

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

Проблеми розвитку економіки на
національному та міжнародному рівні

*Збірник тез
міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції*

2 червня 2015 р.



Тернопіль
2015

"Проблеми розвитку економіки на національному та міжнародному рівні": матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування. - Тернопіль, 2015. – 128 с.

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей економічної наукової інтернет-конференції «Проблеми розвитку економіки на національному та міжнародному рівні», які оприлюднені на інтернет-сторінці www.economy-confer.com.ua

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

<i>Азарова Ганна Володимирівна</i> ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ РЕГІОНАЛЬНОГО СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ.....	8
<i>Зюков Сергій Володимирович</i> УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ТА ФІНАНСОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	9
<i>Козак Євген Ігорович</i> ФІНАНСОВИЙ ПЛАН ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	12
<i>Кравченко І.Ю., Солянка А.Р.</i> СУЧАСНИЙ СТАН ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ТА МІЖНАРОДНИХ КОРПОРАЦІЙ В УКРАЇНІ.....	13
<i>Макар Оксана Павлівна, Артемчук Аліна Михайлівна</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	15
<i>Максимчук Тетяна Миколаївна</i> ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ,ЙОГО ОЦІНКА ТА УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ.....	17
<i>Рудальова Тетяна Едуардівна</i> ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКОГО МЕХАНІЗМУ ЗДІЙСНЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ У СФЕРІ ЗБЕРЕЖЕННЯ ЛІСІВ.....	18
<i>Харчук Світлана Анатоліївна, Вітюк Діана</i> ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....	20
<i>Щербата Інна Михайлівна</i> ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО: СУТЬ, ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ У СКЛАДОВИХ ГУМАНІТАРНОЇ СФЕРИ.....	23

Менеджмент. Маркетинг

<i>Афанасьєв Є.В., Скубіліна А.В.</i> ВЗАЄМОЗАЛЕЖНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ З ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	26
<i>Вітюк Оксана Вікторівна</i> СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ.....	28

<i>Жежуха Володимир Йосипович, Крилишин Леся Орестівна</i> НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ АДАПТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В ІНЖИНІРИНГОВИХ КОМПАНІЯХ.....	30
<i>Лошенюк Ірина Романівна, Недільська Оксана Ігорівна</i> УПАКОВКА ЯК МАРКЕТИНГОВИЙ ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ ТОВАРУ ПІДПРИЄМСТВА.....	31
<i>Лошенюк Ірина Романівна, Чепіль Людмила Юрївна</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ.....	34
<i>Лошенюк Ірина Романівна, Морозюк С.В.</i> МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ ПОСЛУГ.....	36
<i>Лошенюк Ірина Романівна, Ярмолюк Ярослава Сергіївна</i> МІСЦЕ БРЕНДИНГУ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	39
<i>Малик Ірина Петрівна, Скляр Анна Юрївна</i> НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ.....	41
<i>Ніколаєва Вікторія Василівна, Гаркавець Анастасія</i> УПРАВЛІННЯ ЗАКУПІВЕЛЬНИМИ ПРОЦЕСАМИ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ.....	45
<i>Ніколаєва Вікторія Василівна, Дробот Денис</i> ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	47
<i>Островська Ольга Василівна</i> ЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМАНДНОЇ РОБОТИ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	49
<i>Чоба Ірина Анатоліївна</i> МАЛИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ В ПЕРІОД СТАГНАЦІЇ: ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	51

Облік, статистика і аудит

<i>Нестеренко Крістіна Олександрівна</i> ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ НАЦІОНАЛЬНИХ ПОЛОЖЕНЬ (СТАНДАРТІВ) У ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ.....	56
<i>Патряк Олеся Тарасівна</i> ІНФОРМАЦІЙНІ ІНТЕРЕСИ СТОРІН КОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИН.....	58

Скакун Ліана Анатоліївна СТРАТЕГІЧНА ПЕРЕБУДОВА ТА ПОТРЕБА ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ.....61

Чмир Станіслав Олександрович КЛАСИФІКАЦІЯ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ ДЛЯ ЦІЛЕЙ ОБЛІКУ ВИТРАТ ТА КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ СВИНАРСТВА.....65

Економічний аналіз. Економіко-математичне моделювання

Гриджук Лідія Володимирівна МОДЕЛЮВАННЯ ІНФЛЯЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ПЕРЕХІДНІЙ ЕКОНОМІЦІ.....69

Банківська справа. Фінанси, грошовий обіг та кредит

Войтов Віталій Вікторович КОНТРОЛІНГ БАНКІВСЬКИХ РИЗИКІВ.....72

Дзямуч О. С., Березій З.І. БАНКІВСЬКИЙ СЕКТОР В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРО ІНТЕГРАЦІЇ.....74

Петровська Ірина Олегівна, Микитенко Тетяна Владиславівна ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ОБ'ЄКТІВ ОПОДАТКУВАННЯ ПДФО.....75

Руснак Лариса Романівна СПОСОБИ ПРОТИДІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ОПЕРАЦІЙНИХ РИЗИКІВ У СТРАХОВОМУ БІЗНЕСІ.....77

Харук Юлія Анатоліївна, Жалко Олена Вікторівна СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВ.....79

Податкова система. Бюджетна система.
Правові відносини в економічній системі

Волокита Т.А., Рясна В.С. ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ УПРАВЛІННЯ БЮДЖЕТАМИ ЗА ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВИМ МЕТОДОМ.....82

Кобець Василь Володимирович МЕТОДИ ФІНАНСОВОГО ТА БЮДЖЕТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ.....84

Лазарева Олександра Сергіївна БЮДЖЕТНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....86

Лук'яниця Артем Олегович, Рудомет Анна Олександрівна
ПОДАТКОВИЙ КОМПРОМІС ТА ДОЦІЛЬНІСТЬ ЙОГО
ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНИ.....88

Інвестиційно-інноваційні процеси в економіці

Гетьман Віра Дмитрівна ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ В
УКРАЇНІ.....92

Горобчук Тетяна Леонідівна ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА
БЕЗПЕКА ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ
УКРАЇНИ.....93

Левкова Юлія Романівна ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ
ПАРТНЕРСТВО ЯК МЕХАНІЗМ ЕФЕКТИВНОГО
СПІВРОБІТНИЦТВА У КРАЇНАХ ЄВРОПИ.....95

Поліщук Марина Сергіївна ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ
ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМ ПРОЦЕСОМ В
УКРАЇНІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....97

Савченко Сергій Миколайович, Качараба Наталія Петрівна
ВИКОРИСТАННЯ ФІЛОСОФІЇ КАЙДЗЕН НА
ПІДПРИЄМСТВАХ ЯК ОДНА З УМОВ ПОКРАЩЕННЯ
ВИРОБНИЦТВА.....100

Щирий Гліб Леонідович ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА ФІНАНСОВЕ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙ.....101

Світова економіка та міжнародні відносини

Брешко Валерія Вікторівна НОВІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ ТА
РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ (МІЖНАРОДНА ПРАКТИКА).....105

Бутенко А.М. УТИЛІЗАЦІЯ ПОБУТОВИХ ВІДХОДІВ:
МІЖНАРОДНИЙ ВИМІР.....107

<i>Кольбенко Ірина Андріївна</i> ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ БРЕНДИНГУ КРАЇНИ.....	110
<i>Нікитчук Юлія Вікторівна</i> ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	112
<i>Петросянц Еліна Альбертівна</i> ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	114
<i>Резнік Валерія Олександрівна</i> РЕГІОНАЛЬНА ІНТЕГРАЦІЯ – ШЛЯХОМ ДО БАГАТОПОЛЮСНОГО СВІТУ.....	115
<i>Шкорбот Ольга Юріївна</i> СВІТОВА ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ.....	119
<i>Ярешко Оксана Володимирівна</i> МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІЧНА ІНТЕГРАЦІЯ.....	121

Економічна наука та освіта

<i>Гладка Олена Сергіївна</i> СТАН ТА ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ.....	123
<i>Гончарук Наталія Сергіївна</i> ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕНДАУМЕНТ-ФОНДУ ДЛЯ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ.....	124
<i>Мінкін Олександр Юрійович</i> ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ ПРИ ОЦІНЮВАННІ НАВЧАЛЬНОЇ РОБОТИ.....	126

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ РЕГІОНАЛЬНОГО СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ

Азарова Ганна Володимирівна

аспірант, Інститут економіко-правових досліджень НАН України, м. Київ

Стратегічне планування є важливою складовою частиною планування взагалі. Аналогічно, регіональне стратегічне планування є лише складовою частиною стратегічного планування, але не абсолютно самостійною та незалежним науковим і практичним напрямком теорії пізнання та системи управління. Перш ніж виявити основні засади регіонального стратегічного планування, сформуємо основні відмінності між стратегічним та традиційним регіональним розвитком. В стратегічному плануванні:

- ✓ здійснюється нерозривний зв'язок із стратегічним управлінням,
- ✓ особлива увага приділяється зовнішнім можливостям і загрозам, внутрішнім слабким та сильним сторонам,
- ✓ враховуються інститути, що склалися на національному та регіональному рівні,
- ✓ акцент ставиться на дію (процес), а не на фіксацію ідеального стану, якого планується досягти,
- ✓ моніторинг та оцінка виконання стратегічних рішень, які слугують важливою основою формування нових циклів стратегічного планування.

З урахуванням такого розуміння регіонального стратегічного планування сформуємо його основні принципи.

По-перше, це принцип системності. Даний принцип розуміється як можливість досягнення системного ефекту (синергізму) за рахунок різностороннього та комплексного обґрунтування стратегічних рішень по розвитку регіону в єдності у розгляданні економічних, соціальних, технологічних, інституційних, екологічних та ін. факторів та умов. Та, по-друге, необхідність та можливість досягнення узгодженості стратегічних планів і програм розвитку певного регіону з планами та програмами інших територій (горизонтальна взаємодія), а також із національними та міжрегіональними планами та програмами (вертикальна взаємодія).

Принцип соціальної домінантності. Будь-які стратегічні рішення та будь-які програмні документи регіонального стратегічного планування та управління повинні розглядатися крізь призму досягнення головної мети –

підвищення рівня та якості життя населення, що проживає на даній території.

Принцип історизму (єдності часу та простору). Стратегічно планування прив'язано до конкретних умов конкретної території (початковому рівню соціально-економічного розвитку та існуючим інституційним умовам) та зазнає впливу умов, що склалися історично, а отже потребує економічного діагностування для коректного відображення ситуації, що склалася, та проблем, що існують.

Принцип партнерства. Процес стратегічного планування та управління базується на партнерстві та взаємодії інтересів всіх учасників (влади, бізнесу та населення). Прикладом реалізації даного принципу є державно-приватні контракти та соціальна відповідальність бізнесу.

Принцип реалістичності та досягнення. Не дивлячись на довгостроковий характер стратегічних рішень, вони повинні не просто вказувати бажану траєкторію соціально-економічного розвитку регіону, а і враховувати можливість реального досягнення поставлених цілей з позиції наявних та перспективних ресурсів.

Отже, регіональне стратегічне планування – процес обґрунтування та вибору стратегічних пріоритетів та напрямків стійкого та ефективного розвитку регіону на основі діагностування його рівня соціально-економічного розвитку на засадах єдності соціальних, економічних, технологічних, екологічних та інституційних факторів та умов, розробка на даних умовах методів регулювання та керуючої політики, покликаних забезпечити підвищення рівня життя населення.

УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ТА ФІНАНСОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Зюков Сергій Володимирович

аспірант, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Основою діяльності підприємства є процес споживання та постійного відновлення ресурсів, тобто неперервність потоків ресурсів. Підприємство існує тільки за рахунок неперервного виробництва. Інакше кажучи промислове підприємство можна представити як множину певним чинном організованих потоків використання ресурсів, які організовані як єдине ціле. Потік – сукупність об'єктів, що сприймаються як єдине ціле та існують як процес, який безперервно відбувається на певному часовому проміжку [1].

Процес функціонування будь-якого виробничого підприємства носить циклічний характер. На рис. 1 представлена структурна схема

функціонування матеріальних та фінансових потоків виробничого підприємства.

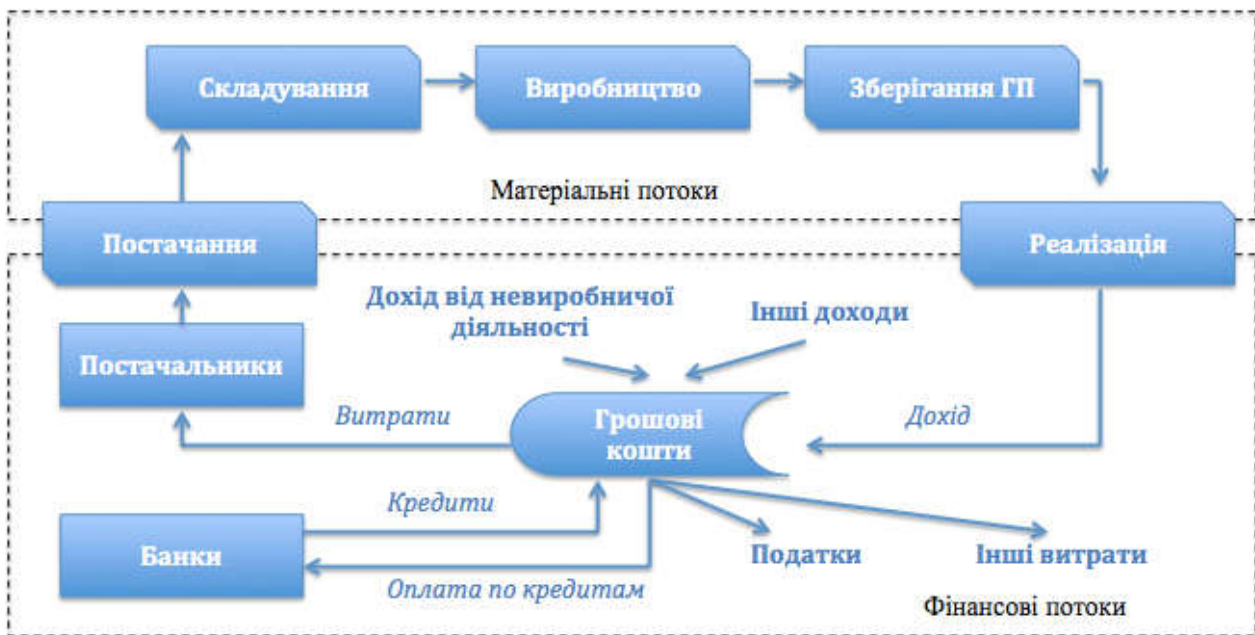


Рис. 1. Структурна схема функціонування потоків виробничого підприємства

Д. Форестер [2] практично ототожнює потік с мережею та виділяє шість мереж: замовлення, матеріали, грошові кошти, робоча сила та обладнання, які об'єднанні за допомогою інформації. За характером об'єктів можуть бути виділені матеріальні, транспортні, енергетичні, фінансові, інформаційні потоки. Більшість вчених схиляється до думки, що найбільш важливими є матеріальний, в той час як фінансовий та інформаційний є другорядними, та лише супутні йому.

Основне завдання функціонування виробничого об'єкта - випуск і реалізація деякої продукції. Для нормальної роботи виробничого об'єкта необхідна сировина, матеріали, енергія, обладнання, кваліфікована праця співробітників підприємства і т.п. Вироблена в результаті функціонування підприємства продукція потрапляє на ринок збуту, де відбувається її реалізація, тобто обмін готової продукції на грошові кошти. Виручені за продукцію гроші поповнюють фінансові кошти підприємства. Поповнення відбувається також за рахунок коштів, отриманих в результаті невиробничої діяльності підприємства та з інших джерел (банківські кредити, цільове фінансування проектів і т.д.). З розрахункового рахунку здійснюються обов'язкові виплати податків, відсотків за кредитними зобов'язаннями та інші необхідні платежі. Гроші, що залишилися витрачаються на заповнення оборотних коштів (придбання сировини, матеріалів і т.д.) і на розвиток виробництва, тобто виручені гроші у вигляді матеріальних потреб потрапляють у виробництво. Таким чином,

цикл виробництва замикається. У процесі функціонування підприємства відбувається постійна трансформація матеріальних і фінансових потоків, тому для аналізу та прогнозування діяльності підприємства в цілому необхідно розглянути різні види його діяльності.

Проблема формування теоретичних і методологічних основ створення економічного механізму управління матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками на промисловому підприємстві залишається маловивченою та потребує глибокого дослідження.

Одним можливих резервів ефективного управління підприємством є забезпечення гармонізації поточкових процесів з урахуванням впливу внутрішнього та зовнішнього середовища. Досягти цього можна за рахунок комплексного, системного управління матеріальними та фінансовими потоками на основі логістичного підходу. Зв'язок фінансових і матеріальних потоків, процесів і робіт у логістичній системі забезпечується ще одним видом потоків - інформаційним. Інформація про рух матеріальних потоків використовується при побудові схем руху фінансових потоків. При цьому переміщення коштів від підприємства до інших учасників логістичного процесу, такими як споживачі і постачальники представляють у вигляді спрямованого руху фінансових коштів. Подібні схеми дозволяють визначити послідовність включення джерел фінансування, порядок розподілу вступників ресурсів, виявити вузькі місця в русі потоків.

Управління рухом фінансових і матеріальних потоків зводиться до того, що потрібно мінімізувати витрати ресурсів. По можливості треба домагатися того, щоб одна керуюча дія змінювала параметри як можна більшої кількості потоків. У цьому випадку вирішення проблем буде здійснюватися максимально швидко й з найменшими витратами.

Управління потоками можна вважати ефективним, якщо воно дозволяє вирішувати основні виробничо-господарські завдання підприємства. Через впливи на потоки можна забезпечувати логістичну систему фінансовими й матеріальними ресурсами, здійснювати залучення й повернення коштів, їх розподіл по напрямках використання.

Список використаних джерел:

1. Логистика: Учебное пособие / Новиков О.А. [и др.] – СПб.: СЗПИ, 1996. – 112с.
2. Форрестер Дж. Основы кибернетики предприятия / Дж. Форрестер. - М.: Прогресс, 1971. – 325 с.

ФІНАНСОВИЙ ПЛАН ПІДПРИЄМНИЦТВА

Козак Євген Ігорович

студент Вінницького фінансово-економічного університету

Планування виробничо-фінансової діяльності на підприємствах передбачає складання виробничого і фінансового планів. Фінансовий план є складовою бізнес-плану підприємства і має вигляд таблиці, в якій відображаються розрахунок обсягу фінансових результатів, а також обсяги надходжень і напрямки використання фінансових ресурсів підприємства в запланованому році.

Призначення фінансового плану полягає у визначенні обсягу фінансових результатів, а також сукупної потреби підприємства у певних розмірах фінансових ресурсів, необхідних для фінансування передбачених обсягів розширення виробництва, виконання фінансово-кредитних зобов'язань, розв'язання соціальних завдань і матеріального стимулювання працівників підприємства.

Необхідність фінансового плану полягає в тому, щоб дати можливість керівництву підприємства дістати уявлення про те, який обсяг фінансових результатів підприємство планує отримати у плановому році, які фінансові ресурси, у яких обсягах і звідки надходять, на які цілі вони витрачаються, виявити резерви збільшення власних фінансових ресурсів, здійснювати режим економії та контроль за цільовим використанням коштів.

Фінансовий план кожне підприємство складає самостійно за встановленою формою. Фінансовий план державного підприємства складається з двох частин:

1. Формування чистого прибутку.
2. Джерела формування і надходження коштів та напрямки їх використання.

У першій частині фінансового плану передбачається розрахунок фінансових результатів від усіх видів діяльності підприємства, а також чистого прибутку і його розподіл.

Друга частина фінансового плану містить сім розділів:

1. Джерела формування і надходження коштів.
2. Приріст активів підприємства.
3. Повернення залучених коштів.
4. Витрати, пов'язані з внесенням обов'язкових платежів до бюджету і державних цільових фондів.
5. Покриття збитків минулих періодів.
6. Елементи операційних витрат.
7. Розрахунок податку на додану вартість.

Список використаних джерел:

1. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навч. посіб. -К.:Вид-воКНЕУ, 2003.
2. Ковалева А. М. Финансы в управлении предприятием. — М.: Финансы и статистика, 1995.

Науковий керівник: Юрчишена Людмила Вікторівна, кандидат економічних наук, доцента кафедри фінансів, Вінницький фінансово-економічний університет

СУЧАСНИЙ СТАН ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ТА МІЖНАРОДНИХ КОРПОРАЦІЙ В УКРАЇНІ

Кравченко І.Ю.

кандидат економічних наук, ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Солянка А.Р.

студентка, ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасній світовій економіці значні переваги мають держави, у структурі економіки яких домінують великі підприємства та об'єднання. Адже тільки вони можуть здійснювати непритаманні для ринку витрати, вкладаючи кошти в довгострокове оновлення інфраструктури, збільшуючи фінансування наукоємних сфер тощо.

Об'єднання підприємств, переливання та консолідація капіталів, створення різних монополістичних груп є явищем, що не може оминати економічну систему будь-якої держави.

Таблиця 1

Кількість об'єднань юридичних осіб в Україні у 2013-2015 рр.

[побудовано за: 1]

Організаційно-правова форма господарювання	на 1 січня 2013 року	на 1 січня 2014 року	на 1 січня 2015 року	на 1 квітня 2015 року
Усього суб'єктів зареєстрованих у ЄДРПОУ	1341781	1372177	1331230	1084606
– корпорація	852	836	777	565
– консорціум	93	94	90	65
– концерн	359	350	327	195
– інші об'єднання юридичних осіб	1412	1365	1275	761

Примітка: Дані станом на 01 січня 2015 року та 01 квітня 2015 року надані без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя.

Статистичні дані Державного комітету статистики України за останні три роки свідчать про суттєве скорочення кількості суб'єктів господарювання, так кількість суб'єктів господарювання, що зареєстровані у Єдиному державному реєстрі підприємств та організацій України на 1 квітня 2015 року зменшилась на 257,2 тис. од. в порівнянні з даними на 1 січня 2013 року. Основною причиною такого скорочення є те, що відсутні дані з тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя.

Ще однією причиною скорочення кількості суб'єктів господарювання та зокрема, такої їх організаційної форми, як об'єднання підприємств, є негативний вплив економічної та політичної ситуації в Україні на їх діяльність.

На початок 2013 року на території України було зареєстровано 852 корпорації, 93 консорціума, 359 концернів, але погіршення політичної та економічної ситуації в Україні, проблеми територіального характеру (окупація Криму, військові дії на території сходу країни) призвели до скорочення кількості цих суб'єктів господарювання та, відповідно, до суттєвого скорочення обсягів їх діяльності.

Саме економічною ситуацією в країні, девальвацією гривні та небезпекою на сході України пояснюють припинення своєї діяльності на території України американські корпорації «Chevron» та «Shell» та канадська видобувна корпорація «Iskander Energy».

Припиняють діяльність на території України і окремі міжнародні фінансові корпорації, зокрема внаслідок нестабільності фінансового ринку у 2014 році збанкрутіло 44 банківські установи, а у квітні 2015 року оголосила про своє рішення припинити свою діяльність на території України міжнародна платіжна система PayU, що дозволяла інтернет-магазинах приймати платежі від своїх клієнтів за допомогою різних варіантів оплат. Ця система є власністю холдингу Allegro Group, що належить міжнародній корпорації Naspers.

Узагальнюючи проведені дослідження зазначимо, що, на сьогодні, власники та інвестори характеризують ситуацію в Україні як економічно та політично непрогнозовану, небезпечну та з надзвичайно високим ступенем ризику, і тому відмовляються від інвестування коштів у бізнес-проекти в Україні.

Список використаних джерел:

1. Офіційна інтернет – сторінка Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Макар Оксана Павлівна

кандидат економічних наук, доцент, Національний університет «Львівська політехніка»

Артемчук Аліна Михайлівна

студентка, Національний університет «Львівська політехніка»

Ресторанне господарство – це сфера надання послуг, яка являється однією з найперспективніших та найприбутковіших справ в світі. В ХХІ столітті ресторанна справа, як ніколи раніше, надає найрізноманітніший вибір послуг. Саме в даний вид підприємництва вкладаються великі суми матеріальних коштів, які «виправдовують» себе в декілька разів швидше, аніж кошти вкладені, для прикладу в звичайний магазин. Слід зазначити, що ресторанне підприємство в Україні знаходиться навіть не на стадії розвитку, а на стадії зародження. За умов жорсткого конкурентного ринку гідно вистояти та збудувати власну мережу вдається далеко не кожному новому закладу.

Зазначимо деякі особливості конкуренції в ресторанному господарстві, а саме:

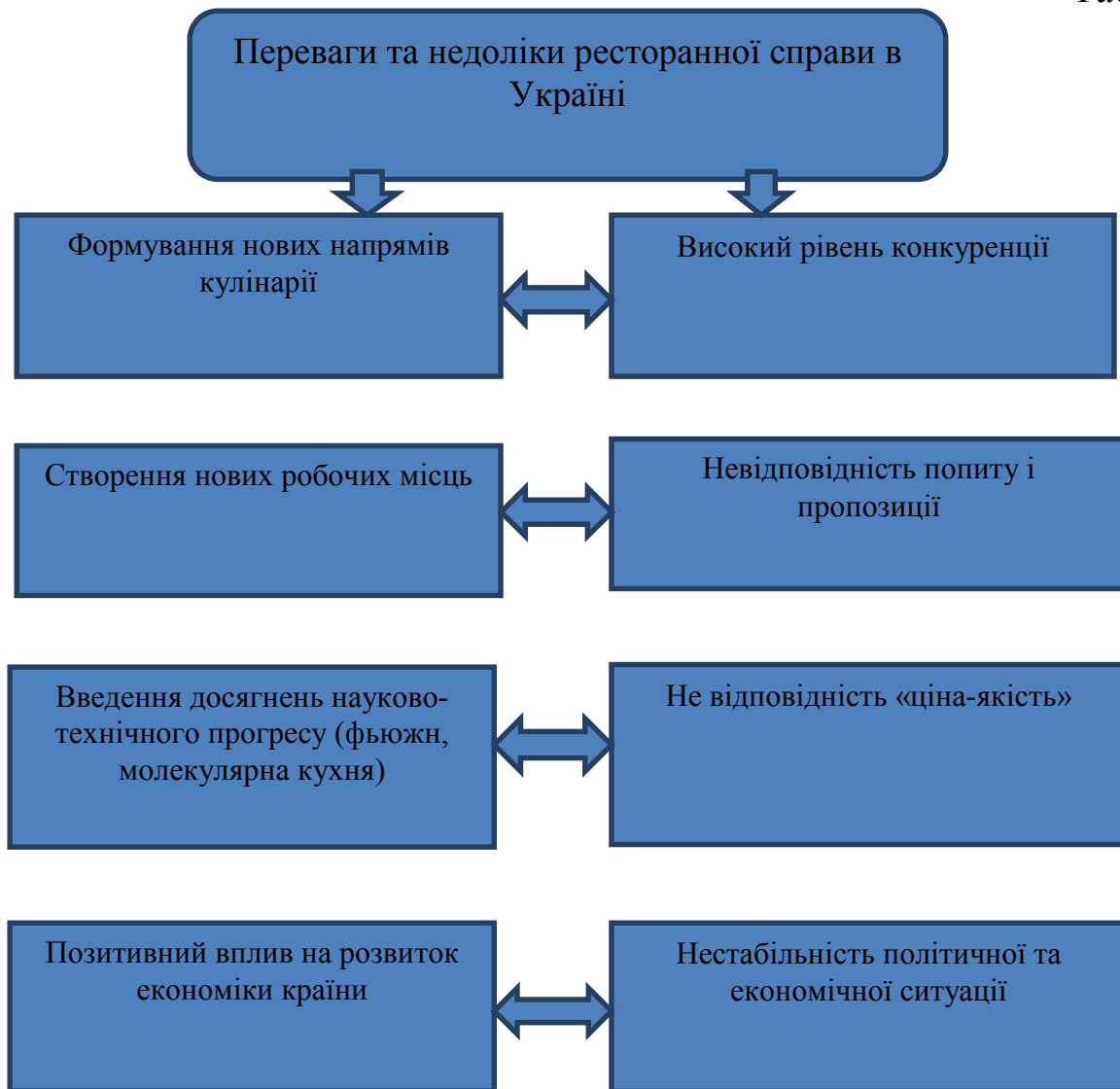
- будь-який новий заклад орієнтується на певну, а отже - обмежену клієнтуру;

- особливий характер конкуренції, пов'язаний з виконанням закладами ресторанного господарства функції виробництва продукції, її реалізації і організації споживання;

- конкуруючи між собою заклади особливу увагу приділяють обслуговуванню святкових заходів, прийняття туристів та проведенню ділових зустрічей.

Але, звичайно, найбільшим засобом для конкуренції залишаються ціни на послуги в закладах ресторанного господарства.

За прогнозами аналітиків розвиток відкритої мережі ресторанного господарства слід очікувати за двома основними напрямками: перший – розвиток підприємств швидкого харчування; другий – розвиток ресторанів середнього рівня. На нашу думку, такі висновки були зроблені враховуючи матеріальні можливості потенційних клієнтів, та за умов не стабільного політичного та економічного становища країни.



Джерело: складено авторами

Отже, проаналізувавши аспекти розвитку ресторанного підприємництва в Україні, можна зробити висновки про те, що даний вид підприємництва знаходиться на стадії зародження. Для того, щоб утриматись в середовищі жорсткої конкуренції ресторатори повинні чи не щодня вводити нові інновації, щоб залишитись у своєму сегменті та бути на декілька кроків попереду конкурентів.

Список використаних джерел:

1. Алексєєв Д. Ресторан за інтересами // Журнал "Ресторанні відомості", №101, 2006. – С. 12-14.
2. Барановський В.А. Ресторанний бізнес: Навчальний посібник. – РнД.: Фенікс, 2005. – 220 с.
3. Бородіна В.В. Ресторанно-готельний бізнес: Облік, податки, маркетинг, менеджмент. – М.: Книжковий світ, 2003. – 165 с.

- 4.[Електронний ресурс]. – Режим доступу :
http://www.rusnauka.com/14_APSN_2008/Economics/32215.doc.htm
- 5.[Електронний ресурс]. – Режим доступу :
http://tourlib.net/statti_ukr/yashyna.htm

ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА, ЙОГО ОЦІНКА ТА УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ

Максимчук Тетяна Миколаївна

магістрант Івано-Франківського навчально-наукового інституту менеджменту Тернопільського національного економічного університету

Актуальність теми. Одне з основних передумов керівництва підприємства є створення й оцінка поточних і перспективних можливостей підприємства, тобто його потенціалу. Це все викликано потребою збереження ефективності функціонування і покращення конкурентноспроможності на ринку.

На сьогоднішній день значним елементом діяльності господарства слід вважати формування оцінки аспектів потенціалу у зв'язку із поглибленням конкуренції у торгівельні галузі, прогресивною експансією на ринок України іноземних торговельних підприємств. Різні торговельні підприємства вдаються до окремих економічних заходів з метою покращення власного потенціалу. Такі організаційні заходи спрямовані на оновлення структури товарного асортименту, збільшення обсягу збуту товарів запровадження прогресивних технологій у торгівлі, оптимізації витрат обігу, забезпечення високого рівня сервісу кількості вчених як зарубіжних так і вітчизняних приділяти вивченню загальних теоретичних аспектів формування і використання потенціалу підприємства.

Метою роботи є розробка теоретичних положень і практичних рекомендацій з управління потенціалом підприємства, аналіз і загальна характеристика підприємства.

Для досягнення певної мети вирішено такі завдання:

Уточнення економічного змісту економічного потенціалу; дослідити класифікацію та характеристику факторів, що впливають на рівень потенціалу; розкрити методи оцінки наявності та ефективності використання потенціалу підприємства; дослідити тенденції розвитку агроринку в Україні; розкрити загальну характеристику й аналіз підприємства; розкрити напрями підвищення ефективності використання потенціалу підприємства.

Інформаційною базою дослідження послужили закони і нормативні акти України, що регламентують функціонування підприємств, вітчизняні

й зарубіжні публікації, які відбивають теоретичні та методичні розробки, результати наукових досліджень, проведених провідними інститутами України, а також безпосередньо автором.

Більша частина трактувань щодо поняття «потенціал» формується на ресурсній теорії, тобто аналізі та розробці рекомендацій щодо створення потреби в певному складі ресурсів. Проте, теоретичні аспекти функціонування і забезпечення прогресивного господарського використання потенціалу підприємств в сучасних ринкових умовах що склалися, де посилена конкурентна боротьба залишаються малодослідженими й донині. У даних наукових дослідженнях недостатньо висвітлені питання вивченню основних елементів потенціалу підприємств, відсутні методики щодо системного підходу оцінки потенціалу суб'єктів господарювання, немає точних тверджень до дальшого розвитку та забезпечення ефективного використання з урахуванням зміни конюнктури ринку та ділової активності торговельних підприємств. Тому я обрала дану тему, щоб більш детально опрацювати визначення сутності, структури і механізму формування та управління стратегічним потенціалом підприємства з урахуванням економічної ситуації, яка спостерігається в Україні.

Теоретичне значення роботи наступне: Розглянуто економічний зміст та складові елементи економічного потенціалу підприємства; розглянуто загальні поняття потенціалу підприємства та класифікація факторів, які безпосередньо впливають на рівень потенціалу розвитку підприємства

Також проведено аналіз самого підприємства, а саме його техніко-економічні показники, фінансовий стан підприємства, та запропоновано рекомендації щодо плану дій з удосконалення системи управління потенціалом за рахунок пошуку резервів, розробки заходів щодо вдосконалення роботи даного підприємства.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКОГО МЕХАНІЗМУ ЗДІЙСНЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ У СФЕРІ ЗБЕРЕЖЕННЯ ЛІСІВ

Рудальова Тетяна Едуардівна

студентка, Львівський національний університет імені І.Франка

Сучасний етап розвитку України передбачає досягнення ефективного державного управління лісовим господарством. Тому існує необхідність становлення результативної державної політики збереження

лісів, приведення вітчизняного правового поля у цій сфері до європейських стандартів.

