

ЗМІСТ

Економіка та підприємництво

- Винокурова Ольга Ігорівна** ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНА КОНЦЕПЦІЯ
УПРАВЛІННЯ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВ.....7
- Карпенко Світлана Петрівна** ДИНАМІКА СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ
В УКРАЇНІ.....10
- Корнієцький Олександр Владиславович** МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ
РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ
ІННОВАЦІЙНОГО МЕТОДУ.....13
- Орел Володимир Миколайович** СУЧАСНІ НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ
КОНЦЕПЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ
СИСТЕМИ В ПІДПРИЄМСТВАХ ГАЛУЗІ СВИНАРСТВА.....16
- Шабанов Дмитро Ігорович** СУЧАСНІ ПРОТИРІЧЧЯ
КОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИН ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ В
ЕКОНОМІЧНІЙ НАУЦІ.....19

Менеджмент. Маркетинг

- Бодарецька Ольга Миколаївна** СТИМУЛИ У СИСТЕМІ
МОТИВУВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ МАШИНОБУДІВНИХ
ПІДПРИЄМСТВ.....21
- Гевко Володимир Леонідович** ЗАВДАННЯ CRM-СИСТЕМ
МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОГО ТА
СПОЖИВЧОГО РИНКІВ.....23
- Дрінь Олег Ярославович** ФАКТОРИ НЕСТАБІЛЬНОСТІ
ВИНОРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ.....27
- Ситник Наталія Іванівна** ПОКАЗНИКИ ОЦІНКИ КРЕАТИВНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ.....30
- Сорочак Олег Зіновійович, Сорочак Марія Олегівна** ВИВЧЕННЯ
КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ТА АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВИХ
МОЖЛИВОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА У ПЛАНУВАННІ ПРОЕКТІВ.....34

Облік, статистика і аудит

<i>Дуганець Наталія Вікторівна, Кондрюк Леся Василівна, Корибко Вікторія Олександрівна</i> ОБЛІК ЄДИНОГО ПОДАТКУ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ У 2015 РОЦІ.....	37
<i>Дуганець Наталія Вікторівна, Шевчук Микола Михайлович</i> ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РЕАЛІЗАЦІЇ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ ДЛЯ РОЗРАХУНКУ ПДВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ.....	41
<i>Кіяшко Катерина Іванівна</i> ПОДАТОК НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ ЯК ГОЛОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ НАПОВНЕННЯ БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ ТА КРАЇН ЄС.....	44
<i>Кобець Наталія Іванівна</i> АУДИТОРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	47
<i>Кондрюк Леся Василівна, Бичок Любов Олегівна</i> АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ ПОТОЧНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЗАГОСТРЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ.....	48
<i>Момонт Тетяна Василівна</i> ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕПІДГОТОВКИ ПРАЦІВНИКІВ ОБЛІКОВОГО АПАРАТУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ВІДПОВІДНОСТІ ДО ПРОФЕСІЙНИХ СТАНДАРТІВ СФЕРИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	51
<i>Никитченко Юлія Володимирівна</i> УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ЛІЗИНГОВИХ ОПЕРАЦІЙ.....	53
<i>Посконна Людмила Анатоліївна</i> ОБЛІК ПЕРЕОЦІНКИ ВАЛЮТНИХ АКТИВІВ ТА ЗОБОВ'ЯЗАНЬ В УМОВАХ КОЛИВАНЬ ВАЛЮТНИХ КУРСІВ.....	57
<i>Сирцева Світлана Володимирівна, Співаченко Роман Олександрович</i> МЕТОДИКА ОЦІНКИ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ.....	59
<i>Сливінська Оксана Богданівна</i> СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ В ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ.....	62

Економічний аналіз. Економіко-математичне моделювання

Дрінь Олег Ярославович ОЦІНЮВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ІНТЕНСИВНОСТІ КОНКУРЕНЦІЇ НА ВИНОРОБНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ.....65

Банківська справа. Фінанси, грошовий обіг та кредит

Анзін Роман Олексійович ВИХІД УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ КАПІТАЛУ: ПРОБЛЕМИ ПІДГОТОВКИ ТА ПРОВЕДЕННЯ.....68

Зелінка Людмила Василівна ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ ГАРАНТУВАННЯ ВКЛАДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ.....72

Чернышов В.В., Ходжаков А.А. МИНИМИЗАЦИЯ КРЕДИТНЫХ РИСКОВ В КРЕДИТОВАНИИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ.....74

Шукост Наталія Петрівна ДИСТАНЦІЙНЕ БАНКІВСЬКЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ «КЛІЄНТ–БАНК».....76

Податкова система. Бюджетна система.
Правові відносини в економічній системі

Краснокутська Наталія Станіславівна АДМІНІСТРУВАННЯ ПДВ: НОВАЦІЇ В ЗАКОНОДАВСТВІ.....79

Лінькова Олена Юріївна СУЧАСНИЙ СТАН ОПОДАТКУВАННЯ ПІДАКЦИЗНИХ ТОВАРІВ.....80

Нащекіна Ольга Миколаївна ПОДАТОК НА НЕРУХОМІСТЬ: ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ.....82

Інвестиційно-інноваційні процеси в економіці

Артеменко Інна Леонідівна ІНВЕСТИЦІЙНА БЕЗПЕКА ТА ПРОБЛЕМИ ЗАХИСТУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ЦІЛІСНОСТІ УКРАЇНИ....85

*Гавриш Віра Павлівна, Гулько Лариса Геннадіївна,
Драганова Тамара Павлівна* **ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ
ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....87**

Світова економіка та міжнародні відносини

Лисогор Вікторія Ігорівна **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
РАЗВИТИЯ ФОНДОВОГО РЫНКА АВСТРАЛИИ.....91**

Економічна наука та освіта

Баховська Ліля Ярославівна **СУЧАСНІ ТЕОРЕТИКО-
МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ
СПОЖИВЧИЙ РИНОК.....95**

ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНА КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВ

Винокурова Ольга Ігорівна

аспірантка, Одеський національний економічний університет

Перехід до ринкових відносин, а також наростаюча конкуренція пред'являють нові жорсткі вимоги до підприємств. Однією з таких вимог є перманентне проведення реструктуризації, внаслідок якої відбуваються глибокі зміни у структурі і технології виробництва, управлінні господарськими процесами і збутом продукції, в результаті чого поліпшуються фінансово-економічні показники діяльності суб'єктів господарювання. Реструктуризація є одним із найбільш результативних засобів підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств.

Проведення реструктуризаційних заходів ґрунтується на постійному моніторингу та оцінці її результатів. В останні роки у вітчизняній та зарубіжній літературі все більше уваги приділяється підходам до оцінки ефективності реструктуризації підприємств. На думку автора, доцільним є застосування досить нового і відповідно мало дослідженого в управлінській діяльності вітчизняних підприємств такого методу, як визначення вартості бізнесу. У західній теорії та практиці корпоративного управління застосовується метод VBM (Value Based Management - менеджмент, заснований на управлінні вартістю).

Значний вклад в розвиток концепції управління вартістю компанії був внесений Б. Стюартом і Дж. Стерном, які розробили показник економічної доданої вартості, ЕДВ (Economic Value Added, EVA). Даний підхід мало розроблений в теорії і, отже, в практиці управління реструктуризацією промислових підприємств України. Використання показника EVA є першим кроком до впровадження системи постійних поліпшень і подальшого застосування сучасних управлінських інструментів.

Основна ідея і економічний зміст показника EVA полягає в тому, що капітал компанії повинен працювати з такою ефективністю, щоб забезпечити норму прибутковості на вкладений капітал, необхідну інвесторам, акціонерам або іншим власникам. Тобто показник застосовується для оцінки ефективності діяльності підприємства з позиції його власників, які вважають, що діяльність компанії має для них позитивний результат у випадку, якщо вдалося заробити більше, ніж

становить прибутковість альтернативних вкладень. Цим пояснюється той факт, що при розрахунку показника EVA з суми прибутку віднімається не тільки плата за користування позиковими коштами, але і власним капіталом [1].

Метою управління вартістю компанії на основі показника EVA є створення такої вартості компанії для інвестора, коли операційний прибуток перевищує середньозважену вартість використаного капіталу в грошовому вираженні. Іншими словами, додана вартість виникає в тому випадку, якщо рентабельність активів компанії перевищує середньозважені витрати на капітал.

Показник EVA слугує індикатором якості прийняття управлінських рішень. Позитивна величина EVA характеризує ефективне використання капіталу і свідчить про збільшення вартості компанії. Якщо значення EVA дорівнює нулю, то це вказує на те, що власники капіталу фактично отримали норму прибутку, компенсуючи понесений ризик. Негативна величина EVA характеризує неефективне використання капіталу і свідчить про зниження вартості компанії [1].

В процесі управління вартістю компанії показник економічної доданої вартості використовується при складанні капітального бюджету, оцінці ефективності діяльності підрозділів або компанії в цілому, розробці оптимальної і справедливої системи преміювання менеджменту [2, С. 122].

Таким чином, сутність економічної доданої вартості полягає в наступному:

- є інструментом для вимірювання «надмірної» вартості, створеної інвестиціями;
- виступає індикатором якості управлінських рішень: постійна позитивна величина цього показника свідчить про збільшення вартості компанії, негативна - про зниження;
- є інструментом для визначення норми повернення капіталу виділяючи при цьому частину грошового потоку, яка зароблена за рахунок інвестицій;
- базується на вартості капіталу як середньозваженому значенні різних видів фінансових інструментів, що використовуються для фінансування інвестицій;
- дозволяє визначати вартість компанії, а також оцінювати ефективність підрозділів компанії або окремих майнових комплексів [2, С.122].

Для розрахунку показника ЕДВ береться до уваги прибуток підприємства, очищений від податків та платежі за весь (а не тільки позиковий) інвестований у підприємство капітал. Тобто, показник економічної доданої вартості визначається як різниця між чистим

операційним прибутком після оподаткування та витратами на залучення капіталу [3, С. 348]:

$$\text{ЕДВ} = (\text{Пз} - \text{ПП}) - (\text{ИК} \times \text{СЦК}) = \text{ЧП} - (\text{ИК} \times \text{СЦК}), \quad (1.1)$$

$$\text{ЕДВ} = [(\text{ЧП} : \text{ИК}) - \text{СЦК}] \times \text{ИК}, \quad (1.2)$$

де Пз - прибуток від звичайної діяльності; ПП - податок на прибуток й інші обов'язкові платежі; ИК - інвестований у підприємство капітал; СЦК середньозважена ціна капіталу; ЧП - чистий прибуток.

Перетворення формули розрахунку ЕДВ приводить до такого вигляду:

$$\text{ЕДВ} = [(\text{ЧП} : \text{ИК}) - \text{СЦК}] \times \text{ИК} = (\text{P}_{\text{ик}} - \text{СЦК}) \times \text{ИК}, \quad (1.3)$$

де $\text{P}_{\text{ик}}$ - рентабельність інвестованого капіталу.

