як процес особистого спілкування продавця й споживача, який потребує знань, досвіду і певного рівня торгової обізнаності та спрямований на одержання прибутку.

У наукових виданнях відомих українських науковців висвітлені теоретичні і практичні точки зору на організацію збутової діяльності підприємств. Визначено, що автори більшості з цих робіт радять будувати організаційні структури управління збутом для підприємств, спираючись на маркетингову концепцію.

Вагомий внесок до дослідження збутових процесів і структур у наш час зробила А.Г. Кальченко, яка змістовно відобразила функції збуту товарів в стратегічному (вибір стратегії охоплення ринку, розвиток розподільної мережі і налаштування системи руху товару) і тактичному вимірах (дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища компанії, прогнозування, організацію та стимулювання збутової мережі) [1].

Збутову діяльність підприємства доречно скерувати на: отримання підприємницького повсякденного прибутку, а також забезпечення гарантій його отримання в майбутньому; максимальне задоволення

платоспроможного попиту покупців; довготривалу ринкову стійкість; створення позитивного іміджу підприємства на ринку[2].

Організаційна структура управління збутом - це сукупність управлінських та виробничих підрозділів, які організують та здійснюють комплекс збутових функцій з доведення готової продукції споживачам відповідно до їх вимог[3].

Об'єктом дослідження є процес організації збутової діяльності ПП «АВ-ТЕЛ» та формування ефективної збутової політики. Основні напрямки діяльності ПП «АВ-ТЕЛ» є роздрібна та оптова реалізація мобільних терміналів та аксесуарів до них, надання послуг щодо підключення до мобільного зв'язку, реалізація передплачених послуг.

Одна з складових успіху фірми на ринку - це чітка організаційна структура і грамотний розподіл обов'язків і функцій між співробітниками. Організаційна структура ПП «АВ-ТЕЛ» відповідає справжньому положенню і існуючим цілям. У організації відсутні процедури участі персоналу в ухваленні якого-небудь управлінського рішення. Аналіз ефективності існуючої організаційної структури ПП «АВ-ТЕЛ» довів, що треба приділяти увагу здійсненню процесу перетворення збутової діяльності в невід'ємну частину єдиної маркетингової політики фірми.

ПП «АВ-ТЕЛ» було побудовано рейтинг брендів за переглядами мобільних телефонів та за переглядами цін мобільних телефонів, які пропонуються в магазинах фірми. Лідером продаж є Lenovo (40%), на другій позиції перебуває Apple iPhone (17%), на третій позиції - Samsung (14%).

Для підвищення рівня ефективності збутової діяльності магазинів ПП «АВ-ТЕЛ» пропонуються наступні рекомендації:

1. Створити оптимальний й стійкий асортимент мобільних телефонів та аксесуарів, що відповідає запитам споживачів.

2. Використовувати сучасні технології продажу й обслуговування покупців, що забезпечують належний рівень торговельного сервісу.

3. Надання в асортименті ПП «АВ-ТЕЛ» торговельних і сервісних послуг, спрямованих на задоволення запитів споживачів.

4. Керівництву ПП «АВ-ТЕЛ» необхідно постійно працювати над проблемами професійної етики й етикету обслуговуючого персоналу, що здійснює процес продажу й обслуговування покупців.

5. Працівникам ПП «АВ-ТЕЛ» більше уваги треба привертати викладенню мобільних телефонів та аксесуарів на вітринах магазинів.

Правильна організація і управління збутовою діяльністю дозволить підвищити ефективність роботи власного підприємства, в наслідок чого отримати більш високий дохід. Збутовій діяльності повинно приділятися якомога більше уваги. На кожному підприємстві має бути добре організована служба збуту, яка займатиметься шляхами просування власної продукції на ринки.

Список використаних джерел:

1. Лагоцька Н.З. Уточнення змісту та актуальні принципи збутової політики збутової політики підприємства / Н.З. Лагоцька // Бізнес інформ – 2014. - №5 - С. 302-305.
2. Митрохіна Ю.П. Стратегічний підхід до управління збутом підприємств в умовах маркетингової орієнтації / Ю.П. Митрохіна // Торгівля і ринок України. — Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. — С. 71—79.
3. Абрамович І. А. Методичні підходи оцінки ефективності збутової діяльності переробних підприємств / І. А. Абрамович // Агросвіт. - 2014. - № 4. - С. 25-28. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2014_4_6

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ніколаєва Вікторія Василівна

старший викладач кафедри маркетингу, Криворізький економічний інститут ДВНЗ «Криворізький національний університет»

Шулакова Катерина Олександрівна

студентка напряму підготовки «Маркетинг», Криворізький економічний інститут ДВНЗ «Криворізький національний університет»

Найважливішими складовими частинами фірмової планової роботи, що здійснюється на основі принципів і методів маркетингу, є стратегічне

планування і планування (складання плану) маркетингу. План маркетингу включає планування комплексу маркетингу. [1]

Проблемам методики планування комплексу маркетингу підприємства присвячено ряд праць зарубіжних і вітчизняних науковців Сакович О., Голуб К., Стеценка В., Кітченко О., Аакера Д., Батра Р., Майерса Дж., Сендіджа І., Кузьменко Т.

Маркетинг міх складається з таких елементів як: product (продукт) ; price (ціна); place (місце); promotion (просування).

Розглянемо методику планування кожного елемента комплексу маркетингу.

Планування товарів - це систематичне прийняття рішень з усіх аспектів розробки і управління продукцією підприємства, включаючи створення торгової марки, упаковки, систем збуту, сервісу і т.д.

На першій фазі визначається мета розробки нових товарів. Як правило, вони розробляються і впроваджуються відповідно до ринкових (забезпечення відповідної частки ринку, проникнення на нові ринки або сегменти, забезпечення іміджу підприємства-новатора) або внутрішніх потреб підприємства (забезпечення доходів і прибутку, завантаження виробничих потужностей або власних каналів збуту). [2]

На наступній фазі планування товарів здійснюється розробка і перевірка їхнього задуму, тобто обробленого варіанти ідеї, вираженого зрозумілими і значущими для споживача поняттями. Часто для цього використовують письмові описи товару, малюнки, макети, ескізи і т.д . При цьому головною ідеєю етапу є спроба визначити ставлення споживачів до концепції товару, можливе коло тих, хто їм користуватися і з якою метою.

Цінова політика в маркетингових програмах будується на підставі наступного загального алгоритму дій: [3]

1. Визначення мети, для якої служить ціновий механізм: максимізація прибутку, завоювання лідерства, виживаність і т.д.

2. Визначення попиту: яку кількість товарів даної фірми може бути продано за однаковими і різними цінами. Визначення максимальної ціни.

3. Оцінка витрат.

4. Аналіз цін конкурентів.

5. Вибір методики ціноутворення.

6. Встановлення остаточної ціни з урахуванням психології ціносприйняття.

7. Встановлення знижок.

Просування - будь-яка форма дій, використовуваних фірмою для інформування, переконання і нагадування людям про свої товари і послуги.

- 1) Встановіть цілі.
- 2) Визначте цільову аудиторію.
- 3) Визначте зміст повідомлення.
- 4) Розрахуйте бюджет.
- 5) Складіть програму.
- 6) Визначте як оцінювати результати.

Елементом «place» комплексу маркетингу включає в себе такий компонент, як канали розподілу. З'ясуємо методикау планування цього елемента комплексу маркетингу:

1. Визначення типу і числа каналів (традиційний канал, електронна комерція, продаж по каталогах, продаж за зразками і т. д.)

2. Вибір методу продажів (прямий, непрямий, комбінований).

3. Встановлення інтенсивності охоплення ринку (інтенсивний, селективний, концентрований, ексклюзивний).

4. Визначення типів посередників (оптовики, роздріб) і визначення їх ролі в каналах продажів. При цьому необхідно оцінити можливості опту і роздрібу.

5. Визначення рівня централізації рішень (рішення можуть бути централізованими або децентралізованими) - при розвитку регіональних продажів.

6. Вибір рівня збутової інтеграції (визначення рівня вертикальної і горизонтальної інтеграції).

7. Ухвалення рішення про необхідність конкуренції - як в каналах, так і між каналами.

Отже, щоб не зазнати розчарування, реалізувавши розроблену за всіма алгоритмами програму планування комплексу маркетингу, попередньо складіть план-графік робіт, чітко визначивши, хто, що і коли повинен зробити. Маючи на руках такий план, ви різко знизите ймовірність зіткнутися з неприємними ситуаціями та чітко зможете контролювати всі процеси.

Список використаних джерел:

1. План маркетингу в бізнес плані / О.П. Письменна // Маркетинг і реклама. - 2014. – № 2. – С. 21.
2. Алгоритм планування нових товарів / Удянська Г.М., Чернобровкіна С.В. // Вісник НТУ «ХП». Науковий журнал. - 2013. – №66. –С. 81-85.
3. Планування ціни / О.С. Пантелєєва // Маркетинг і реклама. - 2014. – №11. – С. 21-24.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сокоренко Марина Миколаївна

Сумський державний університет

Успіх будь-якого підприємства залежить від персоналу, їх знань, кваліфікації, здатності вирішувати проблеми, можливості та здатності до навчання, мотивації. Для того, щоб підприємство працювало ефективно, необхідно правильно організувати працю робітників, постійно наглядати та контролювати їх діяльність, використовуючи різні методи управління персоналом.

Майже кожному підприємству бракує гарних спеціалістів, які б мотивували персонал та зробили би все, щоб компанія набула розквіту. Менеджера, керівники є на ринку, але вони працюють чомусь в інших компаніях.

- Як залучити цих людей до себе в компанію?
- Як утримати нових, так і старих робітників?
- Як підвищити ефективність, мотивацію та отримати повну віддачу від їх роботи?

Ці три питання повинен задати собі директор по персоналу.

Багато залежить від стану заробітної платні та від обсягу і умов роботи. Безперечно, ці фактори дуже важливі, але їх недостатньо. На мою думку, головна проблема фінансової мотивації це те, що гроші, звичайно, можуть – утримати, залучити, але ж не зможуть викликати повної віддачі менеджера та зробити цілі компанії як свої власні. Факт – гроші будуть мотивувати від двох до п'яти місяців. Потім працівники вимагають

більшу заробітню платню, якщо ж її не підвищили, то частіше працівники звільняються.

Людина працює не тільки за матеріальне нагородження. Через роботу, участь у суспільній діяльності, людина реалізує свої соціальні потреби. Це не залежить від професії чи організації в якій працює. Вона прогне таким чином виразити свою унікальність, досягнутий результат в роботі, свою роль в колективі тощо.

Задача організації – це створити працюючу систему – визначити ролі, функції, відповідальність, і пояснити всім працівникам, чому це важливо для них та компанії, що буде відбуватися, як це працюватиме.

Отже, можливість росту і сильних якостей, цінностей і інтересів співробітників в роботі дає їм можливість самореалізовуватися і розвиватися. Планування, наявність планів розвитку і росту орієнтують на перспективу і досягнення всередині компанії, підтримка планів співробітника зі сторони керівника створюють підтримуючу атмосферу, довіру. Підвищення ефективності персоналу йде від внутрішньої мотивації, індивідуальні цілі персоналу вбудовані і узгоджуються зі задачами організації, що направляє енергію та творчість в потрібний компанії напрям.

Список використаних джерел:

1. Слиньков В. Н. Управление персоналом (практические рекомендации) / Слиньков В. Н. – [2-е изд.] - К. : Алерта; КНТ, 2006. - 240 с.
2. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: Навчальний посібник. Видання друге, перероблене й доповнене. – К.: «Кондор», – 2006. – 308 с.

ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ ЯК РІЗНОВИД МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Тарасенко Наталія Іванівна

викладач, Одеський національний економічний університет

Процес інтенсивного розвитку мережі Інтернет призвів до широкого запровадження глобальної мережі як ефективного інструменту маркетингових комунікацій в діяльності підприємств.

Примак Т.О. дає таке тлумачення, з котрим ми погоджаємося: маркетингові комунікації — це інформаційно-психологічні зв'язки між ринковими об'єктами, які встановлюють для забезпечення взаємовигідних відносин та досягнення маркетингових цілей комунікатора у процесі створення та розподілення певних цінностей [3, с. 71].

Актуальність інтернет-комунікацій в маркетингу обумовлена потребою засвоєння особливостей застосування сучасних мережевих технологій під час реалізації маркетингових підходів до просування товарів і послуг, пошуку корисної інформації, потенційних клієнтів і ділових партнерів, розширення ринків збуту, забезпечення результативності рекламним кампаніям, для організації ефективної системи зворотного зв'язку із покупцями та споживачами.

Особливості просування товарів в інтернет-середовищі обумовлюють необхідність реструктуризації традиційної класифікації комплексу комунікацій. Аналіз сучасних наукових досліджень та практики ведення бізнесу дає можливість стверджувати, що на сьогоднішній день комплекс інтернет-комунікацій складається з семи елементів: реклама, PR, стимулювання збуту, пошукова оптимізація, віртуальні спільноти, інтерактивний продаж та директ-маркетинг [2, с. 143].

Головна відмінність бізнесу в мережі Інтернет від традиційного бізнесу полягає в тому, що основна частина операцій відбувається в цифровій формі, що змінює традиційний процес покупки: хоча основні її етапи залишаються колишніми, реалізуються вони іншими засобами. При використанні засобів електронного бізнесу етапи пошуку інформації, оцінки варіантів і реакції на покупку здійснюються за допомогою інтернет-інструментів (рис. 1) [1, с. 7].