Стан державної політики України у сфері збереження лісів характеризується існуванням низки недоліків, що в свою чергу має безпосередній вплив на стан лісів та лісове господарство в цілому. Над питаннями вдосконалення державного управління лісовим господарством працювали ряд вітчизняних науковців: М.Б. Бизова, А.А. Головка, А.М. Дейнека, В.І. Курило, Я.М. Назаренко, С.О. Мельник, І.М. Синякевич, Ю.Р. Шеляг - Сосонко, О.П. Павліщук, Н.В. Марфіна та інші. Однак питання удосконалення державної політики все ще залишається не достатньо дослідженим.

Найголовнішими недоліками державної політики є державне регулювання та контроль, проблеми зменшення лісистості територій, недостатнє фінансування лісового сектору.

Вдосконалення державної політики України у сфері збереженні лісів передбачає:

- Зменшення корупції органів влади;
- Передача лісових підприємств та інших суб'єктів господарювання у підпорядкованість єдиному, новоствореному органу управління лісів;
- Вдосконалення лісового законодавства щодо запобігання незаконним рубкам;
- Покращення наукового та кадрового забезпечення галузі;
- Створення державних органів, які б відповідали за екологічну освіту і інформування населення;
- Покращення системи інвентаризації лісів для збору даних про стан лісів і для забезпечення органів державного управління правдивою інформацією.

Важливим є участь України у роботі міжнародних лісівничих організаціях, вивчення нових технологій, методів організації та ведення лісового господарства.

Таким чином реалізація запропонованих шляхів покращення державної політики України у сфері збереження лісів можлива за умови розробки концепції господарювання в галузі та нормативних документів.

Покращення державної політики сприятиме сталому розвитку і управлінням лісовим господарством, збільшенню площі лісів держави, створенню нових робочих місць, зростанню інвестицій в лісову галузь тощо.

Список використаних джерел:

1. Лісова політика: теорія і практика / під ред. І. М. Синякевича / Синякевич І. М., Соловій І. П., Врублевська О. В. та ін. : монографія. – Львів : ЛА "Піраміда", 2008. – 612 с.
2. Соловій І.П. Інституційні аспекти формування лісової політики / І.П. Соловій // Науковий вісник : зб. наук.-техн. праць Українського державного лісотехнічного університету / М-во освіти України, УкрДЛТУ. – Львів, 2004. – Вип. 14.2 : Менеджмент природних ресурсів, екологічна і лісова політика. – Бібліогр.: с. 78.

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Харчук Світлана Анатоліївна

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій, Вінницький навчально-науковий інститут економіки Тернопільського національного економічного університету

Вітюк Діана

студентка, Вінницький навчально-науковий інститут економіки Тернопільського національного економічного університету

Диверсифікація економічної діяльності у розвитку сільських територій є адекватною відповіддю не лише на виклики глобалізації світової економіки, пов'язаної з взаємопроникненням технологій та капіталів, але й у кризових умовах – є одним з інструментів антикризової стратегії розвитку. Ефективність диверсифікації безпосередньо залежить від своєчасної орієнтації на види товарів, робіт, послуг, які мають попит або наближаються до рівня конкурентоспроможності.

Сучасні тенденції розвитку сільських територій нашої держави схожі з європейськими і світовими і відбуваються у напрямі звуження сфери прикладання праці. Також для України характерними залишаються невідповідність професійно-кваліфікованої якості робітників потребам роботодавців та зростання безробіття. Проблема диверсифікації сфер зайнятості сільських мешканців особливо актуальна в регіонах України з високою часткою селян. До таких регіонів зокрема відноситься і Вінницька область, де частка сільських жителів складає понад 50%.

Узагальнення характеристик соціально-економічного стану села, основних процесів, що відбуваються в сільськогосподарському виробництві, а також на сільських територіях, у цілому дає змогу стверджувати, що для диверсифікації сільської економіки в регіональному

розрізі існують необхідні умови, а також вагомі причини, головними з яких є низький рівень зайнятості та матеріального добробуту сільських жителів.

У цьому контексті диверсифікацію сільської економіки і зайнятості доцільно розглядати через три стратегічних напрями. Вони включають: заходи диверсифікації сільської економіки сільськогосподарського характеру (горизонтальний та вертикальний напрям); заходи диверсифікації сільської економіки несільськогосподарського характеру; диверсифікація сфер економічної діяльності.

Для підтримки напряму диверсифікації економіки необхідним є: забезпечення фінансування науково-дослідних установ; створення необхідних матеріальних і умов для зберігання кадрового потенціалу науки, запобігання його відпливу за кордон; створення регіональних програм підтримки селекційної та племінної справи.

Відродження українського села вимагає досягнення певної якості культурного життя, передумовами якої є: збереження та підтримання ефективного функціонування законодавчо визначеної необхідної мережі закладів культури; визначення статусу та повноцінне фінансування об'єктів соціально-культурної спадщини і природно-заповідного фонду, що межують із сільськими мережами розселення; забезпечення економічної доступності суспільно необхідних культурних послуг з врахуванням доходів сільського населення; дослідження попиту на послуги культури в регіональних системах розселення, який охоплює кінопокази, вечори відпочинку для молоді, гуртки для дітей і дорослих (у тому числі і платні) з музики, танцю, образотворчого мистецтва.

Отже, для створення комфортного життєвого середовища, культурного зростання та відпочинку потрібно вдосконалювати та розширювати матеріально-технічну базу соціально-культурної інфраструктури шляхом збільшення бюджетного фінансування як на державному, так і на місцевому рівнях та залучення недержавних коштів.

Таким чином, заходи щодо покращення соціальної інфраструктури є різноплановими і залежать від сфери діяльності, форм власності, механізмів функціонування. Це необхідно враховувати при розробці програми розвитку соціальної інфраструктури регіону.

Поряд із коштами державного бюджету й місцевих бюджетів залучати кошти галузевих міністерств, відомств, організацій, кошти фізичних та юридичних осіб. Однак головним джерелом фінансування зазначених витрат є державний бюджет і місцеві бюджети. Тут важливого значення набуває досягнення збалансованих міжбюджетних відносин, поєднання виділення фінансових ресурсів із державного бюджету та коштів місцевих бюджетів. Необхідно досягти таких обсягів асигнування, які забезпечать усі потреби розвитку соціальної інфраструктури на селі.

Для цього потрібна реальна підтримка держави щодо бюджетного інвестування відновлення й розвитку соціальної сфери на селі в обсягах, передбачених Законом України «Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві», а саме – виділення державних капітальних вкладень для створення об'єктів соціальної інфраструктури у сільській місцевості в обсягах не менше 0,5% вартості внутрішнього валового продукту.

Законодавчою базою для запровадження механізму зменшення диспропорції у соціально-економічній сфері окремих територій є Закон України «Про стимулювання розвитку регіонів».

Таким чином, запропонований нами механізм розроблення програми соціального розвитку дасть змогу задовольнити потреби населення у об'єктах соціальної інфраструктури, розв'язати проблему територіального розміщення цих об'єктів, розробити конкретні заходи щодо покращення функціонування соціальної інфраструктури різного призначення і, найважливіше, – знайти шляхи фінансування таких програми, які дадуть змогу подолати диспропорції розвитку областей України загалом і районів областей і забезпечити населення робочими місцями.

Ще одним стратегічним напрямом диверсифікації сільської економіки є урізноманітнення сфер економічної діяльності.

Вибір цього напрямку обумовлений необхідністю протидіяти ризику ймовірного колапсу регіональної економіки – через існуючі загрози скорочення сільськогосподарського виробництва, а також нераціональної державної політики в галузі агропромислового комплексу, у поєднанні з низьким рівнем диверсифікації економіки (переважання первинного сектору, у багатьох областях – сільське господарство є основним сектором).

Прикладом аграрної області є Вінницька, тому необхідним є надання підтримки для нарощування обсягу та підвищення конкурентоспроможності економіки області шляхом поступового збільшення кількості секторів економіки та зміни структури економіки на користь продукції з більш високою доданою вартістю.

Для цього потрібне розміщення промислових, переробних та обслуговуючих підприємств у сільській місцевості Вінницької області. Соціальний ефект від цих заходів можна спостерігати не тільки завдяки створенню нових робочих місць, а й через можливість відновлення соціальної інфраструктури завдяки коштам, що будуть поступати у місцеві бюджети як податки підприємств.

Можливі заходи для реалізації цього завдання передбачають: створення регіонального інвестиційного фонду; розробка техніко-економічних обґрунтувань, концептуальних, дизайнерських і

управлінських рішень для новостворених підприємств; підтримка створення регіонального гарантійного фонду; впровадження механізму відшкодування відсотків за кредитами на створення нових для Вінниччини видів економічної діяльності.

Таким чином, диверсифікація економіки села є ключем до зменшення значної залежності від сільського господарства й до розвитку нових видів економічної діяльності, створення нових підприємств і залучення інвестицій. Вона також може сприяти підвищенню рівня зайнятості та доходів сільського населення, збільшенню випуску продукції з високою доданою вартістю, покращенню якості людського капіталу й, нарешті, допомогти підвищити розвиток сільських територій.

Список використаних джерел:

1. Вітвіцький В. В. Сільський ринок праці – нові ризики та шляхи їх подолання / В. В. Вітвіцький, О. М. Могильний // Продуктивність агропромислового виробництва : зб. наук. праць. – К. : Україн. наук.-досл. ін-т продуктивності АПК, 2009. – № 13. – С. 32–40.
2. Гоголь Т. В. Багатофункціональний розвиток сільських територій – стратегічна мета державної регіональної політики [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Gogol.pdf>.
3. Решитько Т. В. Проблема розширення сфери зайнятості сільського населення / Т. В. Решитько // Зб. наук. праць Кіровоград. нац. техніч. ун-ту. Серія: Економічні науки. – 2011. – Вип. 19. – С. 136–139.

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО: СУТЬ, ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ У СКЛАДОВИХ ГУМАНІТАРНОЇ СФЕРИ

Щербата Інна Михайлівна

студентка, Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці

Значення розвитку взаємодії держави та бізнесу у складових гуманітарної сфери в сучасному світі збільшується. Одним із ефективних механізмів, сформованих у розвинених країнах світу, є взаємодія між органами державної влади та бізнесом у формі державно-приватного партнерства (ДПП). Тому, дослідження зарубіжного досвіду державно - приватного партнерства у складових саме гуманітарної сфери та визначення шляхів його розвитку є актуальним питанням для України.

У науковій літературі існує ряд визначень державно-приватного партнерства, які описують різні сторони даного явища, в тому числі його мету, очікувані результати. Данасарова С.Д визначає, що державно-

приватне партнерство - це домовленість між державною і приватною структурами про спільну реалізацію суспільно-значущих проектів найбільш ефективним способом і по більш низькій вартості, ніж держава зможе здійснювати самостійно [1, с.8].

На думку В. Андрущенко, Л. Губернського та М. Михайльченка, гуманітарна сфера – це не якась окрема (відмежована від економіки і політики) сфера суспільного буття, а суспільне буття як таке, схарактеризоване (оцінене, осмислене, організоване) крізь призму пріоритетів людини і людських цінностей. Це особливий «зріз» суспільної цілісності, а саме – зріз перетину й забезпечення людських інтересів» [2, с. 487]. На нашу думку, гуманітарна сфера – це сфера суспільної діяльності, яка спрямована на розвиток духовного та культурного життя людини і суспільства, у яку входять складові, орієнтовані на максимальне розкриття потенціалу кожної людини і соціуму в цілому.

Слід зазначити, що більшість країн світу до гуманітарної сфери відносять такі фундаментальні галузі, як освіта, наука і культура, оскільки саме вони є критерієм темпів та якості цивілізаційного прогресу й розвитку суспільства [2]. Адже саме ці фундаментальні галузі спрямовані на духовно-інтелектуальну складову розвитку суспільства.

Враховуючи, що досвід державно-приватного партнерства в Україні є незначним, прийняті закони потребують деталізації та прийняття відповідних нормативно-правових актів, які сприятимуть поглибленню та розповсюдженню державно-приватного партнерства в Україні. Важливо, щоб при розробці цих документів українською стороною враховувались результати світового досвіду державно-приватного партнерства, яке активно розповсюджується у США, Великій Британії, Австралії та інші[4].

Якщо проаналізувати досвід державно-приватного партнерства у країнах з різним рівнем соціально-економічного розвитку (Італія, Франція, Німеччина, Австрія, Бразилія, Мексика), то найбільш активно в таких країнах застосовується така форма державно-приватного партнерства як концесія. Такі партнерства є ефективними в різних сферах в тому числі і в гуманітарній сфері (охорона здоров'я, освіта, розвага, туризм) [4].

Беручи до уваги освіту можна сказати що перспективними є проекти з впровадження технологій відкритої та онлайн-освіти створення ефективної системи контролю та оцінки якості освіти, підготовки та підвищення кваліфікації фахівців інженерно-технічних спеціальностей. У науці приватних партнерів необхідно зосереджувати на оновленні та розвитку науково-технологічної інфраструктури а також проектах міжнародної наукової співпраці.

Що стосується культури, тут потенціал для державно-приватного партнерства зосереджений у реконструкції та оновленні пам'яток культури, шляхом ремонтів та реставрацій об'єктів культурної спадщини.

Розвиток ДПП може позитивно вплинути й на інші складові гуманітарної сфери, шляхом:

- створення та реконструкції об'єктів охорони здоров'я;
- оновлення та розбудова культурної спадщини;
- подолання бідності, шляхом створення нових робочих місць та працевлаштування;
- розвиток науки, освіти, інвестуючи у наукові проекти.

Отже, для забезпечення соціально-економічного розвитку держави, її національних суб'єктів господарювання, вимагає більшої уваги до гуманітарної сфери, якій належить пріоритетна роль у формуванні людського, інтелектуального капіталу держави, підвищенні її зовнішньополітичного авторитету. А за рахунок раціонального використання потенціалу держави, застосовуючи механізм ДПП можна досягти позитивного ефекту, шляхом забезпечення належного фінансування потреб гуманітарного розвитку України.

Список використаних джерел:

1. Данасарова С. Д. Институтчастно-государственного партнерства: становление и развитие в России: автореф. дисс. канд. экон. наук: спец. 08.00.01 / Восточно- Сибирский гос. технологич. ун-т. – Улан-Удэ, 2007. – 24 с.
2. Культура. Ідеологія. Особистість: Методолого-світогляд. аналіз / Л. Губернський, В. Андрущенко, М. Михальченко. – К. : Знання України, 2002. – 580 с.
3. Гуманітарна сфера України: проблеми і шляхи формування: [монографія] / за ред. Б. М. Данилишина. – К.: Юрінком Інтер, 1998. – 432 с.
4. Павлова Г. Державно-приватне партнерство: аналіз світового досвіду та шляхи розвитку в Україні. Держава і ринок [Електронний ресурс] / Ганна Павлова - Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/putp/2011-3/doc/3/02.pdf>

ВЗАЄМОЗАЛЕЖНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ З ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Афанасьєв Є.В.

доктор економічних наук, професор, Державний вищий навчальний заклад «Криворізький національний університет» Криворізький економічний інститут

Скубіліна А.В.

магістр, Державний вищий навчальний заклад «Криворізький національний університет» Криворізький економічний інститут

Економічна безпека підприємства залежить від багатьох факторів: наявного законодавства в країні, форми державного регулювання, соціального стану населення, фінансових ринків, наявних фінансових, матеріальних, інформаційних, кадрових ресурсів та ін. Вище перелічені чинники в свою чергу впливають і на конкурентоспроможність підприємства та його позицію на ринку. Відтак, прослідковується пряма залежність економічної безпеки організації із конкурентоспроможністю, оскільки вдало налагоджена діяльність служби безпеки забезпечує стійкість фірми в умовах ринку. Тому актуальним є обґрунтування взаємозв'язку досліджуваних понять.

Над питаннями забезпечення економічної безпеки, конкурентоспроможності підприємства працювали такі вчені-економісти: Г. Азоєв, Є. Афанасьєв, С. Білоусова, Т. Васильців, А. Градов, О. Грунін, С. Довбня, М. Єрмошенко, Я. Жаліло, С. Злупко, Ю. Іванов, Д. Ковальов, М. Комлик, Л. Мельник, К. Мільські, С. Мочерний, В. Мунтіян, С. Покропивний, Г. Ситник, А. Ревенко, О. Терещенко, Р. Фатхудінов, О. Щекович та ін.

Проте, погляди вчених на дану проблематику дуже різняться. Таким чином, метою публікації є узагальнення поглядів та визначення взаємозв'язку між економічною безпекою та конкурентоспроможністю підприємства.

Економічна безпека суб'єкта підприємницької діяльності є таким станом розвитку суб'єкта господарювання, який характеризується стабільністю економічного й фінансового розвитку, ефективністю нейтралізації негативних факторів та протидії їх впливу на всіх стадіях його діяльності [1].

Конкурентоспроможність підприємства – спроможність та поведінка, які забезпечують фірмі можливість тривалий час добиватися власних цілей і успішно утримувати позиції на ринку поряд з іншими присутніми там суб’єктами [2].

Виходячи з визначень понять можна стверджувати, що зв’язок конкурентоспроможності та економічної безпеки підприємства є прямолінійним, тобто висока конкурентоспроможність фірми є свідченням міцної економічної безпеки. І навпаки, стійка економічна безпека обумовлює стабільне ефективне функціонування підприємства та його успішний розвиток, що в свою чергу дає змогу займати позицію лідера на ринку протягом тривалого часу. Таким чином ці два поняття є взаємодоповнюючими.

Прямим свідченням взаємозалежності конкурентоспроможності з економічною безпекою підприємства є їх цільові функції, які зображено на схемі (рис. 1):

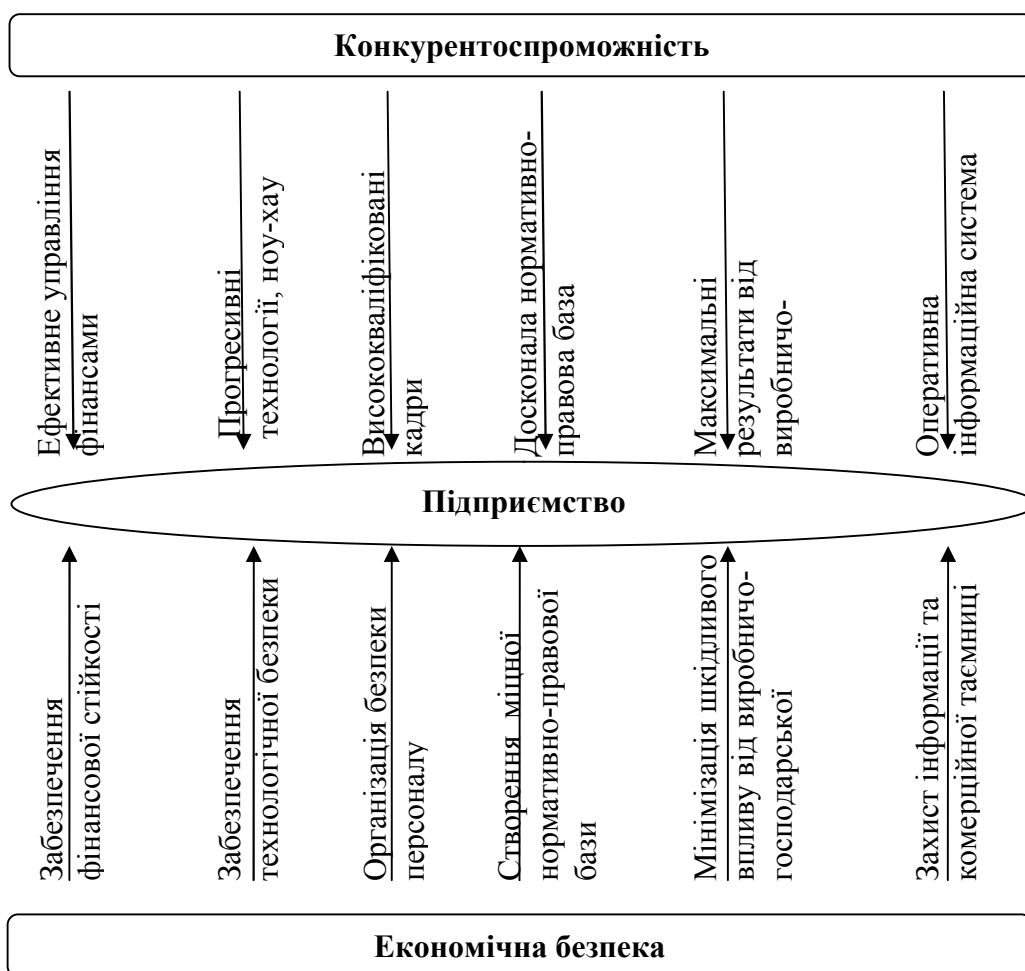


Рис. 1. Схема взаємозалежності конкурентоспроможності та економічної безпеки підприємства

Отже, як видно зі схеми, існує прямий взаємозв'язок між функціями конкурентоспроможності та економічної безпеки підприємства. Звідси робимо висновок, що вище розглянуті складові є запорукою успіху в діяльності організації, оскільки економічна безпека є підґрунтям забезпечення конкурентоспроможності. Тому слід приділяти багато уваги не тільки підвищенню конкурентоспроможності фірми, а й її захисту від зовнішніх та внутрішніх загроз, що дозволить ефективно функціонувати на ринку протягом тривалого терміну.

Список використаних джерел:

1. Комлик М. І. Економічна безпека підприємницької діяльності: Економіко- правовий аспект: Навч. посібн. / М.І. Комлик. - К.: Атіка, 2005. - 432 с.
2. Афонін А. С. Конкурентоспроможність суб'єктів господарювання: теоретичні аспекти і висновки для індустрії туризму / А.С. Афонін, С.В. Білоусова, К. Мільські // Бізнес-навігатор. - 2008. - №3(15). - С. 172-183.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

Вітюк Оксана Вікторівна

студентка, Національний авіаційний університет

В сучасних умовах становлення ринкової економіки в нашій державі особливо актуальним є питання ефективності управління. Наші невдачі в проведенні економічних реформ пов'язані з невизначеністю стратегії кардинальної перебудови суспільства (включаючи політичне, соціальне й моральне середовище). Для того, щоб не допускати грубих помилок надалі, нам необхідно навчитися знаходити оптимальні рішення в умовах невизначеності соціально-економічного життя та недостатньої стабільності, які характерні для сучасної ситуації в нашій країні.

Визначено, що фактичний стан менеджменту та його організаційної культури в Україні досить недосконалий, оскільки в більшості вітчизняних підприємств спостерігається низький рівень продуктивності та якості праці, а також низька конкурентоспроможність.

Вчені Б.П. Будзан і Г.В. Щокін виділяють такі основні недоліки менеджменту в Україні: нехтування довгостроковим плануванням управління; низький професійний рівень директорів підприємств; невміння імпортувати нові технології; низька корпоративна культура; непомірна централізація управління; відсутність уваги до аналізу ринку; слабка мотивація працівників; мала ефективність штабного апарату тощо.

Виявлено, що основними проблемами менеджменту в Україні, на думку багатьох вчених, є: проблема якості управлінських кадрів; корумпованість сучасної економіки; надлишкова чисельність державних керівників.

Деякі науковці наводять також інші проблеми:

1. «Самозакоханість» - більша частина керівників не бере до уваги думку інших, вони впевнені, що тільки власними силами зможуть знайти правильний варіант вирішення проблеми;

2. Вітчизняний бізнес зосереджений лише на заробітку грошей – зацикленість на грошових засобах та недостатня увага приділяється до творчості та духовності;

3. Недостатня увага приділяється споживачам – наша держава ще не доросла до максимальної орієнтації на клієнта;

4. Жадібність і конкуренція – в багатьох галузях спостерігається тенденція зниження один одного і не вміння співпрацювати;

5. Зосередження на власній величі – багато бізнесменів приймають позицію: якщо в компанії трапляються невдачі, то винні співробітники, але якщо стався успіх – то це результат тільки особистих зусиль керівника; невміння розділяти успіх з співробітниками;

6. Зосередженість на цифрах – у зв'язку із зацикленням на цифрах та показниках, менеджери постійно стикаються з проблемою у відносинах, що призводить до виникнення небажаних конфліктних ситуацій;

7. Небажання щось змінювати – схильність зберігати стабільність, прагнення оберігати свою позицію, статус, робити все як раніше; однак цей підхід є невдалим, адже внутрішнє і зовнішнє середовище постійно змінюється.

Отже, розв'язання проблем менеджменту, які існують в Україні вимагає системних механізмів на загальнонаціональному рівні. Для широкого впровадження сучасних методів управління та розв'язання конкретних проблем менеджменту потрібно проводити різні конференції, «круглі столи», ділові зустрічі із залученням провідних фахівців. Крім цього необхідна зміна пріоритетів з боку держави.

Список використаних джерел:

1. Лесечко М. Українська модель менеджменту // Львівська газета від 08.09.2008
2. Туленков, М. В. Сучасні теорії менеджменту [Текст]: навч. посібник / М. В. Туленков. – К. : Каравела, 2012. – 304 с.

Науковий керівник: Остапенко Т.Г., к.е.н., доцент, Національний авіаційний університет

НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ АДАПТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В ІНЖИНІРИНГОВИХ КОМПАНІЯХ

Жежуха Володимир Йосипович

кандидат економічних наук, Львівський інститут банківської справи
Університету банківської справи Національного банку України

Крилишин Леся Орестівна

студентка, Національний університет «Львівська політехніка»

Досвідом успішних компаній доведено, що процес набору і відбору персоналу не завершується формуванням наказу на зарахування нового співробітника й оформленням усієї необхідної документації. Не менш важливе завдання – докласти максимум зусиль до того, щоб новий працівник швидко адаптувався на новому місці й зумів в якнайшвидші терміни працювати максимально продуктивно. Це завдання також актуальне і для інжинірингових компаній, тому потребує детального розгляду. Проблема набуває особливої актуальності ще й тому, що на вітчизняному ринку інжинірингових послуг спостерігається дефіцит кваліфікованих фахівців в інжиніринговій сфері, відтак, ігнорування цієї важливої складової менеджменту персоналу може стати причиною плинності персоналу, чого можна цілком уникнути.

Одним із основних напрямків формування ефективної системи адаптації персоналу в інжинірингових компаніях є напрямок формалізування цього процесу. Важливо мати відповідну вимогам часу та ефективну технологію адаптації персоналу, яка б вказувала на напрямки й ресурсне забезпечення відповідних робіт, а також чітко розподіляла їх між окремими підрозділами та посадовими особами інжинірингової компанії. Як свідчить вивчення теорії і практики, проблема полягає у тому, що на більшості інжинірингових підприємств проблемами адаптації персоналу або взагалі не займаються, або ця процедура фрагментарна.

Не менш важливе завдання на шляху формування ефективної системи трудової адаптації персоналу в інжинірингових компаніях – розуміння важливості й необхідності цього процесу усіма стейкхолдерами, якими, зокрема, можуть бути HR-підрозділ, лінійні керівники, колеги по роботі тощо.

Перейнявши досвід успішних іноземних та вітчизняних компаній, інжиніринговим підприємствам доцільно впровадити у практику використання Job Offer. Цей інструмент детально інформуватиме нового фахівця про посаду, яку він обійме, її місце в організаційній структурі управління, права та обов'язки, склад компенсаційного пакета, тривалість

відпусток та можливі терміни їхнього обрання, можливості кар'єрного та професійного зростання, основні контактні телефони в компанії тощо.

Ефективна робота HR-підрозділу та розвиток інституту наставництва в інжинірингових компаніях також є важливою передумовою трудової адаптації персоналу. Не менш важливо – забезпечувати ефективний зворотний зв'язок як під час періоду адаптації, так і після нього. Для цього, як свідчить вивчення теорії і практики, можуть застосовуватись як формальні, так і неформальні бесіди, а також різноманітні опитувальні листи. Керівництво інжинірингового підприємства повинно оцінювати не лише ефективність роботи нового співробітника за результатами випробувального терміну, але й діагностувати ефективність його трудової адаптації.

Зрозуміло також, що в інжиніринговій компанії не можна буде забезпечити ефективну систему трудової адаптації, якщо система менеджменту цього підприємства буде малодієвою. Про таку малодієвість можна стверджувати, коли відсутні реальні посадові інструкції, громіздка організаційна структура управління, поганий комунікаційний зв'язок між підрозділами, неефективна система мотивування персоналу тощо.

Таким чином, тільки завдяки вищенаведеному можна буде забезпечити обґрунтовану у літературі психофізіологічну, соціальну, професійну та організаційну трудову адаптацію персоналу в інжинірингових компаніях і тим самим забезпечити ефективність управління.

УПАКОВКА ЯК МАРКЕТИНГОВИЙ ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ ТОВАРУ ПІДПРИЄМСТВА

Лошенюк Ірина Романівна

кандидат технічних наук, доцент, Чернівецький торговельно-економічний інститут КНЕУ

Недільська Оксана Ігорівна

студентка, Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Сьогодні основним чинником успіху підприємств на ринку є грамотний вибір упаковки. Саме вона як маркетинговий засіб відіграє одну з найголовніших ролей реалізації та просування товарів.

Проте досі дана проблема недостатньо опрацьована науковцями, що й викликає до неї підвищену зацікавленість.

Мета нашого дослідження полягала у визначенні тенденцій використання упаковки у просуванні товарів.

Упаковка є засобом або комплексом засобів для забезпечення захисту товарів від ушкоджень та втрат, а також для полегшення та удосконалення процесу товарообігу [3, с.4]. Завдяки упаковці товар стає помітним, виділяється серед інших товарів, що стоять поруч на полиці. Разом з тим вартість упаковки дозволяє продавати товар значно дорожче за вартість самого товару.

До найважливіших маркетингових функцій упаковки відносяться: функція збереження якості та кількості товару; формування якості товару, за якої конструктивні особливості упаковки повинні забезпечувати зручність користування товаром, максимально задовольняти потреби споживача, а її дизайн створювати в очах споживача образ якісного товару; формування попиту на товар, де упаковка привертає увагу потенційного споживача, формує певний імідж товару; створення зворотного зв'язку із споживачем, завдяки розміщенню на упаковці адреси, контактних телефонів, посилання на сайт в інтернеті і т.п; мерчендайзинга, яка стверджує те, що упаковка повинна бути зручною для сфери торгівлі при розміщенні товарів на торговельно-технологічному устаткуванні.

При цьому основною метою упаковки виступає не тільки привернення увагу покупця, а стимулювання його довіряти тому, що знаходиться всередині.

Сучасною тенденцією упакування товарів є вдосконалення дизайну та форми упаковки, а також використання нових матеріалів для її виробництва. Все це дозволяє зробити транспортування, зберігання і реалізацію товару більш ефективними.

Упаковка полегшує транспортування продукції та її рух на ринку, сприяє впізнанню товару та його виробника споживачами, підкреслює відмітні особливості товару, допомагає скласти враження про нього, оскільки більшість споживачів купують товар, впізнавши упаковку відомого товаровиробника [2, с. 224].

Переважно споживачі враховують особливості упаковки, особливо її колір, форму, розмір. Професійний підбір кольору, шрифтів на упаковці, форми забезпечують товаровиробнику більший дохід, ніж рекламні повідомлення. Як свідчить практика, у більшості випадків, покупці роблять покупку продукції в яскравій і зручній упаковці.

У свою чергу, розрізняють такі основні причини, через які значення упаковки в системі маркетингу зростає: зміни вимог споживачів до зручності користування товаром; конкуренція за більш престижні місця на торговельно -технологічному устаткуванні підприємств; використання упаковки для реклами продукту на місці продажу [3, с.6].

Водночас застосування упаковки як засобу просування товару пов'язане з такими факторами як: самообслуговування (у цих умовах

упаковка повинна привернути увагу до товару, характеризувати його властивості, створювати споживачеві впевненість у товарі та надавати сприятливе враження про товар); добробут споживачів (платоспроможність споживачів показує, що вони готові заплатити за зручності, зовнішній вигляд, надійність і престижність поліпшеного упакування); імідж підприємства та торгової марки; інноваційні можливості (інноваційна упаковка може принести значну вигоду споживачам і прибуток виробникам) [3, с.8].

Останнім часом суттєво підвищились вимоги до упаковки, у яких повинні дотримуватись такі вимоги:

- відображення вмісту на упаковці та у маркуванні. Наприклад, текстильні матеріали з чистої вовни повинні мати спеціальне маркування і етикетку, в якій даються вказівки з температури прання, прасування доцільності;

- вартість упаковки не повинна перевищувати вартість самого товару;

- забруднення навколишнього середовища. Більша частина упаковки перетворюється на сміття, яке дуже складно утилізувати [2, с.226].

Отже, упаковка є головним елементом комунікацій зі споживачем. Правильно розроблена упаковка та її дизайн полегшує просування товару на ринок, що сприятиме росту продажів, отриманню прибутку і забезпечуватиме конкурентоспроможність товарів підприємства на ринку.

Список використаних джерел:

1. Акулич І.Л. Маркетинг: підручник [Текст] / І.Л. Акулич. – М.: Нове знання, 2007. – 540 с.
2. Собчак А.П. Роль упаковки в підвищенні ефективності маркетингової діяльності підприємств [Текст] / А.П. Собчак, С.В. Коваленко // Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди. – Харків: ХНПУ, 2013. – Вип. №13. – С. 219-22 (Серія "Економічні науки")
3. Яремчук Ю.В. Упаковка як елемент маркетингової діяльності [Текст] / Ю.В. Яремчук, О.М. Ковінько // Вісник Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Вінниця: ВТЕІ КНТЕУ, 2012. – Вип. №6. – С. 4-9 (Серія "Экономические науки")

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ

Лошенюк Ірина Романівна

кандидат технічних наук, доцент, Чернівецький торговельно-економічний інститут КНЕУ

Чепіль Людмила Юрївна

студентка, Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Сьогодні маркетинг охоплює усі види економічної діяльності підприємства та удосконалюється разом із прогресом соціально-економічних відносин в Україні. Водночас даний процес набуває особливої актуальності відповідно до швидкого розвитку світової економіки та ефективного ведення підприємницької діяльності.