Для визначення показника ЕДВ величину середньозваженої ціни капіталу (СЦК) можна розраховувати наступним чином [3, С. 349]:

$$\text{СЦК} = (\text{ЦПК} \times \text{ЧПК}) + (\text{ЦВК} \times \text{ЧВК}), \quad (1.4)$$

Де ЦПК - ціна позикового капіталу; ЧПК - частка позикового капіталу; ЦВК - ціна власного капіталу; ЧВК - частка власного капіталу.

Застосування показнику ЕДВ дозволяє відповісти на головне питання власників про ринкову вартість підприємства (РВП) після реструктуризації. Її можливо визначити таким чином:

$$\text{РВП} = \text{ЧА} + \text{ЕДВ}, \quad (1.5)$$

де ЧА - балансова вартість чистих активів (тобто за винятком усіх видів кредиторської заборгованості); ЕДВ - економічно додана вартість майбутніх періодів, приведена до теперішнього часу.

Наведений «формульний» результат свідчить, що величина економічного прирощення капіталу залежить від ефективності експлуатації власних і позикових коштів підприємства, ціни джерел залучених коштів, а також структури капіталу (співвідношення власних і позикових коштів). Збільшуючи значення показника EVA шляхом впливу на наведені чинники, менеджер збільшує вартість компанії.

Пряме запозичення вищезазваного методу в практиці управління українськими підприємствами, так само як і інших інструментів західного менеджменту, ускладнено через методологічні розбіжності і невідповідності у прийнятих підходах до управління. Крім того, даний підхід є досить новим у теорії і практиці управління реструктуризацією промислових підприємств України та потребує деяких уточнень. Адаптувати даний метод оцінки результатів перетворень до українських економічних реалій спробуємо наступним чином, який вимагає в управлінській діяльності великих і середніх підприємств промисловості застосування прийомів і методів економічного аналізу, не для дослідження звичайної, операційної діяльності підприємства, а для оцінки ефективності проведених (що проводяться або запланованих) реструктуризаційних заходів, а саме:

- використання міжнародних принципів бухгалтерського обліку та фінансової звітності;

- надання розрахунково-формульних виразів, адаптованих в українському бухгалтерському і управлінському обліку та фінансовій звітності;

- застосування показників навколишнього макро-, мезо- та мікроекономічного середовища в повній відповідності з реаліями української економіки.

Отже, показник економічно доданої вартості дозволяє визначити лінію поведінки власників підприємства, направляючи капітал у проведення вигідних для них реструктуризаційних перетворень або, здійснюючи «перекидання» капіталу в більш рентабельні підприємства або проекти. Перспективність застосування наведеного методу оцінки реструктуризаційних заходів на підприємствах України, полягає в тому, що завдяки методу EVA стає можливим більш об'єктивно оцінити результативність реструктуризаційних заходів, ніж це вдається за допомогою показника чистого прибутку. Так як показник EVA оцінює не тільки фінансовий результат, але також дозволяє визначити якою ціною він був отриманий, тобто який обсяг капіталу і за якою ціною використовувався залучений капітал для проведення реструктуризаційних заходів.

Список використаних джерел:

1. Жуковская Н. Ю. EVA как инструмент управления стоимостью строительного предприятия / Н. Ю. Жуковская // Вестник СГУТиКД. 2011. № 3 (17) – С. 46-50.
2. Якушев А. А. Оценка бизнеса: учебное пособие / А. А. Якушев. – Красноярск: СФУ, 2007 – 173 с.
3. Ковалев А. И. Управление реструктуризацией предприятий перерабатывающей промышленности: теория и практика : дис. док. экон. наук: 08.00.04 / А. И. Ковалев. - Одесса, 2007 - 377 с.

ДИНАМІКА СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ В УКРАЇНІ

Карпенко Світлана Петрівна

аспірантка Національного університету ДПС України

Споживчий попит є одним з тих показників, динаміка якого не просто характеризує тенденції розвитку економіки, але і дає можливість виявити та вчасно усунути багато диспропорцій. Динаміка сукупного попиту в Україні відображена у табл. 1.

**Динаміка складових сукупного попиту в Україні у 2006-2013 рр.,
індекси-дефлятори, % до попереднього року**

<i>Показники</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>
Кінцеві споживчі витрати, у т.ч.	112,1	116,2	124,1	115,4	111,1	109,6	103,9	102,1
<i>домашніх господарств</i>	<i>109,5</i>	<i>113,8</i>	<i>122,7</i>	<i>116,5</i>	<i>110,1</i>	<i>109,1</i>	<i>102,1</i>	<i>101,1</i>

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України

Як видно з таблиці 1, кінцеві споживчі витрати домашніх господарств стрімко зростали до 2008 р., у 2009 р. намітився спад у темпах зростання, що обумовлено зменшенням купівельної спроможності та згортанням експансивної політики банківської системи у сфері споживчого кредитування. Зростання споживчих витрат у 2006-2008 рр. обумовлене зростанням реальних доходів населення (зростання яких випереджало темпи зростання продуктивності праці), а також зростанням обсягів споживчого кредитування та його доступністю. Така зміна в розподілі доходів на користь населення у докризовий період спричинила подвійний ефект: по-перше, обумовила потужне збільшення сукупного попиту, по-друге, негативно позначилася на нагромадженні ресурсів для майбутнього економічного розвитку [2, с. 7]. В Україні склалася ситуація, коли зростання споживчих витрат домогосподарств значного позитивного впливу на економічне зростання не має. Це пояснюється розривом між попитом на товари та обсягами виробництва таких товарів. Оскільки виробничі потужності не здатні забезпечити ринок конкурентоспроможною продукцією, то відбувається поступове витіснення вітчизняного виробника з ринку.

Протягом 2009–2011 років зростання питомої ваги споживчих витрат відбувалося переважно за рахунок скорочення нагромадження капіталу. Так, кілька років поспіль у структурі ВВП відбувалось збільшення питомої ваги оплати праці найманих працівників. Це істотно зменшувало таку складову, як валовий прибуток та змішаний дохід, за рахунок якої суб'єкти господарювання здійснюють інвестиційні вкладення [3].

Динаміка показників споживчого попиту відображена у табл. 2.

**Показники формування споживчого попиту в Україні
у 2006-2013 рр., %**

<i>Показники</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>
<i>Споживчі сукупні витрати</i>	90,5	90,0	86,2	87,8	90,0	90,2	90,9	90,3
<i>продукти харчування та безалкогольні напої</i>	53,2	51,4	48,9	50,0	51,6	51,3	50,2	50,1
<i>непродовольчі товари та послуги</i>	34,7	36,0	35,1	34,6	35,1	35,5	37,2	36,7
<i>Неспоживчі сукупні витрати</i>	9,5	10,0	13,8	12,2	10,0	9,8	9,1	9,7
<i>Довідково: оплата житла, комунальних продуктів та послуг</i>	7,1	8,5	6,6	7,7	7,6	8,0	8,3	8,0

Джерело: офіційний веб-сайт Державної служби статистики України

Як видно з даних, представлених у табл. 2, в основі споживчого попиту витрати на придбання продуктів харчування та безалкогольних напоїв, їх частка протягом досліджуваного періоду переважає 50%. Виключення становить 2008 р., у якому відбулося зростання неспоживчих сукупних витрат. Детальний аналіз структури споживчих витрат засвідчив, що більшість складових мають стабільну тенденцію, за виключенням витрат на охорону здоров'я (вони збільшуються) та освіти (зменшуються). Така структура споживчого попиту свідчить про низький рівень доходів більшої частини населення, що є стримуючим чинником розвитку економіки. Формується замкнене коло, з однієї сторони, для стимулювання розвитку економіки необхідно стимулювати споживчий попит, а з іншої – такі стимулюючі заходи не дадуть позитивних результатів, доки населення не буде отримувати стабільно високі доходи, передусім у вигляді заробітної плати. Виходячи з цього, головні зусилля держави мають бути направлені на створення нових робочих місць із високим рівнем оплати праці. Для цього необхідно змінити співвідношення між державним споживанням та валовим нагромадженням (інвестиціями) на користь останніх. Таким чином, динаміка споживчого попиту в Україні характеризується такими деформаціями:

1. Домінуюча питома вага у структурі сукупного попиту з тенденцією до зростання.

2. Переважання у структурі споживчого попиту витрат на продукти харчування та безалкогольні напої.

3. Зростання частки витрат на оплату комунальних послуг, переважно за рахунок зростання тарифів.

4. Висока залежність задоволення споживчого попиту від імпорту.

Список використаних джерел:

1. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
2. Структурні перетворення в Україні: передумови модернізації економіки України / А.П. Павлюк, Д.С. Покришка, Я.В. Белінська – К.: НІСД, 2012 – 104 с.
3. Ремізова І.А. Аналіз структури сукупного попиту України та його основних детермінант / І. Ремізова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2076>

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ІННОВАЦІЙНОГО МЕТОДУ

Корнієцький Олександр Владиславович

декан Миколаївського факультету Морського та річкового транспорту,
Київської державної академії водного транспорту імені гетьмана Петра
Конашевича-Сагайдачного

В даний час в умовах глобалізації, інтеграції та інтернаціоналізації економіки інновації перетворюються на найважливіший фактор конкурентоспроможності країни. Незважаючи на тривалий шлях світового розвитку логістики як науки і як напрямку професійної діяльності, в Україні вона й досі асоціюється лише із управлінням матеріальними потоками. Однак, навіть на цьому рівні існують істотні проблеми. Невчасне виконання заказів у виробничих підрозділах, великі обсяги запасів матеріалів та готової продукції на складах, низький рівень автоматизації складських робіт, застарілість транспортних засобів та низький рівень організації перевезень, ігнорування сучасних розробок в сфері інформаційних технологій стосовно управління інформаційними потоками свідчать про те, що підприємства не в достатній мірі використовують існуючі розробки в сфері логістики.

Наявність таких невирішених проблем логістики є одним з факторів того, що значна частина підприємств в Україні є збитковими, а протягом останніх років частка таких підприємств не знижалася нижче третини. Саме тому питання розвитку логістики підприємств у всіх напрямках, включаючи організаційні, інформаційні, фінансові, потребує розробки, у тому числі на основі інноваційного підходу. Складність і недостатня розробленість ряду теоретичних і практичних питань – як то класифікація логістичних інновацій, методика оцінки ефективності логістики

підприємства, проблеми адекватного включення інформаційних потоків в логістичні системи – інноваційного розвитку логістики підприємства, об'єктивна необхідність їх комплексного аналізу визначили актуальність даного дослідження та вибір мети й завдань.