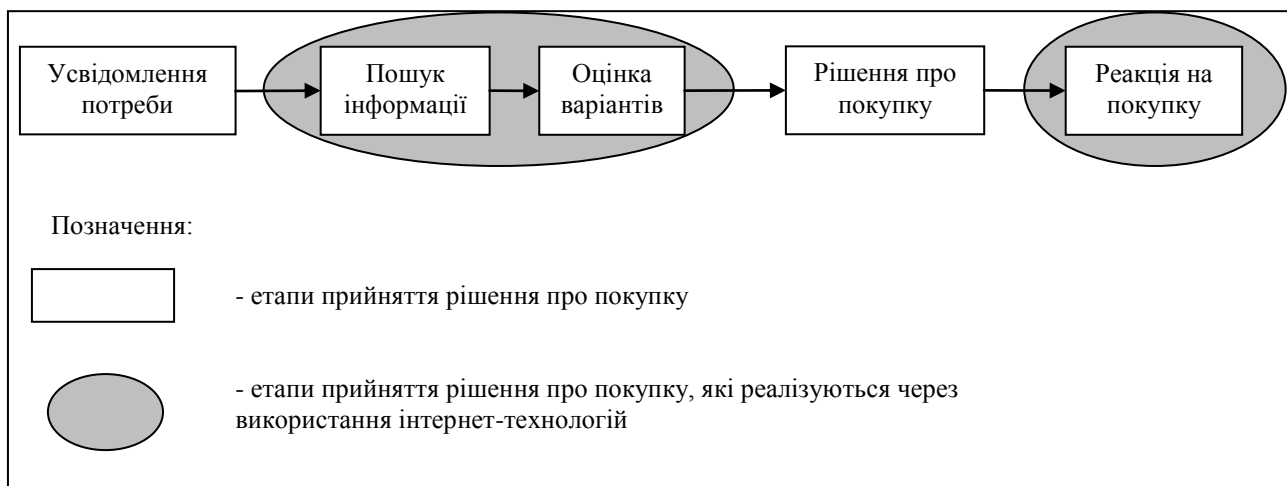


Рис. 1. Процес прийняття споживачем рішення про покупку товару та його етапи, що реалізуються за допомогою інтернет-інструментів

Необхідність присутності практично будь-якої компанії в Інтернеті в тій чи іншій формі обумовлюється сучасними тенденціями. Інтернет є перспективним інформаційним середовищем, що дає широкі можливості миттєвого і віддаленого комуніціювання з самими різними представниками цільових аудиторій. Вдале поєднання традиційного комплексу маркетингових комунікацій з Інтернет-комунікаціями – запорука довгострокових та конкурентних переваг маркетингової діяльності будь-якого підприємства.

Список використаних джерел:

1. Бойчук І. В., Музика О. М. Інтернет в маркетингу: Підручник. — К. Центр учбової літератури, 2010. — 512 с.
2. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с.
3. Окландер М.А., Литовченко І.Л., Ботушан М.І. Маркетингові комунікації промислових підприємств в умовах інформаційної економіки: Монографія. – К.: – Знання. – 2011. – 362 с.

МОТИВАЦІЯ І МЕХАНІЗМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ

Шатравенко Карина Юріївна

Сумський державний університет

Людські можливості є найважливішим чинником конкурентоздатності і успішності абиякого підприємництва. Вчинки людей, їх настрої є проблемою аналізу діяльності людей в суспільстві.

Мотивація – насамперед процес стимулювання робітників до залучення якісної роботи та гарного ефекту для досягнення поставлених цілей. Потребам та інтересам робітників, безпосередньо, має відповідати стимулювання. Було визначено 2 типи мотивації:

- 1) зовнішня мотивація
- 2) внутрішня мотивація

Внутрішня мотивація - це стан людини, який точно характеризує емоції, що викликані відношенням до колективу, своєї роботи та до оточуючих.

Зовнішня мотивація - гарні для людини підсумки діяльності, тобто винагорода чи успіх, які стимулюють її до ефективної роботи.

Довіра, увага, оцінка своєї роботи, можливість себе проявити в своїй галузі - це спонукання людини працювати лише краще.

У наш час актуальною темою є проблеми стимулювання робітників підприємств, тому що розв'язок завдань, що є перед суспільством, можливе тільки за умови створення такої основи, що здатна спонукати персонал до ефективної діяльності.

Мотивацією для працівників організацій є нематеріальні й матеріальні методи. Матеріальний метод визначає впровадження ефективних форм та систем заробітної плати, грошових виплат за досягнуті цілі. Нематеріальний метод передбачає надавати різноманітні подарунки, деякі знижки та інше.

Деякі дослідження підкреслили, що на робітників найбільший вплив мають: найкращі умови праці, кар'єра, заробітна плата та моральна підтримка.

Отже, на сьогодні є багато форм та видів стимулювання. Директори фірм мають вибирати системи заохочення, що будуть спонукати співробітників до ефективної праці. Потрібно розібратися з індивідуальними потребами багатоманітних груп у компаніях та обрати ту систему, що підходить найбільше.

**ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОЇ
ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

Калітенко Дарина Олександрівна
юрист ПП «СІМОЛ»

Державне регулювання бухгалтерського обліку та фінансової звітності в Україні здійснюється з метою створення єдиних правил розкриття інформації з одночасним удосконаленням бухгалтерського обліку та розвитком фінансової звітності. Нормативно-правові вимоги та правила обов'язкові для всіх підприємств та гарантують, і захищають інтереси користувачів. Водночас важливо зазначити, що регулювання бухгалтерського обліку забезпечить зважене використання міжнародних стандартів з урахуванням економічно-правового середовища та стану ринкових відносин в Україні. Відтак метою регулювання бухгалтерського обліку є встановлення необхідних норм, методик, положень і рекомендацій, що забезпечують підготовку повної, правдивої та неупередженої обліково-економічної інформації для зацікавлених користувачів: інвесторів, працівників підприємств, кредиторів, контрагентів, держави і громадськості.

Процес глобалізації світової економіки, посилення захисту прав інвесторів та забезпечення прозорості функціонування міжнародних ринків капіталу зумовили необхідність адаптації законодавства України та регулювання бухгалтерського обліку до законодавства Європейського Союзу, що обумовлено Законом України "Про загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу" [1].

З урахуванням узятих державою зобов'язань щодо гармонізації вітчизняного законодавства із законодавством Європейського Союзу, а також вимог до фінансової звітності суб'єктів господарювання, що виходять на міжнародні ринки капіталу, з метою підвищення прозорості фінансової звітності вітчизняних суб'єктів господарювання, забезпечення її зіставлення зі звітами іноземних компаній, сприяння залученню

іноземних інвестицій виникає необхідність створення організаційно-правових умов застосування суб'єктами господарювання міжнародних стандартів для складення фінансової звітності.

Найбільш оптимальною моделлю розвитку бухгалтерського обліку в Україні, як і в інших країнах, де відбувається становлення ринкових відносин, є трансформація його методології відповідно до міжнародних стандартів [2].

Система міжнародних стандартів фінансової звітності створена з метою уніфікації принципів і методик бухгалтерського обліку, які використовуються підприємствами різних країн при формуванні інформації у фінансовій звітності.

Крім того, національна система бухгалтерського обліку дозволяє розв'язувати визначені тактичні і стратегічні завдання розвитку економіки країни через прийняття відповідних законодавчих актів, що регулюють облікову систему. Це пояснюється особливостями бухгалтерського обліку як інформаційної системи, що відображає господарську діяльність, та не тотожна останній як за природою, так і за змістом. Для формування в бухгалтерському обліку достовірної інформації необхідне його чітке правове регулювання.

Реформування системи бухгалтерського обліку є складовою частиною заходів, орієнтованих на впровадження економічних відносин ринкового спрямування. З метою приведення національної системи бухгалтерського обліку у відповідність з вимогами міжнародних стандартів бухгалтерського обліку Кабінетом Міністрів України розроблено і затверджено напрямки реформування бухгалтерського обліку та розвитку фінансової звітності, зокрема: 1) законодавче закріплення принципів ведення бухгалтерського обліку; 2) формування нормативної бази - положень (стандартів) бухгалтерського обліку; 3) методичне забезпечення (інструкції, методичні вказівки, коментарі); 4) кадрове забезпечення (підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації спеціалістів бухгалтерського обліку); 5) міжнародне співробітництво (вступ і активна робота в міжнародних спеціалізованих професійних організаціях) [3]. Водночас, як вказано в науковій праці Н.О. Красномоветць: «наближення національних і міжнародних положень з бухгалтерського обліку та фінансової звітності в Україні відбувається несистемно» [4, с.106].

Заходи щодо реформування бухгалтерського обліку повинні здійснюватися через виконання всіма суб'єктами господарювання вимог нормативних актів, які формують систему бухгалтерського законодавства та встановлюють державне регулювання єдиних методологічних основ бухгалтерського обліку та складаються з декількох рівнів (схема 1).

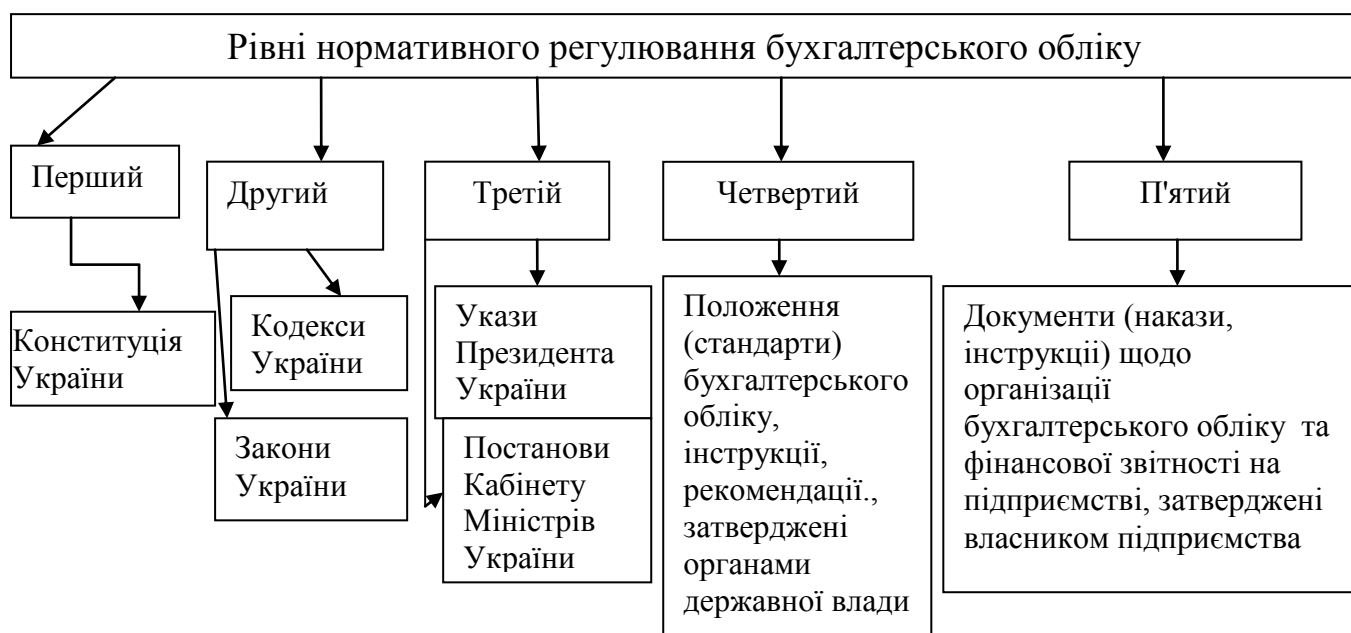


Схема 1. Рівні нормативного регулювання бухгалтерського обліку

У цьому зв'язку особливого значення набувають вивчення досвіду, аналіз та оцінювання, попередніх теорій у контексті їх виникнення, становлення та розвитку. Необхідно дослідити формування нормативно-правових актів і розвиток основних подій щодо реформування бухгалтерського обліку з метою виявлення внутрішніх та зовнішніх зв'язків, закономірностей та суперечностей. Аналізуючи здійснені заходи щодо розвитку системи бухгалтерського обліку необхідно зазначити, що в сучасних умовах чітке правове регулювання має бути покладене в основу реформування фінансової звітності у відповідність вимогам міжнародних стандартів. Діяльність по законодавчому і нормативно-правовому забезпеченню бухгалтерського обліку направлена на створення оптимальних умов для подальшого розвитку бухгалтерського обліку і фінансової звітності в Україні, але потребує постійного вдосконалення.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про Концепцію Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, N 3 [Електронний ресурс]: - Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/228-iv>.
2. Єфименко Т. І. Проблеми та завдання реформування бухгалтерського обліку в Україні [Електронний ресурс] / Т. І. Єфименко // Доповідь на Міжнародній науково-практичній конференції "Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та фінансової звітності: досвід та перспективи впровадження в країнах перехідної економіки" : - Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>.
3. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Програми реформування системи бухгалтерського обліку із застосуванням міжнародних стандартів» від 28.10.1998 [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>.
4. Красномоветць Н.О. Приведення національної системи обліку і фінансової звітності до міжнародних стандартів [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/17442/1/54-Krasnomovets-105-107.pdf>. С. 105-107.

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ДОХОДІВ ТА РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ЗА СЕГМЕНТАМИ БІЗНЕСУ

Канак Ігор Йосипович

аспірант кафедри бухгалтерського обліку Львівського торговельно-економічного університету

Музика Олександр Васильович

аспірант кафедри бухгалтерського обліку Львівського торговельно-економічного університету

В сучасних умовах господарювання провідне місце в інформаційному забезпеченні процесу прийняття управлінських рішень належить бухгалтерському обліку, який зобов'язаний забезпечити менеджмент всіх рівнів управління, якісною і своєчасною інформацією

про доходи та результати діяльності підприємств з метою прийняття ефективних оперативних і стратегічних управлінських рішень.