Питаннями сучасного розвитку маркетингу присвячено чимало праць відомих вітчизняних та зарубіжних вчених таких як: Близнюк С.В., Войчак А.В., Данько Г.П., Логвіна Ю.М., Ортинська В.В., Ромат Є.В., Хоменко П.Г., Лилик І.В. та інших. Проте систематизованих досліджень з питань сучасного розвитку маркетингу в Україні недостатньо.

Мета нашого дослідження полягала у виявленні сучасних аспектів та тенденцій розвитку маркетингу в Україні.

Маркетинг як економічний процес забезпечує контакт виробника і споживача, сприяє раціональній орієнтації суспільного виробництва та відтворення, забезпечує ефективність обмінів між учасниками на ринку. При цьому маркетинг є цілеспрямованим початком виробництва, засобом зведення до мінімуму невідповідності попиту і пропозиції. Завдяки йому встановлюється і постійно підтримується не тільки товарний, але й інформаційний обмін між потенційними учасниками ринкових відносин. Потреба в ньому тим вища, чим більше виробників однорідної продукції протистоїть запитам споживачів [3, с.43].

Нині маркетинг виступає ключовою ланкою формування та збереження конкурентоспроможності підприємств, слугує основою стратегічного управління.

З огляду на сучасну наукову думку, можна зазначити такі тенденції розвитку маркетингу:

1. Для ненасичених ринків є характерним маркетинг, «зорієнтований на продукт», а сучасний маркетинг - це «маркетинг зорієнтований на споживача». Проте найбільш провідним підприємствам під силу здійснювати «змішаний маркетинг», зорієнтований як на продукт, так і на споживача.

2. Сучасний маркетинг можна назвати «інноваційним» та стратегічним. Інноваційний підхід - це операційний маркетинг, що складається зі стратегічного маркетингу, а саме, аналізу сегментації, привабливості, рівня конкурентоспроможності, ретельного вивчення бюджету, а також контролю за стратегією та розвитком.

Серед вихідних завдань стратегічного інноваційного маркетингу вагоме місце посідає розробка системи заходів проникнення нововведень на ринок. При цьому, в основу стратегічних маркетингових досліджень закладено аналіз ринку з вдосконаленням його сегментів, організацією і формуванням попиту, моделюванням поведінки покупця.

На нашу думку, стратегічний інноваційний маркетинг дозволяє зменшити негативний вплив зовнішніх факторів та можливість реалізації підприємством конкурентних товарів. Він ґрунтується на поділі ринку і позиціонуванні товару. Ключовий момент його стратегії міститься у дослідженні і прогнозуванні попиту на новий товар, що спирається на вивчення сприйняття споживачем нововведень. У ході стратегічних досліджень керівництво підприємств повинно визначитись з тим, які товари, якої якості, яким споживачам і за якою ціною пропонувати.

В останні роки при зростанні витрат на маркетинг спостерігається падіння ефективності маркетингових програм. Нові продукти скоріше невдалі, ніж успішні (80% нових споживчих товарів і 30% товарів для бізнесу не приносять прибутку). Як відзначають фахівці, більшого значення набула швидкість виходу нового продукту на ринок, а не дійсна потреба споживачів у ньому.

Спостерігається також тенденція до зниження ефективності реклами. Одним із чинників цього став її настирливий характер. За оцінками фахівців, лише 10% покупців позитивно ставляться до рекламних повідомлень. Зростає важливість точного знання свого споживача з використання методів зворотнього зв'язку, зокрема тих, що пропонує Інтернет [1, с.23].

Сучасний маркетинг повинен базуватися на швидкому та гнучкому плануванні нововведень, в центрі яких завжди повинен бути споживач. Нові продукти можуть створити нові ринки, а на існуючих ринках допоможуть потіснити конкурентів [1, с.25].

Отже, найважливішою характеристикою сучасного маркетингу є виявлення нових потреб чи нових форм задоволення вже існуючих потреб, орієнтація виробництва на задоволення реально наявного попиту, а завдяки цьому - випередження конкурентів. У наслідок розвитку технологій і нових ринків роль маркетингу в підприємствах протягом найближчих років буде набувати все більшого значення. Основними

тенденціями в маркетингу виступатимуть нові ринки, нові медіа технології, методи та підходи до кращого розуміння потреб та смаків споживачів. Саме вивчення споживачів буде виявлятися найважливішим завданням маркетологів, оскільки головною силою виступатиме не сама інформація, а здатність відшукати потрібне і використати належним чином на користь підприємства та споживача.

Список використаних джерел:

1. Логвіна Ю.М Сучасні тенденції розвитку маркетингу в Україні / Ю.М. Логвіна, Г.О. Лихачева, Д.П. Михайлова // Маркетинг и менеджмент. – 2014. - №6. – с. 21-26
2. Мартинюк Ю.В. Тенденції розвитку сучасного маркетингу та його основні цілі [Електронний ресурс] / Ю.В. Мартинюк, О.С. Токарчук – Режим доступу : <http://intkonf.org/martinyuk-yuv-tokarchuk-os-tendentsiyi-rozvitku-suchasnogo-marketingu-ta-yogo-osnovni-tsili/>.
3. Піскун О.О. Розвиток сучасного маркетингу / О.О. Піскун // Управління розвитком. – 2014. - №5. – с. 42-45
4. Соколенко В.А. Сучасні тенденції розвитку маркетингу [Електронний ресурс] / В.А. Соколенко, А.В. Поляк – Режим доступу : <http://www.kpi.kharkov.ua/archive/>.

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ ПОСЛУГ

Лошенюк Ірина Романівна

кандидат технічних наук, доцент, Чернівецький торговельно-економічний інститут КНЕУ

Морозюк С.В.

студентка, Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Активний розвиток сфери послуг став важливою характеристикою минулого століття. У середньому близько 70 % ВВП розвинених країн виробляється в секторі послуг, при чому темпи зростання цього сектору (16 % на рік) набагато вищі за темпи зростання сфери торгівлі (лише 7 %).

Незважаючи на посилену увагу економічної науки до сфери послуг, і досі немає єдиної думки щодо визначення маркетингу послуг. Маркетинг – це концепція виробництва, в основі якої лежить орієнтація виробника товару на потреби користувача. Мета маркетингу – забезпечення стабільного прибутку і розвитку бізнесу – може бути досягнена за

допомогою системи прикладних знань, що формалізують поступальний процес взаємодії виробника товару і покупця[3].

Товарна політика в сфері послуг в цілому включає аналогічний комплекс елементів і процесів управління у порівнянні з товарними ринками, але конкретні напрями реалізації можуть суттєво відрізнятися. Зокрема, науковці виділяють наступні ключові відмінності товарної політики сфери послуг у порівнянні з товарними ринками:

- процес розробки нових послуг значно дешевший, простіший і швидший у порівнянні з товарами;
- життєвий цикл послуг значно довший за життєвий цикл товарів в силу ширших можливостей для модифікації;
- можливість ведення більш гнучкої асортиментної політики[5].

Підприємства у сфері послуг розробляють свої комплекси маркетингу.

Товар – послуга. Послуги – невідчутні, тому споживачам складно заздалегідь оцінити послугу. Оскільки можливість заздалегідь ознайомитися з послугою відсутня, ступінь ризику споживача під час купівлі збільшується. Проте надання послуг пов'язане з матеріальними чинниками – приміщенням, обладнанням, рекламними матеріалами, працівниками.

Ціна. Ціна відіграє важливу психологічну та економічну роль. Її часто використовують як показник якості, оскільки купівля послуги пов'язана з підвищеним ризиком. З іншого боку, відсутність іншої інформації та обмежений досвід використання сприяють тому, що споживач орієнтується на ціну. Ціна і на товари, і на послуги залежить від якості. Якщо, на думку споживача, якість запропонованих послуг найвища, він готовий сплачувати за них відповідну ціну.

Просування. Невідчутні елементи послуг набагато складніше просувати до споживача. Зазвичай рекламодавці підкріплюють їх відчутними елементами, які асоціюють із характеристиками послуг. Велике значення у сфері послуг мають відгуки про них споживачів. Організації у сфері послуг часто використовують методи прямого продажу.

Розподіл. Послуги, які мають високий ступінь контакту з споживачами, розподіляються безпосередньо, оскільки постачальник обов'язково зустрінеться зі споживачем[1].

Оцінити якість послуги досить складно. Оскільки послуга одночасно виробляється і споживається та залишається невіддільною від виробника, то на її якість впливає низка чинників, а саме: індивідуальні, особистісні характеристики виробника, його комунікабельність, власна думка і

ставлення до певних складових послуги. В сукупності всі ці чинники впливають на якість послуг[4].

Належна організація маркетингу на підприємствах сфери послуг забезпечує ефективність функціонування всіх підрозділів підприємства, оскільки саме маркетинговий підрозділ виконує зворотній зв'язок з ринком і сприяє максимальному задоволенню потреб і попиту споживачів.

Беручи за основу визначення маркетингу як системи функцій, направлених на здійснення ефективної взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем, можна поділити функції маркетингу на дві умовні частини. Перший блок дій маркетингу складається з етапу планування. Формування програми впливу на попит споживача є одним із головних факторів досягнення успіху маркетингової діяльності і всього підприємства, бо від правильності цих рішень залежить ефективність інших дій. Другий блок дій маркетингу – є безпосередня робота зі споживачами, яка включає інформування клієнтів та організацію обслуговування[2].

Отже, маркетинг послуг – це система безперервного узгодження пропонованих послуг з послугами, які користуються попитом на ринку і які підприємство здатне запропонувати з прибутком для себе і більш ефективно, ніж це роблять конкуренти. А головне завдання маркетингу послуг–допомогти споживачеві оцінити підприємство та його послуги.

Список використаних джерел:

1. Григорчук Т.В. Маркетинг. Частина друга: Навч. посіб. для дистанційного навчання / Т. В Григорчук– К.: Університет «Україна», 2007. – 380 с.
2. Данилюк Т. І. Управління маркетинговою діяльністю підприємства сфери послуг / Т. І. Данилюк, А. М. Кашинська // Зб. наук. пр. проф.–викл. складу та студ. Луц. ін–ту розвитку людини Університету «Україна». – Луцьк, 2013. – Т. 2. – С. 67–70.
3. Правик Ю.М. Маркетинг туризму: Підручник / Ю.М. Правик. – К.: Знання, 2008. – 303 с.
4. Сагайдак М.П. Внутрішній маркетинг в управлінні підприємством сфери послуг / М. П. Сагайдак // Вісник Криворізького економічного інституту КНУ №1 – 2013. – С. 76.
5. Талавіра Є. В. Особливості сучасного розуміння сфери послуг як об'єкта досліджень маркетингової теорії.[Електронний ресурс] / Є.В Талавіра // Електронне наукове видання “Ефективна економіка” – 2013. – № 10. Режим доступу:<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2410>

МІСЦЕ БРЕНДИНГУ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Лошенюк Ірина Романівна

кандидат технічних наук, доцент, Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Ярмолюк Ярослава Сергіївна

студентка, Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Щороку в країні з'являється велика кількість нових товарів, що спричинює зростання конкуренції між товарними знаками та товарними марками. При цьому важливими виступають дослідження ролі брендингу як елемента товаропросування на ринку. Бренд ідентифікує товар із його товаровиробником, створює імідж та вказує на рівень якості та авторитет серед інших товарів-аналогів.

Бренд в маркетингу символізує комплекс інформації про підприємство, продукт або послугу. Водночас він виступає популярною та юридично захищеною символікою певного виробника або товару. Бренд включає у себе не тільки сам товар або послугу, але й усі притаманні характеристики, зокрема ім'я, логотип, певний дизайн та інші вербальні аудіовізуальні символи, інформацію про переваги товару, споживача, тощо [1, с. 31].

Досить часто бренд асоціюється зі створенням певного образу «іміджу» підприємства, що має свій фірмовий стиль, за рахунок певних прийомів: графічних, кольорових, пластичних, мовних тощо. Ці аспекти забезпечуються товарам впізнавання та дозволяють виділити підприємство та його товари серед товарів конкурентів [2, с.334].

Формування сприятливого іміджу підприємства є досить тривалим процесом. Для створення успішного бренду підприємства великого значення набуває психологічний, емоційний вплив на споживачів. Наразі емоції споживача виступають першорядними, а тому для створення сильного бренду необхідна наявність якісного товару, емоційно-інформаційної складової бренду, дослідження стратегії, пошук нових шляхів щодо лідирування на ринках [6, с.15].

Журналісти американського журналу Forbes щорічно визначають топ-100 брендів, аналізуючи міжнародні торгові марки. При складанні рейтингу враховуються усереднені показники доходу компаній за три роки, а також її позиції в своїй галузі.

Компанія Apple зберігає свої позиції та перше місце вже четвертий рік поспіль в рейтингу ста найдорожчих брендів світу. Forbes оцінює вартість бренду Apple зростанням на 19% — до 124,2 млрд. доларів.

Вартість бренду корпорації Microsoft складає 63 млрд. доларів. На третьому місці рейтингу — інтернет-корпорація Google, бренд якої оцінюється в 56,6 млрд. доларів.

З малим відривом від Google в рейтингу знаходиться компанія Coca-Cola, бренд якої оцінюється у 56,1 млрд. доларів. На п'ятому місці знаходиться IBM вартість якої 47,9 млрд. доларів [5].

За допомогою маркетингових і рекламних технологій брендинг робить пріоритетним не просто споживача, а його емоції, прихильне ставлення до товару та лояльність [3].

Успішний бренд залежить від численних факторів, серед яких: розуміння потреб споживачів, правильне представлення на ринку, важливість торговельної марки для споживачів та ін. Враховуючи усі важливі фактори при створенні бренду товар може стати одним з найуспішніших. Так, марка "Samsung" досягла високого рівня популярності, добрих відгуків та домінуючої позиції на ринку за рахунок не тільки високих бюджетних витрат на просування, але й завдяки вдалим маркетинговим комбінаціям у просуванні товару з використанням телевізійної реклами [4].

Перевагами використання бренду перед виробниками є: підтримування запланованого обсягу продажу на конкретному ринку й реалізування на ньому тривалої програми створення та закріплення в свідомості споживачів певного образу товару або товарної групи; забезпечення збільшення прибутку за рахунок розширення асортименту товарів й знань про їх особливі властивості, що запроваджуються колективними рішеннями.

Перевагами використання бренду для споживачів є: бренд є детектором товарів, що дозволяє пізнати товар та відрізнити його від аналогічних товарів; споживач економить час при виборі товару та більш ефективно виконує пошук потрібного товару; бренд для споживача є гарантом якості; бренд дозволяє відчувати себе у певній соціальній групі; придбання товарів певного бренду забезпечує закріплення за споживачем відповідного статусу.

Товар, що є індивідуальним брендом повинен бути унікальним та мати найкращу якість серед інших товарів-аналогів, що входять до лінії, діапазону чи пропозиції цього товару на ринку. Також на успіх товарного бренду впливає багато інших факторів, серед них: витрати на рекламу, унікальність товару, якість та дизайн упаковки, концептуальна ідея нового бренду і рівень задоволення потреб покупця. Стратегія брендової ідентичності чітко налаштовує бренд у певну ринкову нішу та цільову аудиторію. Кожен бренд вимагає специфічних зусиль і власного рекламного бюджету, що знижує загальну прибутковість підприємства [4].

Таким чином, бренд включаєв себе споживчу цінність товару та забезпечує підприємству конкурентоспроможність на ринку. Концепція бренду має втілюється у ціновій, товарній, збутовій, комунікаційній політиці та не виступати частиною комплексу маркетингу.

Список використаних джерел:

1. Діброва Т.Г. Імідж бренду: яким він має бути?[текст] / Т. Діброва, О. Кістень // Маркетинг в Україні. – 2006. -№2 (36). – С.31-35.
2. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник [текст]/ Ф. Котлер, К. Келер. — М.: Питер, 2007.— 480 с.
3. Кумбер С.Брендинг[текст]/ С. Кумбер. — М. : Вільямс, 2003. — 174 с.
4. Марина Борзих Переваги та недоліки у використанні та управлінні брендами: [Електронний ресурс]. — Режим доступа: <http://www.business.if.ua/themes/business/material.asp?folder=1984&matID=2163>.
5. Рейтинг найдорожчих брендів 2014 від Forbes: [Електронний ресурс]. — Режим доступа :<http://www.management.com.ua/news/?id=1545>.
6. Шаманська О. Брендинг як напрямок маркетингової діяльності підприємства[текст] / І. Шаманська, В. Саветін, Ю. Марчук // Ефективна економіка. – 2013. -№2 (36). – С.272-276.

НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Малик Ірина Петрівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, НТУУ“КПІ”

Скляр Анна Юрївна

студентка, НТУУ“КПІ”

Мотивування праці набуває значної актуальності для промислових підприємств, оскільки ігнорування мотиваційних факторів призводить до зменшення показників продуктивності праці, якості продукту, трудової дисципліни тощо. На сьогоднішній день, концепція управління персоналом ґрунтується на тому, що люди є головним фінансовим ресурсом компанії, джерелом прибутку, процвітання та конкурентоспроможності.

Розгляд питань мотивації праці персоналу, щодо теоретико-методологічного розвитку менеджменту в економіці не є новим. Тому, за останній час все більше науковців звертаються до сучасних напрацювань мотиваційного управління, що викликано, насамперед, нестабільністю

економічного розвитку в Україні. Проблематику мотиваційного забезпечення на підприємстві розглядають такі науковці: Азарова А. О., Заєць К. Д., Коритко С.В., Перевозчикова Н. О., Рогатюк О. В., Тужилкіна О. В., Юкіша В. В., Яцура В. М. та інші[1;2]. Однак, незважаючи на багатоманітність і цілеспрямованість наукових публікацій вище представлених науковців, проблема мотивації праці працівників на підприємстві залишається не достатньо дослідженою з аспекті сучасного впливу факторів, які впливають на діяльність суб'єктів господарювання в ринкових умовах.

Метою статті є аналіз та дослідження проблеми мотивації праці та розроблення альтернативних напрямів покращення системи мотивації персоналу для забезпечення безперервного та ефективного функціонування промислових підприємств України.

На нашу думку, мотивація - це процедура стимулювання працівників до виконання результативної роботи, зосередженої на результаті цілей підприємства.

Розробка і введення результативних мотиваційних моделей сприяє зростанню рівня конкурентоспроможності, а найголовніше, прибутковості промислових підприємств. Крім того, це дає можливість виходити підприємству на економічно-новий етап розвитку і розкриває перспективні можливості на світовому рівні.

Для України актуальною є матеріальна мотивація праці персоналу, що, обумовлюється такими чинниками: невеликий рівень прибутковості підприємства(збитковість), потреба становлення ефективних за змістом форм та способів матеріального стимулювання персоналу.

Важливе місце в матеріальній мотивації праці працівників належить грошовому доходу як головній формі заробітку найнятих працівників, однак керівники мають користуватися різноманітними методами матеріальної мотивації, а саме, крім зарплати вони мають виплачувати грошові премії за підсумками роботи або спеціальні персональні винагороди тощо.

Потрібно відзначити, що в даний час заслуговують на увагу такі матеріальні системи мотивації праці персоналу, які використовують в іноземних організаціях: медичне обслуговування, додаткові виплати, страхування, ставка заробітної плати, відпочинок у пансіонаті тощо.

У діяльності підприємства необхідно використовувати не лише матеріальну мотивацію, а й нематеріальну, яка в окремих випадках є найбільш ефективною і раціональною. Однак, найчастіше, розробляючи заходи підвищення мотивації праці персоналу на промислових підприємствах, передбачають тільки грошову винагороду, що є помилковим, тому що оплата праці відноситься до витрат виробництва, а зменшення собівартості продукту є однією з умов збільшення рівня

конкурентоспроможності підприємства. Тобто, менеджери при побудові системи мотивації мають приділяти чималий інтерес нематеріальним способам стимулювання персоналу [1].

Одне із перших завдань нематеріальної мотивації – це підвищення рівня зацікавленості персоналу в організації. Тобто, такі мотиваційні заохочення, які не видаються співробітникам у вигляді грошових виплат, але мають всі можливості для збільшення рівня результативності трудової діяльності підприємства. Досить неординарним методом удосконалення нематеріальної мотивації праці працівників є мотивація вільним часом[1].

Відмінно спланована система мотивації дає можливість значно збільшувати результативність роботи працівників, підвищувати обсяг реалізації продукції, удосконалювати виробничий процес, при цьому не витрачати великих матеріальних витрат зі сторони організації. Як правило, брак мотивації призводить до кризової ситуації на підприємстві, оскільки незадоволений співробітник не виконує роботу на належному рівні, погано відноситься до підприємства і розповсюджує негативну інформацію про організацію, в наслідок чого втрачається імідж та авторитет підприємства.

Основною умовою успіху у вирішенні даної проблеми є мотивація до високорезультативної трудової діяльності виробництва. Тому, потрібно ефективно встановлювати важелі впливу на персонал, розробляти та вводити на підприємстві стимулюючі засоби, які встановлюють тісний взаємозв'язок між оплатою праці персоналу та результативності його роботи, діловими якостями, кваліфікацією, особистою ініціативою. Все це дає можливість змінювати поведінку працівників у потрібному для підприємства напрямку, що забезпечить набуття високих виробничих результатів.

Відповідно до проведеного дослідження[3], а саме, масштабне дослідження актуальних тенденцій в управлінні персоналом, було складено прогнози на 2014 р. для України та Європи. Було виявлено, що найефективніший спосіб мотивації є грошова винагорода – 67,2%; за безкоштовне навчання та тренінги віддали свої голоси – 8,9% опитаних; похвалу від керівництва цінують – 6,6% респондентів; персональні подарунки від компанії – 5,8%; штрафи та покарання змушують краще працювати – 4,7% українців, а корпоративні свята - 4,1%; найменше цінуються додаткові вихідні – так відповіли лише 2,7% опитаних[3].

Одним з яскравих прикладів інтелектуальної мотивації працівників є промислове підприємство «ДТЕК». Підприємство приділяє велику увагу свої інтелектуальним ресурсам, зокрема в довгостроковій стратегії ДТЕК вказано, що люди є ключовою рушійною силою розвитку компанії. ДТЕК інвестує значні кошти в розвиток і навчання співробітників – завдяки

цьому, компанія розвиває свою систему мотивування праці та підвищує рівень кваліфікації своїх співробітників[4].

Отже, мотивація праці персоналу на промислових підприємствах – це ефективна дуальна система управління, яка може призвести або до успішної діяльності, або до кризової ситуації на підприємстві. Тому, пропонуються використовувати такі новітні напрями покращення мотивації праці персоналу на промислових підприємствах табл.1[1;2].

Таблиця 1.

Традиційні та новітні напрями покращення мотивації праці

Традиційні		Новітні
Матеріальні	Нематеріальні	
Відсоткова ставка заробітної плати	Робити аналіз успішно досягнутих співробітниками цілей	Страхування життя, компенсаційні виплати, бонуси
Грошові премії	Формувати атмосферу явного суперництва з систематичним підбиттям результатів змагання	Залучати співробітників до вирішення труднощів, що вимагають незвичайного підходу
Додаткові виплати	Ставити чітко сформульовані цілі перед співробітниками	Корпоративні свята
Пільгове харчування	Розробляти прозорішу систему оцінки та оплати їх роботи	Консультативні служб
Навчати персонал та підвищувати їхню кваліфікацію	Проводити публічне визнання успіху співробітників у їх роботі	Програми житлового обслуговування
Оплата тимчасової непрацездатності	Проявляти інтерес керівництва до думки працівника	Мотивування вільним часом
		Пільгове медичне обслуговування

Висновки. Проаналізовано та досліджено проблеми матеріальної та нематеріальної мотивації персоналу на промислових підприємствах, що дозволило визначити альтернативні напрями покращення системи мотивації.

Визначено, що необхідно враховувати не лише матеріальну мотивацію, а і нематеріальну, оскільки в окремих випадках вона є найбільш дієвою і призводить до зменшення витрат на підприємстві, що, в свою чергу, збільшує прибуток організації.

Визначено та запропоновано традиційні та новітні напрями покращення мотивації праці персоналу на промислових підприємствах України: зокрема, надавати безкоштовне або пільгове медичне обслуговування з оздоровленням; залучати співробітників до вирішення труднощів, що вимагають незвичайного підходу; надавати страхові,

компенсаційні та бонусні виплати; проводити консультативні програми тощо.

Список використаних джерел:

1. Рогатюк О. В. Нематеріальна мотивація праці як важливий чинник підвищення ефективності праці [Електронний ресурс] / О. В. Рогатюк, К. Д. Заєць // – Режим доступу: <http://intkonf.org/rogatyuk-ov-zaets-kd-nematerialna-motivatsiya-pratsi-yak-vazhliivy-chinnik-pidvischennya-efektivnosti-pratsi/>
2. Перевозчикова Н. О. Особливості мотивації персоналу на сучасних підприємствах [Електронний ресурс] / Н. О. Перевозчикова, Ю. І. Котова // – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1961>
3. Масштабне дослідження актуальних тенденцій в управлінні персоналом, прогнози на 2014 рік для України та Європи. Результати дослідження work.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.work.ua/news/ukraine/490/>
4. ДТЕК [Електронний ресурс] – Режим доступу. – <http://www.dtek.com/uk/jobs-and-careers#.VVjpH6mTwQ8>

УПРАВЛІННЯ ЗАКУПІВЕЛЬНИМИ ПРОЦЕСАМИ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Ніколаєва Вікторія Василівна

старший викладач кафедри маркетингу Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Криворізький Національний Університет»

Гаркавець Анастасія

студентка Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Криворізький Національний Університет»

Маркетинг закупівлі матеріально технічних ресурсів (МТР) на підприємстві є невід'ємною частиною комерційної діяльності, яка включає економічні, організаційно-правові, фінансові відносини між виробниками і покупцями. Раціональна організація закупівлі є умовою динамічного розвитку економіки і збалансованості попиту і пропозиції. При організації закупівельної діяльності підприємства велике значення має правильний вибір постачальника.

Проблемам управління закупівельними процесами приділена увага вітчизняними та закордонними вченими: Балабановою Л.В., Бланком А.І., Віханським О.С., Котлером Ф., Крикавським Є.В., Ламбенем Ж., Панкратовим Ф.Г., Романовим О.М., Старостіною А.О., Чухрай Н.І., та ін.

Проведені дослідження процесів планування, організації та контролю закупівельними процесами на промислових підприємствах вказують на актуальність вивчення маркетингу закупівлі матеріальних ресурсів, оскільки результати цього процесу впливають на основні показники діяльності ПАТ «ПВП «Кривбасвибухпром».

Як теорія, так і практика діяльності промислових підприємств розробили багато шляхів вдосконалення процесу закупівлі підприємства матеріальними ресурсами. Вказані шляхи стосуються всіх етапів указанного процесу: планування, встановлення господарських зв'язків, фізичного переміщення матеріалів від постачальника до споживача.

Дослідження ролі маркетингу у процесі закупівлі матеріальних ресурсів на ПАТ «ПВП «Кривбасвибухпром», передбачає докладний аналіз усіх елементів процесу закупівлі у їх послідовності. Важлива роль у забезпеченні ефективності процесу закупівлі належить системі управління цим процесом, яку здійснює тендерний відділ.

Для оцінки ефективності діяльності тендерного відділу у розрізі його основних функцій була створена експертна група із фахівців підприємства. В процесі визначення ваги окремих функцій тендерного відділу у формуванні ефективності його діяльності, експерти визначили пріоритетність таких функцій: проведення переговорів щодо можливості зниження ціни; використання творчого потенціалу в процесі проведення закупівель; надання пропозицій у сфері сприяння зниженню витрат при закупівлі МТР.

Для вирішення проблем закупівлі матеріальних ресурсів, які були виявлені в ході аналізу на ПАТ «ПВП «Кривбасвибухпром», потрібно вирішити питання відносно процедури відбору постачальників та налагодження з ними взаємовигідних відносин.

Для вирішення даної проблеми необхідно проводити маркетингові дослідження ринку закупівлі вибухових матеріалів та вибухових засобів, більш ретельно підходити до процедури відбору постачальників за наступними критеріями: якість вибухових матеріалів та вибухових засобів; ціна на вибухові матеріали та вибухові засоби; надійність поставок, в тому числі виконання графіку поставок; можливість і здатність задовольняти вимоги споживачів; географічне розміщення постачальника; фінансова стабільність та фінансові умови (наприклад, можливість надавати знижки); відповідність поставок стратегії підприємства; рівень витрат на доставку та зберігання продукції що постачається (близькість до підрозділів підприємства, виключення проміжного складування); можливість довгострокового партнерства в бізнесі; гнучкість поставки; можливість повернення неякісної продукції.

Таким чином, можна запропонувати деякі зміни у закупівельній діяльності ПАТ «ПВП «Кривбасвибухпром»: робити акцент на гарантію

якості і повне задоволення клієнта, на процес придбання, а не на угоду; здійснювати закупівлю послуг, а не тільки МТР; створювати умови для більш тісних відносин з постачальниками; створювати сітку постачальників; більше уваги приділяти довгостроковим контрактам; контакт одночасно з двома постачальниками для розробки і виробництва; застосовувати електронний обмін запитами з основними постачальниками; для пошуку постачальників і підтримки з ними відносин можна застосовувати Інтернет.

Список використаних джерел:

1. Крикавський Є. В. Промисловий маркетинг: Підруч. для студ. екон. спец. / Є. В. Крикавський, Н. І. Чухрай; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - 2-е вид. - Л., 2004. - 471 с.
2. Нечаєв В.П. Промисловий маркетинг: навч.-метод. посіб. для самост. вивчення. дисципліни / В.П. Нечаєв. – Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2009. – 185с.
3. Пилипчук В.П. Промисловий маркетинг: навч. посіб. / В.П. Пилипчук, О.Ф.Оснач, Л.П. Коваленко – К.: ЦНЛ, 2005. – 264 с.
4. Старостіна А. О. Промисловий маркетинг: Теорія, світовий досвід, українська практика : Підруч. / А. О. Старостіна, А. О. Длігач, В. А. Кравченко. - К. : Знання, 2005. - 764 с.

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ніколаєва Вікторія Василівна

старший викладач кафедри маркетингу Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Криворізький Національний Університет»

Дробот Денис

студент Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Криворізький Національний Університет»

Одним із шляхів розв'язання проблеми ефективного управління посередницьким підприємством є використання маркетингових комунікацій як інструменту впливу на внутрішнє та зовнішнє середовище.

В Україні проблемам управління маркетинговими комунікаціями присвячені теоретичні та практичні розробки закордонних та вітчизняних вчених: Ф. Котлера, Ж.Ж. Ламбена, Т. Левітта, С. Моріарті, Г. Л. Багієва, В. М. Тарасевича, О.Голубкової, А. Войчака, В. Королька, Т. Лук'янець, В. Моїсеєва, Т. Примака, Є. Ромата, Т. Циганкової та ін.

Маркетингова комунікаційна програма - комплекс взаємопов'язаних,

скоординованих дій, що розробляється для досягнення стратегічних цілей та рішення певних проблем фірми [2, с.181]. Найбільш перспективним підходом до вирішення проблеми управління системою маркетингових комунікацій є застосування концепції інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК), на основі якої повинна будуватися система управління маркетинговими комунікаціями посередницьких підприємств.

Дослідження механізму управління маркетинговими комунікаціями було проведено на прикладі приватного підприємства «АВ-ТЕЛ», яке займається роздрібною та оптовою торгівлею мобільними телефонами марок Samsung, LG, Lenovo, Motorola, Nokia та аксесуарами до них.

При виборі комунікаційної стратегії обов'язково проводиться аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища за допомогою PEST-аналізу та SWOT-аналізу.

Формуючи комунікаційну маркетингову стратегію на кожному з етапів використовується свій рекламний інструмент. Так, на етапі створення обізнаності про продукт, його переваги, корисні якості, фірма «АВ-ТЕЛ» повинна використовувати інформаційну рекламу. На цьому етапі в діяльності ПП «АВ-ТЕЛ» повинна переважати інформаційна реклама, при цьому використовуються такі засоби реклами як білборди, сіті лайти, банерні розтяжки, що надає рекламне агентство «ДОР», реклама на радіостанціях міста «Європа Плюс», «Гала Радіо» і «Авторадіо» від рекламного агентства «АСТ Медіа» Кривий Ріг.

На етапі, коли реклама фірми носить переконуючий характер потрібне використання Web-сайту підприємства, який забезпечить безперервний доступ споживачів до тієї інформації, яка їм потрібна у даний момент часу. Серед багатьох компаній, які створюють сайти на замовлення, підприємство «АВ-ТЕЛ» доцільно обрати компанію «Dnpr-WEB Studio», яке зарекомендувала себе як високопрофільна організація по створенню та просуванню сайтів у Дніпропетровській області та Україні.

Наступний етап – це етап підтримки рівня продажу. Так, фірма «АВ-ТЕЛ» демонструє нові можливості телефонів. Реклама носить характер інформаційно-нагадуючий. На цьому етапі також можлива радіо реклама, яка інформує споживачів про нові можливості телефонів, використання білбордів та сітілайтів, які дають споживачеві можливість образного бачення функціональних можливостей телефону. Але найдієвішим серед інструментів переконання знову може стати Web-сайт магазину «АВ-ТЕЛ», який допомагає споживачам наочно бачити за допомогою відео та картинок можливості телефону, спілкуватися зі споживачами, які хочуть купити, або вже купили собі необхідний стільниковий телефон.

На завершальній стадії рекламної стратегії сили спрямовуються на

реалізацію залишків, витрати на рекламу практично відсутні, тому й реклама носить характер нагадування про саму фірму та її товари. Інструментами нагадування можуть стати банерні розтяжки, тендери та лайт-бокси, які будуть носити нагадуючий характер.

Як бачимо, при використанні рекламних стратегій для товарів та послуг магазину «АВ-ТЕЛ», на кожному з етапів використовуються різні підходи до рекламування, що характеризуються своїми цілями та особливостями. Виходячи із вищесказаного можна зробити висновок, що при використанні інтегрованого комунікаційного інструментарію, діяльність ПП «АВ-ТЕЛ» підвищується за рахунок збільшення товарообігу та прибутку, при використанні менших коштів на рекламування товарів та послуг.