В умовах переходу економіки України до ринкових відносин значимість логістики постійно зростає. У сучасних умовах на перший план висувається пошук можливостей скорочення виробничих витрат і витрат обігу заради отримання прибутку. Логістика дозволяє пов'язати економічні інтереси виробника продукції і її споживача. Інновації у цій сфері ж підвищують ефективність використання логістичних ресурсів, що призводить до акумулювання конкурентних переваг. На розвиток логістичних систем великий вплив мають регіональні особливості відтворення. Унікальне поєднання соціально-економічних, природно-кліматичних факторів в кожному регіоні визначає співвідношення попиту і пропозиції на той чи інший вид продукту, цінову політику, особливості функціонування логістичних посередників. Крім того, кожен регіон має численні інтеграційні зв'язки з іншими регіонами не тільки своєї країни, але й за її межами, що підвищує значущість регіональних логістичних систем, що займаються обслуговуванням не тільки внутрішніх, але і міжрегіональних матеріальних потоків.

Виходячи з означених вимог, що пред'являються до інноваційних технологій в управлінні регіоном, розглянемо зарубіжний досвід формування регіональних логістичних систем.

До глобальних завдань інноваційного менеджменту логістичних систем належать такі як створення комплексних, інтегрованих систем матеріальних, інформаційних, а по можливості й інших супутніх потоків; стратегічне узгодження, планування і контроль за використанням логістичних потужностей сфер виробництва і обігу; досягнення високої системної гнучкості; постійне вдосконалення логістичної концепції в межах обраної стратегії в ринковому середовищі. До конкретних завдань інноваційного менеджменту можна віднести максимальне скорочення часу зберігання продукції; скорочення часу перевезень; раціональний розподіл транспортних засобів; швидку реакцію на вимоги споживачів; оперативну обробку і видачу інформації тощо [1].

Логістичні інновації, як напрямок логістичної діяльності, розглядають нововведення у всьому комплексі логістики, і в цьому зв'язку передбачають доповнення існуючого і розробку нового інструментарію (методів, критеріїв, показників) в області методичного забезпечення логістики, використовуваної в організації та управлінні матеріальним виробництвом і сферою послуг, а також удосконалення операцій і процедур, застосовуваних у логістичних бізнес-процесах.

Аналіз логістики підприємства – це процедура вироблення, обґрунтування і прийняття рішень у процесі дослідження та формування логістичних систем підприємств. Суть аналізу – перетворити логістичну проблему в серію завдань, що мають методи вирішення, знайти ефективні засоби управління складними логістичними об'єктами. Аналіз проводиться у декілька етапів, серед яких є аналіз логістичної проблеми, визначення логістичної системи, аналіз структури логістичної системи, формулювання глобальної мети і критерію оцінки ефективності функціонування логістичної системи, декомпозиція мети, виявлення ресурсів і процесів, композиція цілей, прогноз і аналіз майбутніх умов, оцінка цілей і засобів, відбір варіантів, аналіз існуючої логістичної системи, формування програми розвитку, розробка логістичної організації для досягнення цілей логістичної системи [2].

Досліджуючи логістику підприємства, слід констатувати увагу й на доцільності аутсорсингу управління логістичною системою підприємства як виду логістичної інновації. Після проведення аналізу ринку нами було виявлено, що, насамперед, логістичний аутсорсинг є доцільним до використання в компаніях, які хочуть розширитися, наприклад, вирости з регіонального рівня покриття до національного; великим компаніям, які розуміють, що можуть досягти максимальної ефективності тільки шляхом зниження собівартості продукції; вітчизняним виробникам, чия діяльність заснована на імпорті-експорті сировини, комплектуючих і кінцевої продукції [3]. Використання аутсорсингу завдяки своєму комплексному підходу до задоволення вимог клієнтів дозволяє надати підприємству систему послуг, необхідну для реалізації й контролю руху товарів по всьому логістичному ланцюгу з мінімізацією загальних витрат у логістичних ланках .

Ініціаторами та суб'єктами логістичної моделі можуть бути: уряд, органи місцевого самоврядування, суспільства підтримки економіки, торгово-промислові палати, департамент планування, транспортні компанії. Ініціатори створюють організацію з розвитку у формі компанії з обмеженою відповідальністю, яка відповідає за розробку: програми будівництва логістичного центру та необхідних документів; пошук інвестора і фінансових коштів; покупку і освоєння земельних ділянок; нагляд за будівництвом центру.

Створені логістичні центри управляються через наглядові органи, сформовані компаніями-учасниками проекту, такими як інвестори, що будували даний центр, компанія з розвитку, місто, муніципалітет, економічні союзи. Безпосереднє управління логістичним центром довіряється компанії з експлуатації, яка бере в оренду власність від компанії з розвитку.

Зарубіжний досвід підкреслює значимість органів усіх рівнів управління у формуванні та розвитку регіональних логістичних систем. Ініціатором будівництва елементів логістичних систем можуть виступати організації бізнесу виходячи зі своїх комерційних інтересів. Але коли в цей процес включається державний сектор, то крім економічних, до уваги беруться фактори макроекономічного, екологічного, урбаністичного характеру, що враховують стратегію регіонального розвитку, необхідність боротьби з безробіттям, згладжування наслідків неконтрольованого економічного розвитку окремих регіонів і міських агломерацій і т.п.

З метою покращання ситуації необхідно виявити перспективи створення регіональних логістичних центрів як одного з інноваційних напрямків зниження логістичних витрат підприємства. Інтеграція України в світовий логістичний простір неможлива без створення міжнародної логістичної інфраструктури, зокрема важливих її елементів – логістичних центрів. Це дозволить вийти на новий рівень забезпечення доступності, надійності і функціональності логістики для споживачів [4].

Список використаних джерел:

1. Рыкалина О. Классификация и методическое обеспечение логистических инноваций // Логистика. – 2011. – №2. – с. 70–73.
2. Зборовська О.М. Актуальність використання логістики у виробничо-господарській діяльності підприємств // Галицький економічний вісник. – 2012. – №3. – сс. 36-41.
3. Багіров Е.Г., Лисенко Д.Е., Бугас Д.Н. Особливості логістичного аутсорингу в Україні // Економіка на управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2011. – №4(16).
4. Мишко О. А. До питань розвитку логістичної інфраструктури в Україні // Науковий журнал «Логістика: теорія та практика» Луцького національного технічного Університету. – 2011. – №1.– с. 96–100.

СУЧАСНІ НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ В ПІДПРИЄМСТВАХ ГАЛУЗІ СВИНАРСТВА

Орел Володимир Миколайович

кандидат економічних наук, доцент кафедри «Менеджменту і логістики»,
Одеська національна академія харчових технологій, Україна

Поняття концепції організації управління в сільськогосподарських організаціях, в тому числі в галузі свинарства здійснюється формально, а його розвиток, як в методологічному плані, так і в практичному плані,

носить дегресивний характер. Тому в сучасних ринкових умовах виникає об'єктивна необхідність розробки теоретичних положень і практичних аспектів наукової організації управління і його інформаційної бази в сільськогосподарських економічних суб'єктах, у тому числі в свинарських організаціях. При цьому, організація управління та обліку передбачає: розуміння і використання основоположних принципів управління, припущень і правил обліку, дотримання всіх вимог, що пред'являються до нього в сучасних умовах; достатньо повне застосування наукових способів і методичних прийомів обліку для здійснення запропонованих функцій і рішень.

За останні роки постала проблема удосконалення механізму управління в інформаційних системах за допомогою автоматизації, що дає нам більш достовірну, точну, своєчасну інформацію про витрати на виробництво продукції як по підрозділах, то й в цілому по господарству. В умовах використання обчислювальних машин створені принципово нові механізовані й автоматизовані форми бухгалтерського обліку, при які обліково-обчислювальні роботи виконуються автоматично на обчислювальних машинах. Новий підхід до організації бухгалтерського обліку при комплексній його механізації в умовах використання ЕОМ виявив нові форми бухгалтерського обліку – автоматизовані. У умовах ручної обробки знижується якість інформації, зростають терміни її обробки, а також зростають витрати роботи, що призводить до збільшення управлінського персоналу. Також один із можливих шляхів підвищення ефективності – це інвестування коштів у реконструкцію свинарників.

При цьому організацію бухгалтерського обліку визначають як комплекс заходів щодо упорядкування облікової роботи: а) проведених керівником підприємства і сприяючих підвищенню ефективності праці рахункових працівників, б) здійснюваних бухгалтерським апаратом і спрямованих на забезпечення фінансового контролю за діяльністю персоналу [1]. Під раціональною організацією бухгалтерського обліку слід розуміти систему елементів і засобів найбільш оптимальної побудови облікового процесу з метою отримання достовірної, своєчасної та доречної для управління інформації про діяльність організації та здійснення контролю за ефективністю використання виробничих ресурсів[2, с. 19-20].

Форма ж управління, а також обліку в узагальненому вираженні, є спосіб організації та існування його змісту, тобто інформації та управлінських рішень. Поняття форма, як відомо, тісно пов'язано з поняттям способів, правил, що упорядковують і регулюють систему управління та управлінського обліку як практичні види діяльності управлінських працівників. Тому, в основу організації управління та обліку має бути покладений аналіз конкретних інформаційних потреб для

прийняття рішень. Ефективне використання інформації в управлінні зовнішніми користувачами за допомогою вирішення завдань і виконання призначення управлінського обліку здійснено тільки шляхом розвитку та належної організації його функцій, технології та механізмів.

Навіть ідеальна організація управління, його інформаційної системи сама по собі не зумовлює повністю успіху в менеджменті: важлива не тільки хороша організація управління, але і майстерність його застосування в конкретній організації. При цьому слід враховувати рівень професійної підготовки кадрів апарату управління, вміти підібрати і приймати на роботу висококваліфікованих фахівців. При організації управління та управлінського обліку важливе значення має правильне встановлення послідовності включення в процес менеджменту взаємопов'язаних етапів систем управління та управлінського обліку. Важливо, при цьому, спиратися на організаційні принципи управління, а також на норми законодавчих, нормативних, методичних та інструктивних матеріалів. Крім того, необхідно враховувати або встановити найбільш раціональне взаємовідношення всіх структурних і функціональних підрозділів з апаратом управління. Організація управління та його інформаційної бази обліку представляє собою комплексний багаторазовий процес квантифікації, що включає нерозривно взаємопов'язані етапи.

Процес практичного ведення бухгалтерського обліку, як і будь-який інший господарський процес, є об'єктом спостереження та управління економічного суб'єкта. Тому, для ефективного функціонування процесу організації управління в системі управління сільськогосподарської організації необхідно дотримуватися таких принципів: безперервність процесу; ритмічність виконання облікових робіт; паралельність виконання облікових робіт; пропорційність забезпечення інформацією; спеціалізація і кооперація при виконанні облікових робіт.

Безперервність процесу організації управління означає відображення фактів господарського життя в обліку в тимчасовій і просторовій їх визначеності та ієрархії. Безперервність у часі дає можливість комплексного пізнання об'єкта обліку за певний період діяльності організації. Безперервність процесу управлінського обліку забезпечується шляхом виконання облікових робіт відповідно до графіка документообігу та графіка розподілу обов'язків (робіт) між виконавцями облікових робіт по просторовій ієрархії.