Важливим чинником який забезпечить високий кінцевий результат діяльності суб'єкта господарювання є звітність за сегментами діяльності, яка дозволить проаналізувати фактичний стан діяльності конкретних сегментів, виявити сильні та слабкі сторони діяльності.

Тому від правильної сегментації результатів діяльності та глибини аналітики залежить кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства, його фінансовий стан та перспективи подальшого розвитку. Зазначені обставини обґрунтовують актуальність та перспективність обраного напрямку дослідження.

Метою дослідження є визначення основних напрямків сегментації доходів і результатів діяльності та їх відображення у зовнішній та внутрішній звітності.

Доходи та результати діяльності є ключовими в економічній теорії. Про це свідчать численні наукові праці присвячені зазначеним категоріям та їх сегментації. Слід зазначити що більшість досліджень присвячені сегментації бізнесу у відповідності до П(С)БО 29 „Фінансова звітність за сегментами”[2] та МСФЗ 8 „Операційні сегменти” [1] та формуванні зовнішньої звітності за сегментами бізнесу.

У відповідності до П(С)БО 29 „Фінансова звітність за сегментами” для формування зовнішньої звітності виділяється господарський та географічний сегмент [2]. Слід зазначити, що у відповідності до п.2 норми зазначеного положення застосовуються для підприємств зобов'язаних оприлюднювати річну фінансову звітність, підприємств монополістів, або підприємств на продукцію яких прийнято рішення про державне регулювання.

У відповідності до п. 20 „Розкриття інформації” МСФЗ 8 суб'єктові господарювання слід розкривати інформацію, щоби надати можливість користувачеві його фінансової звітності оцінити характер і фінансовий вплив видів економічної діяльності, якими він займається, та економічні умови, за яких він здійснює свою діяльність[1].

На нашу думку звітність за сегментами сформована у відповідності до П(С)БО 29 та МСФЗ 8 може використовуватись як зовнішніми користувачами, так і менеджментом підприємства для прийняття управлінських рішень, однак зазначеної інформації буде недостатньо для

ефективного управління підприємством, виявлення сильних і слабких сторін у діяльності підприємства, ліквідації (припинення діяльності) збиткових сегментів.

У внутрішній звітності, для підприємств роздрібною торгівлі нами окрім галузевого (за видами економічної діяльності) та географічного (територіального) сегментів запропонована більш глибока аналітика для доходів, маржі (націнки) та результатів діяльності з виділенням сегментів нижчого рівня, а саме: структурний підрозділ, група та підгрупа товарів (продукції), номенклатурна одиниця. Аналіз доходів та маржі для підприємств роздрібною та гуртовою торгівлі можна поглиблювати на підставі звітності про продажі товару у розрізі постачальників. Для підприємств гуртовою торгівлі та виробничих підприємств у розрізі менеджерів із збуту та окремих покупців.

Список використаних джерел:

1. МСФЗ 8 „Операційні сегменти”: від 01.01.2012 р.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_k53.
2. П(С)БО 29 „Фінансова звітність за сегментами”: наказ МФУ від 19.05.2005р. № 412: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_k53.

ОБЛІК ВИТРАТ ТА КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Канак Йосип Васильович

кандидат економічних наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку Львівського торговельно-економічного університету

Канак Ігор Йосипович

аспірант кафедри бухгалтерського обліку Львівського торговельно-економічного університету

Музика Олександр Васильович

аспірант кафедри бухгалтерського обліку Львівського торговельно-економічного університету

В умовах ринкових відносин перед більшістю господарюючих суб'єктів стоїть завдання вишукування шляхів зниження собівартості

продукції. Це основа для зниження продажної вартості продукції, підвищення її конкурентоздатності, збільшення обсягів продажу і як наслідок збільшення прибутку та покращення фінансового стану підприємства. Зазначені обставини вимагають створення передумов для впровадження у практичну діяльність підприємств ефективних механізмів контролю і управління витратами. Особливо важливе місце серед них належить методам обліку витрат на виробництво і способам калькулювання собівартості продукції.

Результати господарської діяльності в фінансовому та управлінському обліку напряду залежать від собівартості продукції, яка за окремими звітними періодами залежить від застосовуваних методів обліку витрат на виробництво і способів калькулювання собівартості продукції. Зазначені обставини підкреслюють актуальність та перспективність теми дослідження.

Облік витрат на виробництво і калькулювання собівартості продукції представляють собою єдиний, взаємопов'язаний і нерозривний процес дослідження витрат пов'язаний з обсягами виробництва та реалізації. Звідси більшість дослідників обліку витрат обов'язково розглядають методи обліку витрат на виробництво у нерозривному зв'язку із способами калькулювання собівартості продукції.

Значення виробничого обліку в системі управління в сучасних умовах господарювання зростає і вимагає постійного його удосконалення. Як свідчить досвід країн з розвинутою ринковою економікою центральне місце в системі обліку виробничих підприємств належить обліку витрат і калькулюванню собівартості продукції. Зазначена ділянка обліку є дуже значимою, так як дозволяє порівнювати витрати та доходи і вибирати оптимальні цінову стратегію підприємства, яка забезпечить максимальний фінансовий результат.

Більшість науковців погоджуються з думкою, що облік витрат і калькулювання собівартості продукції необхідно розглядати окремо, тому що: 1) облік фактичних витрат може бути, а калькуляції може і не бути; 2) облік фактичних витрат може і не бути, а калькулювання може бути, наприклад розрахунок собівартості запланованої до виробництва продукції. Зазначене свідчить що обидва поняття автономні і можуть знаходити практичну реалізацію незалежно один від одного [1, с. 519].

Головне питання, яке стоїть перед дослідниками та практиками, це вибір оптимального методу обліку витрат і способу калькулювання собівартості продукції. В Україні найбільш поширеним був облік повної собівартості продукції, який в умовах непрогнозованого ринку поступова почав змінюватись на методи обліку неповної собівартості. Із вище зазначеного слідує, що актуальною науково – практичною проблемою на сьогодні є розробка підходів до обліку витрат і способів калькулювання для окремих галузей промисловості.

У вітчизняній науковій літературі проблемами обліку витрат і калькулюванням собівартості продукції розглядалися багатьма відомими вченими: Белобородовим В.А., Бутинцем Ф.Ф., Валусевим Б.І, Головим С.Ф., Ефімцевим П.П., Кірейцевим Г.Г., Кузьмінським А.Н., Палієм В.Ф., Пушкарем М.С., Соколовим В.Я., Сопком В.В., Чумаченком М.Г. і іншими.

Вони заклали методологічну основу бухгалтерського обліку витрат і калькулювання собівартості продукції, на якій ґрунтується процес підготовки інформації для оперативного і стратегічного управління виробничими підприємствами.

На нашу думку при виборі методів обліку витрат і способів калькулювання собівартості продукції слід враховувати технологічні особливості виробництв, з метою вибору оптимальних підходів для їх застосування на окремо взятих підприємствах.

Дослідження витрат на виробництво необхідно починати з дослідження сутності категорії витрат та їх класифікації. У відповідності до Н(П)СБО 1 “Загальні вимоги до фінансової звітності” витрати - зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов’язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками)[2].

В п.5 П(С)БО 16 “Витрати” приведено головний принцип визнання витрат, які відображаються в бухгалтерському обліку одночасно зі зменшенням активів або збільшенням зобов’язань, в п.6. зазначеного положення уточнено, що ці витрати признаються, якщо вони можуть бути достовірно оцінені [3].

Формула формування виробничої собівартості продукції, яка включає прямі витрати і частину непрямих (загальновиробничих) витрат,

в 5 П(С)БО 16 “Витрати” приведено однозначно – альтернативних варіантів не пропонується.

На нашу думку П(С)БО 16 “Витрати”[3], Податковий кодекс України [4] не відповідають сучасним вимогам ринку і запитам системи управління, вони мали б передбачувати можливість застосування альтернативних варіантів обліку витрат на виробництво, наприклад:

- облік за змінними витратами (необхідно відмітити, що в попередній редакції Податкового кодексу України від був передбачений), постійні загальновиробничі витрати обліковувати як витрати періоду;

- облік за стандартними (нормативними) витратами, з правом віднесення відхилень на витрати періоду.

Вибір методу обліку витрат і способу калькулювання собівартості продукції підприємством мав би вибиратися самостійно і закріплюватися в його обліковій політиці.

Метод обліку витрат – це сукупність прийомів і способів узагальнення витрат на виробництво продукції. До основних методів обліку витрат на виробництво більшість дослідників відносять: облік витрат за переділами, замовленнями та процесами, витрати можна обліковувати фактичні або нормативні, а відхилення відносити на окремі рахунки обліку.

У зарубіжній практиці позитивно зарекомендували себе стандарт – костинг; директ - костинг; система “Justintime”; ABC – костинг; ФСА; “Target” - костинг; “ Kaisen” – кастинг.

Калькулювання – це сукупність прийомів і способів обчислення собівартості готової продукції (послуг).

Процес калькулювання складається з трьох етапів: визначення собівартості всього обсягу продукції; визначення собівартості окремого виду продукції; визначення собівартості одиниці продукції.

На основі аналізу наукових літературних джерел можна виділити наступні способи калькулювання собівартості продукції: простий; пропорційний, коефіцієнтний, або комбінований. Застосування яких, на конкретних виробництвах, в першу чергу залежить від технологічних та організаційних особливостей.

Вибір способу обчислення собівартості продукції має визначатись підприємством самостійно і закріплюватися в обліковій політиці.

Список використаних джерел:

1. Соколов Я.В. Бухгалтерский учет: от истоков до наших дней [Текст]: учебное пособие для вузов / Я.В. Соколов – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1996. – 638 с.
2. НП(С)БО 1 “Загальні вимоги до фінансової звітності”: затверджене Наказом МФУ від 07.02.2013 р. № 73. (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
3. П(С)БО 16 “Витрати”: Затверджене Наказом МФУ від 31.12.1999 р. № 318. (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>.
4. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : Верховна Рада України від 02.12.2010 № 2755-VI. (із змінами та доповненнями). – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Більовська Ганна Сергіївна

аспірант, Хмельницький національний університет

Мазарчук Андрій Юрійович

кандидат економічних наук, Хмельницький національний університет

В умовах лібералізації ринкового середовища, насичення ринку широким асортиментом товарів і послуг, жорсткої конкуренції для вітчизняних підприємств дедалі більш актуальною постає проблема оптимізації своєї діяльності. Адже лише злагоджений механізм може успішно і довготривало функціонувати у такому агресивному середовищі. При цьому лєвова частка ефективності діяльності підприємства припадає саме на його лєгістику – рух потоків матеріалів та інформації у процесі функціонування підприємства.

Роль і місце лєгістики в управлінні бізнесом розглянуто в працях Дж. Джонсона, Д.Ф. Вуда, Д. Л. Вордлоу, П.Р. Мерфі, Д. Ретліфа, У. Налті, К.Ю. Ковальова, С.А. Уварова, П.Є. Щєглова, Д.А. Іванова, Є. В. Крикавського, Н.І. Чухрай, М.В. Румянцєвої та ін. Однак особливості та перспективи лєгістичного менеджменту в умовах трансформаційної економіки України потребують подальших ретельних досліджень.

Метою роботи є ґрунтовний аналіз особливостей управління лєгістикою у вітчизняних ринкових умовах, перспектив такого управління для економічних суб'єктів України.

Згідно із визначенням Ради професіоналів з управління ланцюгами поставок (CSCMP), міжнародної неприбуткової організації бізнес-персоналу, управління лєгістикою – це частина діяльності, яка планує, впроваджує і контролює продуктивні та ефективні прямий і зворотний потоки та зберігання товарів, послуг та пов'язаної з ними інформації між точкою походження та точкою споживання для задоволення потреб споживачів [1].

Оскільки управління логістикою включає планування, впровадження та контроль логістичної мережі, воно охоплює багато видів діяльності фірми: від стратегічного рівня через тактичний до операційного рівня.

Також виділяють управління ланцюгами поставок – діяльність, що охоплює планування і управління всіма видами діяльності, що стосуються пошуку та закупівлі, перетворення, а також усі види діяльності з управління логістикою [1].

Тож управління ланцюгами поставок включає нарівні із управлінням логістикою координацію та співробітництво із діловими партнерами такими як постачальники, постачальники сторонніх послуг та клієнти.

Управління логістикою балансує між двома основними цілями: якістю обслуговування та низькими витратами. При цьому передбачається досягнення наступних завдань: досягнення максимального рівня обслуговування клієнтів, забезпечення високої якості продукції, досягнення мінімально можливого рівня витрат та забезпечення гнучкості в умовах постійних ринкових змін [2, с. 4].

Згідно із висновками 15-ої Всеукраїнської практичної конференції «Прорив в логістиці: досягнення максимальної гнучкості, швидкості, надійності в ланцюгу поставок і скорочення витрат» організованої B2B Медіа-Групою TradeMasterGroup 27 травня 2016 року, для сучасної вітчизняної логістики характерні наступні тенденції [3]:

1) Підприємства все активніше впроваджують принципи Lean (безвідходної) логістики, скорочуючи вартість та підвищуючи рівень обслуговування клієнтів шляхом ліквідації процесів, які не додають цінності продукту. При цьому Lean-технології стають частиною менеджменту керівництва підприємства, його філософією управління.

2) На ринку все більшим попитом користується послуга передачі виробничими та торговельними компаніями бізнес-процесів на аутсорсинг з метою зниження власних логістичних витрат.