Таким чином, підхід до маркетингових комунікацій як до об'єкта управління передбачає необхідність приділення значної уваги організації комунікаційної діяльності, активізації рекламно-інформаційної роботи як на самому підприємстві, так і з іншими суб'єктами ринку. Тільки за допомогою професійних менеджерів з реклами та організацій, що спеціалізуються на управлінні комунікаціями, можливе перетворення процесу просування товарів з набору розрізнених заходів у єдину систему тактичних дій.

Список використаних джерел:

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб.: Питер, 2006. — 464 с.
2. Кревенс Д. В. Стратегический маркетинг / Д. В. Кревенс: пер. с англ. А. Р. Ганиевой, А. Г. Гришко, Э. В. Кондуковой, К. Д. Сафонова, Ю. В. Тютюнникова. — [6-е изд.]. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. — 752с.
3. Головкина Н. В. Персоналізація маркетингових комунікацій: новий стратегічний простір // Маркетинг в Україні. — 2008. - №2. — С. 29 – 31.

ЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМАНДНОЇ РОБОТИ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ

Островська Ольга Василівна

студентка Національного авіаційного університету

Команда — це особливий різновид невеликої групи, якій властиві особливі риси, що визначають ефективність її діяльності.

Зазначимо, що при організації командної роботи необхідно чітко визначити, які структурні одиниці будуть задіяні у роботі команди, та ролі учасників щоб досягти ефективності роботи команди (табл.1).

Визначено, що команда може складатися зі співробітників одного або різних рівнів і підрозділів компанії. У період роботи у складі команди всі її члени мають рівні права і виконують обов'язки. Для роботи в команді не має значення, яку посаду займає співробітник на підприємстві. У рамках команди всі співробітники мають рівні позиції[2].

З метою підвищення ефективності співпраці кожен член команди повинен намагатися встановити хороші ділові відносини з іншими учасниками команди.

Досліджено, що ефективна команда має особливі риси, що визначають продуктивність діяльності та відчуття повного задоволення командними процесами й результатами діяльності.

Показником ефективності командної роботи можна вважати позитивний підсумок спільної діяльності з реалізації поставлених завдань. Результативність роботи в даному разі вимірюють у показниках якості, кількості, ресурсних витрат та інновації.

Неефективна командна робота негативно впливає на організацію і на показники її діяльності.

Таблиця 1

Ролі учасників команди[1, с. 90]

Ролі учасників команди	Характеристика якостей і поведінки
Лідер, координатор дій	Має найбільші організаторські здібності, вміє спрямовувати зусилля учасників на досягнення мети
Генератор ідей	Найталановитіший, має творчі здібності, пропонує оригінальні ідеї
Експерт, контролер, оцінювач	Найбільш обізнаний, має широку ерудицію та досвід, може всебічно оцінити будь-яку ідею
Узгоджувач	Володіє широким багатоаспектним поглядом на обговорювану проблему
Ентузіаст, активіст	Найбільш активний учасник команди, спонукає інших до дій, не дає задовольнятися досягнутим
Випробувач, практик-виконавець	Учасник команди, найбільш придатний до втілення рішень в практичну діяльність
Помічник	Не має чітких власних нахилів і претензій, але завжди готовий підтримати слушну ідею та сприяти іншим

В результаті проведеного дослідження можна зробити такі висновки, що ефективна діяльність команди має велике значення для організації, оскільки при ефективній роботі чітко виконуються всі зазначені завдання

та місія організації, в конкретні терміни та ,навіть ,може бути перевиконання плану, що є ознакою наполегливої праці.

Список використаних джерел:

1. Карамушка Л.М. Психологія управління: Навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів та слухачів інститутів післядипломної освіти / Л. М. Карамушка. - К.: Міленіум, 2010. - 344 с.
2. Технологія формування команд в організаціях. Навчальний посібник / Л.М. Карамушка, О.Г. Романовский, О.А. Філь [та ін.]. – Харків: НТУ «ХП», 2011. – 184 с.

Науковий керівник: Остапенко Т.Г., к.е.н., доцент, Національний авіаційний університет

МАЛИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ В ПЕРІОД СТАГНАЦІЇ: ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Чоба Ірина Анатоліївна

студентка, Національний університет «Львівська Політехніка»

Актуальність проблеми. Малий бізнес становить основу сучасної економіки, тому його локальні проблеми автоматично формують низку негативних тенденцій для економіки в цілому. Україна не зможе подолати нинішню рецесію доти, поки малий бізнес перебуватиме в стагнації. Причинами звуження сектора малого бізнесу є комплекс проблем об'єктивного і суб'єктивного характеру. Незважаючи на позитивні зрушення, які відбулися в результаті впровадження прийнятих в останні роки рішень щодо створення сприятливого клімату функціонування сфери малого підприємництва, ключові перешкоди залишилися.

Аналіз наукових праць і публікацій свідчить про актуальність проблеми з розвитку малого бізнесу в Україні та визначення основних напрямків подальшого підвищення ефективності управління і умов їхньої реалізації на сучасному етапі. [1-5]

Мета роботи. Виявити сучасні проблеми функціонування малого бізнесу в Україні, в тому числі організації фінансового менеджменту. Сформулювати пропозиції щодо державної підтримки та стимулювання розвитку малого бізнесу, покращення фінансового менеджменту суб'єктів господарювання.

Постановка проблеми. Найбільш органічним структурним елементом ринкової економіки є малий бізнес. Цей сектор є основою економіки розвинених країн, де його частка на сьогодні складає 50-70%

від валового внутрішнього продукту. В той же час в Україні за різними оцінками цей показник становить 5-10%. Відповідно до досліджень за 2010-2014 рр. становлення вітчизняної ринкової економіки супроводжується стагнацією малого бізнесу через вади регулювання та стимулювання розвитку малого підприємництва. Лише в 2012 р. загальна кількість малих підприємств зменшилася на 2,9%, а фізичних осіб - підприємців - на 6,8%, відповідно вивільнено - 40,2 тис. та 93,5 тис. працівників.

Фіскальне навантаження на дрібний бізнес складає понад 55%, середня ставка кредитування в українських банках - 23,3%. [9]

В умовах фінансової нестабільності держави для більшості вітчизняних малих підприємств критичною стала нестача необхідного обсягу фінансового забезпечення, що істотно вплинуло на погіршення їх господарювання.

Разом з тим присутність невпевненості, незахищеності і вразливості до змін в час кризи потребує гнучкого, професійного управління фінансами малих підприємств з використанням базових функцій прогнозування та бюджетування. Однак, вибір оптимальних джерел фінансування, маркетинговий аналіз, аналіз операційного та фінансового важеля, інвестиційний аналіз залишаються поза зоною уваги власника малого підприємства. Аналіз фінансових показників та оцінка ймовірності банкрутства вважаються марною працею. Недостатнім є виконання поточних і тактичних завдань фінансового менеджменту (система фінансового планування, що включає реалізацію, прозорість), а також дієвість його стратегічних функцій, розробка, обґрунтування і вибір перспективних інвестиційних проектів, використання інноваційної складової малого бізнесу. [2,3]

Попри те, що державою визначені пріоритетні завдання щодо удосконалення розвитку малого бізнесу та прийняті закони України, розпорядження КМУ, програма економічних реформ 2010 - 2014 рр., поки що не відчутні суттєві зрушення у веденні бізнесу, які визначаються окремими показниками створення сприятливих умов. За 2012 - 2014 роки Україна покращила свої позиції в світовому рейтингу легкості ведення бізнесу (Doing Business (2013- 2015 рр.) серед 189 країн (з 137-го місця до 96-го місця). Однак, в основному за рахунок окремих чинників, що характеризує формальні регуляторні поліпшення. [7-8]

Низка проблем об'єктивного та суб'єктивного характеру надалі є перешкодою для розвитку малого бізнесу.

Можна виокремити такі негативні чинники:

Екзогенні (об'єктивні):

– високий рівень нестабільності вітчизняної економіки, фатальна інфляція, ріст цін, зниження платоспроможності;

–загальна світова економічна криза (втрата чи зменшення звичних ринків збуту, жорсткі умови зовнішнього фінансування, посилення конкуренції тощо);

–адміністративні перешкоди;

– корупція, зовнішня агресія;

–юридично-закріплені, але слабо діючі програми що регламентують питання інвестицій та оподаткування;

–неадекватна система кредитування і майнова підтримка малих підприємств;

–повільне спрощення регуляторних процедур;

–недостатність інформаційного та консультативного забезпечення;

–неефективність системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницької діяльності.

Ендогенні (суб'єктивні):

–низький управлінський рівень підприємців (недостатність економічної освіти; стратегічного бачення; висока схильність до ризику, інтуїтивних управлінських рішень без обґрунтування);

–недостатня увага до комплексу функцій фінансового менеджменту;

–низька резистентність до несприятливих економічних факторів, податкового тиску, циклічних коливань, тощо.

Основними шляхами подолання впливу об'єктивних чинників можуть стати:

1) державна підтримка (законодавчо-правове, фінансове, інформаційне та інше забезпечення);

2) міжнародна допомога (фінансова, технічна, у підготовці кадрів);

3) інтеграційна підтримка через субпідряд, франчайзинг, лізинг тощо;

4) кооперування та самоорганізація малого бізнесу на економічних засадах, а саме: спілки, асоціації, громадські об'єднання, кооперативи;

5) професійна підготовка та ефективне управління кваліфікованими кадрами.

В той же час вплив суб'єктивних чинників можна усунути за допомогою ефективного менеджменту (управлінських дій самого підприємця, фінансового менеджера).

Нове бачення стратегії розвитку ринкової економіки дає можливість у своєму викладі долучитися до обговорення проблем і можливого їх розв'язання.

Пропозиції щодо державної підтримки на регіональних і місцевих рівнях:

-розширювати внутрішні джерела фінансування, коли доступ до кредитів обмежений для підприємців малого бізнесу, особливо у виробничій сфері;

-сприяти залученню інвестиційних коштів;

-спонукати до самоорганізації суб'єктів господарювання;

-зацікавити молоду генерацію економістів до участі в бізнес-проектах;

-створити бізнес-центри для навчання і консультування;

-підприємцям використовувати інформаційні середовища для ознайомлення з досягненнями і перевагами своїх конкурентів (України та інших країн) та бути активними учасниками проведення реформ у сфері бізнесу.

Висновки. Незважаючи на те, що уряд намагається усунути проблеми функціонування малого бізнесу і сприяти його покращенню (в основному, це юридичні пакети, такі як Програма економічних реформ на 2010–2014рр., Концепція Загальнодержавної програми розвитку малого і середнього підприємництва на 2014-2024 рр.), ця підтримка є недостатньо дієвою в умовах корупції, політичної і економічної кризи. Це означає, що надалі проблеми існують. Обґрунтування нових сучасних підходів до формування та реалізації дієвої державної політики розвитку вітчизняного бізнесу з урахуванням реального впливу інноваційно-інвестиційної моделі розвитку економіки України та світових глобалізаційних процесів має лягти в основу здійснення економічних реформ, зокрема в секторі малого бізнесу. Ефективний фінансовий менеджмент, має стати гарантом стабільного розвитку малого бізнесу в умовах, коли внутрішні фінансові надходження будуть зосереджені у громадах. Дослідження науковців та пошуки перспективних новацій у цій сфері мають здійснюватися постійно і втілюватися на засадах ефективного менеджменту.

Список використаних джерел:

1. Васильєва Д.В. Актуальні проблеми розвитку малого бізнесу в Україні / Д.В. Васильєва // Механізм регулювання економіки. — 2011. — №3. — С.188 -196.
2. Виговська В. Особливості фінансового менеджменту малих підприємств / Валентина Виговська // Сіверянський літопис. — 2009. — № 1. — С. 163—166. — Біб-ліогр.: с. 165—166.
3. Михайличенко Н. М. Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні / Н. М. Михайличенко // Науковий вісник ДГМА - 2011. - № 1 (7Е). – 291 с.
4. Піскунова О.В. Аналіз та оцінка фінансових ризиків діяльності малих підприємств / О.В. Піскунова // Фінанси України. – К., 2007. – 8. – С. 119 – 129.

5. Теличко Р.К. Фінансове планування на малих та середніх підприємствах / Р.К. Теличко // Економіка. Фінанси. Право. – К., 2007. – 8. – С. 14.
7. Економічний аналіз. Міжнародний центр перспективних досліджень. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://icps.com.ua/ukrayina-pidnyalas-v-reytnhu-doing-business-2015/>.
8. Закон України «Про сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» від 10 червня 2012 року, № 2157 – 14. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakonz.rada.gov.ua/laws/show/2157_14.
9. Щодо пріоритетних завдань удосконалення політики розвитку малого підприємництва в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1455/>.

**ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ
ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ НАЦІОНАЛЬНИХ ПОЛОЖЕНЬ (СТАНДАРТІВ)
У ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ**

Нестеренко Крістіна Олександрівна

студентка, Харківський торгівельно-економічний інститут Київського національного торгівельно-економічного університету

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про основні засоби, інші необоротні матеріальні активи та незавершені капітальні інвестиції в необоротні матеріальні активи визначені Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку в державному секторі 121 «Основні засоби», затвердженим наказом Міністерства фінансів України від 12.10.2010 № 1202, яке набрало чинності з 01 січня 2015 р.

Основні засоби - це матеріальні активи, які утримуються для використання їх у виробництві/діяльності або при постачанні товарів, виконанні робіт і наданні послуг для досягнення поставленої мети та/або задоволення потреб суб'єкта державного сектору або здавання в оренду іншим особам і використовуються, за очікуванням, більше одного року[1].

Кожному об'єкту основного засобу (крім білизни, постільних речей, одягу, взуття, бібліотечних фондів, малоцінних необоротних матеріальних активів, матеріалів довготривалого використання та таких, що мають специфічне призначення) присвоюється інвентарний номер [2].

До моменту зарахування до складу основних засобів (оприбуткування на відповідний субрахунок рахунку 10) всі витрати, здійснені при придбанні (створенні, виготовленні) основних засобів, є об'єктом капітальних інвестицій (субрахунок 141). Облік основних засобів на цьому субрахунку не ведеться.

До складу ж основних засобів (субрахунки рахунку 10) ці об'єкти капітальних інвестицій зараховуються тільки після введення їх в експлуатацію [3, п. 1.5].

Отже, присвоювати інвентарні номери об'єктам основних засобів слід безпосередньо після (під час) їх введення в експлуатацію та відображати в інвентарних картках та їх описах.

Облік основних засобів ведеться в повних гривнях без копійок [1]. Тому суму копійок, сплачених при придбанні (створенні, виготовленні) основних засобів, слід списувати після введення таких об'єктів в експлуатацію.

На противагу цьому, суми витрат, понесених у зв'язку з придбанням (створенням, виготовленням) основних засобів, обліковуються у гривнях з копійками.

Нарахування амортизації здійснюється протягом строку корисного використання (експлуатації) об'єкта основних засобів при визнанні цього об'єкта активом (при зарахуванні на баланс) і призупиняється на період його реконструкції, модернізації, добудови, дообладнання та консервації.

З 01 січня 2015 року за рішенням керівника бюджетної установи не введені в експлуатацію основні засоби, або вводяться в експлуатацію та обліковуються на рахунках 10 «Основні засоби» або перекласифіковуються і відображаються у складі незавершених капітальних інвестицій на рахунку 14 «Незавершені капітальні інвестиції в необоротні активи». На не введені в експлуатацію основні засоби, які перебувають на складах, амортизація не нараховується.

Відповідно до вимог [1] у разі прийняття рішення суб'єктом державного сектору об'єкт основних засобів може переоцінюватися, якщо залишкова вартість цього об'єкта суттєво відрізняється від його справедливої вартості на дату балансу. Порогом суттєвості для проведення переоцінки об'єктів основних засобів приймається величина, що дорівнює 10-відсотковому відхиленню залишкової вартості об'єктів основних засобів від їх справедливої вартості. Тобто, суб'єкт державного сектору може, а не зобов'язаний здійснювати переоцінку основних засобів за наявності визначених умов.

Рішення про проведення переоцінки об'єктів основних засобів суб'єктом державного сектору погоджується з органом, уповноваженим управляти об'єктами державної (комунальної) власності, якщо такий визначено.

Переоцінка об'єкта основних засобів проводиться на річну дату балансу. Згідно [1] для об'єктів, залишкова вартість яких дорівнює нулю, що продовжують використовуватися, обов'язково визначається ліквідаційна вартість.

Ліквідаційна вартість - це сума коштів або вартість інших активів, яку суб'єкт державного сектору очікує отримати від реалізації (ліквідації) необоротних активів після закінчення строку їх корисного використання (експлуатації), за вирахуванням витрат, пов'язаних з продажем (ліквідацією).

Враховуючи вищевикладене, у разі якщо залишкова вартість об'єкта основних засобів, який продовжує використовуватись, дорівнює нулю, а визначити справедливую вартість неможливо або недоцільно, для такого об'єкта визначається ліквідаційна вартість, на суму якої збільшується його первісна вартість. При цьому вартість цього об'єкта, яка амортизується, дорівнює нулю.

Ліквідаційна вартість визначається комісією, створеною наказом керівника бюджетної установи, при введенні об'єкта в експлуатацію або у разі, коли залишкова вартість об'єкта основних засобів дорівнює нулю. У бухгалтерському обліку та фінансовій звітності відображення зазначених господарських операцій здійснюється на підставі відповідних первинних документів згідно Типової кореспонденції [3].

Список використаних джерел:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 121 «Основні засоби», затверджено наказом Міністерства фінансів України від 12.10.2010 № 1202 та зареєстровано в Міністерстві юстиції України від 01.11.2010 за № 1017/18312.
2. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів суб'єктів державного сектору, затверджено наказом Міністерства фінансів України від 23.01.2015 р. № 11.
3. Типова кореспонденція субрахунків бухгалтерського обліку для відображення операцій з активами, капіталом та зобов'язаннями бюджетних установ, наведена у додатку 2 до Плану рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ, затвердженого наказом Міністерства фінансів України від 26.06.2013 №611 та зареєстрованого у Міністерстві юстиції України 18.07.2013 за № 1214/23746.

Науковий керівник: Дяченко Ніна Володимирівна, старший викладач кафедри обліку і аудиту Харківського торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету

ІНФОРМАЦІЙНІ ІНТЕРЕСИ СТОРІН КОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИН

Патряк Олеся Тарасівна

здобувач кафедри обліку у державному секторі економіки та сфері послуг, Тернопільський національний економічний університет

Інтерес як об'єктивне явище існує незалежно від волі і свідомості суб'єкта корпоративних відносин, і цим обумовлюється його об'єктивність. Суб'єктивність інтересу полягає в тому, що він усвідомлюється суб'єктом в процесі його реалізації. Інтерес виражає усвідомлення потреби і прагнення до її задоволення, тому реалізація інтересу завжди передбачає діяльність.

Інформаційні інтереси проявляються як прагнення отримати саме ті відомості, які необхідні для виконання певних соціальних ролей і завдань. Найчастіше споживач ясно усвідомлює, що йому потрібно знати для

досягнення тієї чи іншої мети, і свій пошук він веде з орієнтацією на певні результати[2].

Враховуючи особливості корпоративних прав, визначені на основі вивчення наукових публікацій та системи нормативно-правових документів, вважаємо, що для удосконалення організації бухгалтерського обліку і контролю корпоративних прав, перш за все, слід враховувати організаційно-правову сутність операцій з ними.

Цілковито погоджуючись з І.В. Лукач, зауважимо, що вказаний нею конфлікт інтересів лягає в основу інформаційних запитів сторін корпоративних відносин до системи їх обліково-інформаційного забезпечення [1]. Опис сфери інтересів сторін корпоративних відносин наведений у таблиці 1.1, виходячи з особливостей корпоративних прав як об'єкта інвестування, а також на основі визначених показників операцій з ними.

Таблиця 1.1. – Особливості корпоративних прав та інформаційні інтереси сторін операцій з корпоративними правами

<i>Особливість корпоративних прав</i>	<i>Інформаційні інтереси</i>	
	<i>Підприємства-емітента</i>	<i>Підприємства-інвестора</i>
Вкладення коштів у корпоративні права передбачає перехід права власності на частину активів та частину у прибутках підприємства-емітента	Величина активів, отриманих в обмін на корпоративні права	Величина активів, переданих в обмін на корпоративні права
	Величина емісійного доходу від розміщення корпоративних прав	X
Сума, вкладена в корпоративні права не є борговим зобов'язанням підприємства-емітента	Величина сформованих внесків до статутного капіталу	Величина сформованих фінансових інвестицій
Виникнення додаткових зобов'язань за корпоративними правами виникає у зв'язку зі збільшення вартості частки володіння	База нарахування дивідендів	База нарахування дивідендів, визначення вартості фінансових інвестицій
	Величина кредиторської заборгованості перед учасником	
	Величина погашеної кредиторської заборгованості перед учасником	Величина погашеної емітентом дебіторської заборгованості
Право власності на корпоративні права може бути передана без припинення їх існування	База визначення величини частки при виходів учасника	База визначення балансової вартості фінансових інвестицій, що передаються
	Величина вилученого капіталу при викупі корпоративних прав власної емісії	База визначення доходу від продажу фінансових інвестицій
	Величина зміни емісійного доходу при викупі корпоративних прав	X

Таблиця 1.2. – Напрями організації інформаційних потоків щодо господарських операцій з корпоративними правами, виходячи з інформаційних інтересів сторін корпоративних відносин

Інформаційні інтереси сторін корпоративних відносин	Задоволення інформаційних інтересів сторін корпоративних відносин	
	Емітента	Інвестора
Стан збереження та використання майна підприємства	Емітуючи корпоративні права та приймаючи акціонерний капітал, підприємство емітент отримує всі ризики а вигоди від володіння майном, переданим інвестором. Таке майно за принципом автономності підлягає обліку та контролю як активи юридичної особи-емітента	Набуваючи корпоративних прав, інвестор передає емітенту певні види та обсяги активів в обмін на них. Це обумовлює списання з балансу відповідних активів та виникнення специфічного активу у вигляді фінансових інвестицій, контроль за збереженням яких пов'язаний із застосуванням інших контрольних процедур
Структура, обсяги та результати операцій з корпоративними правами	Інформація про операції емітента формується у фінансовій звітності, зокрема: - Балансі (Звіті про фінансовий стан) в частині структури власного капіталу, розрахунків з учасниками; - Звіті про фінансові результати (Звіті про сукупний дохід) в частині розрахунку показників прибутковості акцій; - Звіті про рух грошових коштів у частині руху коштів у результаті фінансової діяльності; - Звіті про власний капітал в розрізі видів операцій, що призводять до змін власного капіталу (в розрізі його складових) - примітках до фінансової звітності в частині розкриття суттєвих змін у структурі джерел фінансування діяльності та подій, що їх викликали, а також таких подій після дати балансу	Інформація про операції інвестора формується у фінансовій звітності, зокрема: - Балансі (Звіті про фінансовий стан) в частині структури фінансових інвестицій за об'єктами інвестування та їх строками; - Звіті про фінансові результати (Звіті про сукупний дохід) в частині доходів і втрат від участі в капіталі, розрахунку показників іншого сукупного доходу; - Звіті про рух грошових коштів у частині руху коштів у результаті інвестиційної діяльності; - примітках до фінансової звітності в частині конкретизації показників балансу щодо структури фінансових інвестицій за об'єктами інвестування та їх строками, а також розкриття суттєвих змін у структурі та величині фінансових інвестицій та подій, що їх викликали (в т.ч. подій після дати балансу)
	Внутрішні звітність, що розкриває показники структури джерел фінансування діяльності, вартості залучення капіталу, аналітичні показники віддачі власного капіталу	Внутрішні звітність, що розкриває показники прибутковості фінансових інвестицій за їх видами, вартості на дату балансу та альтернативних інвестиційних проектів

Організаційні положення бухгалтерського обліку корпоративних прав повинні формуватися виходячи з необхідності реалізації завдань контролю, тобто по суті інформаційні потоки організуються такими чином, що задовольняти інформаційні потреби систем управління сторін корпоративних відносин (табл. 1.2.)

Таким чином, облікова політика у сторін корпоративних відносин (як емітента, так і інвестора) покликана створювати належну обліково-інформаційну підтримку управлінських рішень у реалізації стратегії фінансування діяльності емітента та інвестиційної стратегії інвестора.

Описаний спектр інформаційних інтересів стає базисом формування системи обліково-інформаційної підтримки прийняття рішень як емітентом, так і інвестором та слугує основою до розробки в подальшому організаційно-методичних положень систем бухгалтерського обліку і контролю в частині корпоративних прав.

Список використаних джерел:

1. Лукач І. В. Поняття та види суб'єктів корпоративних правовідносин [Електронний ресурс] / І. В. Лукач // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Юриспруденція . - 2013. - Вип. 6-1(2). - С. 61-64. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nvmgu_jur_2013_6-1\(2\)_17.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nvmgu_jur_2013_6-1(2)_17.pdf)
2. Сліпенчук Н.А. Щодо поняття корпоративного інтересу [Електронний ресурс] . - Режим доступу: <http://if.arbitr.gov.ua/sud5010/inf/30/13/>

СТРАТЕГІЧНА ПЕРЕБУДОВА ТА ПОТРЕБА ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Скакун Ліана Анатоліївна

асистент кафедри обліку та аналізу, Вінницький національний аграрний університет

Фінансова звітність підприємства, в умовах вільного розповсюдження інформації, породжує дедалі більший інтерес її користувачів. Основними з них, особливо у сучасних умовах політичної, економічної та фінансової нестабільності країни, являються саме потенційні інвестори.

Відсутність методологічних розробок, які б дозволяли забезпечувати наукову обґрунтованість системи організації звітності згідно з потребами управління є одним із факторів, які протидіють ефективному використанню виробничого потенціалу галузі. Вважаємо, поряд зі створенням цілого ряду умов, які забезпечують перехід до ринкових відносин у галузі сільського господарства як безальтернативної запоруки для різкого нарощування виробництва сільгосппродукції і його високої

економічної ефективності, необхідне здійснення кардинальних заходів щодо раціональної організації звітності [9].

Пітер Фіск зазначав: “Надто довго бізнесом керували зсередини. Фінансисти та виконавчі директори весь час намагались покращити існуючі процеси, не переглядаючи їх, замість того, щоб відстежувати та використовувати кращі ринкові можливості...” [7].

Агросектор України, як одна із найпріоритетніших галузей вітчизняної економіки, вимагає активізації залучення інвестиційних коштів [1]. Поряд з цим, сільське господарство України є технічно й технологічно відсталим. Отже, чого точно не можна допустити — аби державна підтримка консервувала такий стан [6].

Сільське господарство — це цілковита відсутність фінансового управління. [6]. Ефективне управління та потреба у розвитку підприємств агропромислового комплексу, сприяє зміні характеру формування даних за рахунок активних динамічних ринкових перетворень, що посилюють роль інформації.

В основі раціонального сільськогосподарського виробництва лежить вибір пріоритетних напрямів діяльності. Процес визначення та обґрунтування пріоритетів передбачає глибокий аналіз зовнішнього середовища, комплексне дослідження внутрішнього потенціалу підприємства та детальне вивчення окремих видів продукції за критеріями їх економічної ефективності, конкурентоспроможності на агропродовольчому ринку та перспектив розвитку галузі в довгостроковому періоді. [3].

Федонін О.С. [8] пов’язує розподіл діяльності підприємства за функціональними блоками, такими як: виробництво, розподіл та збут продукції; організаційна структура та менеджмент; маркетинг; фінанси, для оцінювання потенціалу підприємства.

Неадекватність існуючої системи бухгалтерського обліку і фінансової звітності сучасним потребам суспільства зумовили пошук інших концепцій і моделей звітності. Детальний аналіз публікацій з даної проблеми, за останні п'ятнадцять років, було проведено Головим С. Ф. Автором досліджено ряд концепцій: Звіт Дженкінса, Застереження Д. Уїтні, Компанія майбутнього (Лондон, 1995 р.), Річний звіт XXI-го століття (публікації Інституту привілейованих бухгалтерів Англії та Уельсу, 1998 р.), Переворот у звітності про акціонерну вартість (публікації Інституту привілейованих бухгалтерів Англії та Уельсу), Динаміка вартості (США, 2000 р.), Глобальна ініціатива щодо звітності (Global Reporting Initiative - GRI), Рекомендації Брукінгського інституту та дослідження Б. Лева (2001 р.), Звітність про вартість (Value Reporting, Принцип Гермеса (авторами є Д. Пітт-Уотсон та Т. Уотсон, представники компанії “Hermes Pensions Management Limited”), Модель всеохоплюючої

звітності бізнесу [2].

Зазначеним концепціям, на нашу думку, властивий аналітично-управлінський, інформаційно-управлінський, стратегічний та технологічно-стратегічний характер. Ряду притаманні, риси SWOT-аналізу, з виявленням загроз, можливостей, переваг та недоліків діяльності бізнесу. Деяким моделям характерні схожі елементи з системою збалансованих показників (Balanced Score Card) Д. Нортон та Р. Каплана, ідея якої зводиться до двох ключових положень: вірна реалізація стратегії важливіша ніж якість самих стратегій. Певним концепціям властивий розгляд людського капіталу як матеріального активу. Іншим характерні методики у досягненні більшої прозорості, шляхом наведення у звітності внутрішніх показників та розробки стандартів нефінансової інформації, яка відображає специфіку конкретної галузі.

Використання в управлінні лише фінансових показників не дозволяє успішно крокувати до цілі довгострокової максимізації вартості підприємства. За умов безперервної жорсткої конкуренції, що спричинена широкою розповсюдженістю приватної власності, особливо у галузі агропромислового виробництва, до традиційних його ресурсів: сировини, людей та капіталу, які характеризують діяльність підприємства, долучається інформація. Оскільки інформація, для ефективного управління має чітко опиратись на актуальні бізнес-процеси зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, актуальності набуває розгалужена система взаємодії інформації (рис. 1).



Рис. 1. Формування інформації у фінансовій звітності сільсько-господарських підприємств в умовах розвитку інвестиційних процесів

Для задоволення даними фінансової звітності інформаційних запитів інвесторів та інших зовнішніх користувачів, фундаментом якої виступають Global GAAP (Всесвітні стандарти фінансової звітності), в основу яких покладені не правила, а принципи; проміжним рівнем є формування галузевих стандартів оцінки діяльності та звітності, спільно з такими учасниками, як аналітики, аудитори, інвестори; а завершальний рівень відображає інформацію щодо факторів вартості окремої компанії (плани, стратегія, політика щодо заохочення, корпоративне управління, критерії оцінки діяльності, підхід до управління ризиками).

На нашу думку, шляхи вирішення даної проблеми здатні запропонувати бухгалтеря, шляхом удосконалення надання інформаційних даних для апарату управління та інвестора, саме через належним чином згруповану фінансову звітність підприємства.

Склад форм і зміст фінансової звітності залежать від особливостей підприємств та їх галузевої приналежності.

Варто врахувати, що головною передумовою результативного управління є всебічний аналіз діяльності підприємства, що також являється стимулом розбудови фінансової звітності.

Активно розвитку фінансової звітності має сприяти побудова показників фінансового та не фінансового характеру, з метою їх використання у побудові стратегії діяльності підприємства. Актуальним стає формування фінансової звітності підприємства, яка б дозволяла провести якісний SPASE-аналіз, Стратегічну оцінку підприємства та побудувати Збалансовану систему показників, до чого спонукають усі концепції та моделі звітності.

Та питання потребує подальшого більш глибокого вивчення, оскільки діюча фінансова звітність лише констатує ряд показників попереднього періоду діяльності конкретного підприємства, але не розкриває його реальний потенціал, не дає можливості оцінити в повній мірі майбутні ризики та оцінити інвестором факт повернення його коштів та їх можливої прибутковості.

Список використаних джерел:

1. Алфімова С. Агросектор України, як одна із найпріоритетніших галузей вітчизняної економіки, вимагає активізації залучення інвестицій, вважає Володимир Лановий / Алфімова С. // Укрінформ -[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrinform.ua/ukr/news/agrosector_ukrani_yak_odna_z_nayproritetsnih_galuzey_vtchiznyano_ekonomki_vimaga_aktivzats_z_aluchennya_nvestitsiy_vvaga_volodimir_lanoviy_56977
2. Голов С.Ф. Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку: Монографія. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 522 с.
3. Гудзинська Ю.С. Економічні пріоритети стратегічного розвитку

- сільськогосподарських підприємств / Гудзинська Ю.С. -[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_125/16.pdf
4. Дипиаза С. (младший), Эклз Р. Будущее корпоративной отчетности или как вернуть доверие общества. – М.: Альпина Паблишер. – 2003. – 212с.
5. Мюллер Г., Гернон Х., Миик Г. Учет: международная перспектива: Пер. с англ. – М.: “Финансы и статистика”, 1992 г. – 136 с.
6. Охлопков А. Збитковість сільського господарства — це усвідомлена бізнес-стратегія галузевих лобі. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gazeta.dt.ua/ECONOMICS/zbitkovist_silskogo_gospodarstva__tse_usvidomlena_biznes-strategiya_galuzevih_lobi.html
7. Пітер Фіск Революция продаж, или SmartSelling. Как привлечь клиентов во времена меняющегося рынка. / Пітер Фіск - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bestbusinessbooks.ru/authors/vse_avtory/piter_fisk/
8. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. – Вид. 2-ге, без змін. / Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. – К.:КНЕУ, 2009. – 316 с.
9. Хомин П. Я. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук, 2004.

КЛАСИФІКАЦІЯ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ ДЛЯ ЦІЛЕЙ ОБЛІКУ ВИТРАТ ТА КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ СВИНАРСТВА

Чмир Станіслав Олександрович

аспірант, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

За своєю господарською значущістю свинарство як національно ідентична галузь в Україні традиційно посідає перше місце серед інших галузей тваринництва.