Пряма точність інформаційної системи означає раціональну організацію потоків комунікації інформації в системі управління господарством, що не допускає дублювання облікових робіт виконавцями, а також не допускає дублювання даних управлінського обліку, багаторазового їх повторення в облікових регістрах.

Ритмічність виконання управлінських робіт забезпечується рівномірним і послідовним виконанням всіх облікових робіт шляхом дотримання методичних прийомів, правил управлінського обліку, його основної процедури і локальних процедур обробки первинних даних, їх угруповання, систематизації і трансформації в управлінську звітність.

Список використаних джерел:

1. Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку біологічних активів: наказ Міністерства фінансів України від 29.12.2006 року № 1315
2. Рибалко В. П. Розводимо свиней / Валентин Рибалко // Агробізнес сьогодні. — 2010.

СУЧАСНІ ПРОТИРІЧЧЯ КОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИН ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ В ЕКОНОМІЧНІЙ НАУЦІ

Шабанов Дмитро Ігорович

аспірант, Національна металургійна академія України

Одним з різновидів протиріч інтересів є корпоративні конфлікти. Поява цього поняття зумовлена широким використанням у сучасних умовах господарювання організацій корпоративного типу, насамперед, корпораціях. Корпоративні конфлікти як один із наймолодших напрямів у сучасних умовах господарювання не мають чітких меж і конкретно визначеної проблематики, не оперують сталою термінологією та недостатньо структуровані за змістом.

Протилежності і протиріччя перетворюються на конфлікт тоді, коли починають взаємодіяти сили, що є їх носіями. Таким чином, конфлікт – це прояв об'єктивних або суб'єктивних протиріч, що виражається в протиборстві сторін [1]. Безпосереднім мотивом виникнення конфлікту служить прагнення кожного учасника корпоративних відносин максимізувати власну вигоду. Виходячи з класичних уявлень про те, що в основі кожного конфлікту лежать протиріччя, можливо вважати, що корпоративні конфлікти породжені протиріччями, закладеними у самій суті корпорацій, у специфічних ознаках цих організацій.

Виникнення корпоративних протиріч безпосередньо пов'язане із зіткненням інтересів різних категорій учасників таких відносин:

- на етапі створення товариства — інтересів засновників;
- у процесі функціонування товариства — інтересів товариства, що діє в особі його органів чи уповноважених на ведення справ товариства учасників та інтересів останніх, інтересів окремих учасників та їх груп;

- на етапі припинення товариства шляхом ліквідації та реорганізації [2].

Міноритарні акціонери провідних українських компаній в певних ситуаціях виражають незгоду дивідендній політиці, що проводиться головним акціонером або менеджментом, реструктуризації бізнесу в цілому, планам виконання нової емісії акцій, продажу певних профільних або непрофільних активів, крупних операцій, асоціюючи такі дії із створенням загрози своєму інвестиційному бізнесу. А також легальні дії – PR-акції, надання позовів, подача скарг в компетентні державні органи, «тиск аналітикою» при цьому не обов'язково направлені на досягнення реальної мети, а скоріше за все, активний протест який демонструють акціонери проти фінансової політики, що проводиться товариством. На прикладі корпоративних протиріч можливо простежити наскільки далека від істини суто правова доктрина корпоративного конфлікту, згідно якої їх виняткова причина – недосконалість закону. В достатньо агресивному для їх власників етико-правовому середовищі виникали і існують всі українські акціонерні компанії, яке сформоване відторгненням професійно прийнятних норм поведінки, кризою судової системи, недосконалим корпоративним правом.

Одну з провідних ролей повинно відіграти запровадження в Україні ефективних механізмів попередження та розв'язання корпоративних протиріч, врегулювання на рівні закону відносин власності акціонерів, укладення та виконання акціонерних угод, відповідальності осіб, які контролюють підприємство. Визначення механізмів реалізації прав акціонерів є чіткою основою для формування ефективної системи їх захисту, що є важливим чинником розвитку суспільства в умовах національної економіки.

Список використаних джерел:

1. Жукова Л. М. Інституціоналізація господарчих конфліктів корпоративного сектору як чинник інноваційного розвитку держави / Л. М. Жукова // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Економічна серія. – 2011. – № 970. – С. 64-70.
2. Вінник О. М. До проблеми корпоративних конфліктів. Університетські наукові записки. – 2012. – №1 (41). – С. 407-415.

СТИМУЛИ У СИСТЕМІ МОТИВУВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Бодарецька Ольга Миколаївна

Національний університет «Львівська політехніка»

Сучасний економічний розвиток, посилення кризових явищ, загострення конкуренції тощо стають причинами того, що переважна більшість машинобудівних підприємств за цих умов не спроможні досягти позитивного економічного ефекту у короткостроковій перспективі. Відтак, вони повинні орієнтуватись на середньо- та довгострокову перспективу і за таких умов саме людська складова стає їхньої визначальною конкурентною перевагою.

Теоретичне обґрунтування понятійно-категоріального апарату сфери мотивування працівників, у т.ч. машинобудівних підприємств, є одним із основних завдань на шляху вироблення рекомендацій щодо вдосконалення мотивування персоналу у машинобудуванні. Насамперед, це стосується поняття стимулів.

Доцільно зауважити, що поняття «стимул» доволі ґрунтовно розглянуте у літературних джерелах. Про це свідчить у тому числі й огляд позицій теоретиків та практиків щодо його трактування (таб.).

Таблиця

Трактування поняття «стимул» у літературних джерелах

Літературні джерела	Стор.	Трактування поняття «стимул»
1	2	3
Академічний тлумачний словник української мови: в 11 т. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. – К.: Наукова думка, 1970-1980. – Т. 9.	с. 698	Те, що викликає зацікавленість у здійсненні чого-небудь; спонукальна причина до здійснення чогось
Булкіна Н.В. Сущность стимулирования трудовой деятельности и персонала / Н.В. Булкіна // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2012. – №7. – С. 151-154.	с. 152	Зовнішнє спонукання людини до дій
Ильин Е.П. Мотивы человека: теория и методы изучения: [учебн. пособие] / Е.П. Ильин. – К.: Выща школа, 1998. – 292 с.	с. 51	Спонукач мотиву
Колот А.М. Мотивация персонала: [підручник]. – К.: КНЕУ, 2002. – 337 с.	с. 18	Зовнішні спонукання, які мають цільову спрямованість
Осовська Г.В. Основи менеджменту. Практикум: [навч. посібн.] / Г.В. Осовська, І.В. Копитова. – К.: Кондор, 2005. – 581 с.		Стимулами можуть виступати матеріальні речі, дії інших людей, надії, сподівання тощо

Продовження таблиці

1	2	3
Процик І.С. Мотивування керівників в системі управління підприємством: дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / І.С. Процик. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка», 2007. – 205 с.	с. 26	Факт існування обставин або чинників впливу на особу, які аргументовано спонукають її до виконання певних дій
Психологія. Словарь / Подобщ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – М.: Политиздат, 1990. – 494 с.	с. 385	Спонування, ефект якого залежить від психіки людини, її поглядів, почуттів, настрою, інтересів
Сладкевич В.П. Мотивационный менеджмент: [курс лекцій]. – К.: МАУП, 2001. – 168 с.	с. 30	Зовнішні впливи, що сприяють підвищеній інтенсивності певних (визначених) мотивів в діях людини

Таким чином, узагальнюючи наведену у табл. інформацію, можемо стверджувати, що стимул здебільшого розглядається як щось зовнішнє щодо працівника. Хоча, як свідчить огляд й узагальнення літературних джерел, є група авторів, що розглядають стимул не тільки як зовнішнє спонування до дій, але і як внутрішнє спонування також [1, с. 151]. Наприклад, у роботі А.П. Єгоршина [2, с. 211] зазначено, що стимул – це, насамперед, «примус чи причина поведінки людини». Окрім того, під цим поняттям автор також розуміє «матеріальне і моральне заохочення та самореалізацію». Такий підхід можна вважати дискусійним, адже обґрунтовано, що внутрішнє спонування до дій називається мотивом. Слушною можна вважати думку Є. Ільїна [3, с. 173], який доводить, що «стимул спонукає дію чи вчинок не прямо, а опосередковано, через мотив». Разом з тим, можна зробити висновок про те, що те ж бажання самоствердитись (як умовний внутрішній стимул) є потребою працівника, а не стимулом. Відтак, поняття стимул слід трактувати як зовнішнє спонування людини до дій, що спрямоване на досягнення особистих цілей та цілей організації. Таке зовнішнє спонування може впливати на будь-яку ланку процесу мотивування, у т.ч. на формування потреб, інтересів, мотивів, вибір варіантів поведінки тощо.

На підприємствах машинобудування стимулами можуть бути усі доступні у розпорядженні керівництва матеріальні та нематеріальні інструменти, зокрема, заробітна плата, премії, участь у прибутках, нагороди, дошки пошани, пільги, кредити, соціальне страхування, кар'єрне зростання тощо. Як слушно зауважує А. Кабанов [4, с. 6], у класичних концепціях управління персоналом стимул більшою мірою відповідав поняттю «винагорода» і був пов'язаний насамперед з трудовими відносинами. Разом з тим, у межах існуючих сьогодні теорій

людських відносин і людського капіталу трактування сутності стимулу докорінно змінилося: він акцентує увагу вже не стільки на трудові відносини (як в межах класичного підходу), а, насамперед, на потреби, інтереси та цінності людини. Таким чином, в умовах розвиненої системи менеджменту стимул немовби персоніфікується залежно від індивідуальних та особистісних якостей кожного конкретного працівника підприємства машинобудування. Пріоритетність зміщується від нормування та організування праці до необхідності діагностики сприйняття персоналом пропонованих керуючою підсистемою стимулів з урахуванням їхньої можливості задовільнити ту чи іншу потребу. Відтак, стимули і процес стимулювання більшою мірою «спроєктувався» на мотиви працівника. Як наслідок, у межах сучасних підходів до управління персоналом все більше використовується поняття «мотивування» і меншою мірою – поняття «стимулювання». Як слушно зауважено у роботі [4, с. 6], стимули не будуть дієвими, якщо вони: не відповідають за своїм змістом очікуванням мотивів і потреб персоналу, є недостатніми та несвоєчасними.

Список використаних джерел:

1. Булкина Н. В. Сущность стимулирования трудовой деятельности персонала / Н. В. Булкина // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2012. – №7. – С. 151-154.
2. Егоршин А.П. Управление персоналом: [учебн. для вузов]. – 3-е изд. – Н. Новгород: НИМБ, 2001. – 720 с.
3. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы: [учебн. пособие] / Е.П. Ильин. – СПб: Изд-во «Питер», 2000. – 512 с.
4. Кабанов А. Мотивация и стимулирование персонала: взаимосвязь понятий / А. Кабанов // Кадровик. – 2008. – №6. – С. 4-6.