3) Автоматизація стає невід’ємною частиною логістики, дозволяючи логістичним компаніям оптимізувати бізнес-процеси і підвищувати тим самим свою конкурентоспроможність.

4) Досвід зарубіжних компаній показує, що все більшого значення набуває управління ланцюгами поставок (так звані «інтегровані ланцюги поставок»), завдяки яким компанія може підвищити ефективність бізнесу на 20-30% (на прикладі досвіду компанії TESCO KIPА).

5) Логістичні компанії все більш активно шукають і застосовують нові прийоми і способи оптимізації бізнесу, впроваджуючи самі сучасні розробки.

Із широким розповсюдженням електронної комерції, входження підприємств на ринок електронної торгівлі та розширення обсягів продажів проблема управління логістикою таких підприємств постає ще більш гостріше.

За даними інформаційного агентства All Retail, розвиток логістичного бізнесу в Україні стримує відсутність складів. Більшість складів в Україні побудовані ще в радянські часи або перепрофільовані під склади виробничі приміщення підприємств. Лише 10% складів в Україні відповідають вимогам класу «А» або «В», 50% – склади класу «Д», 30% – класу «С», інші – зовсім не класифіковані. В середньому по Україні на 1000 осіб приходиться менше 15 кв.м складських площ, що в 15-17 разів менше, ніж у Західній Європі [4].

Розвиток логістики в Україні стримують також відсутність належного державного підходу до проблем логістики, що виявляється як у відсутності відповідної бази, так і у відсутності спеціалістів та центрів їх підготовки; загальна економічна криза, незавершеність вирішення питання власності, скорочення обсягів виробництва, інфляція, що гальмують інновації; відсутність комплексного обліку витрат, при якому їх зростання у транспортно-складському господарстві перебивається ефективністю, досягнутою за межами цієї галузі; конфлікт з інтересами власників підприємств, оскільки логістичний підхід передбачає проведення кардинальних змін у структурі підприємства, перехід до більш гнучких організаційних структур, створення спеціалізованих цехів та служб транспортно-складського господарства; розвиток ідей логістики гальмується недоліками у професійній підготовці кадрів [5, с. 128].

Серед перспектив розвитку логістики в Україні виділяють інтеграцію організацій України у світову логістичну мережу головним чином шляхом впровадження новітніх технологій та обладнання, застосування широкого спектру сучасних економічних інструментів у процесі управління логістикою, розвиток інтегрованої логістики, що дозволяє об'єднати зусилля керуючого персоналу промислової фірми, її структурних підрозділів та логістичних партнерів у наскрізному управлінні матеріальними та супутніми потоками у повному логістичному

ланцюгу «закупівля - розподіл - продаж». Використовуючи функціональні логістичні можливості, підприємці зможуть досягнути багатьох переваг: зниження витрат виробництва, ефективного управління запасами, якісного обслуговування клієнтів, гнучкого реагування на потреби ринку [6].

Логістична діяльність відкриває безліч можливостей для раціоналізації витрат у різних ланках ланцюга. Широка сфера логістичних процесів, надаючи безпосередній вплив на максимізацію доходів від спільної діяльності підприємств, також може знижувати витрати на неї. Ці два головних напрямки, які впливають на досягнення і утримання переваг у конкурентній боротьбі, відбиваються на фінансовому результаті і на зміцненні ринкових позицій. Ці цілі досягаються логістичною діяльністю і шляхом прямого зниження витрат. Логістика впливає не тільки на формування операційного прибутку, а й на продуктивність ресурсів за рахунок прискорення їх оборотності [7].

Таким чином, управління логістикою, бурхливо розвиваючись, все ще стикається на вітчизняних підприємствах з безліччю труднощів, ліквідація або зниження впливу яких дозволить підприємствам вийти на новий рівень ефективності господарювання, зміцнити свої конкурентні позиції на ринку, оптимізувати витрати, вивільнити кошти для інвестування і розвиток та інновації.

Список використаних джерел:

1. CSCMP Supply Chain Management Definitions and Glossary/ Council of Supply Chain Management Professionals [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cscmp.org/supply-chain-management-definitions>
2. Logistics – Basic Concepts & Characteristics / ADAM projects and products portal for Leonardo da Vinci [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.adam-europe.eu/prj/7095/prj/CourieL_WP2_Chapter2_final.pdf
3. Прорыв в логистике: достижение максимальной гибкости, скорости, надежности в цепочке поставок и сокращение издержек/ Информационное агентство All Retail [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://allretail.ua/news/45442>
4. Развитие логистического бизнеса в Украине тормозит отсутствие складов/ Информационное агентство All Retail [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://allretail.ua/news/45517/>

5. Кальченко А. Г. Логістика: Підручник / А. Г. Кальченко - К.: КНЕУ, 2003. - 284 с.
6. Довженко О.О. Перспективи розвитку логістики на українських підприємствах [Електронний ресурс]/ О.О. Довженко, О.С. Мельничук // Економіка. Управління. Інновації. – 2011. – № 2(6). – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/e-journals/eui/2011_2/11doonyp.pdf
7. Нечай О.О. Актуальність впровадження логістичних систем у виробничо-господарську діяльність підприємств [Електронний ресурс] / О.О. Нечай // Ефективна економіка. – 2014. – №3. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2841>

СУТНІСТЬ ТА НЕОБХІДНІСТЬ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Дідич Владіслава Ярославівна

здобувач ОР Магістр спеціальності “Облік і аудит”

Чік Марія Юрївна

кандидат економічних наук, доцент, Львівський торговельно-економічний університет

У ринкових умовах господарювання особливої важливості набуває необхідність аналізу фінансового стану підприємства, що дозволяє більш точно оцінити фінансовий стан підприємства і значно знизити невизначеність ситуації за допомогою сучасних методів дослідження. В зв'язку з цим істотно зростає пріоритетність і роль фінансового аналізу, основним змістом якого є комплексне системне вивчення фінансового стану підприємства і факторів його формування, з метою оцінювання ступеня фінансових ризиків і прогнозування рівня прибутковості капіталу.

Метою проведеного дослідження є вивчення сутності, завдань і необхідності аналізу фінансового стану підприємства, а також дослідження існуючих методів, принципів та методик його проведення.

Дослідженням практичних аспектів аналізу фінансового стану підприємства займалися такі науковці, як: П. А. Знахуренко, О. В.

Кондратюк, М. В. Корягін, О. С. Ключник, П. О. Куцик, Н. Г. Мтеленко, О. Г. Піскунов, О. Л. Хотомлянський та інші.

Запорукою стабільної і рентабельної діяльності суб'єкта господарювання, що забезпечує сталий розвиток і стійке становище в сучасних умовах, є належно організована система і якісне проведення аналізу фінансового стану підприємства.

Аналіз фінансового стану – комплекс дій щодо вивчення й аналізу результатів фінансово-господарської діяльності підприємств, з метою визначення ступеня ефективності використання основних засобів і оборотних коштів для реалізації програм (статутних завдань), виявлення можливих недоліків, порушень, невикористаних резервів підвищення результативності діяльності.

Основними завданнями аналізу фінансового стану є: дослідження рентабельності та фінансової стійкості підприємства, дослідження ефективності використання майна (капіталу) підприємства, забезпечення підприємства власними оборотними коштами, об'єктивна оцінка динаміки та стану ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства, оцінка становища суб'єкта господарювання на фінансовому ринку та кількісна оцінка його конкурентоспроможності, аналіз ділової активності підприємства та його становища на ринку цінних паперів, визначення ефективності використання фінансових ресурсів.

Розрізняють два види аналізу фінансового стану: зовнішній і внутрішній. Різниця у змісті зовнішнього і внутрішнього аналізу пов'язана з різницею інформаційного забезпечення і завдань, що їх вирішують обидва ці види аналізу.

Фінансовий аналіз здійснюється за допомогою різних моделей, які дають змогу структурувати та ідентифікувати взаємозв'язки між основними показниками. Існують три основні типи моделей, які застосовуються в процесі аналізу фінансового стану підприємства: дескриптивні, предикативні та нормативні.

Фінансовий аналіз передбачає дослідження важливих аспектів грошового обороту та прийняття заходів із закріплення фінансово-економічного стану господарюючого суб'єкта. Стабільний фінансовий стан підприємства означає своєчасне виконання зобов'язань перед його персоналом, партнерами та державою, що припускає фінансову стійкість,

нормалізацію плато- і кредитоспроможності та рентабельності активів, власного капіталу й продажів..

Фінансовий аналіз допомагає приймати управлінські рішення, які направлені на зміцнення фінансово-економічного стану підприємства в інтересах власників

Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів.

Аналіз фінансового стану підприємства дає якісну та кількісну інформацію про його діяльність, яка необхідна для багатьох суб'єктів ринку.

Список використаних джерел:

1. Ключник О. С. Вдосконалення комплексної оцінки фінансового стану підприємства / О. С. Ключник, О. В. Кондратюк // Науковий вісник Рівненського інституту ВНЗ "Відкритий міжнародний університет розвитку людини "Україна" - 2010. - № 1. - С. 120-127
2. Литвин Б. М., Стельмах М. В. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. - К.: "Хай-Тек Прес", 2008. - 336 с
3. Піскунов О. Г. Еволюція підходів до комплексної оцінки фінансового стану підприємства / О. Г. Піскунов, Н. Г. Мтеленко, Т. П. Лободзинська // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут" - 2009. - № 6. - С. 80-88

АНАЛІЗ БЮДЖЕТНОГО ДЕФІЦИТУ І ДЕРЖАВНОГО БОРГУ ПОЛЬЩІ

Бусленко Віктор Валерійович

студент 4 курсу, фінансово-економічного факультету ДВНЗ «Київський економічний університет імені Вадима Гетьмана»

АНОТАЦІЯ. У роботі досліджено динаміку дефіциту державного бюджету Польщі, динаміку ВВП Польщі та державного боргу Польщі за 2007-2015 роки. Визначено ключові фактори, які мали вплив на зміну розміру дефіциту та державного боргу Польщі, особливу увагу приділено розміру дефіциту державного бюджету Польщі після вступу до ЄС.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: абсолютний дефіцит державного бюджету, відносний дефіцит державного бюджету, профіцитний та дефіцитний бюджет, валовий внутрішній продукт, державний борг, ОВДП та ОЗДП, Маастрихтські критерії, Європейський Союз.

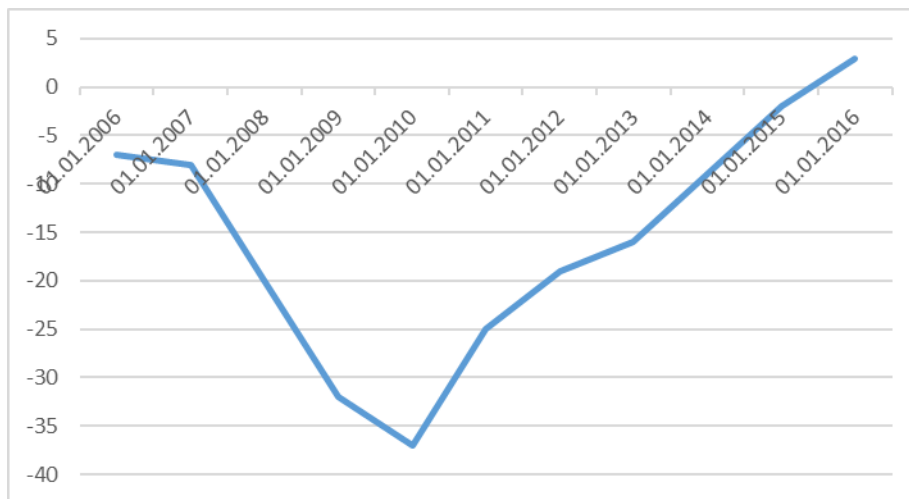
Вступ: Станом на сьогодні Польща здійснила колосальний економічний прорив, від бідної, інвестиційно не привабливої країни до однієї з найбільш економічно розвинених країн Європейського Союзу. Цей «економічний прорив» Польщі одні науковці називають «польським дивом», інші – прикладом для інших Східноєвропейських держав, що прагнуть вступити до Європейського Союзу, або вже вступили (Латвія, Литва, Естонія і т.д.). Наша держава, також прагне вступити до Європейського Союзу, тому має слідувати Польщі, яка провела досить ефективні та соціально справедливі реформи. Проте, так склалось історично, що на сьогодні у світі не існує країни, яка немає бюджетного дефіциту! Дефіцит державного бюджету є досить поширеним явищем у державних фінансах багатьох країн. Він є наслідком дії багатьох факторів, які в кінцевому підсумку підсумовуються в обсягах постійних доходів та видатків бюджету. У свою чергу, дефіцит є не що інше, як один із трьох станів бюджету. Крім дефіциту, науковці розрізняють баланс (рівновагу)

між доходами та видатками, а також перевищення доходів над видатками (профіцит). Тобто, дефіцит — це перевищення видатків бюджету над постійними доходами бюджету.

Постановка проблеми: Здійснюючи аналіз і дослідження стану дефіциту державного бюджету та державного боргу країни найважливішим є питання ефективного управління ним та створення економічних передумов стосовно недопущення формування колосального дефіциту державного бюджету у майбутньому. Саме наявність «хронічного» дефіциту державного бюджету України є причиною наростання державного боргу країни, що призводить до зменшення економічної безпеки держави та підняття податків або розпродажу державного майна.