Діяльність в умовах світової економічної кризи, скорочення споживання на внутрішньому і бар'єри виходу на світові ринки збуту м'ясної продукції вимагає від сільськогосподарських товаровиробників модернізувати й інтенсифікувати виробництво продукції свинарства з метою підвищення якості та конкурентоздатності своєї продукції. Це обумовлює необхідність удосконалення систем управління підприємств, надання їй стратегічної спрямованості шляхом покращення якості та ефективності інформаційної бази сучасного менеджменту. Удосконалення системи управління не можливе без застосування нових підходів до формування інформаційної системи про фінансовий стан підприємства,

яку без належної організації бухгалтерського обліку отримати не можливо.

Відповідно до законодавства, що регулює ведення бухгалтерського обліку в Україні підприємства можуть складати фінансову звітність за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку та/або міжнародним стандартами фінансової звітності.

В параграфі 5 Міжнародного стандарту бухгалтерського обліку 41 «Сільське господарство» наведено досить просте і широке визначення поняття «біологічні активи» - це живі тварини і рослини [1]. Але, дане визначення досить не чітке та багатозначне, адже не всі рослини і тварини можна віднести до активів, а тільки ті які приносять економічну корисність та прибуток від їх використання.

Відповідно до п. 4 П(С)БО 30 «Біологічні активи» «біологічний актив – це тварина або рослина, яка в процесі біологічних перетворень здатна давати сільськогосподарську продукцію та/або додаткові біологічні активи, а також приносити в інший спосіб економічні вигоди» [2].

Для цілей бухгалтерського обліку біологічні активи свиначства можуть класифікуватися за різними ознаками.

З метою удосконалення управління виробничими процесами свиначських підприємств наведено класифікацію біологічних активів свиначства, що полягає в розмежуванні та поділі їх на окремі групи за певними ознаками (таблиця 1).

Таблиця 1

Класифікація біологічних активів галузі свиначства

Ознака	Група біологічних активів	Приклад статево-вікових груп
За призначенням	Біологічні активи сфери виробництва	Основні свиноматки і кнури
	Біологічні активи призначені для споживання	Свині на відгодівлі
	Тварини на вирощуванні	Всі інші групи
За рівнем готовності до використання	Зрілі	Основні кнури і свиноматки, свиноматки і кнурці, що перевіряються
	Незрілі	Всі інші групи
За економічним змістом	Необоротні	Основні свиноматки і кнури
	Оборотні	Поросята і свині на відгодівлі
За правом власності	Власні	Всі групи
	Орендовані	Всі групи
Для цілей бухгалтерського обліку	Довгострокові	Основні свиноматки і кнури
	Поточні	Всі інші групи

Джерело: сформовано з використанням [3].

Об'єктом бухгалтерського обліку біологічних активів свинарства виступають однорідні групи біологічних активів, які складаються з певних статево-вікових (технологічних груп).

В залежності від технології і організації виробництва продукції свинарства на товарних (репродукторних та відгодівельних) і племінних (репродукторах, заводах спеціалізованих комплексах із закінченим циклом виробництва) підприємствах можуть визначатися різні статево-вікові групи свиней. Два альтернативних поділи на групи наведено в таблиці 2.

Таблиця 2

Перелік статево-вікових груп свиней

Назва статево-вікової групи	Варіант 1	Варіант 2
Поросята до 2-х місяців	+	
Поросята від 2-х до 4-х місяців	+	
Поросята-сисуни		+
Поросята відлучені		+
Свині на відгодівлі	+	+
Ремонтний молодняк		+
Свинки ремонтні	+	+
Кнурці ремонтні	+	+
Свиноматки перевіювані	+	+
Кнурці перевіювані	+	+
Основні свиноматки	+	+
Основні кнури	+	+
Доросла відгодівля	+	+

Джерело: сформовано з використанням [4]

З метою калькулювання собівартості продукції свинарства виділяють такі об'єкти планування та обліку виробничих витрат: основне стадо свиней (свиноматки, хряки-плідники і поросята до відлучення), свині на вирощуванні, свині на відгодівлі. Крім того, на спеціалізованих підприємствах відповідно до існуючої технології можуть встановлюватися такі об'єкти планування та обліку виробничих витрат в свинарстві: поросята відлучені, ремонтний молодняк, ремонтні свинки та кнурці, свиноматки та кнури, що перевіряються.

Зазначена класифікація біологічних активів свинарства дозволяє відповідним чином організувати їх оцінку, планування, облік, контроль і зібрати релевантну інформацію про процеси і результати біологічних перетворень для аналізу економічного потенціалу свинарства, доходів і витрат, розробки конкретних управлінських рішень щодо підвищення ефективності діяльності підприємств.

Для підвищення ефективності використання біологічних активів необхідно продовжувати пошук шляхів удосконалення організації бухгалтерського обліку сільськогосподарських підприємств, в тому числі і тих, що займаються свинарством.

Список використаних джерел:

1. Міжнародний стандарт фінансової звітності 41 «Сільське господарство». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://minfin.gov.ua/control/uk/publish/article/main?art_id=92410&cat_id=92408.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи». Затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 18 листопада 2005 № 790.
3. Лугова О .І . Облік біологічних активів свинарства як складова управління економічним потенціалом галузі / О.І Лугова // Особливості сучасного функціонування та розвитку фінансової системи: національні та міжнародні аспекти: тези доповідей учасників I Всеукраїнської науково - теоретичної інтернет - конференції студентів і аспірантів, 14-15 листопада 2013 р., м. Миколаїв / Міністерство аграрної політики та продовольства України; Миколаївський національний аграрний університет; обліково - фінансовий факультет; кафедра фінансів і кредиту; кафедра бухгалтерського обліку . – Миколаїв: МНАУ, 2013. – 100 с.
4. Бухгалтерський облік на сільськогосподарських підприємствах / Огійчук М.Ф., Плаксієнко В.Я., Панченко Л.Г. та ін.: За ред. проф. М.Ф. Огійчука. – К.: Вища освіта, 2008. – 800 с.

МОДЕЛЮВАННЯ ІНФЛЯЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ПЕРЕХІДНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Гриджук Лідія Володимирівна

студентка, Чернівецький торговельно-економічний інститут КНЕУ
м. Чернівці

У умовах формування економічних відносин для дослідження проблем розвитку економіки держави, оцінки її ресурсів, для вирішення нагальних соціально-економічних завдань, на макроекономічному рівні потрібні характеристики показників зміни цін для основних галузей виробництва, а зокрема для аналізу тенденцій та моделювання інфляційних процесів.

Актуальність даної теми полягає в тому, що інфляція є одним з індикаторів макроекономічної нестабільності й чинником, від якого в значній мірі залежить соціально-економічний розвиток країни. Тому визначення рівня інфляції, її приборкання та підтримання на сприятливому для економіки рівні є ключовою проблемою державної економічної політики.

В українській економічній літературі було декілька спроб дослідження окремих аспектів інфляції. Теорії і практиці економіко-математичного моделювання присвячені роботи Андерсона Т., Багриновського К., Бокса Дж., Гранберга А., Грейнджера С., Дженкінса Г., Джонстона Дж., Енгеля Р., Ємельянова А., Леонтєва В., Лукашина Ю., Маленво Е., Ньюболда Р., Тейла Г., Терехова Л., Четиркіна Е., Холта С. та інших. Моделюванню соціально-економічних процесів на Україні приділяли увагу такі вітчизняні вчені, як Алексеєв А., Бакаєв О., Беседін В., Василик О., Великий А., Вітлінський В., Геєць В., Гуляницький Л., Костіна Н., Лукінов І., Михалевич В.С., Михалевич М.В., Панасюк Б., Сергієнко І. та інші.

В умовах фінансової кризи зростає актуальність передбачення розвитку негативних явищ в економіці для того, щоб попереджати та згладжувати їх. У перше чергу це стосується поведінки інфляційних процесів, яка впливає на всі сфери економічного і соціального життя країни. Економісти сперечаються про «ціну» інфляції для суспільства, але можна сказати, що найбільшої шкоди вона завдає тоді, коли є несподіваною, несистематичною, нестабільною [4, с.79]. Звичайно, і сам

рівень інфляції має негативні наслідки, але вони менші порівняно з її нестабільністю.

Основні моделі для визначення інфляції можна представити у вигляді трьох класів. Перший клас представляє інфляцію як вартісний феномен в контексті довгострокової постійної націнки над собівартістю. Другий погляд розглядає інфляцію в основному як монетарний феномен і пов'язує зміни в монетарних показниках із ціновими процесами. І насамкінець, третій клас моделей досліджує інфляцію як наслідок дії реальних факторів, зокрема дисбалансу між сукупним попитом і сукупною пропозицією. Огляд емпіричних робіт показує, що перший тип моделей найчастіше застосовується для країн з економіками, що розвивається, тоді як другий та третій підхід в основному, хоча і не ексклюзивно, - в розвинутих країнах [3, с.5].

Високі темпи інфляції, і зокрема гіперінфляція, мають негативний ефект тому, що вони настільки обмежують функції грошей, що останні фактично втрачають своє значення. Без такого посередника економіка, безсумнівно, зірветься у прірву кризи. На жаль, нульова інфляція є також негативним явищем, оскільки пов'язана в короткотерміновій перспективі з високим рівнем безробіття. Такий висновок випливає з розгляду кривої Філіпса [5, с.37].

У теорії існують різні підходи до визначення видів інфляції та причин її виникнення. Так, кейнсіанці розрізняють два види: інфляцію попиту та інфляцію пропозиції. Монетаристи вказують на грошову природу інфляції. Їх кількісна теорія грошей ґрунтується на припущенні про сталість швидкості оборотності грошей і незмінність реального ВВП у короткостроковій перспективі. Кембриджська школа монетаристів велику увагу приділяє схильності людей тримати гроші на руках для оплати поточних трансакцій [5, с.35]. Схильність, як правило, позначають через коефіцієнт k , який виводять із базової тотожності:

$$M = k \times P \times Y,$$

де M - грошова маса, P - рівень цін, Y - валовий внутрішній продукт, V - швидкість оборотності грошей, $k = \frac{1}{V}$. Часто цей коефіцієнт пов'язують із видатками утримання ліквідності [2, с. 67].

В останній час все більше центральних банків у світі використовують в якості монетарного устрою режим таргетування інфляції, тобто досягнення поставлених інфляційних цілей. Останні дослідження (зокрема, роботи Батіні та ін.) вказують, що використання подібного механізму дозволяє знизити рівень та волатильність інфляції і підвищити стабільність економічної системи. Поступовий рух Національного банку України в напрямку переходу до інфляційного таргетування посилює важливість розуміння інфляційних процесів і прогнозування майбутньої інфляційної динаміки [1].

Основні моделі для визначення інфляції, які можна знайти в літературі, можна представити у вигляді трьох класів. Перший клас представляє інфляцію як вартісний феномен в контексті довгострокової постійної націнки над собівартістю. Другий погляд розглядає інфляцію в основному як монетарний феномен і пов'язує зміни в монетарних показниках із ціновими процесами. І насамкінець, третій клас моделей досліджує інфляцію як наслідок дії реальних факторів, зокрема дисбалансу між сукупним попитом і сукупною пропозицією. Огляд емпіричних робіт показує, що перший тип моделей найчастіше застосовується для країн з економіками, що розвивається, тоді як другий та третій підхід в основному, хоча і не ексклюзивно, - в розвинутих країнах [2, с. 234].

Отже можна зробити висновок, що результати оцінювання і прогностні властивості демонструють, що найкращою моделлю для прогнозування інфляції виступає модель націнки. Тому що ці результати базувались на стабільному обмінному курсі гривні до долару США. Досвід інших країн показує, що в майбутньому при більш активному переході до інфляційної цінової стабільності і більш гнучкому обмінному курсі мають відбутися зміни у відносній важливості різних факторів інфляції. Якщо на сьогоднішній день більш важливими для формування інфляції є чинники собівартості, то в подальшому на перший план мають виходити показники сукупного попиту та монетарного дисбалансу.

Список використаних джерел:

1. Bailliu J.D., Garces, M Kruger, Messmacher M. Explaining and Forecasting Inflation in Emerging Markets: the Case of Mexico. // Working Paper written as part of Research Collaboration Program between the Bank of Canada and the Banco de Mexico. – 2009. – 200 с
2. Roland G. Transition and Economics: Politics, Markets and Firms / G. Roland. - Cambridge : Mass. MIT Press, 2010. - 561 p
3. Болгарін І.В., Махадева Л., Штерн Г. Деякі методологічні аспекти побудови та використання моделі механізму монетарної трансмісії в Україні. // Вісник НБУ. - 2010. - №1 – 220 с
4. Гейц В. М. Економіка України : Стратегія і політика довгострокового розвитку / За ред. акад. НАН України В.М. Гейця. - К.: Фенікс, 2003. – 2006 с
5. Райская Н. Временные лаги в динамике инфляции / Н. Райская // Вопросы экономики. - № 8. - 2008. - С. 34 - 41

КОНТРОЛІНГ БАНКІВСЬКИХ РИЗИКІВ

Войтов Віталій Вікторович

студент бакалавр, Буковинський Державний Фінансово Економічний Університет, м. Чернівці

Актуальність теми даної теми полягає в необхідності введення та застосування новітніх підходів до управління банком, серед яких одне з провідних місць належить контролінгу. Контролінг виник у результаті виокремлення його як підсистеми менеджменту для сервісно-економічної підтримки управління діяльністю суб'єктів господарювання.

Для формування та розвитку концептуальних положень контролінгу як науки важливими є дослідження зарубіжних вчених: А. Дайле, Е. Майера, Р. Манна, Д. Хана, К. Хомбурга, Г. Піча, Х. Фольмута, В. Кнаупа. Проблеми контролінгу досліджували такі провідні вітчизняні фахівці, як С. Козьменко, С. Петренко, М. Пушкар, Л. Сухарева

Мета дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні основ організації, діючої практики з контролінгу, а також подальший розвиток методології контролінгу пошуку напрямків удосконалення цієї роботи, використання яких забезпечить ефективніше управління в сфері банківського бізнесу.

Банківський ризик – це ймовірність того, що події, очікувані або неочікувані, можуть мати негативний вплив на капітал або надходження банку.

Для здійснення банківського нагляду виділено такі основні категорії ризику, а саме: ринковий ризик, кредитний ризик, ризик концентрації, ризик зміни процентної ставки, валютний ризик.

Для управління даними ризиками використовують один з трьох видів менеджменту – контролінг.

Контролінг - це управління майбутнім для забезпечення тривалого функціонування банківської установи і її структурних підрозділів.

Служба контролінгу прагне так керувати процесами поточного аналізу і регулювання планових і фактичних показників, щоб по можливості виключити або мінімізувати помилки, відхилення і прорахунки, як в поточній діяльності, так і в майбутньому.

Ринковий ризик полягає у тому, що зміни ринкових цін, таких як процентні ставки, ціни цінних паперів, валютні курси та кредитні спреди

(що не відносяться до змін кредитоспроможності боржника/кредитора), впливають на доходи або на вартість фінансових інструментів. Метою управління ринковим ризиком є управління і контроль ринкового ризику в межах прийнятних параметрів при оптимізації доходності за ризик.

Кредитний ризик являє собою ризик фінансового збитку для банку в результаті невиконання позичальником чи контрагентом свого зобов'язання.

Банк здійснює управління кредитним ризиком шляхом встановлення лімітів для окремих позичальників та груп позичальників, які визначаються на основі рекомендацій відповідного Кредитного департаменту і департаменту ризиків та затверджуються відповідним Кредитним комітетом або Правлінням.

Ризик концентрації визначається Банком як ризик можливих втрат внаслідок концентрації ризику на конкретних інструментах, окремих операціях та галузях економіки. Банк здійснює управління ризиком концентрації у кредитному портфелі та портфелі цінних паперів шляхом встановлення лімітів для окремих контрагентів та груп контрагентів.

Управління ризиком зміни процентної ставки здійснюється шляхом оцінки негативного впливу на фінансовий результат несприятливих змін ринкових умов, зіставлення позиції за процентними ставками, що дає змогу проводити операції з позитивною процентною маржею, здійсненням оцінки чутливості до зміни процентних ставок та їх вплив на прибутковість.

Валютний ризик визначається як ризик того, що вартість фінансового інструменту коливатиметься внаслідок зміни курсів обміну валют. Фінансовий стан Банку та рух грошових коштів знаходиться під впливом коливань курсів обміну основних валют. Управління валютного контролю, Казначейство та Департамент ризиків здійснює щоденний моніторинг відкритої валютної позиції Банку з метою дотримання вимог НБУ.

Список використаних джерел:

1. Матеріали офіційного сайту АТ «Ощадбанк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.oschadnybank.com>
2. Швець Н. Р. Ризики банківських установ: проблеми визначення та управління /Н.Р. Швець // Регіональна економіка. - 2008. - № 4. - С. 97-103.

БАНКІВСЬКИЙ СЕКТОР В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Дзямуніч О. С.

кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, Львівський національний університет імені Івана Франка

Березій З.І.

магістрант кафедри банківського і страхового бізнесу, Львівський національний університет імені Івана Франка

Дослідження нових умов функціонування банківського сектора є важливим для аналізу економічної інтеграції та виявлення змін у банківській сфері у контексті розвитку глобальних економічних процесів. Інтеграційні процеси охоплюють різні сфери міжнародної економічної та фінансової діяльності, зокрема, банківської діяльності. Для поглиблення інтеграційних процесів необхідно “застосувати якісно нові підходи до розвитку банківської системи, які мають бути спрямовані на формування спільного європейського ринку і проведення єдиної для європейських країн економічної та фінансової політики” [2, с. 36].

Відповідно інтеграції банківської системи України до банківської системи Європейського Союзу основними принципами політики євроінтеграції банківського сектора України є [1]: забезпечення економічного суверенітету України в умовах посилення інтеграції з країнами ЄС; гармонізація інтересів України та її банківського сектора з інтересами країн ЄС в процесі посилення інтеграційних процесів в економіці та банківському секторі; прозорість механізмів проникнення іноземного капіталу в банківський сектор України та його впливу на розвиток вітчизняної економіки та банківської системи; безперервність процесів інтеграції України з ЄС та забезпечення умов підвищення ефективності впливу банківської системи на темпи і масштаби вітчизняного товаровиробництва.

Наслідки євроінтеграції банківської системи повинні відповідати стратегічному пріоритету фінансової політики України – забезпеченню стабільності банківської системи. Антикризова і антициклічна спрямованість новацій Базель-III дає підстави стверджувати, що імплементація Україною цих правил сприятиме: забезпеченню ефективного і належного захисту інвесторів і покращенню інвестиційного клімату, активізації руху інвестиційного капіталу через кордони України; стабільності та надійності банківського сектора; вдосконаленню нормативно-правової бази для здійснення нагляду на консолідованій основі за фінансовими групами, до складу яких входять банки;

підвищенню якості корпоративного управління, систем ризик-менеджменту та внутрішнього контролю в банках; забезпеченню цілісності фінансової системи, що є умовою ефективної співпраці її суб'єктів[2].

На шляху процесів європейської інтеграції України постає низка обмежень, пов'язаних з депресивними тенденціями у вітчизняній економічній системі, проблемами й ризиками банківського сектора України. Проведення перетворень у банківському секторі України сприятиме прискоренню темпів європейської інтеграції, налагодженню більш тісного міжнародного економічного співробітництва і підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних банків на ринку банківських послуг, дасть можливість збалансувати інтереси банків та клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Шлях європейської інтеграції. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 рр.). –К.:ІВЦ Держкомстату України, 2004. – 416 с.
2. Клименко І., Белінська Я. Щодо інтеграції банківської системи України до банківської системи Європейського Союзу. Аналітична записка / І. Клименко, Я. Белінська [Електронний ресурс].– Режим доступу: www.niss.gov.ua/articles/777.

ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ОБ'ЄКТІВ ОПОДАТКУВАННЯ ПДФО

Петровська Ірина Олегівна

кандидат економічних наук, доцент, старший науковий співробітник, Київський університет ринкових відносин

Микитенко Тетяна Владиславівна

кандидат економічних наук, доцент, Національний університет державної податкової служби України

Наявні демографічні дисбаланси в Україні, тінізація економіки, порушення принципу соціальної справедливості, високе податкове навантаження на фонд оплати праці знижує фіскальну ефективність податкової системи, що вимагає інституційного, організаційного та методологічного її удосконалення.

Відповідно до ст.1 Закону України «Про оплату праці» та ст.95 Кодексу Законів про працю, заробітна плата - це винагорода, обчислена у грошовому виразі, яку, за трудовим договором, роботодавець виплачує працівникові за виконану ним роботу. За статтею 164.2.1 Податкового

кодексу України до загального місячного (річного) оподатковуваного доходу платника податку включаються доходи у вигляді заробітної плати, нараховані (виплачені) платнику відповідно до умов трудового договору.

Отже, виникає семантичне протиріччя між поняттями у визначенні об'єкта оподаткування податком на доходи фізичних осіб – «загальний місячний (річний) оподатковуваний дохід у вигляді заробітної плати», «винагорода, виплачена працівникові за виконану ним роботу» та «заробітною платою». Тобто, заробітна плата ототожнюється і з доходом та з винагородою. Крім того, використовується приблизна назва активної категорії «заробітна плата», розмір якої залежить від певних фізичних, психічних та інших зусиль працівника. Це дозволяє підходити до її оподаткування з тим самим лекалом, як й до пасивних доходів: оренди, відсотків на депозит, виграшів, дивідендів на акції. Такий підхід психологічно нівелює зусилля, які треба прикласти до будь-якої праці для отримання заробітної плати та урівнює працівника з особою, яка може не працювати, але отримувати дохід в розмірах заробітної плати або вищим за неї. В умовах, коли продуктивність праці в Україні складає 25% від середньоєвропейської та у 6,5 разів нижча, ніж американська, примусове зменшення ролі заробітної плати у структурі загальних доходів населення суперечить національним економічним інтересам держави. А відтак, оподаткування заробітної плати податком з доходу фізичних осіб стимулює підприємницькі структури ухилятися від сплати цього податку шляхом мінімізації вказаного доходу, призводить до виплати заробітної плати «у конвертах» та роботи без оформлення трудових відносин, що, в свою чергу, сприяє тінізації економіки.

Для приведення у відповідність сутності ПДФО з його економічним змістом, нами пропонується введення для оподаткування заробітної плати окремого податку із заробітної плати, а всі пасивні доходи (від оренди, відсотків на депозит, виграшів тощо) мають оподатковуватись податком на доходи фізичних осіб. В умовах електронного обігу всіх фінансових трансакцій введення вказаного податку істотно не ускладнить роботу економічних служб, але приведе у відповідність форму та зміст як податку так й об'єкту оподаткування – дохід та заробітну плату.

Ставка податку на заробітну плату, на нашу думку, має бути єдиною, щоб стимулювати працівника підвищувати якість власної праці шляхом додаткового навчання, освоєння нових навичок, отримання професійної кваліфікації, тобто підвищувати власну капіталізацію на ринку праці та, відповідно, підвищувати заробітну плату. При цьому, застосування пропорційного оподаткування сприятиме зростанню обсягів «тіньової» заробітної плати, тому доцільним є збереження єдиної ставки податку на заробітну плату працюючим громадянам.

Запровадження податку на заробітну плату зацікавить найманих працівників в частині зростання обсягів майбутніх пенсійних та соціальних накопичень. Крім того, такі новації врівноважать внесок кожного громадянина в розвиток держави відповідно до величини заробітку, та сприятимуть його самореалізації.

СПОСОБИ ПРОТИДІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ОПЕРАЦІЙНИХ РИЗИКІВ У СТРАХОВОМУ БІЗНЕСІ

Руснак Лариса Романівна

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри соціально-гуманітарних наук, економічної теорії та права Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

В сучасних умовах, з огляду на вплив економічних, політичних, соціальних, техногенних чинників і природних катаклізм, постає завдання мінімізації ризиків фінансових втрат і потреб в ефективному захисті, який надають страхові організації. В умовах наявності невизначеностей різної природи і типу страхові компанії, які відносяться одночасно до суб'єктів і об'єктів управління ризиками, стикаються з фінансовими ризиками, які необхідно своєчасно розпізнавати і створювати механізми управління ними. Основними типами ризиків, які впливають на діяльність страхових компаній, є андеррайтингові, що приймаються ними від клієнтів, і ризики, які можуть виникати в ході здійснення страхової діяльності: ринкові, кредитні, операційні, ризики втрати ліквідності. Для андеррайтингових ризиків і ризиків втрати ліквідності страхових компаній розроблено відповідні методи управління. Ринкові та кредитні ризики страхових компаній не мають галузевої специфіки і для управління ними використовують універсальні методи.

У фінансовій сфері операційні ризики нині можна оцінювати за допомогою існуючих ефективних математичних моделей управління і оцінювання, розвиток яких стимулюють відомі стандарти Basel II та Solvency II. Разом з тим, оцінювання ризику шахрайства вивчене меншою мірою. Методам його оцінювання та виявлення присвячені праці [3; 5]; такі ж задачі стосовно автостраховування розглянуті в [5], а модель у формі нечіткої логіки наведена в [6]. Відсутність класифікатора при моделюванні ризиків страхового шахрайства, який враховує всі аспекти взаємодії зловмисника і страхової компанії, є суттєвим недоліком цього виду ризиків. Існуючі класифікації ризиків шахрайства відображають лише окремі сторони цього явища і не розглядають його з точки зору теорії управління ризиками. Використання в українській й практиці

більшості загальних методів оцінювання операційні ризики ускладнюється відсутністю або обмеженістю статистичних даних, необхідних для навчання та калібрування моделі. Більшість українських страхових компаній не мають у своєму розпорядженні достатнього обсягу інформації про причини і наслідки операційних ризиків. Це обумовлено тим, що в період бурхливого зростання страхового ринку, яке спостерігалось в останні роки, українські страхові компанії зосередили свою увагу на збільшенні страхового портфеля [4].

З вище зазначеного випливає необхідність проведення дослідження методів для управління операційними ризиками в умовах неповноти або відсутності історичних даних. Зокрема, така необхідність в аналізі постає і в ризику страхового шахрайства. Необхідно проаналізувати фактори ризиків, що порушують налагоджену діяльність компанії, необхідно вивчити причинно-наслідкові зв'язки, причини яких повинні визначатись на різних рівнях. В цьому є потреба для врахування у моделях найдрібніших деталей.

Розрізняють такі методи аналізу:

1) аналіз ризиків страхових компаній і методів їх математичного моделювання;

2) виявлення особливостей та методів оцінювання операційних ризиків страхового шахрайства [4].

Для оцінювання ризиків застосовують такі методи: карти ризиків; індикатори ризиків – проста статистика, яка може вказати на проблемні напрями діяльності страхових компаній; відстежування факторів і виникаючих проблем; формування бази даних втрат; створення сценаріїв подій, пов'язаних з ризиками; математичне моделювання ризиків [4].

Список використаних джерел:

1. Алгазин А. И. Страхоемошенничество и методы борьбы с ним / А. И. Алгазин, Н. Ф. Галузга, В. Д. Ларичев. – М., 2003. – 170 с.
2. Джужа О. М. Криміналізація економіки України: стан, тенденції, напрями протидії / О. М. Джужа, С. С. Чернявський // Право України. – 2005. – № 12. – С. 35–40.
3. BananaSkin2005 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bankclub.ru/content/library/2005_07_13_1.pdf.
4. Кожухівська О. А. Методи оцінювання операційних ризиків страхового шахрайства / Кожухівська О. А. // Вісник ЧДТУ. – 2013. – № 4. – С. 91–97.
5. Pathak J. A., Vidyarthi N. & Summers S. L. (2003) Fuzzy-based algorithm for auditor to detect elements of fraud in settled insurance claims. Odette School of Business Administration. Working Paper, No. 03-9, 17 p.
6. Paymentnews [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.epaynews.com>.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВ

Харук Юлія Анатоліївна

студентка кафедри менеджменту, Волинський інститут імені В. Липинського МАУП

Жалко Олена Вікторівна

студентка кафедри менеджменту, Волинський інститут імені В. Липинського МАУП
м. Луцьк, Україна

У сучасних умовах розвитку економіки України управління грошовими потоками суб'єктів господарювання є важливою складовою фінансового планування. Питання ефективності управління грошовими потоками підприємства є доволі актуальним, оскільки величина цих потоків свідчить про стан самого підприємства та впливає на платоспроможність і ліквідність [3, с. 469].

Важливий внесок у розроблення аналітичного забезпечення управління грошовими потоками підприємств зробили сучасні вітчизняні та зарубіжні економісти, зокрема Л. А. Бернстайн, И. А. Бланк, В. О. Василенко, В. В. Ковалев, Л. О. Лігоненко, А. М. Поддєрьогін, Р. Б. Тяг. Вітчизняні аналітики почали широко оперувати терміном «грошовий потік» лише з початком ринкового реформування української економіки. За ринкових умов поява терміну «грошовий потік» поряд з існуванням категорії коштів є цілком оправданою. Адже термін «грошовий потік» розкриває динамізм підприємницької діяльності, де грошові надходження і вибуття мають постійний характер, йдуть безперервними потоками. Лише в балансі підприємства його кошти показані на певну дату [4, с. 5].

На думку Л. О. Лігоненко та Г. В. Ситник, за якими грошові потоки підприємства – це система розподілених у часі надходжень та видатків грошових коштів, що генеруються його господарською діяльністю і супроводжують рух вартості, виступаючи зовнішньою ознакою функціонування підприємства [6].

А. М. Поддєрьогін визначає грошовий потік як сукупність послідовно розподілених у часі подій, які пов'язані з відокремленим та логічно завершеним фактом зміни власника грошових ресурсів через виконання зобов'язань між економічними агентами (суб'єктами господарювання, державою, домогосподарствами, міжнародними організаціями). Грошові потоки безпосередньо пов'язані з рухом коштів на підприємстві, який відображає надходження в розпорядження суб'єкта господарювання грошових ресурсів та їх використання [7, с. 57].

Економічну сутність грошового потоку підприємства І. А. Бланк сформулював наступним чином: «Грошовий потік підприємства є сукупністю розподілених, а окремими інтервалами даного періоду часу надходжень і виплат грошових коштів, що генеруються його господарською діяльністю, рух яких пов'язаний із чинниками часу, ризику і ліквідності» [2, с. 263].

В. В. Ковальов грошовий потік розглядає з двох частин: припливу грошових засобів, як результату продажу виробленою фірмою продукції та відтоку, як результату сплати за залучені фірмою ресурси [5, с. 454].

На погляд Л. А. Бернстайна: «сам по собі, що немає відповідного тлумачення термін «потоки грошових коштів» (у його буквальному розумінні) позбавлений змісту». Компанія може мати приплив коштів (тобто грошові надходження), і вона може мати відтік коштів (тобто грошові виплати). Більш того, ці грошові припливи й відтоки можуть ставитися до різних видів діяльності – виробничої, фінансової або інвестиційної. Можна визначити відмінність між припливами й відтоками коштів для кожного із цих видів діяльності, а також для всіх видів діяльності підприємства у сукупності. Ці відмінності найкраще віднести до чистих припливів або чистих відсотків коштів [2, с. 333].

На думку Р. Б. Тяна грошовий потік складається з вхідного (надходження від реалізації продукції та інші надходження) і вихідного (виплата заробітної плати, платежі субпідрядникам, постачальникам). Різниця між вхідним та вихідним грошовим потоком утворює прибуток [8, с. 125].

Узагальнюючи все вищевикладене, ми бачимо, що існують різні підходи до визначення та трактування поняття «грошовий потік», але немає його однозначного тлумачення. На думку зазначених авторів, дослідження грошових потоків підприємства дозволяє усвідомити увесь механізм його функціонування, так як за наявності власної, відносно самостійної логіки розвитку, грошові потоки мають зовнішні ознаки всього комплексу функціональних зв'язків, які розвиваються на підприємстві в процесі його діяльності.

Визначимо, що грошовий потік підприємства є одним з головних об'єктів управління, представлений у грошовій формі і безпосередньо пов'язаний із функціонуванням грошей і грошової системи. Виконуючи функцію інструменту взаєморозрахунків із суб'єктами економічних відносин всіх видів його діяльності, грошовий потік, пов'язаний із чинниками ліквідності та ризику, впливає на рух активів та капіталу підприємства, характеризується відповідними розміром, напрямом і часом [2, с. 176].

На основі розглянутих визначень грошового потоку можна сформулювати найбільш об'єктивне визначення даного поняття. Таким

чином, грошові потоки є важливим елементом забезпечення життєдіяльності господарських суб'єктів і відображають економічний процес, який опосередковується сукупністю розподілених у часі надходжень та виплат грошових коштів та їх еквівалентів, генерованих підприємством при реалізації господарської діяльності.

Поняття управління грошовими потоками розглядається, як складний неперервний процес, який охоплює цикли стратегічного та оперативно-тактичного управління і повинен реалізовуватися за допомогою цільового спрямування, системності, альтернативності підходів, конструктивності, динамічності, інформаційної достовірності та адекватності чинникам зовнішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Бернстайн Л. А. Анализ финансовой отчетности : теория, практика и интерпретация / Л. А. Бернтайн : [пер. с англ.]; науч. ред. перевода чл.-кор. РАН И. И. Елисеев. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 624 с.
2. Бланк І. А. Управління грошовими потоками / І. А. Бланк – К. : Ніка-Центр, Ельга, 2002. – 736 с.
3. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : Учебный курс / И. А. Бланк – перераб. и доп. – К. : – Ника – Центр, – 2004. – 528 с.
4. Василенко В. О. Стратегічне управління підприємством. Навч. посібник / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко [Вид. 2-ге, виправл. і доп.] за ред. Василенка В. О. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 400 с.
5. Ковалев В. В. Финансовый менеджмент : теория и практика / В. В. Ковалев. – М. : ТК Велби. Изд-во Проспект, 2007. – 1024 с.
6. Лігоненко Л. О. Управління грошовими потоками : навч. посібник / Л. О. Лігоненко, Г. В. Ситник. – К. : Київ нац. торг.-економ. ун-т, 2005. – 255 с.
7. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств : підручник [3-тє вид.] перероб. та доп. / А. М. Поддєрьогін – К. : КНЕУ, 2001. – 460 с.
8. Тянь Р. Б. Планування діяльності підприємства : навч. посібник / Р.Б. Тянь. – К. : МАУП, 1998. – 156 с.

ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ УПРАВЛІННЯ БЮДЖЕТАМИ ЗА ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВИМ МЕТОДОМ

Волокита Т.А.

магістр, Дніпропетровська державна фінансова академія

Рясна В.С.

магістр, Дніпропетровська державна фінансова академія

Важливим інструментом дієвого державного управління потоками фінансових ресурсів, зокрема недопущення неефективного й незаконного використання коштів, є програмно-цільовий метод, адже в умовах обмеженості фінансових ресурсів, особливої актуальності набувають питання вдосконалення бюджетного процесу та ефективного методу формування і виконання бюджету[1]. Актуальність програмно-цільової програми планування обумовлюється як раціональністю, так і набутим світовим досвідом та глобальною світовою інтеграцією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробленню методики планування бюджетів, кошторису підприємств і організацій у своїх працях приділяли увагу такі вітчизняні і зарубіжні науковці, як Самборський В.І., Балабанов І.Т., Балик У.О., Бланка І.А., Кирейцев Г.Г., Левицька С.О., Книщенко І.Ф. та інші. Дьяченко Я.Я. Але, при застосування даного методу на практиці в Україні зіткнулися зі значними пробелами, недоліками. Тому, доцільно дослідити такі недоліки та переваги програмно-цільового методу управління бюджетами.

Мета тез – визначення переваг та недоліків застосування програмно-цільового методу складання та виконання бюджетів.

На сьогоднішній день стимулювання економічного зростання можливе за рахунок тісного взаємозв'язку бюджетних витрат із пріоритетами державної політики. За таких умов актуальності набуває застосування програмно-цільового методу бюджетного планування, а також більш тісна ув'язка бюджетного планування з прогнозом соціально-економічного розвитку та довгостроковими цільовими програмами. Звичайно, сьогодні при очевидних позитивних рисах програмно-цільового бюджетування, зарубіжний досвід виявив і деякі труднощі щодо його застосування [2]. Тобто доцільно проаналізувати переваги та недоліки програмно-цільового бюджетування.

Переваги програмно-цільового методу:

1. Дає чітке розуміння державним органам та громадськості, на що витрачаються бюджетні кошти.

2. Забезпечує прозорість бюджету та дає можливість за наслідками виконання бюджету оцінити, чи досягнуті поставлені на етапі планування цілі і чи виконані завдання.

3. Вимагає більшої дисципліни бюджетного процесу, оскільки встановлює конкретні показники результативності та відповідні показники видатків і тим самим важче використати ці кошти на цілі, які відрізняються від визначених цілей.

4. Упорядковує організацію діяльності головного розпорядника щодо формування і виконання своїх «бюджетів» шляхом чіткого розмежування відповідальності між відповідальними виконавцями.

5. Сприяє підвищенню ефективності розподілу і використання бюджетних коштів, забезпеченню пріоритетних напрямків і визначенню доцільності окремих видатків бюджету.

6. Дає можливість переглянути функціональну класифікацію видатків бюджету для приведення її до міжнародних стандартів.

Причини неефективності впровадження програмно-цільового методу управління бюджетом в Україні:

1. Недосконалість планування бюджетних програм головними розпорядниками коштів.

2. Визначення показників результативності програми.

3. Відсутність механізму відбору програм для фінансування.

4. Відсутність механізму моніторингу виконання бюджетних програм з боку держави.

Отже, уцілому впровадження практики програмно-цільового планування сприятиме створенню системи ефективного державного управління. Вдосконалення та розширення сфери застосування програмно-цільового методу бюджетного планування передбачає формування та включення до бюджетного процесу процедури оцінки ефективності бюджетних витрат. На жаль, до нині не створено систему повноцінного моніторингу бюджетних асигнувань, не розроблено та законодавчо не затверджено оціночні показники. Але, зрозуміло, що розподіл бюджетних ресурсів повинен прямо залежати від досягнення конкретних результатів.

Список використаних джерел:

1. Дьяченко Я.Я. Теоретико-методологічні основи забезпечення цільового використання бюджетних коштів / Я.Я. Дьяченко // Фінанси України. - 2010. - №10. - С. 13-25;

2. Голинська О.В. Програмно-цільовий метод управління бюджетами: основні позиції та компоненти / О.В. Голинська // Економіка та держава. - 2010. - №1. - С. 105-108.

МЕТОДИ ФІНАНСОВОГО ТА БЮДЖЕТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Кобец Василь Володимирович

студент Вінницького фінансово-економічного університету

Оскільки потреба в доходах кожного бюджету часто змінюється, держава щороку здійснює бюджетне регулювання, тобто перерозподіляє кошти всередині бюджетної системи з метою збалансування всіх видів бюджетів.

Бюджетне регулювання – один із найважливіших економічних методів державного регулювання (повніше – фінансово-бюджетне регулювання). Сутність його в тому, що держава встановлює оподаткування та державні витрати з таким розрахунком, щоб вони могли гасити коливання економічного циклу, сприяли високому рівню зайнятості, обмежували інфляцію або пом'якшували дефляцію (застій).

Бюджетне регулювання як основний метод державного регулювання економіки широко використовувалося в країнах з соціальною ринковою економікою з 30-х до середини 70-х ХХ ст. Базувалося на основних положеннях кейнсіанської теорії: фіскальна політика повинна орієнтуватися на боротьбу з безробіттям, передбачати зростання державних витрат і скорочення податків. Фіскальна політика, орієнтована на зниження інфляції, вимагає скорочення державних витрат при зростанні податків.

Головним у бюджетному регулюванні є бюджет, через який держава виконує дві основні функції в економіці: перерозподіляє дохід і активізує сукупний попит. Використання фінансово-бюджетних методів у системі державного регулювання ринку і в сучасних умовах зводиться до маніпулювання ставками податків, державними витратами для встановлення рівноваги на ринку. Якщо в економічній системі спостерігаються активізація сукупного попиту і розвиток інфляції, уряд підвищує податки на доходи підприємств і населення, обмежуючи державні витрати і навпаки, якщо в економічній системі з'являються ознаки депресії, ставки податків знижуються, бюджетні витрати зростають. Держава, використовуючи бюджет, бере участь у фінансовій допомозі щодо розвитку окремих галузей і сфер діяльності. Державний бюджет забезпечує фінансування заходів у певних галузях економічного та соціального розвитку, що мають загальнодержавне значення – об'єктів

народного господарства сфери монопольної діяльності держави, цільових науково-технічних програм, розвитку сфер некомерційного сектора економіки (освіти, охорони здоров'я, культури тощо) [1].

Фінансово-бюджетна політика України запроваджена на рівні центрального уряду, на рівні місцевих органів влади (області, району, міста), а також на рівні різних позабюджетних фондів (Фонду зайнятості населення, Пенсійного фонду, Фонду соціального страхування). Бюджетна система складається з загальнодержавного та місцевих бюджетів. В законодавстві визначено функції кожної ланки бюджетної системи, їхні дохідні джерела, закріплено право кожної ланки бюджетної системи на самостійний бюджет, основу якого становлять власні й закріплені законом доходи по всіх ланках бюджетної системи. Витрати з державного бюджету здійснюються не лише у вигляді прямих державних інвестицій, прямого фінансування, й у таких формах, як дотації, субсидії і субвенції.

Податкова політика як складова фінансово-бюджетного регулювання у світовій практиці державного регулювання економіки діє через відсоткову політику на грошовий обіг. У сучасному господарському механізмі податки повинні посилити правовий захист майнових інтересів підприємств, об'єднати стимулювати підвищення ефективності виробництва, надаючи їм юридичну й фактичну можливість розпоряджатися доходами. Однією з особливостей сучасних систем оподаткування в країнах з розвинутою ринковою економікою є стимулювання державного розширеного відтворення і стримування прямого або прихованого використання капіталів для особистого збагачення.

Досвід зарубіжних країн свідчить, що податки широко використовуються для регулювання темпів економічного зростання. Але вони як економічні регулятори діють лише в певних межах, не спричиняючи негативних наслідків. Зростання системи податкового тиску призводить до поповнення бюджету лише певною мірою. Високі податки негативно впливають на ефективність праці, підприємницьку діяльність, стимулюють перехід до тіньової економіки і навпаки, зниженням ставок і прогресії оподаткування стимулює трудову ініціативу, заощадження та інвестиції. В системі державного регулювання широко використовується система диференційованого підходу до надання цільових податкових знижок і пільг, а також прогресивного оподаткування. Так, пільги щодо податку на прибуток в Україні були запроваджені на прибуток використовуваний на реконструкцію й модернізацію активної частини виробничих фондів, на нове будівництво, розширення, введення й освоєння потужностей для виробництва товарів (робіт, послуг), витрати підприємства на проведення власними силами або науковими організаціями науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт,

підготовку й освоєння нових прогресивних технологій тощо і навпаки, додатково до податку на прибуток, встановленого для господарської діяльності, був передбачений податок на прибуток від посередницьких операцій, лотерей доходів від здавання в оренду приміщень і окремих видів майна, від казино, відеосалонів тощо [2].

Отже можна зробити висновок, що бюджетне регулювання – це механізм збалансування доходів і видатків місцевих бюджетів який здійснюється через акумулювання значної частини доходів у бюджеті держави і перерозподіл їх у вигляді дотацій місцевим бюджетам. Фінансові відносини між «центром» і місцевими органами влади в перші роки формування ринкової економіки в Україні були складними. Встановлений розподіл податків між загальнодержавним і місцевими бюджетами відбувався таким чином, що прибутків від податків, асигнованих місцевим органам влади, бракувало для збалансування місцевих бюджетів. Раціональними були б децентралізація державних фінансів, структурне розмежування державного і місцевих бюджетів за джерелами накопичення та витрат.

Список використаних джерел:

1. Василик О.Д., Павлюк К.В. Бюджетна система України: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури. – 2004. – 544с.
2. Павлюк К.В. Роль бюджету в регулюванні соціально-економічних процесів у трансформаційний період в Україні / К.В.Павлюк // Наукові праці НДФІ. — 2007.
3. Полозенко Д.В. Державний бюджет України та основні його напрямки забезпечення соціально-економічного розвитку / Д.В. Полозенко // Економіка та держава. — 2007.
4. Корчинський В.Є. Регіональна бюджетна політика в умовах реформування бюджетного процесу / В.Є.Корчинський, Колодій С.Ю // Схід. — 2003.

Науковий керівник: Юрчишена Л.В., к.е.н., доцент, Вінницький фінансово-економічний університет

БЮДЖЕТНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Лазарева Олександра Сергіївна

студентка, Національний університет державної податкової служби України

Бюджетна політика представляє собою сукупність економічних і адміністративних заходів, що застосовує держава з метою стабілізації та

підвищення ефективності національної економіки, використовуючи, головним чином, бюджетні та податкові механізми.

Основними завданнями бюджетної політики є забезпечення поступального розвитку підприємництва, прискорення економічного зростання й підвищення ефективності державного регулювання економічних і соціальних процесів [1].

Україна пережила проблеми наповнення бюджету грішми, уникнення надходження до бюджету шляхом взаємозаліків, невиконання більшості прийнятих щорічних бюджетів, реструктуризації боргів як засобу поліпшення фінансового стану підприємств та їх розрахунків з бюджетом. Із часом завдяки трансформації бюджетної і податкової систем окремі із зазначених явищ відійшли в минуле, а деякі змінили свій характер, хоча ще залишаються не розв'язаними повною мірою. Але такі проблеми, як масове ухиляння від податків, втрати доходів бюджету від податкових пільг, зростання зовнішньої заборгованості, залишаються актуальними [2].

Необхідними умовами стабільності бюджетної системи є проведення бюджетної політики, спрямованої на забезпечення гармонійного поєднання принципів бюджетного унітаризму з елементами децентралізації, реформування цих відносин з удосконаленням порядку розподілу трансфертів з державного бюджету на основі прозорих та об'єктивних критеріїв, що ґрунтуються на чіткому розмежуванні бюджетних повноважень та стабільній системі закріплення дохідних джерел за бюджетами [3].

Для того, щоб бюджетна політика України була ефективнішою, перш за все потрібно:

1. Оптимізувати функціонування системи управління державними фінансами.
2. Чітко регламентувати процес акумуляції та руху фінансових потоків.
3. Досягти надійності прогнозу основних макроекономічних показників – обсягів та темпів зростання ВВП, темпів інфляції, валютного курсу тощо.
4. Дотримуватися об'єктивності під час формування дохідної частини бюджету.
5. Оптимізувати бюджетні витрати, що сприятиме повнішому фінансовому забезпеченню реалізації державних функцій.
6. Забезпечити послідовність розвитку бюджетного процесу.
7. Створити систему управління державним боргом, яка дала б змогу оптимізувати співвідношення процентних та непроцентних витрат.

Ефективність цих заходів умовах загострення політичних суперечностей у першу чергу залежить від політичної волі керівництва

країни, усвідомлення пріоритетності загальнодержавних, загальнонаціональних інтересів і створення ефективного механізму їх реалізації, наявності відповідного правового поля й відповідальності кожного урядовця насамперед перед громадянами України.

Список використаних джерел:

1. Піхоцький В. Ф. Ефективність бюджетної політики як інструмент соціально-економічного розвитку України //Фінанси України. – 2010. – №. 3. – С. 30-37.
2. Сергієнко, Л. К. "Вплив бюджетно-податкової політики на соціально-економічний розвиток держави." Вісник ЖДТУ.–Сер.: Економічні науки 3 ч 1 (2010): 53.
3. Величко О. В. Бюджетна політика та особливості її формування в умовах нестабільності соціально-економічного розвитку //Економічний вісник Донбасу. – 2010.

Науковий керівник: Нікончук Вікторія Віталіївна, старший викладач кафедри економічної теорії, Національний університет державної податкової служби України

ПОДАТКОВИЙ КОМПРОМІС ТА ДОЦІЛЬНІСТЬ ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНИ

Лук'яниця Артем Олегович

студент ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України»

Рудомет Анна Олександрівна

студентка ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України»

На сьогоднішній день вітчизняна податкова система потребує кардинальних змін, адже рівень податкового навантаження, механізм стягнення податків та інші характеристики даної сфери не задовольняють потреб громадян, суб'єктів господарювання і держави, та значно відстають від відповідних показників європейських країн. З метою покращення податкової системи України були запроваджені нові зміни до податкового законодавства. Одним із напрямків реформування стало введення в дію механізму податкового компромісу. Такий механізм є інноваційним для нашої держави та викликає безліч питань з боку платників податків, а тому дослідження механізму податкового

компромісу та доцільності його введення в Україні є актуальною проблемою сьогодення.

Відповідно до чинного законодавства «податковий компроміс – це режим звільнення від юридичної відповідальності платників податків та/або їх посадових (службових) осіб за заниження податкових зобов'язань з податку на прибуток підприємств та/або ПДВ за будь-які податкові періоди до 1 квітня 2014 року з урахуванням строків давності, встановлених статтею 102 Податкового кодексу України» [2]. Суть заходу полягає в тому, що платник податку, який вирішив скористатися цією процедурою, під час її дії має право подати відповідні уточнюючі розрахунки податкових зобов'язань з податку на прибуток підприємств або ПДВ, в яких визначає суму завищення витрат, що зменшують об'єкт оподаткування податком на прибуток підприємств, і суму завищення податкового кредиту з ПДВ. При цьому платники податків, які прийняли рішення скористатися процедурою податкового компромісу, оплачують 5% від суми занижених раніше податкових зобов'язань. Решта зобов'язань вважається погашеною; штрафні санкції та пеня при цьому не нараховуються [1].

Податковий компроміс, передусім, вигідний платникам, відносно яких відкриті кримінальні провадження. Досягнення податкового компромісу для даної категорії означає закриття кримінальних справ та вилучення з Єдиного реєстру досудових розслідувань. В такому випадку їх дії є декриміналізованими, і вони можуть продовжити ведення бізнесу «з чистого листа». Також виключається і відкриття справ щодо підробки документів (податкових декларацій), чого остерігається значна кількість бізнесменів. За інформацією податківців, за перші 15 днів введення в дію податкового компромісу, ДФС отримала 175 заяв від охочих скористатися даним механізмом, а за 24 дні – 305 заяв. За цей період підприємці, добровільно збільшивши свої податкові зобов'язання з податку на прибуток підприємств (на 800,5 млн. гривень) та податку на додану вартість (на 757 млн. гривень), забезпечили зростання надходжень до державного бюджету на 1,557 млрд. гривень [5]. Таким чином, запровадження механізму податкового компромісу є вигідним для швидкого поповнення фінансових ресурсів держави.

Поряд із тим, механізм податкового компромісу не позбавлений недоліків. Більшість підприємців поки що остерігаються його застосовувати внаслідок незрозумілості та невирішеності багатьох питань. Так, наприклад, за законодавством платники податків, які подали заяву на використання податкового компромісу, звільняються від кримінальної відповідальності за статтею 212 Кримінального Кодексу України [4]. Проте немає гарантії, що після проведення перевірки, до платника податків не будуть висунуті звинувачення на підставі інших статей:

відповідальність за привласнення, розтрату майна або заволодіння ним шляхом зловживання службовим становищем, фіктивне підприємництво, легалізацію (відмивання) доходів, отриманих злочинним шляхом [4]. Крім того, оскільки процедура компромісу є інноваційним введенням для України, то існує вірогідність, що її застосування можуть відмінити і, відповідно, для підприємств, які нею скористалися, знову з'явиться кримінальна відповідальність за статтею 212 ККУ.

Ще однією проблемою для підприємців є те, що демонстрація мінімізації податкових зобов'язань припускає розкриття інформації про контрагентів, тому одні платники податків можуть отримати так звану податкову індульгенцію, а для інших це може стати підставою для позапланової податкової перевірки[3].

Із цим пов'язана і інша проблема – при використанні податкового компромісу платниками податків подаються уточнювальні розрахунки за періоди, у яких не було проведено документальної перевірки, тому дана дія також може бути підставою для проведення позапланової податкової перевірки[5]. Рішення про проведення перевірки приймає податковий орган, що може створити підстави для розвитку корупційних відносин в результаті бажання підприємців «домовитися» про недоцільність проведення перевірки їх діяльності. Така ситуація ставить бізнес у залежність від суб'єктивних рішень чиновників.

Суттєвою проблемою податкового компромісу також є те, що його результати не можна оскаржити в суді[5]. Якщо після подання уточнюючих розрахунків, відповідна інстанція робить неправильний висновок щодо розміру зменшеного податкового зобов'язання, то для підприємця існує три варіанти: або оскаржити це рішення в суді, або «домовитись» із податківцями про перерахунок даної суми, або сплатити 5 % від неправильно визначеної суми. Оскарження рішення податкової комісії в суді означатиме припинення дії механізму податкового компромісу, і стягнення повної суми зменшення податків та запровадження кримінальної відповідальності до платника. Друге рішення є потужною корупційною складовою. Останнє рішення спростовує сутність податкового компромісу, оскільки заплатити доведеться 5 % не від реальної суми податків, а від завищеної податковим органом.

Отже, можна зробити висновок, що недовіра та невелике бажання платників податків використати податковий компроміс, є цілком виправданими. На нашу думку, дана податкова ідея є цікавою і має право на існування, проте не за наявною законодавчою базою. Законодавство, що діє на сьогоднішній день, не забезпечує рівні права для кожного суб'єкта податкових відносин. Тому, зваживши на усе вищезазначене, ми вважаємо, що даний інноваційний крок є доцільним та корисним як для

бізнесу, так і для держави, але існує низка проблем, пов'язаних із чинною законодавчою базою.

Список використаних джерел:

1. Гамкрелідзе К. Що бізнес має знати про податковий компроміс / Форбс Україна [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://forbes.ua/ua/opinions/1388167-shcho-biznes-mae-znati-pro-podatkovij-kompromis>
2. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо особливостей уточнення податкових зобов'язань з податку на прибуток підприємств та податку на додану вартість у разі застосування податкового компромісу» від 25.12.2014 р. № 63-VIII [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/63-19>
3. Кочкаров В. Кому вигідний податковий компроміс, і що стримує від нього підприємців / В. Кочкаров // Закон і бізнес. – 2015. – № 13. – С. 3 – 8
4. Кримінальний кодекс України від 21.05.2015 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2341-14>
5. Стретович Т. Хто піде на податковий компроміс? / Форбс Україна [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://forbes.ua/ua/opinions/1388411-hto-pide-na-podatkovij-kompromis>

Науковий керівник: Пахненко Олена Михайлівна, кандидат економічних наук, старший викладач кафедри фінансів ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України»

ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ

Гетьман Віра Дмитрівна

студентка, Національний університет державної податкової служби
України

Зараз Україна перебуває у дуже складному становищі, і ми розглянемо актуальне в наш час питання про економічне зростання в Україні та як його досягти, бо життя наших первістків напряду залежить від нас.

Перехід у нашій країні від централізованої системи господарювання до ринку, який затягнувся на 20-річний період, не дозволив їй досягти дореформеного рівня. Економіка України перебуває у летаргічному сні, і в найближчі роки надати їй прискорення, перебудувати деструктуровану країну – експортера металу та інших сировинних продуктів при темпах зростання на рівні – 2-3% неможливо.

Змінити ситуацію в соціальній сфері України та підвищити рівень життя її населення можна тільки збільшивши продуктивність праці. Для подолання нерівності в доходах громадян необхідно відмовитися від ліберальної економічної доктрини. Зростання доходів населення стимулюватиме внутрішні інвестиційні ресурси.

Взаємозв'язок такого показника як ефективність та зростання добробуту країни і кожного громадянина є беззаперечним[1]. Прискорення зростання економіки та її реструктуризація вимагають пом'якшення грошово-кредитної політики НБУ – адже ставки кредиту для бізнесу є нереальними. Потрібно змінити структуру економіки, вишукавши для цього інвестиції. Враховуючи мізерні можливості нашої країни, слід визначитися з пріоритетами в економічній політиці на тривалу перспективу. На мою думку, таким у першу чергу, може стати машинобудування, без якого не можна здійснити технологічне переозброєння народного господарства. У перспективі країні необхідно збільшити частку машинобудування у структурі промислового виробництва до 30-40%.

В умовах глобалізації корпорації підпорядкували собі ринок і державу, К.Крауч у своїй книзі пише: “Зіткнення ринку і держави, які здавалося б, є основою складового конфлікту в багатьох суспільствах, приховує наявність цієї третьої сили, яка, будучи набагато сильнішою від двох інших, видозмінює їх дії” [2]. Відсутність єдиного світового

контролюючого центру дозволяє 4 компаніям, які контролюють 137 компаній, які, у свою чергу, контролюють усе інше, створювати бажані їм правила гри на світовому ринку.

Іноваційна модель економіки вимагає радикальної реформи науки та освіти” [3]. Це передбачає системні, спільні зусилля держави, бізнесу і громадськості, які б сприяли розробці “Загальнонаціональної програми формування суспільства знань в Україні”.

Отже, економічне зростання можна досягнути шляхом підвищення економічного рівня населення, посилення інтеграційних процесів, економічної і політичної нестабільності, конкурентоспроможності вітчизняної економіки.

Список використаних джерел :

1. Україна- 2015: Національна стратегія розвитку. – К., 2008.-с.52.
2. Крауч К. Станная не-смерть неолиберализма. – М.: Дело, РАНХИ ГС, 2012. – С.13.
3. Дождиков А. Глобальное будущее – 2030. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.warandpeace.ru/ru/analysis/view/78253>

Науковий керівник: Нікончук Вікторія Віталіївна, старший викладач кафедри економічної теорії

ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА БЕЗПЕКА ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Горобчук Тетяна Леонідівна

студентка Національного університету державної податкової служби України

Вагоме значення для економічної безпеки національної економіки, соціального розвитку держави, економічних перетворень та підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників набувають інноваційні процеси.

Значний науковий внесок в дослідження теоретичних проблем інновацій, інноваційної діяльності та її державної підтримки внесли такі вітчизняні вчені, як: Г. Добров, В. Александров, О. Лапко, А. Гальчинський, А. Соколовська, В. Геєц, М. Герсимчука, Ю. Іванов, І. Лукінов, М. Туган-Барановський та ін.

Суттєвими загрозами національній безпеці України виступають: 1) низький рівень фінансово-економічного імунітету держави; 2) швидка втрата країною конкурентоспроможності на тлі низькотехнологічної

української економіки, втрата мотивів для впровадження інновацій, неефективне державне управління; 3) нарощування соціально-політичного конфлікту і загальногромадянської нестабільності. Причиною нестабільності виступає низький технологічний рівень виробництва.[1] За оцінками експертів Всесвітнього банку, для досягнення рівня розвитку США Україні потрібно загалом 4 трлн дол. США, тому реформування потребує система державного стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності та налагодження співпраці з представниками реального сектору економіки. [2]

В Україні склалися негативні тенденції щодо розвитку інвестиційної діяльності. Так, за під індексом інновацій Україна займає у 2012-2013 рр. 71 місце серед 144 країн, що на 19 позицій менше порівняно з 2008-2009 рр. [3] Серед причин такого положення є низький показник інноваційної спроможності, зменшення видатків підприємств на дослідження і розвиток, низький рівень державних закупівель новітніх технологій і продукції, зниження рівня конкурентоспроможності з використанням інноваційних підходів, зростання ресурсомісткості виробництва через зростання вартості енергоресурсів, відсутність відповідного науково-технологічного забезпечення вітчизняної продукції, невисока інвестиційна активність підприємств, негативні тенденції використання ресурсів, фінансова й ресурсна обмеженість регіонів.

Загрози інноваційно-інвестиційній діяльності в реальному секторі економіки України зосереджені у фінансовій сфері, зокрема: нестача власних коштів, великі витрати на нововведення, недостатня фінансова підтримка держави, високий економічний ризик, тривалий строк окупності нововведень, відсутність коштів у замовників.

Економічна безпека України на сучасному етапі розвитку залежить від активізації інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств реального сектору економіки. Беручи до уваги високий рівень зношеності основних фондів і низький технологічний рівень виробництва, доцільно застосувати поєднання диференційованих податкових пільг, державної експертизи інноваційної складової проектів оновлення виробництва і метод «фарбованих коштів» з метою запобігання фінансово-економічних зловживань.

Список використаних джерел:

1. Мамалуй О. О. Про пріоритетні напрями забезпечення економічної безпеки держави / О. О. Мамалуй // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. — 2011. — № 4. — С. 18—27.
2. Токар В. В. Інноваційно-інвестиційна діяльність як основа економічної безпеки України на сучасному етапі розвитку світової економічної

системи / В. В. Токар // Зб. наук. Праць «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». – К. : КНЕУ, 2012. –С. 203-211.

3. Касьянова Л. В. «Мотиваційна складова державної підтримки інноваційного розвитку»

Науковий керівник: Нікончук Вікторія Віталіївна, старший викладач кафедри економічної теорії Національного університету державної податкової служби України

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК МЕХАНІЗМ ЕФЕКТИВНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА У КРАЇНАХ ЄВРОПИ

Левкова Юлія Романівна

студентка Чернівецького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету

Державно-приватне партнерство (ДПП) вже давно стало способом ефективного залучення держави та бізнесу у галузі, які мають значне соціально-економічне значення. Цей вид співробітництва, за умови раціонального розподілу ризиків, наявності ресурсів, мети, принципів та важелів, може стати головним напрямком реалізації політики модернізації соціально-економічного простору держави, тому потребує вивчення та аналізу. Адже важливим інструментом для досягнення стратегічних цілей соціально-економічного розвитку України та підвищення ефективності державного управління розвитком реального сектору економіки може стати саме державно-приватне партнерство.

Гой І. В. відмічає, що державно-приватне партнерство або «публічно-приватне партнерство» є одним із сучасних механізмів залучення інвестиційних коштів у розвиток галузей, які традиційно відносяться до державного сектору: житлово-комунальне господарство, транспорт, медицина та інші [1, с.277].

В переважній більшості країн, які мають позитивний досвід реалізації проектів на умовах ДПП, однією із визначальних ознак державно-приватного партнерства є те, що зазначений механізм застосовується з метою реалізації масштабних, національних або міжнародних, суспільно значущих проектів. Світовий досвід свідчить про те, що взаємодія між державою та приватним бізнесом має найбільший ефект передусім в інфраструктурних галузях, де історично склалися

передумови, потреба та можливості для такої співпраці при реалізації масштабних соціально-економічних завдань [2, с.42].

У розвинених країнах світу механізм ДПП використовується у проектах щодо побудови нових об'єктів виробництва, розбудови інфраструктури (дорожньо-транспортної, комунікаційної, інформаційної тощо), під час геологічної розвідки родовищ та у процесі видобутку корисних копалин, а також при вирішенні питань енергозбереження, управління нерухомістю, модернізації об'єктів житлово-комунального господарства, утилізації відходів виробництва і споживання, наданні якісних послуг з охорони здоров'я, очищення води та в процесі розвитку туризму.

В 2014 році у Європі кількість угод ДПП, що досягли фінансового закриття на Європейському ринку склала 82 угоди у розмірі 18,7 млрд. євро, на 15% більше порівняно з 2013 роком в якому вона склала 80 у розмірі 16.3 млрд. євро [3].

Великобританія досі залишилася найбільшим ринком ДПП в Європі як в плані вартості, так і в кількості проектів. Вона уклала 24 угоди у вартість близько 6,6 млрд. євро, коли ж у 2013 було укладено 32 угоди у вартість 6 млрд. євро [3].

Франція друга країна Європи по кількості укладених угод, їх вона уклала аж 10, а Німеччини та Греції трішки відстаючи від Франції, уклали за рік по 7 угод, 6 угод були закриті в Данії, що складає половину угод закритих в країні за останнє десятиліття. 11 країн закрили більше двох операцій, і 13 країн закриті щонайменше, одну транзакцію ДПП [3]. Значна кількість реалізованих угод свідчить про зацікавленість держави та приватного партнера у соціально-економічному розвитку держави, адже реалізовані проекти відображаються як на як економічному становищі приватного партнера, так і на якості товарів та послуг, які вони надають. Адже держава, володіючи значним ресурсним потенціалом, надає можливість реалізувати ідеї бізнесу, який бажає отримати комерційну вигоду.

Крім того, до визначальних ознак ДПП прийнято відносити виключно конкурентний спосіб вибору приватного партнера. Більше того, успіх реалізації проекту у формі державно-приватного партнерства напряму залежить від прозорості проведеного конкурсу, оскільки тільки такий спосіб забезпечує вибір найбільш економічно-вигідного проекту та надійного партнера.

Отже, значний досвід розвинених країн Європи дає підстави урахувати практику застосування механізмів ДПП та акумулювати найкращі інструменти в Україні. Слід також врахувати можливості

активного залучення приватного сектору до проблем соціального розвитку, що повинно знайти своє відображення у подальших дослідженнях.

Список використаних джерел:

1. Гой І. В. Підприємництво / І. В. Гой, Т. П. Смелянська. – Київ: «Центр учбової літератури». – 2013. – 346 с.
2. Бойко О. Державно-приватне партнерство: світовий досвід та перспективи реалізації в Україні / Олександр Бойко // Юридична газета. – 2013. – С. С. 42 – 43.
3. Market Update Review of the European PPP Market in 2014 [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: http://www.eib.org/epes/epes_market_update_2014_en.pdf.

Науковий керівник: Сідуняк О.В., Чернівецький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМ ПРОЦЕСОМ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Поліщук Марина Сергіївна

студентка Національного університету державної податкової служби України

Сучасна інноваційно-інвестиційна політика держави спрямована на забезпечення модернізації, технічного та технологічного переоснащення виробництва та формування конкурентоспроможного промислового комплексу. Проблемам формування інноваційно-інвестиційної моделі національного господарства присвячені роботи таких вчених, як А. Гальчинський, І. Галиця, В. Геєць, І. Жилияєв, Б. Маліцький, В. Семиноженко, В. Соловйов, Ю. Пахомов, В. Шевчук та інші.

Реалізація цих напрямів передбачає застосування інструментарію державного регулювання інноваційно-інвестиційного розвитку.

Системним дослідженням, у якому обґрунтовується необхідність макроекономічного впливу на інвестиційну діяльність, є монографія «Державне управління інвестиційним процесом в Україні» (2005 р.)[1]. Концептуальним підходом до макроекономічного управління інвестиційним процесом в Україні має бути забезпечення сприятливих

інвестиційних умов для власного інвестора, якому необхідно гарантувати отримання норми прибутку відповідно до вкладеного капіталу, тому що створювати інвестиційний клімат виключно для іноземного інвестора, ігноруючи умови інвестування для вітчизняних інвесторів, як засвідчила власна практика, неефективно та недоцільно.

Необхідність державного управління інвестиційним процесом зумовлюється потребою заміни деструктивної рушійної сили – матеріального інтересу конструктивною рушійною силою, яка формується на основі превентивного макроекономічного управління. На сучасному етапі рушійні сили діють на основі стихійного, неконтрольованого й некерованого, на макроекономічному рівні, процесу інвестиційної діяльності

В умовах стрімкого розвитку техніки і технологій найбільш ефективним є інвестування у дослідження та розробки, технічне переозброєння, модернізацію, придбання нових знань, техніки і технологій, оскільки вони дають високу економічну віддачу в довгостроковій перспективі. В Україні ж частка інвестицій у придбання прогресивних машин та обладнання, програмного забезпечення, зовнішніх знань і технологій є значно (у 5-7 разів) нижчою, ніж у інноваційно розвинених країнах.

Відсутність фінансових ресурсів на інноваційну діяльність є основним стримуючим фактором до її розвитку. Протягом останнього десятиліття найбільша частка інноваційних витрат припадає на власні кошти підприємств, хоча і відслідковується тенденція до зростання обсягів залучення кредитних ресурсів та коштів іноземних інвесторів. Парадоксально, що поряд із загальносвітовою тенденцією до нарощування інноваційних інвестицій в Україні відбулося скорочення їхньої частки в загальному обсязі капітальних інвестицій з 6,47% у 2002 році до 4,26% - у 2010 році, і лише у 2011 році відбулося її зростання до 5,51% (рис. 1).