ЗАВДАННЯ CRM-СИСТЕМ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОГО ТА СПОЖИВЧОГО РИНКІВ

Гевко Володимир Леонідович

кандидат економічних наук, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Низький рівень уваги до питань налагодження тривалих взаємовідносин з клієнтами не дозволяє вітчизняним машинобудівним підприємствам гідно конкурувати із зарубіжними фірмами. Дослідження свідчать, що збільшення рівня утримання клієнтів на 5% збільшує прибуток на 8-10%, а близько 50% існуючих клієнтів є неприбутковими

через неефективну взаємодію з ними [1, с.8]. Таким чином, необхідними кроками для підвищення їх конкурентоспроможності, поряд з технічним переозброєнням, є зміна філософії діяльності в напрямі більшої орієнтації на клієнта загалом та впровадження CRM-технологій зокрема.

Підходи до управління взаємовідносинами машинобудівних підприємств із клієнтами на ринку кінцевих споживачів (фізичних осіб) і клієнтів-підприємств мають суттєві відмінності, що зумовлені особливостями цих ринків. Характерні риси ринку організацій, що відрізняють його від ринку споживачів, досить відомі: порівняно менша кількість покупців, більші обсяги закупівель, похідний характер попиту на промислові товари, складніша процедура прийняття рішення про закупівлю, яка переважно здійснюється на колегіальних засадах, більша вага раціональних мотивів придбання, ніж емоційних. Також у процесі прийняття рішення про купівлю, приймає участь ширше коло осіб (користувачі, особи, які приймають рішення та закупівельники). Ще однією суттєвою відмінністю поведінки споживачів-організацій є те, що вони одночасно перебувають під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів. Таким чином зовнішніми факторами, що впливають на організацію споживача є рівень економічного розвитку ринку, умови матеріально-технічного постачання, темпи науково-технічного прогресу, політичні події та нормативно-законодавча база, діяльність конкурентів та інші. Внутрішніми факторами, що визначають поведінку організації як клієнта, є її місія та цілі, організаційна структура, методи роботи, характер взаємовідносин між учасниками закупівельного центру, фінансовий та конкурентний статус підприємства тощо. Крім того, особи, відповідальні за прийняття рішення, у той же час, мають свої переконання, обіймають певні посади, належать до різних демографічних груп і є чутливими до впливу тих самих факторів, що і покупці на споживчому ринку, таких як мотивація, сприйняття, стиль життя, суспільний клас та інші.

Процес прийняття рішення про закупівлю товару клієнтом-організацією включає кілька етапів: усвідомлення потреби; формування характеристик товару; пошук потенційних постачальників; оцінка пропозицій постачальників; узгодження умов постачання; формування замовлення з переліком технічних характеристик, необхідної кількості, термінів постачання та умов оплати.

Усвідомлення потреби у машинобудівній продукції на ринку організацій може виникати внаслідок внутрішніх або зовнішніх стимулів. Внутрішніми стимулами можуть бути: необхідність заміни наявного обладнання, необхідність придбання комплектуючих для його ремонту, бажання покращити якість матеріальних компонентів або умови їх постачання, необхідність придбання нових технологій для випуску нового товару. Зовнішніми стимулами може бути інформація, отримана на

виставках, поштою, Інтернет або через засоби масової інформації.

Взаємодія машинобудівних компаній з корпоративними клієнтами, наприклад постачання обладнання, переважно являє собою тривалий проект, що вимагає комплексної роботи з клієнтом і проведення багатьох рутинних операцій щодо укладення угоди та виконання договірних зобов'язань. Інформаційна система управління взаємовідносинами з клієнтами дозволяє зберігати всю важливу інформацію щодо існуючих чи потенційних клієнтів, а також історію взаємин з ними. Таким чином, використовуючи ці дані, менеджер може визначити поточну потребу клієнта в обладнанні. Процес продажу автоматизується за допомогою прописаних в системі бізнес-процесів, які дозволяють якісно відпрацьовувати кожен потенційну угоду. CRM-система дозволяє автоматизувати рутинну роботу з документами: формування прайс-листів, специфікацій і комерційних пропозицій. Формування комплектів обладнання може також проводитися системою з урахуванням рентабельності, податків, витрат на митницю і т.д. Крім того, в системі може бути організована робота щодо опрацювання заявок на сервісне обслуговування, при цьому менеджери і клієнти зможуть контролювати хід виконання кожної заявки.

Оскільки існують суттєві відмінності між поведінкою кінцевих споживачів та клієнтів-організацій, то структура й наповнення системи інформаційного забезпечення взаємовідносин з клієнтами також повинна значною мірою відрізнятися. У таблиці 1 представлена порівняльна характеристика, особливостей взаємодії з клієнтами та завдань CRM-систем двох категорій машинобудівних підприємств: виробників товарів широкого вжитку та виробників промислового обладнання.

Так, компанія, зорієнтована на кінцевих споживачів, при формуванні своєї структури інформаційного забезпечення системи управління взаємовідносинами з клієнтами повинна зосередити увагу на забезпеченні ефективного зворотного зв'язку, формувати фокус-групи, досліджувати споживацькі переваги, розробляти інтенсивні маркетингові програми для роздрібною торгівлі. Вирішення зазначених завдань забезпечується такими інструментами як аналіз продажів і даних про різні групи споживачів, виділення цільової аудиторії, аналіз маркетингового впливу і асортименту конкурентів. Важливу роль для забезпечення ефективної роботи інформаційних систем на таких підприємствах відіграє також інтеграція CRM та ERP-систем з метою забезпечення зворотного зв'язку між ринком і виробництвом.

Компанії, орієнтовані на обслуговування підприємств та організацій при формуванні структури повинні передбачити налагодження взаємозв'язків з ключовими особами, які приймають рішення про купівлю та можливості врахування побажань організацій-клієнтів при визначенні

способів доставки, виробництві партій виробів чи комплектуючих тощо.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика завдань CRM-систем машинобудівних підприємств: виробників товарів широкого вжитку та виробників промислового обладнання

Група машинобудівних підприємств	Виробники товарів широкого вжитку	Виробники промислового обладнання
Характеристика підприємства та особливості взаємодії з покупцем	<ul style="list-style-type: none"> - Великий асортимент продукції; - значна кількість клієнтів; - напружена конкуренція в географічному регіоні; - висока оборотність активів; - незначна торгова націнка 	<ul style="list-style-type: none"> - Обмежений асортимент; - незначне коло клієнтів; - значні обсяги закупівель одного клієнта; - тривалий процес укладення угоди щодо купівлі-продажу; - необхідність сервісного обслуговування відповідно до договірних зобов'язань
Завдання та інструменти CRM-систем	<ul style="list-style-type: none"> - Залучення нових клієнтів та підвищення лояльності клієнтів за рахунок спрямованих маркетингових заходів; - оптимізація асортиментної політики та товарних запасів; - забезпечення зворотного зв'язку між ринком та виробництвом; - аналіз продажів, даних про різні групи споживачів та асортимент конкурентів; - автоматизація рутинних функцій підготовки документів у процесі укладення та виконання угод купівлі-продажу 	<ul style="list-style-type: none"> - Збереження інформації щодо наявних і потенційних клієнтів та історії взаємодії з ними; - супровід та автоматизація взаємодії з клієнтом в процесі укладення угоди; - планування та контроль на всіх етапах допродажної та післяпродажної взаємодії з клієнтом; - автоматизація рутинної роботи з документами; - опрацювання та контроль виконання заявок клієнтів на сервісне обслуговування

Примітка: складено автором за [2-4]

Задля забезпечення високого рівня обслуговування у структуру взаємодії компанії з клієнтом доводиться залучати не тільки контакт-центр, а й проектно-конструкторське бюро та відділ гарантійно-технічного обслуговування з метою погодження можливості внесення, наприклад, змін у конструкцію виробів чи обладнання, зміни умов налагодження та навчання, а також виробничий відділ – з метою узгодження термінів виконання замовлень тощо.

Вагомою перевагою CRM-систем є те, що вони дозволяють автоматизувати багато рутинних функцій менеджерів зі збуту, звільняючи час для безпосереднього спілкування з клієнтами та дистрибуторами. Будь-якому менеджеру виробничого підприємства, каталог продукції

якого складає сотні чи тисячі найменувань, доводиться витратити чимало часу на підготовку комерційних пропозицій, специфікацій, договорів та інших документів, пов'язаних з оформленням угод. Наявні в CRM-системах можливості дозволяють швидко формувати нові або при потребі коригувати збережені специфікації з попередніх угод.

Таким чином впровадження CRM-систем дозволяє підвищити якість обслуговування клієнтів за рахунок швидкого і більш якісного формування й виконання замовлень, кращого врахування потреб замовників, персоналізації ділових контактів тощо, що в кінцевому підсумку сприяє формуванню тривалих взаємовигідних взаємовідносин з клієнтами.

Список використаних джерел:

1. CRM глазами Дарвина: Эволюция клиент-ориентированных технологий // CRM консультант. – 2006. – №1. – С. 6-11.
2. CRM-решение для производственных компаний [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://parus.ua/ru/295>.
3. CRM-системы terrasoft [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.terrasoft.ru/industries/production>.
4. CRM-SAAS [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://saas.com.ua/Hosted_CRM.htm#application.

ФАКТОРИ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ВИНОРІБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Дрінь Олег Ярославович

здобувач кафедри стратегії підприємств,

ДВНЗ «Національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Виноробна промисловість України представлена підприємствами первинного (вирощування винограду і виробництво виноматеріалів) та вторинного (виробництво винопродукції) виноробства із загальною кількістю у понад 400 зареєстрованих підприємств-виробників. Продукція виноробних підприємств є високоеластичною, тому нестабільність і явища кризового характеру на макрорівні безпосередньо впливають на діяльність виноробної галузі.

Виявлення факторів, що визначають рівень нестабільності виноробної промисловості потребує системного підходу, що передбачає охоплення усіх сфер діяльності її підприємств. Об'єднання виноробних підприємств за галузевою ознакою дозволяє виокремити наступні рівні формування зазначених факторів:

- макрорівень, де загальнонаціональні фактори мають диференційований вплив на окремі галузі економіки;

- мезорівень, на якому діють специфічні фактори галузевого спрямування з їхнім різноспрямованим впливом на окремі підприємства чи виокремлені групи підприємств;

- мікрорівень, що обумовлює формування факторів під впливом корпоративних управлінських дій модального характеру.

При цьому слід зазначити, що між факторами різних рівнів функціонує складний механізм взаємодії, який обумовлює взаємозалежність показників розвитку національної економіки, її галузей і підприємств за безумовної підпорядкованості факторам вищого рівня. Але сукупність корпоративних управлінських дій модального характеру знаходять свою реалізацію у галузевих показниках діяльності, що є свідченням коригування факторів мезорівня.