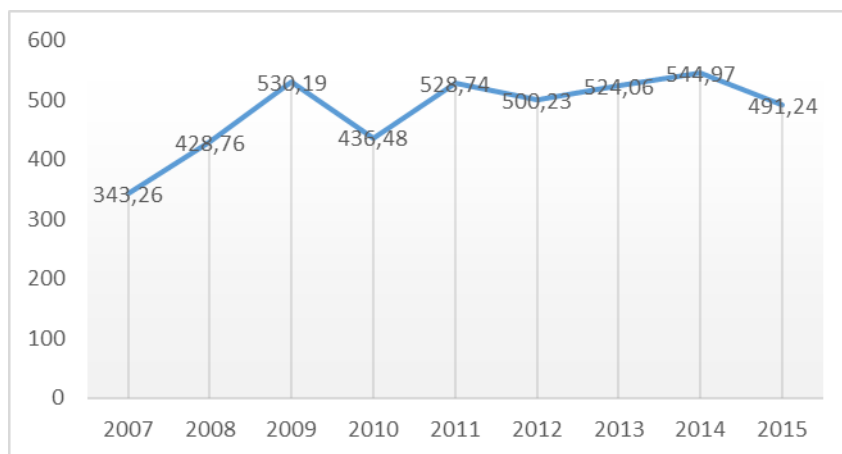
Аналіз останніх джерел чи публікацій: Проблема дефіциту бюджету завжди привертала увагу економістів, оскільки, дефіцит є одним із ключових макроекономічних показників. Станом на сьогодні проблему дефіциту державного бюджету України та інших країн світу досліджували такі вчені: В. Федосов, В. Опарін, В. Суторміна, О. Романенко, С. Львовчкін, Т. Паєнтко, І. Нечаюк, Д. Полозенко та інші, які вносять значний вклад у сучасну економічну теорію і практику управління дефіцитом державного бюджету та боргу.

Викладення основного матеріалу. З'ясуємо основні проблеми бюджетного дефіциту та державного боргу Польщі. Взагалі, Польща стала членом Європейського Союзу з 1 травня 2004 року, але навіть на сьогодні Польща не є членом Єврозони, тому що, економіка країни члена Єврозони має відповідати Маастрихтським критеріям. Відповідно до Маастрихтського критерію, державний бюджет має бути або профіцитним, або збалансованим. Даний критерій, у деяких випадках все ж таки допускає дефіцит державного бюджету, але не більше 3 % ВВП [1]. Розглянемо дефіцит державного бюджету Польщі. Динаміку бюджетного дефіциту в абсолютному грошовому вимірнику зображено **на графіку 1**.



Графік 1. Динаміка дефіциту державного бюджету Польщі, млрд дол.
Джерело: Складено автором на основі [2]

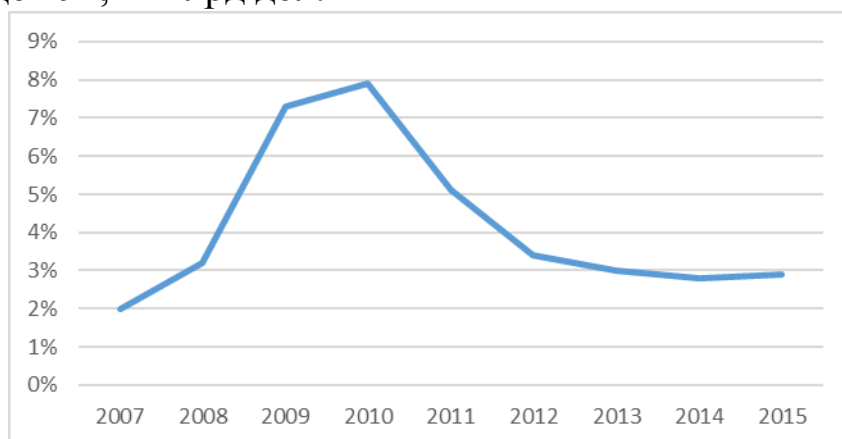
На графіку 1 зображено абсолютні величини бюджетного дефіциту в доларах США. Відразу можна відмітити стрімке зростання бюджетного дефіциту Польщі під час світової фінансово-економічної кризи 2008 року. Проте вже у 2010 році бюджетний дефіцит Польщі досягнув свого піку і склав майже 37 млрд дол. Але після досягнення «піку» бюджетного дефіциту, розпочалось поступове його скорочення, а станом на початок 2016 року було складено взагалі профіцитний бюджет. За рахунок чого було це було досягнуто? У науково-дослідній літературі в основному зазначають такі фактори успіху Польщі як: вжиття ефективних заходів економії бюджетних коштів, та здійснення ефективних кроків щодо наповнення дохідної частини бюджету. Водночас, маючи бюджетний дефіцит уряд кожної країни розпочинає пошук необхідних джерел запозичень для покриття цього дефіциту, тим самим випускаючи ОВДП та ОЗДП. Варто розуміти, що бюджетний дефіцит є передумовою виникнення державного боргу, який в свою чергу при великому обсягу чинить тиск на платників податків та є «економічним тягарем» для держави. Проте, економічний аналіз абсолютних показників не завжди є ефективним і достовірно відображає реальну економічну картину! Більш доцільними є обчислення відносного показника дефіциту, а саме: відношення абсолютних розмірів дефіциту до абсолютного розміру ВВП країни. Зрозуміло, що зі збільшенням ВВП країни більшими темпами, ніж збільшується дефіцит бюджету, частка дефіциту у ВВП буде скорочуватися і це буде позитивним явищем. Отже, для кращого розуміння ситуації побудуємо динаміку ВВП Польщі (**графік 2**) та відношення дефіциту до ВВП (**графік 3**).



Графік 2. Динаміка ВВП Польщі, млрд дол.

Джерело: Складено автором на основі [3]

На графіку помітно досить швидкий темп зростання ВВП Польщі до 2009 року, після чого відбулося скорочення у 2010 році, але вже із наступного року ріст продовжився, щоправда повільнішими темпами, ніж до цього. Упродовж 2011-2014 років ВВП Польщі знаходить на приблизно однаковому рівні понад 500 млрд дол, але щоправда у 2015 році скоротився до 491,24 млрд дол.

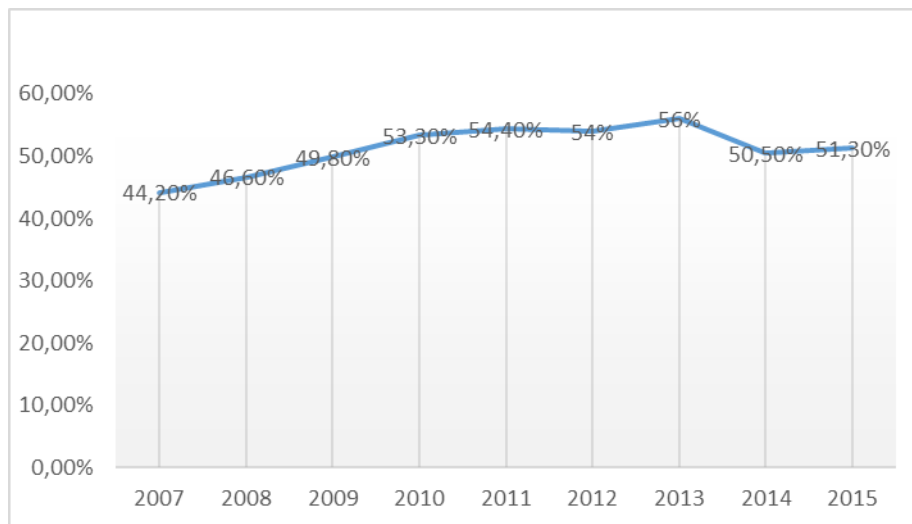


Графік 3. Динаміка дефіциту бюджету Польщі у % до ВВП

Джерело: Складено автором на основі [4]

Досить цікавим є те, що бюджетний дефіцит у Польщі змінювався фактично так само, як і ВВП. Тому, зростання бюджетного дефіциту при зростанні ВВП, хоча і не є бажаним явищем, проте куди гірше, коли ріст бюджетного дефіциту значними темпами переважає над зростанням ВВП. Тобто, і бюджетні кошти витрачаються і економіка «падає», щось на кшталт України.

Тепер проаналізуємо висхідний показник бюджетного дефіциту – державний борг Польщі, який зображено на графіку 4.



Графік 4. Динаміка державного боргу Польщі, у % до ВВП

Джерело: Складено автором на основі [5]

Отже, побудувавши графік 4, можна відразу відмітити те, що борг Польщі знаходиться в межах допустимих Маастрихтським критеріям норми 60 % ВВП. Досить чітко можна відмітити зв'язок між дефіцитом і боргом: у часи різкого зростання дефіциту бюджету почав зростати і рівень боргу країни. Протягом аналізованого мною періоду, Польща мала завжди «безпечний» рівень розміру державного боргу (відношення державного боргу до валового внутрішнього продукту не повинно перевищувати 60%), про що наша держава, на жаль, може тільки міряти!

Що ж саме вдалось зробити Польщі для виходу на новий високий рівень економічного розвитку? Опрацювавши безліч наукових праць вітчизняних та польських науковців можна виокремити основні елементи «польського дива»:

1. Удосконалення роботи по збору податків, тобто система стала більш фіскально-достатньою та соціально-справедливою.
2. Здійснено державні заходи з підтримки ринкової конкуренції між приватними підприємцями.
3. Здійснено реформування законодавства Польщі, зокрема збільшення гарантій для іноземних інвесторів.
4. Підтримка екологічних та інфраструктурних програм.
5. Надання експортоорієнтованим підприємствам субсидій з метою стимулювання експорту Польщі.
6. Значні видатки з державного бюджету Польщі на науково-дослідну та інноваційну діяльність.

7. Створення недержавних пенсійних фондів (НПФ) з метою зменшення навантаження на державні фінанси країни.

Список використаних джерел:

1. Фесенко Д. С. Причини та наслідки дефіцитного фінансування в країнах ЄС (на прикладі Польщі, Греції, Франції) [Електронний ресурс] / Д. С. Фесенко. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/10493/1/34-42.pdf>.
2. Державний бюджет Польщі [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ru.tradingeconomics.com/poland/government-budget-value>.
3. ВВП Польщі [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ru.tradingeconomics.com/poland/gdp>.
4. Макроекономічні показники Польщі [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ru.tradingeconomics.com/poland/>.
5. Державний борг до ВВП Польщі [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ru.tradingeconomics.com/poland/government-debt-to-gdp>.

ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ АКТИВІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

Голобородько Тетяна Василівна

здобувач кафедри економіки, організації та управління підприємствами
ДВНЗ «Криворізький національний університет», Кривий Ріг, Україна

«Проблема децентралізації влади в українській теорії та практиці державотворення завжди посідала вагоме місце, починаючи з моменту проголошення незалежності України. Особливо ця проблема актуалізувалась у 2014 році» [7, с. 47] у контексті виконання Угоди про Асоціацію з ЄС. Процес децентралізації має значний вплив на розвиток економіки України, її галузей. Враховуючи, що аграрна сфера є пріоритетною галуззю національного господарства, актуальним є питання дослідження впливу децентралізації на інвестиційні процеси в аграрній сфері економіки України, які є основою стабільного соціально-економічного розвитку галузі.

Децентралізація передбачає передачу повноважень від центральних органів влади до місцевих, разом з повноваженнями передаються також і права та ресурси на виконання покладених функцій управління. В Україні вже третій рік триває реформа децентралізації. Лідирують у цьому процесі Тернопільська та Хмельницька області. Уже у 2016 році «Тернопільською областю відібрано 48 інвестиційних проектів, які будуть реалізовуватися за кошти фонду регіонального розвитку. Загальний обсяг фінансування відібраних проектів складає 91,5 млн. гривень. При цьому на цей рік область отримала загалом 93,6 млн. гривень на реалізацію таких проектів. У 2015 році Тернопільська область реалізувала 43 інвестиційні проекти за кошти Державного фонду регіонального розвитку на загальну суму 95,1 млн. гривень» [5].

Серед основних недоліків децентралізації влади, які можуть негативно вплинути на розвиток інвестиційних процесів в аграрній сфері, виділимо наступні [4; 6, с. 75; 7, с. 50; 8, с. 31]: мінімізація ефективності контролю центральної влади за бюджетним процесом на місцевому рівні,

формування корупційних схем на місцях, відсутність рівноваги у межах всієї держави.

«Важливою складовою поетапного процесу реформування стає забезпечення підзвітності органів місцевого самоврядування перед виборцями і державою. Причому підзвітність має ґрунтуватись на відкритості інформації, доступу громади до прийняття рішень щодо витрат, оцінці ефективності діяльності місцевих органів. Цей етап є найбільш клопітним і відповідальним, адже саме на ньому закріплюються результати реформи» [2, с.49].

«Зростання ефективності місцевого управління, підвищення фінансової незалежності регіонів, як ціль децентралізації, повинне підкріплюватися не тільки повноваженнями, але й дієвими стимулами спрямованими на формування привабливих умов для господарчої діяльності» [4, с. 19]. «Дуже важливо так змінити систему, щоб на всіх рівнях влади у політиків було достатньо стимулів, і ресурсів для забезпечення тих суспільних благ, які вони покликані забезпечувати» [7, с. 47].

«У складі найважливіших очікуваних результатів процесу децентралізації влади ми розглядаємо нові можливості для підвищення інвестиційної привабливості території» [2, с.49].