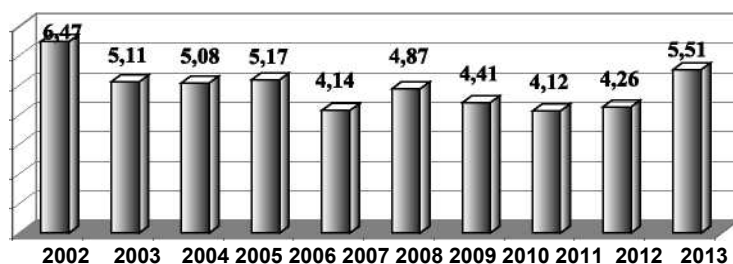


Рисунок 1. Частка інвестицій в інновації у загальному обсязі капітальних інвестицій

В Україні обсяг прямих іноземних інвестицій збільшився на 0,4%, а саме у I півріччі 2014 року в економіку України іноземними інвесторами вкладено 2614,9 млн \$ прямих інвестицій .

У цьому контексті державне регулювання інноваційно-інвестиційного розвитку має на меті активізувати процеси інвестування інноваційної діяльності шляхом залучення державних, приватних фінансових ресурсів.

Механізм державного регулювання інноваційно-інвестиційного розвитку реалізується, з одного боку, через активізацію залучення інвестиційних ресурсів у впровадження інновацій, а з іншого - через створення державою сприятливих умов до активізації діяльності суб'єктів інноваційного процесу .

Пріоритетними напрямами інноваційного розвитку у середньостроковій перспективі (2012-2016 роки) є:

- 1) освоєння нових технологій;
- 2) технологічне оновлення агропромислового комплексу;
- 3) впровадження нових технологій та обладнання для високоякісного медичного обслуговування, лікування, фармацевтики;
- 4) широке застосування технологій більш чистого виробництва та охорони навколишнього природного середовища;
- 5) розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки [2].

Висновки

В основу державного регулювання інноваційно-інвестиційного розвитку України має бути покладено принцип випереджаючого зростання високотехнологічного виробництва з концентрацією інвестиційних ресурсів на пріоритетних напрямках інноваційного та науково-технічного розвитку на основі програмно-цільового методу управління.

Список використаних джерел:

1. Мартиненко В.Ф. Державне управління інвестиційним процесом в Україні: Монографія/ В.Ф.Мартиненко – К.: Вид-во НАДУ, 2005. – 296 с.
2. Деякі питання визначення середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності галузевого рівня на 2012-2016 роки / Постанова Кабінету Міністрів України від 17.05.2012 №397

Науковий керівник: Нікончук Вікторія Віталіївна, старший викладач кафедри економічної теорії Національного університету державної податкової служби України

ВИКОРИСТАННЯ ФІЛОСОФІЇ КАЙДЗЕН НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЯК ОДНА З УМОВ ПОКРАЩЕННЯ ВИРОБНИЦТВА

Савченко Сергій Миколайович

кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки,
Національний технічний університет України „Київський політехнічний
інститут”

Качараба Наталія Петрівна

студентка, Національний технічний університет України „Київський
політехнічний інститут”

На тлі економічної кризи у якій залучена Україна на підприємствах постає проблема якісного реформування та поступових перетворень. Орієнтація українських підприємств на надприбутки в умовах жорстокої конкуренції стала дедалі неможливою. До того ж впровадження будь-яких інновацій потребує значних капіталовкладень. Погіршення економічної ситуації країни, як наслідок скороченні зовнішніх фінансових інвестицій призводить до закриття фінансування української промисловості. У даній ситуації потрібно впроваджувати філософію кайдзен.

Багато фахівців вважають концепцію кайдзен найбільш ефективною. У бізнесі вона почала застосовуватися після Другої світової війни на японських підприємствах у різних видах економічної діяльності і являється ключем до успіху. Для прикладу, можна взяти підприємство Toyota, яка після Другої світової війни використала принцип «потокowego виробництва» доповнивши інструментами та методами зі сфери проблеми якості виробництва, логістики, мотивації та лідерства. Тому, навіть при дефіциті трудових та фінансових ресурсів, вона змогла вивести продукти вищої якості за більш низькою ціною, ніж конкуренти.

При застосуванні кайдзен використовують такі принципи:

- Орієнтація на клієнтах – для підприємства, яка дотримується концепції кайдзен, є важливо, щоб продукція задовольняла потреби клієнтів;
- Безперервне вдосконалення;
- Відкрите визнання проблеми – всі проблеми обговорюються разом і знаходять спільний вердикт, це в свою чергу зменшить ступінь відособленості між відділами
- Створення робочих команд, де кожен працівник стає членом і приймає спільно рішення разом з іншими;
- Формування дружнього колективу. Для підприємства не так важливі фінансові результати, як хороші взаємовідносини, оскільки це перший крок до високих результатів;

- Самовдосконалення та постійний самоконтроль працівників

Ґрунтуючись на цих принципах можна побудувати основну концепцію впровадження кайдзен, а саме:

1. Призначення менеджера, який буде координувати всі дії.
2. Призначення лідерів кайдзен, до якої будуть входити фахові майстри та працівники які мають потенціал та хочуть розвиватися.
3. Систематичні зібрання на яких буде аналізування проблеми, акцентуючи на кожного працівника залучаючи у процес вирішення.

Систематичне впровадження кайдзен на підприємстві дозволить збільшити продуктивність праці та ефективність функціонування підприємства. Основна мета застосування цієї системи - це стимулювання творчих задумів працівників. Постійні кроки до вдосконалення, що у майбутньому дасть хороші результати.

Список використаних джерел:

1. Карась Е. Використання філософії кайдзен, як сучасної практики в управлінні підприємством [Електронний ресурс] //О.Карась – Режим доступу — <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/11950/1/104.pdf>
2. Матюхин П. В. “Кайдзен” – ключевая стратегия японского менеджмента / П. В. Матюхин // Международный журнал прикладных исследований. – 2013. – №5. – С.108;
3. Фалович В.А. Система кайдзен: від ланцюга поставок до робочого місця. Вісник Національного університету “Львівська політехніка” – м. Львів, 2014. – №927 – С.137-141.

ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙ

Щирий Гліб Леонідович

студент, Дніпропетровська державна фінансова академія

Інноваційна діяльність - це взаємозалежна та узгоджена послідовність дій, які формують економічний механізм інноваційної діяльності і спрямовані на використання і комерціалізацію проміжних і кінцевих результатів наукових і проектно-конструкторських робіт та розробок.

Економічний механізм інноваційної діяльності охоплює такі складові: стратегічне управління інноваціями, планування інновацій, господарська інноваційна діяльність, фінансування інноваційних процесів, ціноутворення, інноваційний маркетинг та страхування інноваційних ризиків. Особливу увагу варто звернути на фінансування та ціноутворення

інноваційного продукту, адже розробка інноваційного продукту – довготривалий процес, який потребує значного фінансування підприємством та достатнього рівня вхідного грошового потоку від впровадження інновації на ринок для окупності інвестицій підприємством [1].

Інноваційні проекти характеризуються високою вартістю та тривалим періодом реалізації, що потребує особливої уваги при здійсненні фінансування розробки та впровадження інноваційного продукту. Одна з основних причин цього факту – недосконалість теоретичних рекомендацій щодо визначення ефективності капітальних вкладень у виробництво, науково-дослідні й проектні роботи. Тому, основну увагу доцільно зосередити на оцінюванні ефективності впровадження інновацій, оскільки саме оцінювання економічної ефективності впровадження інновацій є основою управління ефективністю інноваційних проектів. Серед основних методів визначення ефективності інноваційних процесів можна виокремити: визначення терміну окупності інвестицій, коефіцієнт ефективності інвестицій та чиста поточна вартість. Термін окупності визначається підрахунком числа років, протягом яких інвестиції будуть погашені за рахунок одержуваного доходу. Коефіцієнт ефективності інвестицій визначається діленням середньорічного прибутку на середньорічну суму інвестицій. Чиста поточна вартість – загальна накопичена величина дисконтова них доходів за кількість років реалізації інноваційного проекту [5].

При тривалому фінансуванні розробки інноваційного продукту, існують ризики незабезпечення інноваційного проекту достатнім рівнем фінансування: ризик втрати платоспроможності та ризик втрати фінансової стійкості. Для попередження кризи фінансування інноваційної розробки, підприємству необхідно мати оптимальну структуру балансу, яка забезпечить безперервний процес розробки. Врахування напрямків платоспроможності та фінансової стійкості є необхідним з метою здійснення фінансування розробки інноваційного продукту на підприємстві(табл. 1).

Таблиця 1.

Показники оцінки ризику втрати платоспроможності.

Тип стану	Балансові співвідношення			
Оптимальний	A1 > П1	A2 > П2	A3 > П3	A4 < П4
Достатній	A1 < П1	A2 > П2	A3 > П3	A4 < П4
Недостатній	A1 < П1	A2 < П2	A3 > П3	A4 > П4
Критичний	A1 < П1	A2 < П2	A3 < П3	A4 > П4

Використовується наступний розподіл активів за ступенем їх ліквідності та пасивів за ступенем строковості сплати зобов'язань: А1 – найбільш ліквідні активи: грошові кошти та поточні фінансові інвестиції; А2 – швидко реалізовані активи: короткострокова дебіторська заборгованість; А3 – повільно реалізовані активи: запаси, довгострокова дебіторська заборгованість; А4 – важко реалізовані активи: необоротні активи; П1 – найбільш строкові зобов'язання: кредиторська заборгованість; П2 – короткострокові пасиви: поточні зобов'язання за вирахуванням кредиторської заборгованості; П3 – довгострокові пасиви: довгострокові зобов'язання, доходи майбутніх періодів, забезпечення наступних виплат та платежів; П4 – постійні стійкі пасиви: власний капітал. Даний розподіл активів та джерел фінансування інноваційної розробки продукту на підприємстві знижує ризик втрати ліквідності та платоспроможності [4].

Забезпечивши достатній рівень фінансування, необхідно розробити ціноутворення для забезпечення достатнього економічного ефекту від впровадження інноваційного продукту на ринок. Для визначення ціни інноваційного продукту, пропонується розрахунок точки беззбитковості, а потім, враховуючи попит та місткість ринку, змінювати ціну для досягання необхідного економічного ефекту від впровадження інноваційного продукту. При визначенні точки беззбитковості зазвичай припускають, що сума постійних витрат не змінюється в залежності від обсягу виробництва продукції, а змінні витрати пропорційно зростають збільшенню виробництва. Однак, це класичний підхід до визначення точки беззбитковості, який залежить від ціни реалізації та змінних витрат на одиницю продукції. Якщо розглядати точку беззбитковості на приклад інноваційної продукції, вона не буде мати свій звичайний вигляд, адже кінцевий результат від інноваційної діяльності залежить від багатьох інших факторів. Підприємство отримує прибуток від інноваційної діяльності насамперед за рахунок новизни, а не за зниження витрат. Важливу роль при цьому відіграє фактор часу, за який відбувається життєвий цикл інновації. В інноваційній діяльності постійні витрати для кожного етапу – величина змінна. Інноваційному процесу притаманні специфічні властивості, особливо на його перших етапах, які визначають економічні особливості інноваційної діяльності: тривалість інноваційного процесу, невизначеність результатів і ризику, висока значимість людського фактора, ініціація структурних змін, відсутність чіткого планування щодо підсумків досліджень і розробок. Тому при зміні тривалості кожного етапу змінюватиметься і беззбитковий обсяг виробництва інноваційної продукції. При розрахунку критичного обсягу реалізації необхідно враховувати вид інновації, тривалість періодів її життєвого циклу, а також сам період [3].

Для ефективного впровадження інноваційного продукту, підприємству необхідно у першу чергу звернути увагу на джерела фінансування розробки інноваційного продукту, який характеризується високою собівартістю розробки та довгостроковим терміном розробки. Обравши оптимальну структуру джерел фінансування та забезпечивши безперервність надходження необхідного рівня коштів, необхідно розраховувати ціну на інноваційний продукт не калькуляцією собівартості та маржі, а починаючи ціноутворення від точки беззбитковості для даного інноваційного продукту.

Список використаних джерел:

1. Бенько М.М. Модель інноваційного розвитку обліку, аналізу і контролю / Бенько М.М. // Економіка. Управління. Інновації 2014. –№1(11). – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2014_1_10.pdf
3. Худоба К.В. Методичні підходи до аналізу беззбитковості в інноваційній діяльності / К.В. Худоба // Проблеми та перспективи інноваційного розвитку економіки. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 21 - 22 березня 2014року). – Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2013. – С. 83-88.
4. Шабельникова Є.А. Дослідження ризиків незабезпечення інноваційного проекту достатнім рівнем фінансування / Є.А. Шабельникова //Наукові праці ДонНТУ. – 2014 – №4. – С. 97-106.
5. Ящук В.І. Теоретичні основи ефективного управління інноваційною діяльністю / В.І. Ящук, О.В. Греус // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – №24.3. – С. 405-409.

Науковий керівник: Черевко О.Л., асистент, Дніпропетровська державна фінансова академія

**НОВІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ
(МІЖНАРОДНА ПРАКТИКА)**

Брешко Валерія Вікторівна

студентка факультету міжнародних відносин ДВНЗ Ужгородський національний університет

Для вирішення проблем на ринку праці розробляються нові різноманітні механізми та інструменти його регулювання. З цих інструментів варто обирати ті, які найбільше відповідають сучасним реаліям та здатні в більшому обсязі привести до позитивного результату. Одними з таких інструментів є проведення регіональної політики зайнятості, а також втілення в життя одного з напрямів концепції сталого розвитку – створення зелених робочих місць.

Регіональна політика зайнятості – це політика на рівні регіонів, яка враховує особливості локальних ринків праці, активна щодо структур ринків праці та системи економічної активності населення, вибіркова щодо умов зайнятості, інтегрована із соціально-трудовами відносинами, здійснюється на принципах соціального партнерства та в межах компетенції регіональних органів праці та зайнятості, відповідає етапу формування автономних ринків праці в регіонах [2].

Однією з перших країн, яка використовувала регіональну політику на ринку праці була Великобританія. Головним завданням регіональної політики Великобританії на початку 30-х років ХХ століття стала боротьба з надзвичайно високим рівнем безробіття в окремих регіонах країни [3].

Значну роль у реалізації політики зайнятості відіграє регіональна політика в країнах ЄС, яка зорієнтована на зменшення розриву між рівнями розвитку різних регіонів, ліквідацію відставання розвитку "депресивних" європейських територій. Для вирішення основних регіональних проблем кожні 7 років розробляється нова програма регіональної політики. Одна із трьох стратегій регіональної політики ЄС передбачає заходи, спрямовані на покращення регіональної конкурентоспроможності і зайнятості. Одним із сучасних проектів у цьому напрямку, який реалізується у 10 регіонах країн Європи (в тому числі в Україні) є проект "Economic Educational Territorial – Structure". Він був створений для вирішення регіональних проблем зайнятості, таких як

"відтік мізків", а також відповідності освітніх системам новим технологіям ведення бізнесу [4].

Якщо розглядати досвід України, то хоч і прийнято Закон "Про засади державної регіональної політики", проте регіональна політика в країні знаходиться в зародковому стані, а для повної її реалізації потрібно проводити децентралізацію влади.

Одну з центральних ролей у втілення ініціативи створення зелених робочих місць грає Міжнародна організація праці та розроблена нею "Green Jobs Programme" у 2009 році. Програма втілює дві основні стратегії: з одного боку, вона спрямована на зайнятість та соціальні аспекти екологічної політики, щоб забезпечити гідну роботу нинішнього і майбутніх поколінь. З іншого боку, вона приділяє увагу екологічним проблемам, щоб змінити структуру виробництва і споживання [5].

Для запровадження "зелених" робочих місць в першу чергу необхідне законодавче врегулювання та створення цільових програм підтримки. Є чимало скептиків, які з недовірою ставляться до "озеленення" економіки, проте вже існують країни, які на власному прикладі доводять переваги "зеленої економіки", не лише в Скандинавії, яка традиційно вважається лідером у захисті довкілля, а й в Азії, Африці та Південній Америці.

Наразі, Україна вже робить перші кроки назустріч "озелененню" своєї економіки. Деякі українські промислові підприємства вже сьогодні здійснюють заходи щодо зниження викидів шкідливих речовин в навколишнє середовище, лідируючи на цьому напрямі серед інших країн пострадянського простору. Прикладом часткового озеленення є ВАТ "Запоріжсталь" – представник реального сектору економіки, який зменшив викиди пилу підприємства в атмосферу на 41%, скид стічних вод – на 30%, на підприємстві підвищили повторне використання технічної води на 86% [1].

Враховуючи досвід провідних країн світу, найефективнішим для регулювання ринку праці може стати поєднання регіональної політики зайнятості зі створенням зелених робочих місць. Адже кожен регіон має свій специфічний набір галузей, природні та екологічні умови, і саме врахування цих факторів на регіональному рівні при переході до "зеленої" економіки та "зелених" робочих місць може дати позитивний результат.

Список використаних джерел:

1. "Зелена економіка" та профспілки [Електронний ресурс] / Фонд ім. Фрідріха Еберта в Україні. – Київ, 2011. – Режим доступу: <http://www.fes.kiev.ua/new/wb/media/publikationen/greenconomy.pdf>

2. Пономаренко І. В. Методологічні підходи регіонального аналізу зайнятості населення / І. В. Пономаренко // Економіка та держава. – 2011. – №9. – С. 108-110
3. Світовий досвід формування та реалізації державної регіональної політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ved.odessa.gov.ua/transkordonne-spivrobitnitstvo/stati-transgranichnoe-sotrudnichestvo/svtovij-dosvd-formuvannya-ta-realzac-derzhavno-regonalno-poltiki/>
4. “ET-struct” predicts and meets regional employment needs [Електронний ресурс] / European Commission. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/regional_policy/index.cfm/en/projects/czech-republic/et-struct-predicts-and-meets-regional-employment-needs
5. Frequently Asked Questions on green jobs [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ilo.org/global/topics/green-jobs/WCMS_214247_EN/lang--en/index.htm

УТИЛІЗАЦІЯ ПОБУТОВИХ ВІДХОДІВ: МІЖНАРОДНИЙ ВИМІР

Бутенко А.М.

студентка Державного вищого навчального закладу "Ужгородський національний університет"
м.Ужгород, Україна

У процесі видобутку і переробки природної речовини, а також споживання готової продукції утворюється безліч різноманітних відходів, наявність, утилізація, знешкоджування чи переробка яких так само впливає на процес відтворення, економіку та визначає екологізацію матеріального виробництва. Розрахунки показують, що з загального обсягу природної речовини, що залучається у суспільне виробництво, форму кінцевого продукту, що споживається суспільством, приймає лише 1-1,5%. Розрахунки показують, що з загального обсягу природної речовини, що залучається у суспільне виробництво, форму кінцевого продукту, що споживається суспільством, приймає лише 1-1,5%. [3].

Кожен день ми виробляємо більше 3,5 мільйонів тонн твердих відходів. Ще в минулому сторіччі ця цифра була в десять разів менше і, ймовірно, до 2025 року вона подвоїться. Дослідження свідчать, що склад твердих побутових відходів (ТПВ) приблизно такий : папір - 41%, харчові відходи - 21%. скло - 12%, залізо та його сплави - 10%, пластмаси - 5%, деревина - 5%, гума та шкіра - 3%, текстильні матеріали - 2%, алюміній - 1%, інші метали - 0,3%. [2].

Найбільш розповсюдженими видами промислової переробки ТПВ є спалювання, ферментація, сортування та їх різні комбінації.

ТПВ на Заході прийнято називати «твердими муніципальними відходами». Історично «муніципальними відходами» називали відходи, похованням яких займалися міська влада. Проте в даний час в розвинених країнах значна кількість побутових відходів збирається і переробляється міськими комунальними службами, а приватними підприємствами, які також мають справу з промисловими відходами. У світовій практиці до цього часу переважна кількість ТПВ все ще продовжують вивозити на звалища (полігони): в СНД на звалища вивозять 97% ТПВ що утворюються, в США - 73%, у Великобританії - 90%, у Німеччині - 70%, у Швейцарії - 25%, в Японії - близько 30%[1].

Проблема повного знищення або часткової утилізації твердих побутових відходів - побутового сміття - актуальна, насамперед, з точки зору негативного впливу на навколишнє середовище, а також не менш важливим є те, що вони є багатим джерелом вторинних ресурсів, а також "безкоштовним" енергоносієм.

Наприклад, переробляючи 30% сміття, столиця Норвегії виробляє 144 МВт теплової та електричної енергії, а також біопаливо для міських автобусів. Швеція знаходиться на порозі революції - 99% відходів, що утворюються в країні переробляється і тільки 1% виявляється на звалищах. Більше того, ця скандинавська країна стала імпортувати для переробки сміття з інших країн, таких як Великобританія, Ірландія, Норвегія, Ісландія, Італія. Так, один сміттєпереробний завод, що розташовується в передмістях Хельсінгборга (чисельність населення близько 130 тисяч чоловік), на 40% покриває потреби в опаленні міста, забезпечуючи 950 тисяч будівель теплом і 260 тисяч будинків електрикою[2].

На сьогодні Європейський союз хоче, щоб країни-учасниці в осяжному майбутньому (наприклад, після 2020 року) відмовилися від використання сміттєвих полігонів. Єврокомісія планує поставити завдання перед виробниками про повну вторинній переробці 70% пластика і використанні в майбутньому лише матеріалів, що підлягають переробці[2].

У США за останні кілька десятиліть переробка, компостування та утилізація ТПВ істотно змінилися-коефіцієнт рециркуляції збільшився з менш ніж 10% ТПВ, що генерувалося в 1980 році, до більш ніж 34% у 2012 році. Відповідно, відправка відходів на звалище знизилася з 89 % від загальної суми в 1980 році, до під 54% ТПВ в 2012 році[4].

У 2013р. у Китаї утворилася близько 172,4 млн тонн ТПВ, у порівнянні з не більш як 68 млн. тонн у 1990р. Також розраховано, що

річний обсяг ТПВ в Китаї зросте ще на 150% до 480 млн. тонн в 2030 році[3].

Китай сьогодні став гігантським світовим звалищем. За неофіційними даними, 80% експорту сміття з розвинених країн припадає на країни Азії, 90% з нього осідає в Китаї. Крім цього Китай має проблеми з нелегальними поставками сміття до країни. Охоронні агентства в Китаї конфіскували 976 500 метричних тонн Незаконні відходи відходів, які були в процесі їх контрабандою потрапляють відповідно до Митного департаменту. Кількість відходів, вилучених в 2013р. була на 150 відсотків вище, ніж у 2012 році[5].

За даними Організації Об'єднаних Націй з навколишнього середовища, організовані злочинні групи, що беруть участь у контрабанді і незаконному скиданню відходів заробляють від 10 до 12 млрд. дол. на рік від діяльності на чорному ринку[6].

Що стосується України, то тут Загалом протягом 2014 року утворилось близько 45 млн. куб. м (або 10 млн. тонн) побутових відходів. З одного боку - це на 14 млн. куб. м (або 3 млн. тонн) менше, ніж у 2013-му, проте позитиву у таких змінах насправді мало, оскільки при підрахунку сміття в 2014 році не враховувалися дані Луганської області, АР Крим та м. Севастополь. Тож, найбільш ймовірно, показники залишилися на рівні 2013-го - у 59 млн. куб. м (або 13 млн. тонн) сміття на рік, або ж ледь від них відмінні. Щорічно накопичення відходів зростає на 5-7%. А до 2025 року, за прогнозами міжнародних екологічних організацій, в Україні накопичиться вже 17 млн тонн відходів. На жаль, сьогодні в Україні основне фінансове навантаження з переробки побутових відходів несуть рядові громадяни. Вже тринадцять років держава намагається впровадити загальновизнаний екологічний принцип "забруднювач платить", який розширює відповідальність виробника за поводження з відходами протягом усього життєвого циклу[1].

За нинішніх темпів утворення відходів будь-які прогнози на майбутнє будуть невтішними. Вже багато країн потерпають не те що від своїх, але і від контрабандних відходів, вже не кажучи про цілі острови з сміття, що утворились у Тихому океані. Це все схиляє до думки, що в найближчій перспективі проблема сміття стане глобальною, але насправді вона вже є такою - просто зіштовхнувшись з чимось на стільки буденним, людство ще не готове її усвідомити. Таким чином дуже важливим для нинішнього суспільства та майбутніх поколінь є розвиток належного рівня екологічної свідомості, що має починати формуватись з дитинства.

Список використаних джерел:

1. До проблем з ТПВ ніяк не прийдуть європейські рішення/від 24 березня 2015р./Інформаційний портал "Україна комунальна"/[електронний ресурс]

- Режим доступу: <http://jkg-portal.com.ua/ua/publication/one/do-problem-z-tpv-njak-ne-prijdut-jevropejsk-rshennja-41765>
2. Переробка сміття (ТПВ) в Європі / від 16 березня 2015р./Веб сторінка "Переробка сміття"/[електронний ресурс] - Режим доступу: <http://ztbo.ru/o-tbo/stati/obshie/pererobotka-tbo-v-evrope>
3. Сміття стало продуктом міжнародної торгівлі/від 18 березня 2015р./Інформаційний портал «Екотаун»/ [електронний ресурс] - Режим доступу: <http://ecotown.com.ua/news/Smitty-a-stalo-produktom-mizhnarodnoyi-torhivli/>
4. Municipal Solid Waste Generation, Recycling, and Disposal in the United States: Facts and Figures for 2012/Офіційний сайт Агенції з охорони навколишнього середовища США/[електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.epa.gov/solidwaste/nonhaz/municipal/pubs/2012_msw_fs.pdf
5. Smuggling Europe's Waste to Poorer Countries / 26 September 2009/The New York Times official page/ Access mode : http://www.nytimes.com/2009/09/27/science/earth/27waste.html?_r=4&hp
6. Waste management / Official website of the European Union/[електронний ресурс] – Режим доступу: http://europa.eu/legislation_summaries/environment/waste_management/index_en.htm

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ БРЕНДИНГУ КРАЇНИ

Кольбенко Ірина Андріївна

студентка, Національний університет «Львівська політехніка»

Територіальний брендинг у багатьох розвинених країнах трактується як один із ефективних інструментів розвитку своєї території (міста, регіону, країни). Завдяки інструментам брендингу вирішуються не тільки завдання залучення інвестицій та туристів, а й соціальні проблеми – культури, спорту, міграції, освіти та ін. У країнах СНД принципи територіального брендингу почали застосовувати відносно недавно, особливо в Центральній Азії, відтак, вони ще не набули свого розвитку.

Брендинг країни – це систематичний процес узгодження дій, поведінки, інвестицій, інновацій та комунікацій країни задля реалізації стратегії національної безпеки і конкурентної ідентичності. Напрацювання сучасного бренд-менеджменту дозволяють перетворити імідж країни на ресурс її розвитку. Про це говорять авторитетні міжнародні експерти. Це також підтверджується досвідом тих теоретиків і практиків, які досліджують проблеми брендингу [2, с.37].

Метою національного брендингу найчастіше стає формування і поширення працездатного позитивного іміджу країни, навколо якого

консолідуватиметься сама держава-нація, а також відтворюватимуться перспективні вектори міжнародної політики [4, с.29].

Проблема формування національного брендингу полягає у тому, що основними його генераторами є державні діячі. Тим не менш, знаннями у сфері брендингу володіє головним чином приватний сектор. Це виклик для бізнесу і держави – поєднати знання приватного і можливості державного секторів. Програма брендингу країни має об'єднати політичні, управлінські та технічні знання представників різних галузей країни [3, с.53].

Відомим у сфері національного брендингу є Саймон Анхольт. Основна його ідея - побудова шестикутника Саймона Анхольта, яка полягає у виокремленні шести сил, які формують сприйняття будь-якої держави: 1) експорт країни – товари та послуги; 2) зовнішня та внутрішня політика; 3) інвестиції; 4) культура та спадщина; 5) туризм, бажання відвідати країну; 6) люди.

Проблема полягає у тому, що брендинг розглядається насамперед на рівні споживчих товарів і комерційних компаній. Проблема з брендингом країни полягає у тому, що кожна держава має свій величезний багаж – це її історія, якої позбутися неможливо. Позбутися того, що існувало, або ж вигадати щось, чого не було не можна. Оскільки ніяким чином не можна вплинути на минуле, у цьому й полягає складність роботи з брендом країни.

Країнам з перехідною економікою та ринками, що розвиваються досить складно створити власний бренд. Для приваблення інвесторів та створення позитивного іміджу країни перед ними стоять виклики, такі як: вони повинні боротися із стереотипами; щоб стати конкурентоспроможними, вони мають повідомляти про всі позитивні зміни, які відбуваються у країні; вони прагнуть виправити репутацію країни із несприятливим інвестиційним кліматом.

Країнам, які потребують інвестицій, треба формувати дієве пояснення того, чому у їхні ринки варто інвестувати. Для комунікації і залучення таких інвесторів існують спеціальні механізми та техніки. Свого часу Польща і Словаччина конкурували за інвестиції із Японії. Умови були однаковими, однак Словаччина виграла боротьбу, зігравши на тому факті, що територіально знаходиться лише ближче до культурної столиці – Відня. Цей фактор став визначальним для інвесторів. Завдяки вчасній і грамотній комунікації інвестори прийняли рішення на користь Словаччини, розмістивши свої виробництва на її території [3, с.54].

Сьогодні Україну у світі сприймають не так, як того хотілося б. Новини про події в українському парламенті облетіли увесь світ. На перших сторінках відомих світових газет з'явилися фотографії нецивілізованих методів боротьби українських парламентарів. Більше

того, негативні відеосюжети про Україну транслювали найрейтинговіші телеканали, зокрема BBC [1, с.224].

Корупція, безлад у державі та безкарність – це ті асоціації, які ототожнюються із нашою державою, що суттєво послаблює позиції України на світовій арені. Звісно, є й позитивні речі, а саме це досягнення наших спортсменів та культурних діячів, артистів, але того замало [5, с.15].

Для створення позитивного іміджу та власного бренду, за схемою Анхольта, Україна має залучити кожне міністерство та відомство, а також увесь приватний сектор. Для розвитку цих ідей має бути сформована системна, довгострокова, скоординована кампанія. Можна зробити однозначний висновок про те, що є країни, у яких цьому можна повчитися. У багатьох країнах існують програми публічної дипломатії, які підтримують різні проекти, програми з обміну тощо.

Список використаних джерел:

1. Андрійчук О. Бренд «Україна» // Львівська газета. – № 673 (107). – від 16.06.05. – С.220-228.
2. Анхольт С. Создание бренда страны / С. Анхольт // Бренд-менеджмент. – 2007. – №1. – С.36-44.
3. Мирошниченко В. Бренд страны как двигатель экономического развития / В. Мирошниченко // Компаньон. – 2006. – № 24. – С. 52-55.
4. Тарнавский В. Страна как бренд / В. Тарнавский // Новый маркетинг. – 2002. – № 12. – С.28-32.
5. Шульгина Л. Мейк-ап для бренда «Украина» / Л. Шульгина // Компаньон. – № 14. – 2006. – 5.04.06.– С.13-19.

ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Нікітчук Юлія Вікторівна

студентка навчально-наукового інституту обліку, аналізу та аудиту,
Національний університет державної податкової служби України
м. Ірпінь, Україна

Сучасний розвиток та стан економіки України є особливо проблематичним питанням сьогодення. Події в Україні створюють вторинні ефекти для всіх країн СНД та їх основних торговельних партнерів. Становлення стабільного стану економіки вимагає розробки дійових механізмів і підходів, які б дали змогу підвищити ефективність виробництва, створити сприятливі інвестиційні умови, забезпечити конкурентоспроможність продукції на споживчому ринку.

В сучасних умовах внутрішні ризики розвитку економіки України, головним чином, пов'язані з:

- військовими діями на Донбасі, які призводять до скорочення виробництва у регіоні, погіршення умов залучення зовнішнього фінансування та зростання видатків бюджету на фінансування силових відомств і відновлення зруйнованої інфраструктури;

- зростанням боргового навантаження на бюджет через необхідність фінансування дефіциту та заборгованості НАК «Нафтогаз»;

- виснаженням міжнародних резервів, що ускладнює використання Національним банком інтервенцій в якості інструментів стримування зростання попиту на іноземну валюту, який виникає внаслідок панічних настроїв та спекулятивних атак[1].

Також необхідно врахувати обвал гривні на ринку валюти. Курс долара з 10 гривень, підскочив майже до 25, що безумовно вплинуло на населення України, тим самим погіршивши і не без того низький рівень життя. Різке зростання цін на паливо змусило поставити свої автомобілі в гараж багатьох водіїв. Також проблема газу в Україні, вона не зникає і не пом'якшується, а лише часом переходить зі стану кризи в стан гострої кризи.

Отже, враховуючи наведені тенденції, слід зауважити, що дефіцит державної скарбниці змусить затягнути пояси і «бюджетників», в тому числі вчителів, інвалідів, пенсіонерів, держслужбовців, студентів і т.д. Про перспективу росту соціальних виплат можна навіть і не думати, а навпаки очікувати підвищення комунальних витрат, цін, інфляції. Та за нинішніх геополітичних та економічних умов драйвером економічного зростання може стати аграрний сектор з огляду на перспективи розширення експортної географії збуту продукції. Завдяки відкриттю європейського ринку для українських товарів та скасуванню ввізних мит можна очікувати зростання обсягів експорту сільськогосподарської продукції до ЄС.

Список використаних джерел:

1. Електронний ресурс: "Щодо тенденцій розвитку економіки України у 2014-2015 рр." [<http://www.niss.gov.ua/articles/1635>].