Дія факторів макрорівня виявляється на основі аналізу динаміки відповідних показників. Здійснені розрахунки засвідчили високий рівень нестабільності переважної частини досліджених макропоказників, що дозволяє зробити певні висновки щодо можливих наслідків їхнього впливу на окремі галузі. Зазначений вплив має диференційований характер, тому галузева визначеність є неодмінною умовою отримання обґрунтованих узагальнень прикладного спрямування.

Результати здійсненого аналізу свідчать, що динаміка обсягу виробництва продукції виноробства і його структура постійно змінюються, але вони не мають хаотичного характеру. Чітко ідентифікуються дві тенденції – зростаюча, за 2005 – 2010 рр. і знижувана - за 2006 – 2013 рр.. Виключення складає лише коньяк, обсяг виробництва якого постійно зростає в абсолютному і відносному вимірах.

Відомо, що виробництво винопродукції є об'єктом активного державного регулювання. Але законодавчі ініціативи іноді мають не тільки регулюючий характер, обмежуючи чи стимулюючи виробництво тієї чи іншої продукції. Часто вони мають характер безальтернативної заборони. Так, передбачалось введення заборони на реалізацію в Україні вин, насичених вуглекислотою.

Потужним дестабілізуючим чинником виробництва вина та інших алкогольних виробів в Україні є постійні зміни рівня акцизного збору. І справа не тільки у перманентному їх підвищенні, а у непередбачуваному режимі зазначених змін. Так, акциз на вино виноградне зріс в 2013 році (зріс в межах 5 коп/л) з 0,10 грн/л. до 0,15 грн/л. Для кріпленого вина ставка при цьому збільшилась на 13%.

Виробничий сегмент виноробної галузі безпосередньо пов'язаний і, переважно, залежний від маркетингових умов середовища. Нестача сировинних ресурсів в Україні успішно заміщується імпортними виноматеріалами, а основним обмежувальним чинником виробництва виступає обсяг споживчого попиту.

Ринок вітчизняного вина перебував на стадії активного росту у досить тривалому періоді, який закінчився в 2011 році обвалом обсягу

реалізації на 33%. Аналізуючи попередню динаміку даного показника у порівнянні із завищеною ціною реалізації продукції, можна було це передбачити.

Фінансово-економічний сегмент середовища виноробної галузі перебуває під впливом усіх інших чинників, що визначають стан та динаміку досліджуваного ринку. Їхній інтегрований результат відображається рівнем рентабельності реалізації продукції виноробства. Динаміка рентабельності реалізації продукції досліджуваними підприємствами характеризується високим рівнем нестабільності. За 7 років спостереження (2007 – 2013 рр.) зміни рентабельності мали стохастичний характер: розмах варіації від 3,54% до – 4,98%; відсутність будь-яких ознак тенденції; збитковість реалізації впродовж двох років.

Динаміка складових організаційного сегменту середовища виноробних підприємств України характеризується не прогнозованістю частки діючих об'єктів за умов зростання концентрації діяльності, яка є передумовою зниження рівня інтенсивності конкуренції.

Здійснений аналіз дозволив визначити основні фактори розвитку середовища діяльності виноробних підприємств України (табл. 1).

Таблиця 1

Перелік макроекономічних і галузевих факторів розвитку виноробної промисловості України

Код фактору	Зміст фактору
	Макроекономічні фактори
1.	Непрогнозований розвиток валового внутрішнього продукту
2.	Зниження рівня доходів населення
3.	Зниження обсягу іноземних інвестицій
4.	Від'ємне сальдо торговельного балансу
5.	Стабілізація рівня безробіття
	Галузеві фактори
6.	Зменшення площі виноградних насаджень у продуктивному віці
7.	Зростання урожайності виноградників
8.	Нестабільність погодно-кліматичних умов (крім Закарпатської області)
9.	Диференційована урожайність за регіонами
10.	Диференційована рентабельність виробництва винограду на підприємствах різної форми власності
11.	Зменшення частки виноматеріалів, спрямованих на виробництво вина
12.	Суперечлива регуляторна діяльність держави у виноробній галузі (ліцензійна, акцизна і цінова політика)
13.	Неефективна цінова політика виробників, орієнтована на поточний результат
14.	Збільшення частки імпортного вина на ринку
15.	Нестабільне положення невеликих виноробних підприємств
16.	Інтенсивна ротація складу діючих підприємств
17.	Зростання рівня концентрації виробництва
18.	Стабілізація рівня інтенсивності конкуренції

Виокремлення факторів макроекономічного і галузевого рівня обумовлено не лише рівнем їхньої агрегації та, у багатьох випадках, причинно-наслідковим підпорядкуванням. Кінцевою метою дослідження характеру організаційного середовища є з'ясування рівня передбачуваності його змін і інтенсивності впливу на конкретне підприємство. Цей процес не може бути повністю алгоритмізованим, оскільки передбачає прийняття рішення в умовах невизначеності. Тому дослідник, оцінюючи рівень нестабільності середовища повинен мати альтернативи аналітичного вибору – брати до уваги галузеві чи макрочинники, або дотримуватись принципу комплексності. Кожне рішення має свої недоліки і переваги, але наявність зазначених варіантів створює передумови для реалізації компетенцій аналітика.

Зазначена варіативність вибору передбачає подальше визначення порівняльної значимості даних факторів за критеріями характеру і інтенсивності впливу на об'єкт вивчення. Це буде сприяти прийняттю корпоративних управлінських рішень, адекватних стану і динаміки зовнішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Гаркуша О. М. Проблеми розвитку виноградарсько-виноробного підкомплексу України / О.М. Гаркуша// Економіка АПК. – 2008. – №11. С. 3–5.
2. Дикаленко М. П'яньські витребеньки/ М. Дикаленко // Бизнес. – 2013. – №32 (1071). С. 47–50.
3. Ковпак К. Грозный год / К. Ковпак // Бизнес. – 2014. – №5 (1096). С.35–37.
4. Державний комітет статистики України. [Електронний ресурс] - Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua>

ПОКАЗНИКИ ОЦІНКИ КРЕАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Ситник Наталія Іванівна

кандидат біологічних наук, НТУУ «Київський політехнічний інститут»

Відправною точкою будь-якої інновації є ідея – нове знання, що призводить до появи нестандартних рішень певної проблеми, яка не вирішується відомими традиційними способами. Підприємства, що прагнуть досягти успіху на шляху інновацій, повинні навчитися управляти потоками творчої енергії своїх працівників шляхом підвищення ефективності процесу генерування, збору, оцінки, розроблення і подальшої комерціалізації ідей. Лише ті організації, яким вдасться

налагодити потужний і безперервний приплив нових ідей і їх реалізацію у вигляді інновацій, зможуть розраховувати на прихильність споживачів, високі темпи зростання і комерційний успіх.

Задача ефективного управління новими ідеями стає ключовою для нового напрямку в менеджменті – креативного менеджменту, який виокремився з інноваційного менеджменту через потребу більш ґрунтовного дослідження передпроектної стадії інноваційного циклу [1]. Один з важливих аспектів вирішення цієї задачі є визначення системи показників, що характеризують ефективність креативної діяльності організації. При цьому креативну діяльність визначають як діяльність, що має результатом генерування інноваційних ідей, які реалізуються в продуктах чи послугах нового призначення, нової цінності і нової якості, і відкривають нові продуктивні і ефективні напрями економічного розвитку.

В сучасній літературі вважається доцільним оцінювати успішність креативної діяльності організації за характеристиками створеного креативного продукту. Основними критеріями, за якими визначається цінність нової ідеї для організації є її оригінальність, корисність, здійснимість та відповідність духу часу (актуальність). Реалізація нової ідеї повинна певним чином впливати на бізнес-процеси чи інші аспекти діяльності підприємства.

Представляється, що креативна діяльність організації може бути оцінена за сукупністю прямих (кількісних) і опосередкованих (якісних) показників, що наведені на рис. [2].

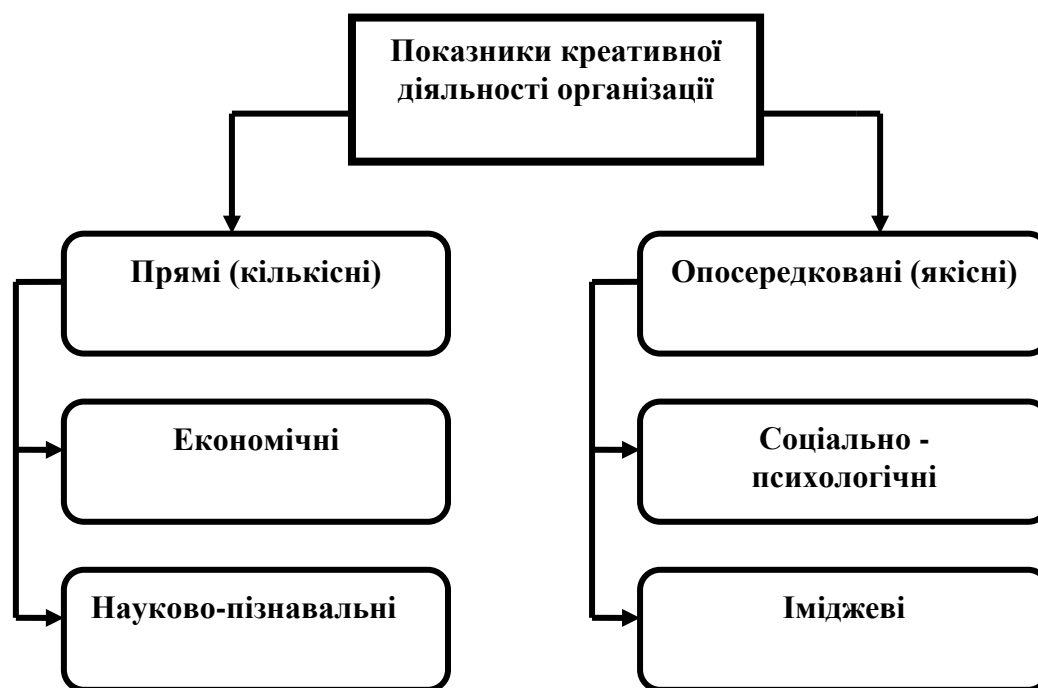


Рис. Структура показників креативної діяльності організації.

Серед прямих показників в залежності від галузі діяльності організації переважаючими є економічні або науково-пізнавальні. Для комерційних організацій провідними є показники економічної групи. Не отримуючи економічного результату від креативної діяльності, організації не можуть вважати її успішною. Для науково-дослідних організацій (університети, НДІ) більш адекватними є показники науково-пізнавального блоку.