Отже, основними факторами, які позитивно вплинуть на інвестиційний процес в державі за умови децентралізації управління є:

- підвищення якості життя людей (наявність повноважень та ресурсів у представників інтересів території та її мешканців дасть можливість задовольняти потреби населення);
- покращення економічного становища населення (розвиток малого та середнього бізнесу, нові робочі місця);
- покращення життєвого середовища (розвиток та покращення інфраструктури територій, їх благоустрій);
- відкритість та відповідальність (відкрита звітність по використанню фінансових ресурсів змусить владу на місцях посилити відповідальність за прийняті управлінські рішення);
- удосконалення людського капіталу (освітня реформа покращить рівень освіти; необхідність прийняття ефективних управлінських рішень на місцях вимагатиме підвищення кваліфікації);
- розвиток внутрішнього потенціалу регіонів (зосередження

фінансових ресурсів на місцях дасть значні можливості економічного та соціального розвитку багатим регіонам та мотив для пошуку фінансових можливостей дотаційним);

- підвищення конкурентоспроможності регіонів (при наявності законодавчо врегульованого місцевого референдуму, конкуренція за голоси буде чесною та стимулюватиме до отримання максимального результату на місцях; боротьба за фінансові ресурси в процесі інвестиційного забезпечення розвитку регіонів сприятиме здоровій конкуренції).

Децентралізація є основним із факторів активізації інвестиційних процесів в аграрній сфері (рис. 1).



Рис. 1. Децентралізація як інструмент активізації інвестиційних процесів в аграрній сфері

«Децентралізація - це тільки інструмент. Головне - це регіональний розвиток і те, як регіони будуть конкурувати за інвестора» [2, с. 151]. «В країнах ЄС існує вислів: «Мер має вміти продати місто». Тобто, йдеться про активну рекламу, популяризацію переваг інвестування коштів потенційних інвесторів саме у те чи інше місто (у розвиток певної територіальної громади). Адже за інвесторів між громадами триває жорстка конкурентна боротьба» [1, с. 66].

«Здобуття органами місцевого самоврядування більш широких повноважень має на меті активізацію мотиваційного чинника розширення власної фінансової бази за рахунок внутрішніх джерел та вироблення відповідних механізмів акумуляції додаткових фінансових ресурсів до місцевих бюджетів. У розвинених країнах такими механізмами є, зокрема, місцеві запозичення, здійснювані органами місцевого самоврядування за допомогою спеціалізованих фінансових інституцій (регіональні банки, фондові біржі та страхові компанії)» [6, с. 77].

«Громади можуть робити ставки не тільки на гроші інвесторів. Вони можуть використовувати і ті кошти, які передбачені державою на розвиток об'єднаних територіальних громад. Це кошти Державного фонду регіонального розвитку – у 2016 році їх обсяг складає 3 млрд. гривень, та субвенція на розвиток інфраструктури об'єднаних громад – 1 млрд. гривень» [5].

Отже, серед негативних явищ, які можуть вплинути на інвестиційні процеси в аграрній сфері економіки України, виокремлені наступні: корупція, дисбаланс у економічному розвитку територій. Вирішення зазначених проблем автори бачать у посиленні відповідальності, контролю та мотивації. Децентралізація як інструмент активізації інвестиційних процесів в аграрній сфері може бути дієвим у випадку позитивних соціально-економічних змін.

Список використаних джерел:

1. Біла С. О. Вплив децентралізації на стимулювання економічного зростання територіальних громад в Україні / С. О. Біла // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 18 : Економіка і право. - 2015. - Вип. 27. - С. 60-68.
2. Бобровська О. Ю. Розробка методики оцінювання впливу децентралізації влади на формування інвестиційного профілю територій / О. Ю. Бобровська, Т. А. Крушельницька, А. Ю. Мунько // Аспекти публічного управління. - 2015. - № 5-6. - С. 47-57.
3. Бородіна О. А. Децентралізація влади в Україні: зміст, ризики, можливості та адміністративна роль громадянського суспільства/ О. А. Бородіна // Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія : Економічні науки. - 2015. - Вип. 29. - С. 145-153.
4. Бурлуцький С. В. Економічна та фінансова безпека регіонів в умовах

децентралізації / С. В. Бурлуцький, С. В. Бурлуцька // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. - 2015. - № 6. - С. 16-21.

5. Громади мають проявляти ініціативу щодо залучення інвестицій у розвиток власної інфраструктури [Електронний ресурс] / Урядовий портал — Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=248919828– Назва з екрана. – Дата звернення: 12.06.2016.

6. Демчак Р. Є. Концептуальні засади децентралізації державного регулювання соціально-економічного розвитку / Р. Є. Демчак // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. - 2015. - № 1. - С. 70-79.

7. Жилиєва Н. Переваги та ризики децентралізації влади в Україні / Н. Жилиєва // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. - 2015. - Вип. 40(4). - С. 47-52.

8. Рябоконт О. О. Соціально-економічний розвиток України в умовах бюджетної децентралізації економіки / О. О. Рябоконт // Агросвіт. - 2016. - № 3. - С. 29-33.

Науковий керівник: Афанасьєв Євген Вікторович, доктор економічних наук, професор, ДВНЗ «Криворізький національний університет»

КЛАСИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ, ЩО ФОРМУЮТЬ ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ РЕГІОНУ

Лендел Оксана Михайлівна

аспірант кафедри фінансів, Мукачівський державний університет

Ефективне залучення та раціональне використання інвестицій можливе лише за умови високої інвестиційної атрактивності (від англ. Attract – приваблювати) регіону. Термін "інвестиційна привабливість" можна охарактеризувати як сукупність суб'єктивних переваг конкретного інвестора щодо вкладень у певний об'єкт.

Інвестиційна привабливість регіону оцінюється за такими категоріями [2]:

- інвестиційний потенціал - максимальні можливості регіону щодо раціонального залучення та використання інвестиційних ресурсів з врахуванням природно-геополітичних та соціально-економічних передумов здійснення інвестиційної діяльності з метою досягнення сталого розвитку регіону;

- інвестиційний клімат - сукупність соціально-економічних, природних, екологічних, політичних та інших умов, що визначають масштаби (обсяг та темпи) залучення інвестицій в основний капітал певного регіону;

- інвестиційна активність, інвестиційні ризики, екологічна складова.

Основні фактори, що впливають на рішення інвестора про здійснення вкладень в той чи інший регіон, можна представити у вигляді наступних груп [1]:

1) економічні (бюджет, фіскальна політика, стан фінансового ринку, очікувана інфляція та заходи щодо її врегулювання, стабільність державної валюти відносно світових валют, рівень заробітної плати населення, рівень освіти, валового регіонального продукту);

2) розвиток інфраструктури, рівномірність її розподілу по території та доступність її об'єктів (забезпеченість транспортними артеріями – автомобільними, залізничними, авіа- шляхами, електроенергією, засобами комунікацій, соціальними, інженерними засобами);

3) інституційні (рівень злочинності, корупції, лібералізації, якість правової системи, якість державного управління, адміністративні, інформаційні та інші бар'єри виходу на ринок, соціальна захищеність населення);

4) відкритість регіону для зовнішньоекономічних відносин у сфері торгівлі, робочої сили, руху капіталів (розвиток зовнішньої торгівлі, здійснення міжнародних фінансових операцій);

5) географічні (наявність ресурсів, кліматичні умови, наявність порту, відстань до столиці);

6) регіональна економічна політика (інвестиційний рейтинг, обсяг внутрішніх приватних та державних інвестицій).

Отже, основними факторами, що можуть позитивно вплинути на рішення іноземних інвесторів вкладати свій капітал у підприємства

України (тобто кроки, що потрібно здійснити задля підвищення інвестиційної активності в країні та регіоні зокрема), є такі: макроекономічна збалансованість, наявність природних ресурсів, мінімізація вірогідності виникнення форс-мажорних обставин, розвиток ринкової інфраструктури, вдосконалення системи оподаткування та кредитної системи, захист прав іноземних інвесторів, страхування ризиків, стабілізація політичної ситуації та інші.

Список використаних джерел:

1. Богуславська С. І. Аналіз факторів залучення прямих іноземних інвестицій у регіони України / С. І. Богуславська // Глобальні та національні проблеми економіки. - 2015 - №4. - С. 674-678.
2. Петровська С. А. Оцінка інвестиційної привабливості регіону: методичний аспект // Mechanism of Economic Regulation. – 2013. – №. 2. – С. 113-126.

Науковий керівник: Папп Василь Васильович, доктор економічних наук, професор, Мукачівський державний університет

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ІМІДЖУ

Чурута Іван Михайлович

аспірант, Університет фіскальної служби України

У сучасних умовах розвитку світової економіки одним із найголовніших пріоритетів економічного розвитку будь-якої країни є активізація інвестиційних процесів. У зв'язку з нестачею інвестиційних ресурсів між усіма державами світу виникає конкурентна боротьба щодо їх залучення. Тому кожна країна прагне створити для потенційних інвесторів найкращі інвестиційні умови, для оцінки яких в сучасній економічній теорії використовують термін «інвестиційний клімат». На нашу думку, інвестиційний клімат трактується як сукупність взаємодіючих якісних і кількісних показників економічного, фінансового, політичного, правового, географічного, соціального, культурного та ін. середовищ, які аналізує інвестор при прийнятті рішень з приводу

інвестування в економіку певної країни, регіону, підприємства, галузі, виду діяльності тощо.

Незважаючи на всю важливість вищевказаної економічної категорії наявність сприятливого інвестиційного клімату не завжди може забезпечувати країні стабільні грошові потоки. Розглядаючи можливість здійснення інвестицій в економіку тієї чи іншої країни або регіону потенційні інвестори схильні до переоцінки можливих ризиків та недооцінки наявного інвестиційного клімату. Тому дуже часто вони орієнтуються на суб'єктивну, але водночас дуже важливу економічну категорію – «інвестиційний імідж».

Проблематиці інвестиційного іміджу присвячені дослідження та публікації таких вітчизняних науковців і вчених-економістів як Є. А. Лернер, Т. Ю. Рибаченко, О. Є. Фаборовський, О. І. Рогач, А. Шастітко, С. Плаксін, Є. Яковлева та інші. Незважаючи на ґрунтовні напрацювання вищезазначених вчених щодо інвестиційного іміджу, залишаються невирішеними ряд теоретичних проблем. Зокрема відсутнє єдине і правильне визначення категорії «інвестиційний імідж». Розглянемо трактування сутності інвестиційного іміджу у вітчизняній і зарубіжній економічній літературі та спробуємо надати власне визначення досліджуваній економічній категорії.

В енциклопедичному словнику економіки і права визначено, що імідж – це цілісний, якісно визначений образ об'єкта, що стійко існує та відтворюється в масовій та/або індивідуальній свідомості засобами масової інформації та психологічного впливу [1].

Є. А. Лернер зазначає, що імідж – це синтетичний образ, який складається у свідомості людей щодо конкретної особи, організації чи іншого соціального об'єкта, містить в собі значний обсяг емоційно забарвленої інформації про об'єкт сприйняття і спонукає до певної соціальної поведінки [2].

Економічна сутність інвестиційного іміджу на погляд Т. Ю. Рибаченко та О. Є. Фаборовського проявляється в позиціонуванні певної території як середовища, сприятливого для ведення бізнесу, здійснення інвестицій [3].

Цікавим є визначення, що запропонував О. І. Рогач. На його думку, інвестиційний імідж – це сприйняття потенційними та існуючими інвесторами інвестиційного клімату території [4].

Також ми погоджуємося з визначення таких вчених як А. Шастітко, С. Плаксін та Є. Яковлева. Вони розглядають інвестиційний імідж як комплексне відображення різних аспектів інвестиційного клімату в уявленнях інвесторів і виділяють три головних і взаємопов'язані фактори, що формують такий імідж: стан інвестиційного клімату; уявлення (переваги) інвесторів; інформація про стан справ в країні і, головне, її економіці [5].

На основі аналізу вищезазначених трактувань категорій «інвестиційний клімат» та «інвестиційний імідж» можна зробити наступні висновки. Інвестиційний клімат включає в себе лише об'єктивні характеристики об'єкту інвестування, тоді як інвестиційний імідж включає в себе поряд з об'єктивними ще і суб'єктивні характеристики об'єкту інвестування, які виникають при здійсненні аналізу інвестиційного клімату потенційним чи діючим інвестором. Отже, поняття «інвестиційний імідж» є ширшим ніж, поняття «інвестиційний клімат».

Пропонуємо наступне власне визначення цих понять: «інвестиційний імідж – це виникаючий у свідомості інвестора образ на основі суб'єктивного сприйняття ним наявного інвестиційного клімату певної країни, регіону, підприємства, галузі, виду діяльності тощо, який спонукає його до певних інвестиційних дій». Таке визначення, на нашу думку, найповніше і найправильніше розкриває сутність вказаних економічних категорій.

Список використаних джерел:

1. Энциклопедический словарь экономики и права [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dic.academic.ru/contents.nsf/dic_economic_law.
2. Лернер Е. А. Имидж как основной фактор, влияющий на привлечение инвестиций [Електронний ресурс] / Е. А. Лернер // Сборник научных статей «Россия на пути выхода из экономического кризиса», СПб.: Институт бизнеса и права, 2010. – Режим доступу: <http://www.ibl.ru/konf/130510/57.html>
3. Рибаченко Т. Ю. Імідж території як фактор інвестиційної привабливості [Електронний ресурс] / Т. Ю. Рибаченко, О. Є. Фаборовський// Економічний простір №74, 2013. - Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJR

N&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/ecpros_2013_74_17.pdf.

4. Рогач О.І. Міжнародні інвестиції: Теорія та практика бізнесу у транснаціональних корпораціях: Підручник/ О.І. Рогач. – К. : Либідь, 2005. – 720 с.