Науковий керівник: Нікончук В. В., старший викладач кафедри економічної теорії, Національний університет державної податкової служби України, м. Ірпінь, Україна

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ

Петросяни Еліна Альбертівна

студентка навчально-наукового інституту обліку, аналізу та аудиту,
Національний університет державної податкової служби України
м. Ірпінь, Україна

Розвиток міжнародної економіки має як свої безперечні переваги, так і певні економічні та політичні проблеми. Різні географічні та природні можливості, необхідність кооперації у виробництві товарів послуг з метою використання ефекту масштабу виробництва та економії на дорогих науково-дослідних роботах, використання відносних переваг у витратах виробництва зробили незворотні процеси зближення, зрощення держав.

Міжнародна економіка в сучасних умовах характеризується певними особливостями, які є наслідком розвитку процесів науково-технічної революції, інтенсифікації міжнародних господарських зв'язків, глобалізації економічних процесів на інтернаціональному рівні. До основних особливостей розвитку міжнародної економіки належать: цілісність формування міжнародної економіки в сучасних умовах; системність міжнародної економіки; діалектичність міжнародної економіки; суперечливість міжнародної економіки; інтегративність міжнародної економіки.

Розглянуті особливості міжнародної економіки можна вважати загальними тенденціями її розвитку в сучасних умовах. При цьому треба зазначити, що важливими передумовами функціонування міжнародної економіки в таких напрямках є наявність певних факторів розвитку країн світу.

Розв'язання глобальних проблем має важливий вплив на формування системи міжнародної економіки, оскільки передбачає об'єднання з цією метою виробничих, науково-технічних, трудових ресурсів та фінансових засобів країн світу[1, с. 24-25].

Поряд з особливостями розвитку міжнародної економіки треба виділити і певні структурні зміни, що мають місце у процесі її функціонування за умов посилення, інтенсифікації міжнародних економічних зв'язків країн світу. До таких змін насамперед можна віднести: збільшення обсягу виробництва продукції у матеріальній сфері; зниження частки сільськогосподарського виробництва в цілому в межах міжнародної економіки; високі темпи розвитку сфери послуг і збільшення числа зайнятих в ній; швидкий науково-технічний прогрес транспортної та інформаційно-комунікаційної систем[2, с. 329].

Отже, можна зробити такий висновок, що важливою, детермінантою розвитку міжнародної економіки є новітні ресурси, що модифікують організаційно-господарські способи функціонування економік різних країн. Саме глибинною основою даного процесу виступають зміни у власності на засоби виробництва та глобалізація економічних процесів.

Список використаних джерел:

1. Горбач Л. Міжнародні економічні відносини: Підручник/ Люд-мила Горбач, Олексій Плотніков,. -К.: Кондор, 2011. -263 с.
2. Липов В. Міжнародна економіка : Навчальний посібник/ Володимир Липов,; М-во освіти і науки України, ХНЕУ. -Харків: ВД "ІНЖЕК", 2013. - 406 с.

Науковий керівник: Нікончук В.В., ст. викладач, Національний університет державної податкової служби України

РЕГІОНАЛЬНА ІНТЕГРАЦІЯ – ШЛЯХОМ ДО БАГАТОПОЛЮСНОГО СВІТУ

Резнік Валерія Олександрівна

аспірант, Київський національний економічний університет

У світі відбувається складний та діалектичний процес, який формується різно направленими тенденціями. Його нелінійність викликана зовнішньо парадоксальним поясненням: глобалізація реалізує свої потенції через регіоналізацію, тобто через децентралізацію світового простору і подальше посилення життєздатності утворень, що складають цей простір. Відбувається одночасне поєднання різних тенденцій – інтернаціоналізації та регіоналізації, глобалізації та локалізації.¹ Подекуди поняття “глобалізація” та “інтернаціоналізація” використовуються як синоніми, проте варто їх розмежувати, визначивши інтернаціоналізацію як початковий період руху капіталів та товарів, людей та ідей, що поклав засади цілісного світового простору, що доформується процесами глобалізації.

Регіональні торговельні угоди поширюються у світі, перетворюючись на вагомий чинник у міжнародних економічних відносинах. Ігноруючи злети та падіння у розвитку національних економік та регіонів, світові інтеграційні процеси останнім часом набирають обертів.

¹ Подекуди для концептуалізації складних та суперечливих явищ створюються спеціальні поняття, наприклад, *глокалізація* та *фрагмеграція* (див. Rosenau J. N. “Fragmegrative” Challenges to National Security//Heyns T. (Ed.)/ Understanding U. S. Strategy: A Reader. Wash National Defense University, 1983); Rosenau J. N. Distant Proximities: The Dynamics and Dialects of Globalization// Hettne B. (Ed.). International Political Economy: Understanding Global Disorder. L., 1995)

Починаючи з середини ХХ ст. було укладено більше сотні регіональних торговельних угод, що діють і дотепер. Особливо інтенсивно відбувався процес розвитку регіональних ініціатив упродовж останнього десятиліття ХХ століття, що було своєрідною реакцією на повільний прогрес у втіленні домовленостей з лібералізації міжнародної торгівлі в рамках ГАТТ/СОТ.

Цікавим видається той факт, що інтеграційні угруповання виникали не лише в розвинених регіонах світу, але і в найвідсталіших (Економічне співтовариство західно-африканських країни (ЕКОВАС), Південноафриканська конференція розвитку та координації (ПАКРК), Східно-африканське економічне співтовариство (САЕС), Карибський спільний ринок (КСР) та багато інших). Виникнення останніх, на думку автора, передусім, детерміновано політичними факторами, що базуються в інтеграційних устремліннях не на наявність потужних економічних доцентрових сил (навпаки, в економічному ракурсі, їх учасники є конкурентами через однотипну спеціалізацію), а на пошук геополітичних, геокультурних основ. Об'єктивно, чим менше причин для взаємовигідних контактів, тим більший ступінь поляризації.

Незважаючи на ряд перешкод, інтеграційне угруповання у Західній Європі продемонструвало високу результативність у реалізації певних проектів.

Фрагментований третій світ маючи такий досвід за взірцем також робив спроби знайти на шляхах регіональної інтеграції засіб вирішення економічних та політичних проблем. Розвиток інтеграційного процесу з рівня політичної волі країн-учасниць призвів до швидкої декларативної інституціалізації інтеграційних структур. Незважаючи на те, що інституціональні аспекти є важливими умовами розвитку інтеграційних процесів, тим не менше, без дієвого ґрунтування на гео економічних та геополітичних детермінантах більшість утворень продемонстрували свою нежиттєздатність.

Для дослідження великий інтерес складає як позитивний, так і негативний досвід функціонування регіональних інтеграційних утворень. Постколоніальний період в історії більшості країн третього світу не призвів до створення самодостатніх економічних систем. Орієнтація у політичній сфері на суверенний розвиток створювала постійну нестабільність. Лише одного політично підкріпленого інтеграційного устремління недостатньо для ефективного функціонування інтеграційного угруповання.

Аналіз регіональних інтеграційних утворень на теренах третього світу демонструє, що більшість з них мали негативний досвід. Виключення складають країни АСЕАН, де спроби інтеграції мали в основі політичні фактори. Це один із прикладів позитивного впливу інтеграції у

політичній сфері. Створення асоціації країн Південно-Східної Азії (АСЕАН) відбувалось на фоні крупномасштабного конфлікту в Індокитаї, що було головною детермінантою у прагненні створити регіональне угруповання. Так, з ініціативи міста-країни Сингапура 1967 року Малайзія, Індонезія, Філіпіни та Тайланд утворили організацію, цілі якої були пов'язані зі створенням умов для безпечного розвитку країн регіону. У подальшому АСЕАН стимулювала соціально-економічний розвиток країн-членів, миротворення значно вплинуло на попередження гострих конфліктів у Південно-Східній Азії. АСЕАН досягла значних успіхів у зовнішньополітичній сфері, у створенні бази регіональної безпеки, а також позитивно розширила зону стабільності в АТР і регіоні Індійського океану.

Це одне з найбільш активних інтеграційних угруповань, що розвивається за межами Європи і має апарат, складніший ніж у НАФТА. Новий східно-азіатський регіоналізм (АСЕАН + 3 (Японія, Китай та Південна Корея) стрімко розвивається у сфері фінансів, а не торгівлі, що є незвичним з огляду на досвід інших потужних інтеграційних утворень. Торгові зв'язки регіону зводяться до горизонтальної інтеграції між країнами, що наближаються до життєвого рівня Японії (зараз серед них – тільки Сингапур та Корея). Укладання торговельних угод (як свідчить практика проведення раундів з питань міжнародної торгівлі) викликає політичні ускладнення та вимагає багато часу. Фінансові угоди можуть реалізовуватись без дискримінації аутсайдерів, на відмінну від більшості торговельних угод.

Багато азіатських лідерів, захоплених європейською інтеграційною моделлю, налаштовані рухатись далі. Без сумніву, існують як об'єктивні паралелі, так і відмінності інтеграційних процесів у Європі та Східній Азії, які можна згрупувати наступним чином:

Таблиця 1

Критерій	ЄС	Східна Азія
Основна особливість	Інтеграція де-юре	Інтеграція де-факто
Організація	Жорстка	Вільна
Рухійна сила	Політика	Ринок
Роль уряду	Ведуча	Сприятлива
Концепція спільноти	Невід'ємна, усталена	Невластива, слабка
Відмінність політичних систем країн - учасниць	Мала	Велика
Країни - учасниці	Розвинуті країни	Країни, що розвиваються
Ініціатори інтеграції	Уряди	ТНК

Неймовірно дієвим каталізатором нового східно-азіатського регіоналізму була Азіатська фінансова криза (1997 – 1998 років). Розміри сукупної економіки Східної Азії та обсяги зовнішньої торгівлі наближуються до європейських чи американських. Звідси виникає потреба створення власних організаційних структур та самостійно вирішувати свою долю. Додатковим джерелом для таких настроїв стали невдачі глобальної торговельної системи. Це може призвести до розширення нової східно-азіатської торговельної системи або, на крайній випадок, до об'єднання Китаю, Японії та Південної Кореї із північно-східною Азією. Будь-який із цих сценаріїв змінить структуру світової торгівлі. Тому необхідно усвідомити, що означатиме ця еволюція: регіональні угруповання (навіть якщо процеси в них зайдуть не так далеко, як на європейському континенті) будуть достатньо розвиненими для того, щоб створити трьохполюсний світ.

Проте на шляху окреслених тенденцій виникають певні перешкоди. Цей регіон має багато відмінностей культурного, економічного та політичного характеру, так:

дохід на душу населення в Японії, навіть ураховуючи період рецесії 90-их років, у тридцять разів більший, ніж в Індонезії;

більшість країн регіону продовжують обирати конкурентний, а не партнерський характер відносин. На найвищому рівні геополітики за роль лідера змагаються Японія та Китай, в основі конкуренції лежать величезні відмінності політичних систем, що ускладнює будь-які інтеграційні ініціативи регіону. Так, у Китаї, В'єтнамі підтримуються авторитарні режими за наявного ринкового устрою, Японія вже півстоліття розбудовує економіку на засадах демократії, переважна більшість решти країн регіону перебуває десь між ними.²

Тим не менше, країни цього угруповання досягли значних національних економічних здобутків, а асоціація в цілому має наміри у перспективі перетворитися на центр міжнародно-політичного впливу та соціально-економічного розвитку. На наш погляд, враховуючи інтенсивність та динамізм розвитку соціально-економічних та політичних процесів у регіоні, це угруповання здатне досягти визначених цілей, тим більше, що загальносвітова тенденція регіоналізації об'єктивно цьому сприяє.

² Bergsten, C. Fred, The New Asian Challenge, Working Paper 00-4, 2000/March, Institute for International Economics.

Список використаних джерел:

1. Лук'яненко Д. Г. Глобальна економічна інтеграція: Монографія. – К.: ТОВ «Національний підручник», 2008. – 220 с.
2. Філіпенко А.С. Цивілізаційні виміри економічного розвитку. – К., 2003. – 400 с.
3. Bergsten, C. Fred, The New Asian Challenge, Working Paper 00-4, 2000/March, Institute for International Economics.
4. Rosenau J. N. Distant Proximities: The Dynamics and Dialects of Globalization// Hettne B. (Ed.). International Political Economy: Understanding Global Disorder. L., 1995

СВІТОВА ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ

Шкорбот Ольга Юрївна

студентка навчально-наукового інституту обліку, аналізу та аудиту,
Національний університет ДПС України, м. Ірпінь, Україна

Світова економіка – це сукупність національних господарств, пов'язаних один з одним системою міжнародного поділу праці (МПП), економічними і політичними відносинами. Універсальний зв'язок між національними господарствами здійснюють міжнародні економічні відносини [1, с.87].

На сьогоднішній день відбувається певне уповільнення темпів зростання світової економіки, що відповідно впливає і на внутрішній ринок України. Так, спостерігається суттєве уповільнення темпів зростання світової торгівлі. Окрім того, стало помітним зменшення темпів зростання у промислових галузях різних країн через високий рівень світових цін на нафту [2, с.269]. Під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх економічних процесів в Україні виникає низка проблем. До них потрібно віднести найбільш розповсюджені, а саме такі:

- зростання ціни на газ, причому ціна імпортованого газу підвищуватиметься й надалі, доки досягне більш-менш стабільного рівня, який все одно буде високим;
- посилення конкуренції на світових ринках тих видів товарів, які становлять, по суті, основу українського експорту, насамперед певних видів металів;
- інвестиційний клімат в країні, незважаючи на політичні декларації, ситуацію в країні взагалі, на досить високому рівні, досі залишається несприятливим;

- подальше відкриття внутрішнього ринку, зумовлене довгоочікуваним вступом України до СОТ у недалекому майбутньому, супроводжується зростанням конкуренції між національними та іноземними компаніями, особливо у сферах сільського господарства та виробництва продуктів харчування, споживчих товарів;
- стрімке зростання соціальних витрат, незбалансована структура державного боргу та його динаміка створюють великі ризики для фіскальної системи;
- стабільно високий дефіцит Пенсійного фонду, який загрожує фіскальній стабільності;
- недостатність відповідних потрібних реформ у галузі сільського господарства;
- процес приватизації практично призупинився, тоді як проблема захисту прав власності надзвичайно загострилася.

Але не все так трагічно – світова економіка прийшла би до тями і без війни в Україні – зростати їй ще є куди. Не всі ресурси вичерпані, не всі ринки освоєні. Є мільярдні ринки Китаю і Індії. Існують, крім матеріальних, ще й нематеріальні потреби. На вдоволенні яких цілком можна заробляти непогані гроші [3]. Уже сьогодні Україна здатна будувати свої зовнішньоекономічні відносини на взаємовигідних умовах. Актуальними є проведення переговорів з метою визначення статусу України як країни, що розвивається, і вироблення її власної чіткої позиції в Міжнародному валютному фонді, Міжнародному банку реконструкції та розвитку, Світовій організації торгівлі й Міжнародній організації праці — адже ці чотири організації є ключовими в міжнародному фінансовому, торговельному і соціальному регулюванні.

Список використаних джерел :

1. Будаговська С., Кілієвич О., Луніна І., Пахомова Т., Романюк О., Сніжко А., Сніжко О. Макроекономіка — Видавництво “Основи”, м. Київ, 1998 р.
2. Основи економічної теорії: політекономічний аспект / За ред. Климка Г.Н., Нестеренка В.П. — К.: Вища школа; Знання, 1997. — 743 с.
3. Електронний ресурс. Новини. Обозреватель. Режим доступу : [<http://obozrevatel.com/blogs/96738-svitova-ekonomika-i-ukrainske-pitannya.htm>].

Науковий керівник: Нікончук В.В., старший викладач, Національний університет ДПС України, м. Ірпінь, Україна

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІЧНА ІНТЕГРАЦІЯ

Ярешко Оксана Володимирівна

студентка навчально-наукового інституту обліку, аналізу та аудиту,
Національний університет державної податкової служби України
м. Ірпінь, Україна

У загальному вигляді міжнародну економічну інтеграцію можна визначити як об'єктивний процес розвитку глибоких стійких взаємозв'язків і поділу праці між національними господарствами і виникнення міжнародних господарських комплексів як в рамках груп держав, так і в глобальному масштабі.

Міжнародна економічна інтеграція являє собою комплексний феномен, що охоплює не тільки економіку, але й весь соціум. Вона пронизує різні сфери суспільного життя країн, які інтегруються, і створює діалектичну єдність об'єктивних і суб'єктивних процесів. Про інтеграцію можна говорити тоді, коли взаємозв'язки між національними економіками стають досить тісними, а окремі відтворювальні процеси зникаються.

Основними передумовами міжнародної економічної інтеграції є такі:

близькість рівнів економічного розвитку і ступеня ринкової зрілості країн, що інтегруються. За рідкісним винятком (НАФТА) міждержавна інтеграція розвивається між промислово розвинутими країнами.;

географічна близькість країн, що інтегруються, наявність у більшості випадків загального кордону й історично сформованих економічних зв'язків;

спільність економічних і інших проблем, що постають перед країнами в області розвитку, фінансування, регулювання економіки, політичного співробітництва;

демонстраційний ефект – у країнах, що створили інтеграційні об'єднання, звичайно відбуваються позитивні зрушення, що робить певний психологічний вплив на інші країни.;

«ефект доміно» -після того, як більшість країн того чи іншого регіону стали членами інтеграційного об'єднання, інші країни, що залишилися за його межами, зазнають деяких труднощів, пов'язаних з переорієнтацією економічних зв'язків країн, що входять в угруповання, одна на одну. У результаті вони також змушені вступити в інтеграційне об'єднання. [1,ст.50].

Спільний ринок не має торговельних бар'єрів і характеризується спільною зовнішньоторговельною політикою. Така форма інтеграційного об'єднання передбачає на його території не лише вільний рух товарів і послуг, а й вільне переміщення капіталів, робочої сили і технологій. При такій формі інтеграції починається співробітництво країн-учасниць не

лише безпосередньо у сфері виробництва, а й у правовій і податковій політиці та у сфері зайнятості. Прикладом успішного функціонування спільного ринку може бути Європейське економічне співтовариство (нині ЄС).[2,с. 104].

Щодо стратегічних напрямів інтеграції України в світове господарство необхідно виділити: входження її в перспективі до структур Європейського Союзу (ЄС).; у напрямі розвитку зовнішньої торгівлі з окремими регіонами світу одне з найбільш пріоритетних напрямлень української інтеграції є поглиблення зв'язків з країнами-членами Європейського Союзу.;Україна представляє собою одну з найбільших, як за чисельністю населення, так і за територією, європейських країн; інтеграція відкриває перед Україною значні можливості щодо використання свого вигідного географічного положення.; орієнтація на співробітництво з Європейським Союзом змусить українських товаровиробників підтягуватися до високих європейських стандартів. Саме через європейський ринок ми зможемо отримувати новітні технології, за допомогою яких виготовлятимемо продукцію, конкурентноспроможну на ринках Європи, Азії, Росії, країн СНД. ;забезпечення недискримінаційного доступу основних товарів експорту України на ринки ЄС.

Отже, щодо міжнародної економічної інтеграції - можна зробити висновок про її бурхливий розвиток в останні декілька десятиліть, які дають підстави стверджувати, що позитивні наслідки економічної інтеграції в світовому масштабі явно переважають деякі негативні прояви цього процесу. На теперішній час існують суттєві передумови для подальшого поглиблення світової економічної інтеграції. Можна сподіватися на те, що вона, як складова загальносвітових інтеграційних тенденцій (політичних, культурних, тощо), буде сприяти подальшому суспільному розвитку та вирішенню глобальних світових проблем.

Список використаних джерел

1. Козик В.В., Панкова Л.А., Даниленко Н.Б. Міжнародні економічні відносини: Навч. посіб. – 2013. – 50 с.
2. Світова економіка: Підручник / А. С. Філіпенко, О. І. Рогач, О. І. Шнирков та ін. - К, 2011.-104 с.

Науковий керівник: Нікончук В.В., ст. викладач навчально-наукового інституту обліку, аналізу та аудиту, Національний університет державної податкової служби України, м. Ірпінь, Україна

СТАН ТА ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

Гладка Олена Сергіївна

студентка Національного університету Державної податкової служби України

Проблема безробіття є дуже поширеною і виникає майже в усіх країнах світу. Різниця полягає лише у тому на скільки гострою є ця проблема у даний проміжок часу.

Безробіття – це соціально-економічне явище, яке характеризується незайнятстю частини робочої сили у сфері економіки [1]. Можна сказати, що безробіття – це перевищення пропозиції робочої сили над попитом на неї.

Зростання безробіття спричиняє багато проблем, А зокрема, бюджет втрачає платників податків, підприємство – персонал, знижується рівень життя та купівельна спроможність населення.

Рівень безробіття населення є динамічною категорією яка постійно змінюється. Аналізуючи показники безробіття за період 2002-2014 років можна зробити висновок, що кількість безробітних була найбільшою у 2000 році -2655,8 тис. осіб, а найменшою у 2007 році – 1417,6 тис. осіб. Отже ми можемо спостерігати тенденцію на зменшення кількості безробітних. Можна також проаналізувати кількість безробітних за 2013 рік, яка становила 589,1 тис. осіб [2].

З останніх даних Державної служби статистики України видно, що рівень безробіття населення віком 16-70 років в середньому зріс на 8% у 2013 році в порівнянні з минулими роками, а у першому кварталі 2014 року до 8,8%. Отже можемо побачити тенденцію до зростання рівня безробіття в останні роки.

Також можна спостерігати зміну показників безробіття по окремих регіонах України. Найбільший рівень безробіття за січень-грудень 2013 року був зафіксований у Рівненській і Тернопільській області – 9,4%, Житомирській, Чернігівській областях – 9,3%, а найменший в м. Києві - 5,2% [2].

Для більш точного розуміння вище поданої інформації необхідно обґрунтувати чинники які сприяють зростанню безробіття. Серед них можна виділити наступні: не достатній обсяг пропозиції робочих місць, дефіцит інвестицій для створення нових робочих місць, відсутність досвіду служб зайнятості.

Тому для зниження безробіття необхідно проводити програми державної та регіональної політики зайнятості, а також залучати спеціалістів які допоможуть вирішити такого роду проблеми, а також стимулювати пропозицію робочих місць за допомогою іноземних інвестицій та державних замовлень.

Основними напрямками регулювання зайнятості є: сприяння повній та продуктивній зайнятості, підвищення рівня доходів громадян за допомогою реформації системи оплати праці, умови соціального захисту від безробіття та його наслідків, вивчення потреб ринків праці, створення необхідної економічно обґрунтованої кількості робочих місць, запобігання масових звільнень.

Отже, аналізуючи вище подану інформацію можна зробити висновки що в Україні проблема безробіття є дуже актуальною, і звичайно потребує вирішення. Але за допомогою правильних реформаційних заходів ми зможемо зменшити кількість безробітних, а також зменшити негативний вплив на населення.

Список використаних джерел:

1. Макроекономіка [текст]: навч. посіб. / за заг. ред. проф. М. І. Макаренка; [уклад.: М. І. Макаренко, Т. О. Семененко, Д. В. Олексіч та ін.]. - К. : "Центр учбової літератури", 2014. - 216 с.
2. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Науковий керівник: Нікончук Вікторія Віталіївна, старший викладач кафедри економічної теорії, Національний університет Державної податкової служби України

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕНДАУМЕНТ-ФОНДУ ДЛЯ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Гончарук Наталія Сергіївна

асистент кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет

Вступ. На сьогоднішній день для успішного функціонування вищих навчальних закладів в Україні недостатньо лише державних фінансових ресурсів, а тому необхідно створювати в університетах ендаумент-фонд, який їм надасть фінансову автономію для забезпечення підвищення якості навчання, оновлення матеріально-технічної бази та ін.

Основна частина. Ендаумент (англ. endowment) — цільовий фонд, призначений для використання в некомерційних цілях, як правило, для фінансування організацій освіти, медицини, культури. Ендаумент наповнюється переважно за рахунок благодійних пожертвувань. Ендаумент може інвестувати свої кошти з метою отримання доходу, однак зобов'язаний направляти весь отриманий дохід на користь тих організацій, для підтримки яких він був створений. Відмінністю ендаумента від звичайної благодійної організації є строго цільовий характер діяльності (як правило, ендаумент створюється для підтримки будь-якої однієї організації, наприклад, певного університету) та націленість на отримання доходу за рахунок інвестування коштів.

У 2014 році обсяг ендаумент-фонду в Гарвардському університеті склав 35,88 млрд. дол., в Єльському університеті – 23,9 млрд. дол., а в Принстонському університеті – 20,9 млрд. дол. [1]. Дані по Єльському ендаумент-фонду на рис. 1.

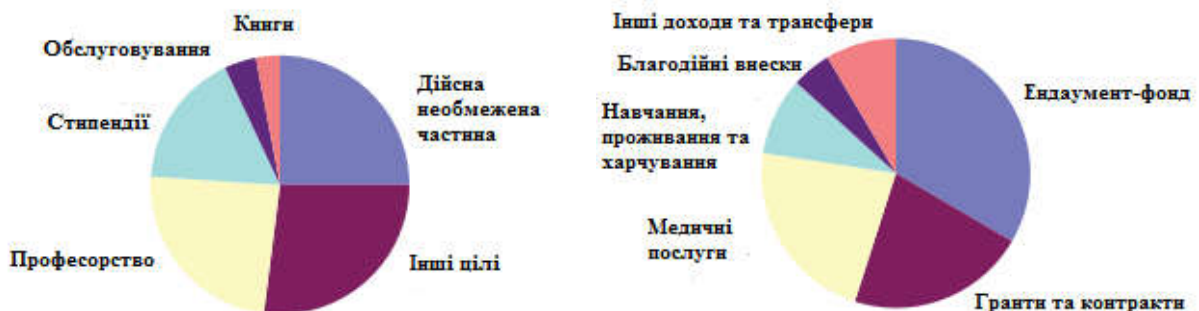


Рисунок 1. – Використання ендаумент-фонд та його частка в бюджеті доходів Єльського університету за 2014 р [2].

Усю схему функціонування цільового капіталу (ендаументу), наведено на рис.2.

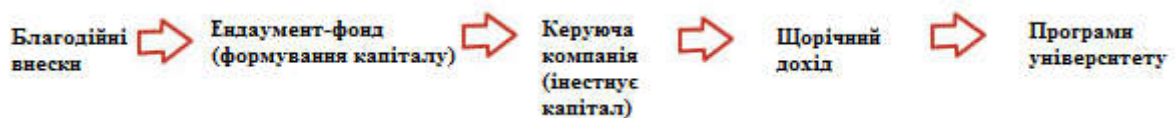


Рисунок 2. – Схема функціонування ендаумент-фонду в університеті [2]

Отже, фінансові ресурси, пожертвовані до ендаумент-фонду, не витрачаються, а передаються в довірче управління професійної компанії. Доходи від довірчого управління коштами ендаумент-фонду спрямовуються на цілі (програми) університету, а грошові кошти цільового капіталу продовжують працювати.

Висновки. На сьогоднішній день наявність великих ендаумент-фондів характерно для сфер освіти і культури, соціальної сфери в

європейських країнах і, особливо, в США і Великобританії. У ВНЗ кошти, отримані від управління ендаумент-фондами, формують приблизно 25-45% їхнього бюджету.

Список використаних джерел:

1. Мокін Б. І. Ендаумент-фонд як альтернативне джерело для підвищення фінансової стійкості вищого навчального закладу / Б. І. Мокін, Н. С. Гончарук // Вісник ХНУ, 2012. – № 2, Т. 1. – С. 131-135.
2. The Yale Endowment – Режим доступу: http://investments.yale.edu/images/documents/Yale_Endowment_14.pdf

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ ПРИ ОЦІНЮВАННІ НАВЧАЛЬНОЇ РОБОТИ

Мінкін Олександр Юрійович

факультету менеджменту та маркетингу Національного технічного університету «Київський політехнічний інститут»

Відповідно до Національної стратегії розвитку освіти у період до 2021, схваленої Указом Президента України від 25 червня 2013 року №344/2013 одним з стратегічних напрямів державної освітньої політики має стати «розвиток наукової та інноваційної діяльності в освіті, підвищення якості освіти на інноваційній основі»[1].

На думку автора [2] процес навчання можна розглядати як специфічний виробничий процес, в якому роль викладачів є подвійною. З одного боку викладачів можна розглядати як робочу силу - завдяки їх зусиллям відбувається певні зміни у властивостях тих, хто навчається (наприклад, у ВНЗ під безпосереднім впливом професорсько-викладацького складу протягом 4 років випускники середніх навчальних закладів отримують властивості фахівця освітнього ступеню бакалавра). З іншого боку можна казати про менеджерську складову роботи викладачів, які планують, організовують, контролюють та здійснюють мотивацію навчальної роботи. При цьому якість освіти залежить і від якості реалізації названих загальних функції менеджменту по відношенню до тих, хто навчається.

Розглянемо особливості здійснення контролю навчальної роботи студентів. Прийнято виділяти три види контролю [3] – вхідний, поточний та заключний.

Для будь-якої навчальної дисципліни в якості задачі вхідного контролю є з'ясування ступеню готовності студента до її вивчення. Навчальний процес у ВНЗ організований таким чином, що вхідним контролем є вступ студента до ВНЗ або успішне складання їм попередньої заліково-екзаменаційною сесії.

Це означає, що якщо викладач на початку навчального семестру бачить прізвище студента у журналі навчальної групи, то в переважній кількості

випадків витратити зусилля та час на здійснення поточного контролю вже не має потреби. При цьому не можна виключати необхідності здійснення на початку вивчення окремих дисциплін певних заходів щодо з'ясування рівня підготовки студентів в навчальній групі з метою поділу на підгрупи (наприклад, при вивченні іноземної мови) та деякого корегування робочого плану.

Очевидно, що заключний контроль щодо вивчення певної навчальної дисципліни здійснюється після завершення вивчення навчальної дисципліни у період заліково-екзаменаційної сесії. Її проведення регламентується певними нормативними документами (наприклад, див.[4]). При цьому на проведення заходів заключного контролю викладачеві виділяється певний час, складається розклад та планується завантаження аудиторного фонду.

За визначенням поточний контроль проводиться викладачем під час вивчення навчальної дисципліни. При цьому проведення відповідних контрольних заходів відбувається виключно під час аудиторних занять зі студентами. За витратами часу домінуючими формами аудиторних занять є лекції та практичні (семінарські) заняття.

За оцінками автора за 36 годин лекцій та 36 практичних занять при усному опитуванні протягом семестру по кожному студенту можна оцінити знання всього по одному питанню з 5 різних тем.

Слід зазначити, що на усне експрес-опитування як правило виносять прості питання, що не потребують роздумів при підготовці та глибоко аргументованих та розгорнутих відповідей.

Семінарські заняття дозволяють оцінити якість опрацювання студентами більш складних питань. Але кількість питань у розрахунку на одного студента також не перевищує 5 на семестр.

Прості завдання використовують і для письмового експрес-контролю, при проведенні якого через обмеженість у кількості варіантів завдань та «просунутість» технологій списування виникають сумніви щодо об'єктивності оцінювання.

Відповідно до [4] «результати поточного контролю (поточна успішність) є основною інформацією при проведенні заліку і враховуються викладачем при визначенні підсумкової екзаменаційної оцінки з даної дисципліни».

Проблема полягає в тому, що при 72 годинах аудиторних занять навчальна програма навчальної дисципліни передбачає вивчення від 10 до 15 тем, що в 2-3 рази перевищує кількість тем, знання з яких можна оцінити при здійсненні поточного контролю за описаними технологіями. Це означає, що внесок результатів поточного контролю в підсумкову оцінку може складати приблизно від 33% до 50%.

Для навчальних дисциплін, що мають практичну спрямованість і вивчення яких передбачає розв'язання значної кількості різних задач, що пов'язані з виконанням розрахунків, можна запропонувати наступну технологію проведення поточного контролю в ході практичних занять.

На початку практичного заняття після викладач доводить до студентів методику розв'язання задач поточної теми. Після цього кожний студент отримує індивідуальне завдання та починає його розв'язувати. Наприкінці практичного заняття студент надає звіт обумовленого в завданні зразка, що містить лише обумовлені в завданні результати своїх розрахунків. При необхідності студент може доробити індивідуальне завдання вдома та надати звіт пізніше. Для стимулювання студентів до активної роботи на практичному занятті можна нараховувати за надання звіту наприкінці заняття бонусні бали або штрафні бали за відсутність такого звіту.

Перевірка може проводитися за тестовими технологіями, а оцінка проставляється за багатобальною шкалою.

Описана технологія характеризується наступними особливостями:

1. Активізація навчальної роботи студентів на практичних заняттях – кожний студент розв'язує свою задачу.

2. Кожний студент відпрацьовує розв'язання всіх задач кожної з тем навчальної дисципліни.

3. По кожній з тем навчальної програми студент має оцінку. При цьому сукупність цих оцінок може слугувати основою при формуванні підсумкової оцінки з навчальної дисципліни.

4. Наявність відповідного (не дуже складного в розробці, як свідчить досвід автора) програмного забезпечення дозволяє не тільки отримати достатньо велику кількість різних варіантів завдань та регулярно змінювати їх, але й мати еталонні відповіді по кожному з варіантів.

Список використаних джерел:

1. Указ Президента України Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року від 25.06.2013 № 344/2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/344/2013#n10>

2. Мінкін О.Ю. Оцінювання знань в системі факторів мотивації навчальної роботи студентів [Електронний ресурс]: Всеукраїнська науково-практична конференція з міжнародною участю «Сучасні підходи до управління підприємством». – Режим доступу: <http://2.byurse.pp.ua/wp-content/uploads/2013/06/sbornik2014.pdf>

3. Мескон Майкл, Альберт Майкл, Хедоури Франклин. Основи менеджмента [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://altsmp.ru/sites/default/files/mat_files/meskon_osnovy_menedzhmenta.pdf

4. Положення про організацію навчального процесу в НТУУ «КПІ» Уклад.: Г.Б.Варламов, В.П.Головенкін, В.І.Тимофєєв, В.І.Шеховцов, За заг.ред.Ю.І.Якимено [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kpi.ua/regulations>

Підписано до друку 09.06.2015
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Друк на дублікаторі.
Умов.-друк. арк. 4,5. Обл.-вид. Арк 4,95.
Тираж 80 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