Економічні показники креативної діяльності включають:

- кількість зареєстрованих винаходів, патентів, авторських свідоцтв;
- кількість (вартість) проданих ліцензій;
- кількість (вартість) поданих і прийнятих до реалізації, а також впроваджених раціоналізаторських пропозицій;
- принесений усіма учасниками творчого процесу чистий дохід (загальний і за структурними елементами, включаючи обсяги отриманого балансового і чистого прибутку);
- рівень перевищення існуючого стандарту якості для товарів аналогічного призначення;
- фактична ліквідність креативної продукції, яка характеризується ступенем збалансованості попиту та пропозиції на неї на відповідних товарних ринках.

Науково-пізнавальні показники креативної діяльності включають:

- число зареєстрованих відкриттів, винаходів, патентів, авторських свідоцтв;
- число опублікованих монографій, підручників, посібників та статей,
- число публікацій, переведених на іноземні мови і виданих за кордоном у профільних наукових журналах чи збірниках;
- число виступів з доповідями за досліджуваною тематикою на вітчизняних та міжнародних конференціях, симпозіумах, конгресах, семінарах, форумах, тощо;
- число виступів з лекціями чи презентаціями про результати науково-дослідної роботи в інших науково-дослідних організаціях України і за кордоном;
- число виступів з інформацією про творчі здобутки в засобах масової інформації, на форумах в Інтернеті, тощо;
- індекс цитованості публікацій у вітчизняних і міжнародних виданнях.

Креативна діяльність впливає на всі сторони життя організації, зокрема на її соціально-психологічний клімат. Соціально-психологічні ефекти креативної діяльності характеризуються такими показниками:

- формування і розвиток креативної організаційної культури.
- Креативно-інноваційна діяльність призводить до зміни організаційних

цінностей, серед яких провідними стають толерантність, довіра, прийняття викликів, постійний професійний розвиток, тощо;

–заохочення і підтримка позитивних зразків креативної поведінки, що стимулює колектив і призводить до «ефекту втягування» в креативну діяльність все більшого числа працівників;

–досвід роботи в проектних групах, який отримують працівники, вже сам по собі є розвиваючим. Він збагачує учасників новим баченням, розширює їх світогляд і компетенції;

–нові організаційні знання, які не були впроваджені у вигляді інновацій на даному етапі, однак не є зайвими чи непотрібними: накопичуючись, вони можуть бути використані в інших проектах, стати проміжною сходинкою до нових результативних ідей;

–спільний досвід креативно-інноваційної діяльності, що покращує міжфункціональні комунікації та згуртованість.

І, врешті, решт, креативна діяльність має результатом зміну іміджу організації в зовнішньому бізнес-середовищі. Вона починає сприйматися партнерами, клієнтами, конкурентами і власними працівниками як така, де інновації і креативність визнаються важливими цінностями. Це дозволяє їй «втягувати» в свій інформаційно-комунікативний простір талановитих фахівців ззовні, зміцнювати корисні професійні зв'язки, створювати нові можливості для краудсорсингу і найму на роботу професіоналів високого класу.

Останні дві групи показників впливають на економічну ефективність організації опосередковано, характеризуючи водночас результат прояву організаційної креативності і умови для підвищення її творчого та інтелектуального потенціалу.

Таким чином, в роботі пропонується класифікація показників, за якими може бути оцінена креативна діяльність організації. Прямі показники, до яких відносяться економічні та науково-пізнавальні показники, можуть використовуватися для кількісної характеристики ефектів креативної діяльності.

Опосередковані показники включають соціально-психологічні та іміджеві. Вони характеризують як вплив організаційної креативності на внутрішнє середовище організації та її сприйняття зовнішнім оточенням, так і умови для підвищення творчого та інтелектуального потенціалу організації.

Визначення комплексу показників оцінки креативної діяльності сприяє більш детальному дослідженню «творчої складової» в діяльності організацій, відкриває можливості для проведення бенчмаркінгу і моніторингу соціально-економічних ефектів креативної діяльності. Водночас, подальші дослідження необхідні для коректної диференціації показників креативної та інноваційної діяльності організацій.

Список використаних джерел:

1. Журавлев В. А. Креативное общество, креативная экономика и инновации / В. А. Журавлев // Сборник докладов по итогам международной научно-практической конференции, Москва, 29 мар. – 09 апр. 2010 г. / Под общей редакцией проф. Мельникова О.Н. – М.: «Креативная экономика», 2010. – С. 11–15.
2. Довгань Л. Є., Ситник Н. І. Креативний менеджмент: навч. посібник / Л. Є. Довгань, Н. І. Ситник. – К.: ВД «Вінниченко», 2014. – 248 с.

ВИВЧЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ТА АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА У ПЛАНУВАННІ ПРОЕКТІВ

Сорочак Олег Зіновійович

кандидат технічних наук, Національний університет «Львівська політехніка»

Сорочак Марія Олегівна

студентка, Національний університет «Львівська політехніка»

Проектний підхід до реалізації операційної діяльності підприємств набуває все більш широкого застосування у динамічних ринкових реаліях сьогодення. Безперечно, що проекти, не забезпечені точним аналізом зовнішнього і внутрішнього їх середовища, приречені на поразку. Для розробки плану проекту надзвичайно важливими є маркетингові дослідження, що являють собою систематизовану та проаналізовану інформацію щодо ринку і ринкового середовища [1].

Першим етапом комплексного маркетингового дослідження ринку є вивчення та прогнозування його кон'юнктури – економічної ситуації, що склалася на ринку відносно попиту, пропозиції, рівня цін, товарних запасів, становища основних підприємств-конкурентів тощо. Слід зазначити, що кон'юнктурні дослідження – це безперервний збір, аналіз та обробка інформації про стан економіки, товарного ринку, аналіз і виявлення особливостей та тенденцій їхнього розвитку, прогнозування основних параметрів і розробка можливих альтернатив для прийняття рішень. Фактори, які впливають на кон'юнктуру ринку можуть бути постійно діючими – НТП, рівень монополізації, державне і міждержавне регулювання, стан інформаційних систем, валютна та кредитно-грошова система, енергетичні та екологічні системи; та тимчасовими – сезонність, політичні та соціальні конфлікти, стихійні лиха. Кожен з цих факторів не є підконтрольним підприємству, що реалізує проект, але опосередковано може суттєво вплинути на його результати.

Найхарактернішими видами товарної кон'юнктури вважають зростаючу, високу, спадаючу та низьку кон'юнктури. При зростаючій кон'юнктурі, що формується в умовах товарного дефіциту, зростають ціни та збільшується кількість укладених договорів. Для високої кон'юнктури – характерні відносна стійкість високих цін і найбільша активність споживачів та постачальників. Спадаюча кон'юнктура зумовлена тим, що пропозиція перевищує попит, тобто спостерігається зниження ринкових цін та скорочується кількість укладених договорів. Низькій кон'юнктурі притаманні стабільно низькі ціни та пасивність суб'єктів ринку.

Вивчення та прогнозування ринкової кон'юнктури при плануванні проектів здійснюється у наступній послідовності [2]:

- загальне оцінювання особливостей цільового ринку проекту;
- вивчення динаміки виробництва продукту проекту, аналіз використання наявних виробничих потужностей підприємств-конкурентів;
- аналіз динаміки попиту і пропозиції;
- аналіз продукту проекту (товару/послуги) та особливостей його збуту;
- аналіз динаміки цін на продукт та факторів, які впливають на їх зміну;
- визначення головних конкурентів, аналіз їх слабких і сильних сторін;
- аналіз експортно-імпортних відносин на ринку.

При дослідженні попиту на ринку продукту проекту слід оцінити такі розрахункові показники як місткість, частка та насиченість ринку. При цьому важливо виокремити місткість потенційного, реального, цільового та зайнятого ринку.

Плануючи реалізацію проекту важливо також здійснити аналіз маркетингових можливостей підприємства, тобто привабливих напрямів маркетингової діяльності, що дозволять досягнути суттєвих конкурентних переваг. Для аналізу маркетингових можливостей і прогнозування місця на ринку підприємства доцільно скористатися матрицею можливостей щодо товарів та ринків (рис. 1).

Ринки Товари	Існуючі	Нові
Існуючі	1. Глибше проникнення на ринок	2. Розширення меж ринку
Нові	3. Розроблення товарів	4. Диверсифікація

Рис. 1. Матриця можливостей щодо товарів та ринків [3].

Дана матриця передбачає чотири можливі стратегічні альтернативи, щодо планування проектів. По-перше, підприємство може побачити свої можливості в напрямі глибшого проникнення на існуючий ринок зі своїм існуючим продуктом за допомогою інтенсифікації руху товарів, їх активного просування, зниження цін, що означатиме відмову від реалізації проекту з випуску нового продукту. По-друге, воно може для існуючого товару шукати нові географічні ринки чи виявляти нові сфери застосування цього товару, тобто реалізувати проект з модернізації існуючого продукту. По-третє, підприємство може реалізувати проект розробки нових чи модифікації існуючих продуктів для освоєних ринків, скориставшись визнанням своїх відомих товарних марок споживачами. По-четверте, у підприємства можуть виявитися можливості для диверсифікації діяльності за рахунок пропозиції нових продуктів на нових ринках. Тобто воно може реалізувати проекти відкриття виробництв нових продуктів, що не пов'язані з його нинішніми асортиментом та ринками.

Яка з цих стратегічних альтернатив виявиться привабливішою, покажуть попередні оцінки економічної ефективності проектів, які проводяться на етапі обґрунтування їх життєздатності.

Отже, вивчення кон'юнктури ринку та аналіз маркетингових можливостей підприємства є важливою складовою доінвестиційної фази будь-якого бізнес-проекту, оскільки дозволяє оцінити і врахувати ймовірні ризики зовнішнього середовища, а також частково внутрішні фактори проекту, що планується.

Список використаних джерел:

1. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://library.if.ua/book/134/9091.html> – Аналіз ринкового середовища продукції проекту.
2. Мороз Л.А. Маркетинг: Підручник / Л.А.Мороз, Н.І.Чухрай. За редакцією Л.А.Мороз. – 3-е вид. – Львів: Бухгалтерський центр «Ажур», 2010. – 232 с.
3. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://vns.lp.edu.ua/mod/page/view.php?id=99623> – Маркетингове управління бізнес-проектами.

ОБЛІК ЄДИНОГО ПОДАТКУ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ У 2015 РОЦІ

Дуганець Наталія Вікторівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту Подільського державного аграрно-технічного університету

Кондрюк Леся Василівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту Подільського державного аграрно-технічного університету

Корибко Вікторія Олександрівна

студентка магістратури Подільського державного аграрно-технічного університету

Нормативно-правове регулювання податків та платежів в Україні має визначальний вплив на систему обліку розрахунків за податками та платежами. Ситуація ускладнюється частими змінами баз та строків нарахування податків та платежів, форм та порядку оформлення звітності тощо. Не виключенням став і поточний 2015 рік.