5. Шастико А. Инвестиционный имидж России [Электронный ресурс] / А. Шастико, С. Плаксин, Е. Яковлева // журнал «Стратегия России» №4, 2007. - Режим доступа: http://sr.fondedin.ru/new/fullnews_arch_to.php?subaction=showfull&id=1177589470&archive=1177590905&start_from=&ucat=14&

КОРПОРАТИВНІ БАНКРУТСТВА ТА ШЛЯХИ ВІДНОВЛЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ТНК

Кабай Вікторія Олегівна

аспірант кафедри міжнародного обліку і аудиту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана»

Транснаціональні корпорації є серйозними гравцями на глобальному ринку, їх діяльність охоплює усі сфери господарювання, а прояви нестабільності впливають на світову економіку в цілому. Тому так важливо використовувати існуючі методи та технології підвищення стійкості транснаціональних корпорацій в умовах кризи, а не «плисти за течією». Ключовим знаряддям у цьому процесі може виступити санація через використання прихованих інструментів фінансової оптимізації, зокрема, використання трансфертних цін і внутрішньо-корпоративного ліцензування/кредитування/страхування.

Корпоративні банкрутства найбільших корпорацій світу позначилися на стабільності функціонування світової фінансової системи. Фінансові махінації та банкрутства корпорацій США та Європи вплинули на економічну стабільність як у материнських країнах, так і у країнах-реципієнтах цих компаній, а також позначилися на коливанні валютних курсів долара й євро. Прикладами такого впливу на Україну є вихід у 2015 році транснаціональних корпорацій з ринку країни. Згорнули українські проекти Shell і Chevron Ukraine BV, закрила в Києві одне з представництв, яке займалося розробкою шельфу в Чорному морі, нідерландська компанія Exxon Mobil Exploration and Production Ukraine BV. Найбільш болісним став вихід єдиного лоукостера в Україні – компанії «ВіззЕйр». Крім об'єктивних економічних факторів – зниження пасажиропотоку і девальвація – експерти виділяють і специфічно українські. «Вихід «Віз Ейр» – це підтвердження наявності корупції, компанію вижили в інтересах українського монополіста. Відсутність ринкової конкуренції була однією з ключових причин згорання бізнесів і в інших секторах. Базовий фактор, який визначив кон'юнктуру ринків і зумовив результат

частини гравців – падіння курсу гривні. «Де-факто це означає, що компанія, яка працює всередині ринку України й заробляє в гривні, тепер може репатріювати до себе на батьківщину прибуток втричі менший, і їй зовсім не вигідно тут працювати» [1].

За даними щорічного рейтингу 500 найбільших компаній світу Fortune Global 500, можна прослідкувати стійку тенденцію до збільшення кількості неплатоспроможних корпорацій (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Приклади неплатоспроможних компаній світу [2]

Номер з/п	Назва компанії	Галузь економіки	Активи, млн. дол. США
1	Peop Boys-Manny, Moe&Jack	Промисловість	515,0
2	Eastman Kodak	Науково-, фото- і контроль обладнання	795,0
3	Express	Роздрібна торгівля одягом	1395,0
4	American Equity Investment Life Holding	Фінансовий сектор: страхування життя і здоров'я	2239,0
5	CabotOil&Gas	Енергетичний сектор: видобуток сирої нафти	12214,0
6	Kemper	Фінансовий сектор: страхування майна та відповідальності	2019,0
7	Oil States International	Енергетичний сектор: нафта і газове обладнання	2043,0
8	Olin	Хімічна промисловість	2479,0
9	Alliance One International	Тютюнова промисловість	97,0
10	Sears Hometown&Outlet Stores	ІТ-технології	176,0

Глобальна фінансово-економічна криза торкнулася ТНК: зменшення рентабельності, викликане економічним спадом у країнах-базування,

зумовило згортання інвестиційних програм і зменшення кількості капіталу у дочірніх компаніях. Більшість транснаціональних корпорацій змістили вектор уваги з розвитку бізнесу на фінансування операційної діяльності. Це зумовлює необхідність подальшого дослідження та аналізу основних показників діяльності транснаціональних корпорацій, визначення їх фінансового стану та глибини кризи у новому макроекономічному середовищі ведення бізнесу. Питання формування системи показників фінансової спроможності та ефективності діяльності міжнародних компаній займає лідируючі позиції.

Динамічність змін у всіх сферах існування суб'єктів господарювання вимагає особливої уваги до питання забезпечення фінансової стійкості як умови ефективного функціонування та подальшого динамічного розвитку. Одним із поширених та дійових методів моніторингу кризового стану транснаціональної корпорації є фінансова діагностика, яка надає максимально достовірні та переконливі результати аналізу всіх сфер діяльності компанії. Вона базується на всебічному аналізі публічної звітності корпорації та статистичної даних внутрішньої та зовнішньої не бухгалтерської звітності. Значення надається інформації щодо розвитку галузі економіки, до якої належить корпорація, конкурентів, економічної кон'юнктури в країні, на континенті, у світовій економіці. Діагностика стану ТНК в економічній літературі розглядається через методи фінансового аналізу. Фінансова підсистема виступає в якості ключового індикатора становища корпорації, оскільки саме в ній відразу ідентифікуються процеси неспроможності незалежно від джерела утворення (внутрішнього чи зовнішнього середовища). Це зумовлює необхідність подальшого дослідження та аналізу основних показників діяльності транснаціональних корпорацій, визначення їх фінансового стану і аналіз ризиків, загроз та глибини кризи.

Отже, транснаціональна корпорація може досягти стабільності та стійкості в умовах кризи, шляхом фінансових маніпуляцій на основі наявності дочірніх підрозділів та філій у різних країнах світу, а процедура санації дасть час для проведення діагностики стану ТНК та виявлення слабких сторін і перспектив виходу з кризового стану.

Список використаних джерел:

1. Підсумки - 2015: згаслі зірки – Режим доступу : <http://news.finance.ua/ua/news/-/366659/pidsumky-2015-zgasli-zirky>
2. Рейтинг 500 найбільших компаній світу Fortune Global 500 – Режим доступу : <http://fortune.com/fortune500/>

ЕЛЕМЕНТИ СЕРЕДОВИЩА ФОРМУВАННЯ ІМІГРАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

Шиманська Катерина Володимирівна

кандидат економічних наук, Житомирський державний технологічний університет

Міграційні кризи у всьому світі, які переважно пов'язані зі значним числом біженців з країн третього світу, продукують значні міжетнічні та міжрелігійні конфлікти, поширення хвороб, зростання рівня безробіття у країнах-реципієнтах загострення гуманітарних проблем забезпечення іммігрантів. Тільки в 2015 р. 65,3 млн осіб були примусово переміщені, при цьому 51 % з них становлять діти, 98,4 тис. відділені від родин[1]. Тому для країн ЄС гостро постала проблема розробки дієвої імміграційної політики, яка виходить на перший план для захисту національної та регіональної безпеки. За результатами дослідження встановлено, що серед складових середовища формування міграційної політики слід виділити: демографічне, економічне, правове, інституційне, культурне, етнічне, освітнє, релігійне, природне, екологічне середовище.

Демографічне середовище охоплює статеві-вікові групи та основні показники їх розвитку та враховується при визначенні співвідношень, на які орієнтована імміграційна політика. Національна та релігійна структура населення обумовлюють необхідність врахування при формуванні імміграційної політики доцільної чисельності іммігрантів з іншого етнічно-релігійного середовища, оскільки неконтрольоване їх зростання та асиміляція в окремому регіоні може призводити до зростання сепаратистських настроїв, міжрелігійних конфліктів, посилення етнічної нетерпимості серед корінного населення, а в довгостроковій перспективі означає суттєву трансформацію (а іноді руйнування) культурних традицій регіону призначення іммігрантів.

Одним з найважливіших елементів є економічне середовище у державі та регіоні: рівень безробіття, рівень інфляції, купівельна спроможність населення, загальний його добробут. Воно формує передумови для еміграції населення у зв'язку з незадовільними умовами життя в країні, проте є привабливим для переїзду населення з країн з нижчим рівнем життя населення. У зв'язку з цим, паралельно з формуванням імміграційної політики, слід проводити ґрунтовні дослідження соціально-економічного становища населення та кон'юнктури ринку праці для оптимізації розподілу національних трудових ресурсів та забезпечення роботою, перш за все, власне працездатне населення.

В цьому контексті освітнє середовище обумовлює структурні показники національного або регіонального ринку праці, а тому підлягає детальному вивченню при формуванні імміграційної політики, адже слід усвідомлювати бажаний рівень кваліфікації іммігруючої на терени держави робочої сили для запобігання обмеження доступу власних громадян до робочих місць.

Окремо слід звернути увагу на правове та інституційне середовище формування імміграційної політики, оскільки належно організована система уповноважених органів та інститутів з питань міграції, а також розвинута регламентація статусу іммігрантів, їх обліку та встановлення правового режиму перебування на території країни-реципієнта дозволяє попередити нелегальну імміграцію, поширення явища трудової експлуатації, уникнути численних питань соціально-побутового та гуманітарного забезпечення іммігрантів.

Актуальним є також вивчення зв'язків міжнародної міграції з особливостями природного та екологічного середовища, що можуть як провокувати міграції (стихійні лиха, екологічні катастрофи) так вказувати на спроможність інших країн прийняти іммігрантів (обмежені природні ресурси можуть зумовлювати проблеми продовольчої безпеки країни).

Тому при побудові державної міграційної політики слід максимально враховувати дію факторів кожного з виділених елементів середовища для забезпечення контролю міграційних потоків, попередження негативних наслідків зовнішньої міграції, забезпечення стабільного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Refugees and forced displacement in focus / The Statista Portal [Електронний ресурс] – режим доступу: www.statista.com/chart/5073/forced-displacement-in-focus/

УПРАВЛІНСЬКІ ДЕТЕРМІНАНТИ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ ВИЩОЇ КВАЛІФІКАЦІЇ ЯК НАЙВАЖЛИВІШОГО ЕЛЕМЕНТА ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ В РЕГІОНАХ

Гапонова Валентина Миколаївна

викладач 1 категорії, Вугледарський коледж Донецький державний університет управління, м.Маріуполь

Особливістю сучасної ситуації в Україні є неусвідомленість суспільством проблем формування кадрового потенціалу і становлення нового, за сутністю, людського капіталу як найважливішого елемента інноваційної економіки. Інноваційний соціально-економічний розвиток країни в цілому та окремих її регіонів залежить від наявності кадрів для інноваційної діяльності, здатних проводити вагомі науково-дослідні роботи, продукувати новачі та впроваджувати їх у виробництво (бізнес), забезпечувати випуск нових товарів та послуг.

Управлінськими детермінантами розвитку інноваційного освітнього простору в регіонах є впровадження управлінських та освітніх інновацій в систему державного та регіонального управління неперервною освітою, організацію взаємодії між центральними, регіональними органами управління та регіональною системою вищої освіти як визначального фактору соціально-економічного розвитку регіону, розбудову інноваційної освітньої інфраструктури, підготовку державних службовців, управлінських та науково-педагогічних кадрів, що буде сприяти підготовці інноваційних кадрів в регіонах.

Проведений аналіз статистичних даних щодо підготовки кадрів вищої кваліфікації в системі вищої освіти в регіонах показав зростання чисельності кандидатів наук в 2012/2013 роках у порівнянні до 2005/2006 року. У 2005/2006 навчальному році найнижча кількість кандидатів наук в регіонах України нараховувала 332 науковця (м. Севастополь), а найвища чисельність – 8083 кандидата наук (м. Київ). У 2012/2013 навчальному році найменша кількість кандидатів наук в регіонах налічувала 521 особу (м. Севастополь), а найбільша кількість – 15823 кандидата наук (м. Київ). У 2005/2006 навчальному році нараховувався 21 регіон (78%) з дуже

низьким рівнем забезпеченості кандидатами наук, з низьким рівнем забезпеченості – 3 регіони (11%), з достатнім рівнем забезпеченості – 1 регіон (4%), з високим рівнем забезпеченості - 1 регіон (4%).

У 2012/2013 навчальному році дуже низький рівень забезпеченості регіонів кандидатами наук визначався в межах до 3200 науковців, низький рівень – до 6400 науковців, середній рівень – до 9600 науковців, достатній рівень – до 12800 науковців, високий рівень – до 16000 науковців. У 2012/2013 навчальному році нараховувалося 21 регіон (78%) з дуже низьким рівнем забезпеченості кандидатами наук, з низьким рівнем – 3 регіони (11%), з середнім рівнем – 1 регіон (4%), з високим рівнем – 1 регіон (4%). У 2005/2006 навчальному році нараховувалося 21 регіон (78%) з дуже низьким рівнем забезпеченості докторами наук, з низьким рівнем – 4 регіони (15%), з середнім рівнем – 1 регіон (4%), з високим рівнем – 1 регіон (4%). У 2012/2013 навчальному році дуже низький рівень забезпеченості регіонів докторами наук визначався до 700 науковців, низький рівень – до 1400 науковців, середній рівень – до 2100 науковців, достатній рівень – до 2800 науковців, високий рівень – до 3500 науковців. З дуже низьким рівнем забезпеченості докторами наук у 2012/2013 навчальному році налічувалося 21 регіон (78%), з низьким рівнем – 4 регіони (15%), з середнім рівнем – 1 регіон (4%), з високим рівнем – 1 регіон (4%).

Зростання чисельності кандидатів та докторів наук в системі вищої освіти в регіонах з 2005/2006 до 2012/2013 навчальних років не призвело до якісних змін у забезпеченості науковими кадрами. Необхідність створення банків даних кадрів вищої кваліфікації зазначала Н.А. Янковська [1, с.20]. Більш поглиблений аналіз забезпеченості регіонів України науковими кадрами показав, що можна умовно виділити три групи регіонів з приблизно однаковою чисельністю кандидатів та докторів наук, а саме: 1 група – «Києво-Харківська», яка нараховує 37% кандидатів та 41% докторів наук в системі вищої освіти України; 2 група – «ЛЮД» (Львів-Одеса-Дніпропетровськ), яка включає до свого складу 28% кандидатів та 28% докторів наук системи вищої освіти, 3 група – «Група 21-го регіону», яка нараховує 35% кандидатів та 31% докторів наук в системі вищої освіти. Проведений аналіз кількості університетів показав, що майже у всіх регіонах України, крім Чернігівського регіону, виявлено зростання відсотку кількості університетів серед вищих навчальних

закладів III – IV рівнів акредитації станом на 2007/2008 навчальний рік у порівнянні з 2000/2001 навчальним роком. У Вінницькому регіоні всі вищі навчальні заклади III – IV рівнів акредитації стали університетами (100%), у Миколаївському, Сумському та Черкаському регіонах – близько 80% університетів, більше 60% університетів стало нараховуватися у Волинському, Запорізькому, Київському, Полтавському, Рівненському, Хмельницькому, Чернівецькому регіонах.

Збільшення чисельності кандидатів та докторів наук в Україні при збільшеності чисельності вищих навчальних закладів, а саме університетів вищої освіти призводить до того, що навантаження на одного кандидата наук або доктора наук не узгоджується з європейськими нормативами, наслідком чого є зниження якості вищої освіти, погіршення умов для розвитку науково-дослідницьких здібностей у студентів.

Список використаних джерел:

1. Янковська Л.А. Формування освітньо-фахового потенціалу в системі соціально-економічного розвитку регіону: автореф. Дис. На здобуття наукового ступеня д.е.н.: спец. 08.00.07»Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика/ Л.А. Янковська. – Львів, 2008. – 49с.

НАЦІОНАЛЬНА ІДЕНТИФІКАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕВІЗІЙНОГО СОЮЗУ УКРАЇНСЬКИХ КООПЕРАТИВІВ ЯК РУШІЙНА СИЛА У ФОРМУВАННІ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ УКРАЇНСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ НА ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

Голубка Михайло Михайлович

викладач вищої категорії, Львівський кооперативний коледж економіки і права, Україна, м. Львів

УДК [37 : 33 : 93/94] : 655

Одним із яскравих зразків успішного досвіду самоорганізації українського народу в період підневільності українських земель була діяльність Ревізійного союзу українських кооперативів (РСУК). Дана організація з початку свого створення 1903 року розпочала активну роботу з поширення кооперативної ідеї. Оскільки нинішні якісні характеристики

економічної діяльності населення залишаються недосконалими, що проявляється вже на рівні формування економічної освіти, вивчення досвіду діяльності таких структур на західноукраїнських землях кінця XIX – початку XX століття є надзвичайно актуальним предметом дослідження. Його теоретичну основу у формують напрацювання таких вітчизняних науковців, як О. Вербова, В. Вісин, С. Гелей, З. Гіптерс, С. Злупко, І. Зуляк, К. Кондратюк, Р. Попівняк, І. Потапюк, Л. Потапюк, А. Шайнер та ін. Вагому теоретичну основу у формують також вчення з питань кооперації, які вже більше століття викликають значний інтерес в українських дослідників.

Метою даної публікації є вивчення досвіду діяльності РСУК у фокусі її впливу на формування економічної освіти українського населення, що донині формує історичну пам'ять господарювання, саморозвитку і самоорганізації.

РСУК з початку свого створення розвивався дуже активно. У перші 5 років діяльності організація налічувала близько 560 кооперативів, ледь частка з яких були кредитовими. Окрім того, організація охоплювала кооперативи іншої спеціалізації – молочарські, міські споживчі, сільськогосподарські для заготівлі, закупівлі, збуту, іншого типу. РСУК справедливо вважався найбільш потужним кооперативним об'єднанням з центром у Львові, який мав мережу Повітових Союзів Кооперативних (ПСК), що контролювали понад 80% українських кооперативів [1, с. 43].

На рис. 1 відображено динаміку зростання кількості кооперативних одиниць, що входили у структуру РСУК, а також її членства. Варто відзначити, що вагомість діяльності організації дала змогу відновити її існування в «міжкупаційні» періоди. Очевидно, російська окупаційна влада не допускала можливості функціонування такої потужної і проукраїнської організації. Натомість українізований кооперативний рух після 1944 року (на момент ліквідації організації в її лавах перебувало понад 4600 кооперативів) різко втратив свій потенціал. З іншого боку, залишився потужний ідеологічний і знансєвий ресурс з орієнтацією на проєвропейські цілі, що, мабуть, залишається в історичній пам'яті українського народу до нині, зберігаючи пріоритет західного вектору інтеграції.

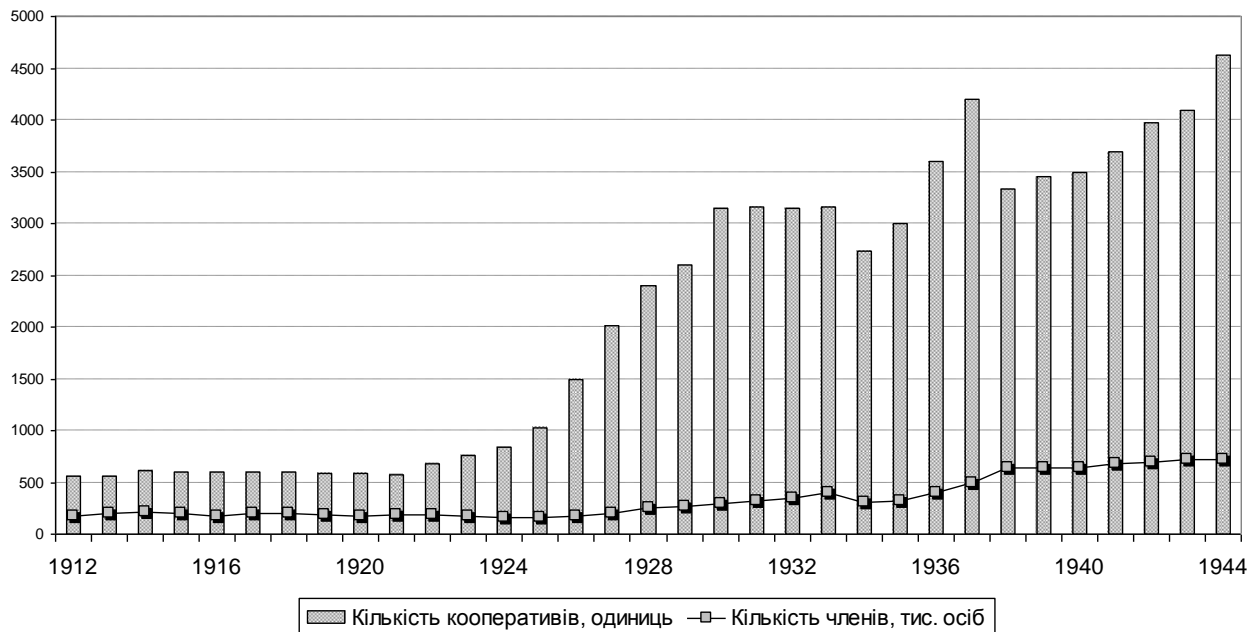


Рис. 1. Динаміка розвитку членства РСУК

* Розроблено автором за статистичними даними

Територіальна охопленість і різна функціональність РСУК вимагала розподілу повноважень та відповідальності. Зрозуміло, що ресурс організації потребував постійного наповнення у зв'язку з прагненням керівництва виконати високу задачу – популяризувати кооперативний рух на західноукраїнських територіях як спосіб створення можливостей підвищення добробуту українського населення і формування національно-господарської ідеї. Висока мета вимагала діяльності у різних напрямках, які тісно переплітались, однак виконували свою специфічну роль: організаційна діяльність зі створенням кооперативів різної спеціалізації; ревізійна діяльність, що передбачала систематичні, законодавчо регламентовані перевірки діяльності кооперативів з організаційним забезпеченням в особі інспекторів; координаційна діяльність, що передбачала співпрацю з громадськими, у тому числі кооперативними, об'єднаннями інших українських земель, які входили до складу Польщі, а також міжнародними кооперативними організаціями; видавнича діяльність, зокрема видання журналу «Економіст» (1909-1914 роки) та при ньому – місячника «Самопоміч», місячника «Кооперативна Республіка», тижневика «Господарсько-кооперативний часопис», різних книжкових видань; науково-інформаційна діяльність, що передбачала організацію і проведення конференцій, зокрема територіальних певного округу за участі представників різних видів кооперативів, розташованих у

межах даної території; освітньо-просвітницька діяльність, яка включала організацію і проведення кооперативних курсів, професійного вишколу і шкільництва.

Щоб розуміти значимість РСУК для формування економічної освіти населення, розглянемо окремі приклади реалізованих через структури проектів в економічній освіті. На наш погляд, дуже показовим прикладом освітньо-просвітницької діяльності, з орієнтацією не лише на підвищення рівня професійних знань у суспільстві, але й використання прогресивних її форм, була практика одного з основних центрів РСУК «Сільський Господар». Дана організація на конкурсній основі організовувала стажування за кордоном.

З іншого прикладу освітньо-просвітницької діяльності кооперативних централей, що входили в структуру РСУК, була діяльність першого українського кооперативу «Народна торгівля». Її проекти з розвитку економічної освіти передбачали «українізацію» кооперативного руху. Організація багаторазово уваги приділяла навчанню українського населення вмінь і навичок ведення власного бізнесу, зокрема в сфері торгівлі. Як пише С. Гелей, «Народна торгівля» відіграла важливу роль у справі розвитку українського «третього стану», провідною ідеєю діяльності якого було створення індивідуального крамарства; вона поставила собі за мету навчити українську молодь купецькому промислу і таким способом зміцнити кадри українського купецтва [2, с. 182]. З Інтернет-даних, протягом 1883-1936 років «Народна торгівля» виховала понад 2000 українських фахівців [3].

Основним здобутком РСУК в освітньо-просвітницькій діяльності було впровадження нового типу кооперативного навчання – вищого кооперативного курсу. Він був започаткований у 1929 рік і передбачав поділ навчального процесу на три триместри. Показово, що здобуття документу про закінчення даного курсу прирівнювалось до проходження навчання в державному закладі.

Цікавою також була практика РСУК щодо проведення так званих вакансійних курсів. Поширювалась, окрім того, практика заочного навчання – з метою залучення найбільш зайнятих осіб, що не могли виділити окремих час для навчання в силу своєї постійної комерційної діяльності.

З викладеного огляду можна узагальнити наступні основні форми розвитку економічної освіти на західноукраїнських землях досліджуваного

періоду, що були найбільш поширеними в діяльності кооперативів, підпорядкованих РСУК:

1) практично-навчальні: проведення кооперативних вишколів, довготривалих і вакаційних курсів – окремо для кооперативних працівників та для осіб, що поки не мають відповідних навиків; реалізація програм заочного кооперативного шкільництва; реалізація програм короткострокового навчання за кордоном;

2) практично-наукові: організація, проведення, підтримка наукових заходів навчального, дискусійного характеру; видавнича діяльність з поширенням кооперативних, інших освітніх програм серед населення; бібліотечна діяльність з організацією мандрівних бібліотек, фінансуванням чи сприянням пошуку ресурсів на видання різних фахових книг і брошур; методична діяльність з поширенням брошур, посібників, довідникових видань з питань розвитку кооперацій, діловодства, комерції тощо; організаційно-методична діяльність з формуванням навчальних програм курсів і вишколів, оптимізацією ідеологічних та прикладних напрямів;

3) практично-організаційні: відкриття Приватного Кооперативного Ліцею в місті Львів у 1939 році; його навчальна програма охоплювала 3 роки та була орієнтована на надання послуг професійної освіти особам, зайнятих у кооперативах.

У підсумку важливо зазначити, що з ретроспективної точки зору важливість вивчення діяльності кооперативного руху та його самоорганізації того часу дуже важливе для сьогодення з погляду виявлення його наслідкової значимості. По-перше, кооперативи забезпечували реалізацію тогочасної європейської стратегії розвитку малого і середнього бізнесу. Його доміантність була продиктована особливостями даного періоду, коли відбувались революційні переміни в організації виробництва, транспорту з поступовою машинізацією усіх процесів. Очевидно, суб'єкти малого і середнього бізнесу були більш мобільними з пристосуванням до нових викликів, а кооперативна форма об'єднання додавала важелів впливу на владні структури і суб'єктів великого бізнесу. По-друге, дуже вагомим наслідковим аспектом об'єднання кооперативів була можливість соціальних ліфтів для ширшої когорти населення. Звичайні громадяни, набуваючи достатній людський капітал, могли реалізовувати свої бізнес-проекти у привабливих для них

сферах. Таким чином, освітньо-просвітницька діяльність кооперативних об'єднань, у тому числі РСУК, мала неогіднене як економічне, так і соціальне і культурне значення.

Список використаних джерел:

1. Козакевич Є. Розвиток українського кооперативного руху в Польщі (1918-1939 рр.) / Єжи Козакевич // Економічний часопис. – 2004. – № 2. – С. 42-46.
2. Гелей С. Особливості розвитку української споживчої кооперації в Галичині у 20-х роках ХХ століття / Степан Гелей // Україна : культурна спадщина, національна свідомість, державність : Зб. наук. пр. – Львів : Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України, 2012. – Вип. 21. – С. 176-188.
3. Народна торгівля : Вікіпедія. Вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Народна_торгівля

Підписано до друку 07.07.2016
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