У кінці 2014 року на сайті Міністерства доходів та зборів України було оприлюднено проект Закону України "Про внесення змін до Податкового кодексу України (далі – ПК) щодо удосконалення адміністрування фіксованого сільськогосподарського податку". Законопроектом передбачалось внести зміни до Податкового кодексу України, а саме пропонувалось розмежувати порядок оподаткування фіксованим сільськогосподарським податком (встановити окремо об'єкт та базу оподаткування) для підприємств, які займаються рослинництвом, птахівництвом та тваринництвом, та встановити для підприємств, які займаються птахівництвом та тваринництвом, окрему ставку оподаткування ФСП – у відсотках від суми валового доходу.

Провівши аналіз співставлення розмірів об'єкту оподаткування ФСП з даними сум доходу, отриманого від реалізації сільськогосподарської продукції власного виробництва авторами змін було встановлено, що деякі платники при значних сумах доходу мають незначні площі сільськогосподарських угідь. При цьому ФСП сплачується у незначних розмірах. Основним видом діяльності цих підприємств є тваринництво (птахівництво). Таким чином, зазначені підприємства мають мізерне податкове навантаження при значних обсягах доходів, отриманих від реалізації продукції тваринництва, що надає їм найбільш вигідні умови

для господарювання у порівнянні з сільгоспвиробниками, основним видом діяльності яких є рослинництво. Для підприємств, які займаються рослинництвом та рибництвом, ставки податку та база оподаткування мали б не змінюватись. Однак, зміни були прийняті зовсім у іншому напрямку.

У Податковому кодексі прийняті зміни у відповідності до прийнятого 28 грудня 2014 року Закону України № 71-VIII "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України (щодо податкової реформи)" [1]. Так, з 1.01.2015 року у Податковому кодексі відбулось скорочення податків з 22-ох до 9-ти. Однак, при аналізі нами було встановлено, що частина з них не була відмінена, а внесена як підвид іншого податку, що не зменшує податкового навантаження. Так, у переліку знаходимо податок на майно, який у тексті Податкового кодексу складається з податку на нерухоме майно, транспортного податку та плати за землю і кожен має свою форму, строки та порядок подання звітності.

Вилучено з Податкового кодексу фіксований сільськогосподарський податок, однак, сільськогосподарські товаровиробники будуть сплачувати його за майже такими ж умовами відносячись до 4 групи платників Єдиного податку. При цьому, "новий податок" звільняє від сплати податку на прибуток та цілого ряду інших (крім плати за землю). Згідно з підпунктом 293.2 Податкового кодексу України внесенні зміни щодо платників та ставок єдиного податку:

- до ФОП 1 групи єдиного податку відносяться ті, що здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках та/або провадять господарську діяльність з надання побутових послуг населенню; працюють без найманих осіб; річний обсяг доходу у яких не повинен перевищувати 300 000 грн.. Ставка єдиного податку складає від 1 до 10 % розміру мінімальної зарплати, тобто від 12,18 до 121,80 гривень.

- до ФОП 2 групи єдиного податку відносяться ті, що здійснюють господарську діяльність з надання послуг (у т.ч. числі побутових) платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства; кількість найманих працівників - не більше 10 осіб; річний обсяг доходу не повинен перевищувати 1 500 000 грн. Ставка податку складає 2% - 20% від мінімальної зарплати у розрахунку на календарний місяць, тобто максимальна сума до 01.12.2015 – 243,20 грн.

- до ФОП та ЮО 3 групи єдиного податку відносяться ті, що здійснюють будь-які види діяльності, крім тих, які заборонені платникам єдиного податку, з необмеженою кількістю найманих працівників та обсягом доходу до 20 000 000 грн. Вони сплачують єдиний податок в розмірі 2% від доходу для платників ПДВ або 4% від доходу для неплатників ПДВ.

- до 4 групи відносяться сільськогосподарські виробники, у яких частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній рік дорівнює або перевищує 75 % [5].

Об'єктом оподаткування для платників єдиного податку четвертої групи є площа сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень) та/або земель водного фонду, що перебуває у власності сільськогосподарського товаровиробника або надана йому у користування, у тому числі на умовах оренди. Права власності/користування земельними ділянками повинні бути оформлені та зареєстровані відповідно до законодавства.

Ставки податку з одного гектара сільськогосподарських угідь та/або земель водного фонду залежить від категорії (типу) земель, їх розташування та становить (у відсотках бази оподаткування):

- для ріллі, сіножатей і пасовищ - 0,45;
- для багаторічних насаджень - 0,27;
- для земель водного фонду - 1,35 [5].

Згідно пп. 295.9.2. Податкового кодексу сплачують податок щоквартально протягом 30 календарних днів. За пп. 292-1.3. підставою для нарахування єдиного податку платникам четвертої групи є дані державного земельного кадастру та/або дані з державного реєстру речових прав на нерухоме майно [1].

Згідно пп. 295.9. Податкового кодексу платники єдиного податку четвертої групи: самостійно обчислюють суму податку щороку станом на 1 січня і не пізніше 20 лютого поточного року подають відповідному контролюючому органу за місцезнаходженням платника податку та місцем розташування земельної ділянки податкову декларацію на поточний рік за формою, встановленою у порядку, передбаченому статтею 46 цього Кодексу [1].

Однак, станом на 12.02.2015р. (а це за 8 днів до останнього терміну подання) форми Декларації не запропоновано.

Отож, для бухгалтерів досліджуваного нами та інших сільськогосподарських підприємств залишається відкритим питання відсутності затвердженої форми звітності по «новому» податку. Діюча на сьогодні (12.02.2015р.) частина форми для платників 4 групи Податкової декларації платника єдиного податку (затверджена Наказом Міністерства фінансів України "Про затвердження форм податкових декларацій платника єдиного податку" 21.12.2011 № 1688 [3]) зовсім не відповідає ні об'єкту оподаткування, ані іншим особливостям розкриття інформації про умови його справляння у платників податку.

Доцільно надалі використовувати затверджену форму прийняту Наказом Міністерства доходів і зборів України "Про затвердження форми Податкової декларації з фіксованого сільськогосподарського податку" від 30.12.2013 № 865 (який станом на сьогодні - 12.02.2015р. залишається чинним) [4]. Разом із тим, доцільним було б змінити назву наступного

змісту: ”Декларація по єдиному податку 4 групи сільськогосподарських товаровиробників”.

Органи Міністерства доходів і зборів України змушені використовувати ”стару” Декларацію по фіксованому сільськогосподарському податку, адже сільськогосподарські товаровиробники не можуть позбутись права на оформлення спеціального режиму оподаткування.

Для сільськогосподарських товаровиробників за умови відміни, чи правильніше сказати перейменування фіксованого сільськогосподарського податку, залишається на часі актуальним порядок переоформлення на новий спеціальний режим оподаткування.

Згідно пп. 298.8.1. Податкового кодексу сільськогосподарські товаровиробники для переходу на спрощену систему оподаткування або щорічного підтвердження статусу платника єдиного податку подають до 20 лютого поточного року:

- загальну податкову декларацію з податку на поточний рік щодо всієї площі земельних ділянок, з яких справляється податок (сільськогосподарських угідь та/або земель водного фонду), – контролюючому органу за своїм місцезнаходженням (місцем перебування на податковому обліку);

- звітну податкову декларацію з податку на поточний рік окремо щодо кожної земельної ділянки – контролюючому органу за місцем розташування такої земельної ділянки;

- розрахунок частки сільськогосподарського товаровиробництва – контролюючим органам за своїм місцезнаходженням та/або за місцем розташування земельних ділянок за формою, затвердженою центральним органом виконавчої влади та за погодженням із органом виконавчої влади;

- відомості (довідку) про наявність земельних ділянок - т контролюючим органам за своїм місцезнаходженням та/або за місцем розташування земельних ділянок. У відомостях (довідці) про наявність земельних ділянок зазначаються дані про кожний документ, що встановлює право власності та/або користування земельними ділянками, у тому числі про кожний договір оренди земельної частки (паю).

Контролюючий орган здійснює реєстрацію суб’єкта господарювання як платника єдиного податку і протягом двох робочих днів з дати отримання заяви повідомляє про обрання спрощеної системи оподаткування.

За пп. 299.11 у разі виявлення відповідним контролюючим органом під час перевірок платника єдиного податку четвертої групи невідповідності вимогам Податкового Кодексу у податковому (звітному) році або у попередніх періодах, такому платнику за такі періоди нараховуються податки та збори, від сплати яких він звільнявся як платник єдиного податку четвертої групи, та штрафні (фінансові) санкції (штрафи), передбачені главою 11 розділу II Податкового Кодексу. Такий

платник податку зобов'язаний перейти до сплати податків за загальною системою оподаткування, починаючи з наступного місяця після місяця, у якому встановлено таке порушення [1].

Таким чином, вважаємо що на часі необхідне прийняття Декларації по спеціальному режиму оподаткування 4 групи сільськогосподарських товаровиробників з метою розрахунку податкових платежів бухгалтерами платників податку. За основу можна взяти "стару" форму Декларації по фіксованому сільськогосподарському податку, але оновленою назвою.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/page37>;
2. Закон України "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України (щодо податкової реформи) № 71-VIII від 28.12.2014р. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/71-19/paran1664#n1664>;
3. Наказ Міністерства фінансів України "Про затвердження форм податкових декларацій платника єдиного податку" 21.12.2011 № 1688 [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z1533-11#n26>;
4. Наказ Міністерства фінансів України "Про затвердження форми Податкової декларації з фіксованого сільськогосподарського податку" від 30.12.2013 № 865 [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0133-14>;
5. Які податки платитимемо в 2015-му році [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://rokosvita.org.ua/yaki-podatky-platytymemo-v-2015-mu-roci.html>.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РЕАЛІЗАЦІЇ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ ДЛЯ РОЗРАХУНКУ ПДВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ

Дуганець Наталія Вікторівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту
Подільського державного аграрно-технічного університету

Шевчук Микола Михайлович

студент, Подільський державний аграрно-технічний університет

Необоротні активи виступають важливою складовою системи обліку в у сіх суб'єктів діяльності. У 2011 році майже узгоджено нормативне регулювання нарахування амортизації необоротних активів у Податковому кодексі із національними стандартами для формування фінансової звітності. Питання обліку необоротних активів набуває

особливої актуальності у контексті проведення господарських операцій із ними під впливом військових дій на Сході України. Як і раніше, платники податків намагаються зменшити базу оподаткування, а фіскальні органи максимізувати податкові надходження для формування дохідної частини бюджету.

У зв'язку із радикальними змінами у суспільно-політичному житті та воєнними діями на Сході України у 2015 році значно погіршилися показники економічної ефективності більшості суб'єктів господарювання. Згортання виробництва з іноземним капіталом, закриття на Сході країни великих промислових підприємств супроводжується намаганням повернути хоча б частину коштів за рахунок реалізації найбільш ліквідних активів. При цьому ціна продажу необоротних активів в умовах надмірної їх пропозиції є меншою балансової вартості чи ціни придбання. Відповідно зменшення ціни продажу обумовлює меншу суму нарахованого зобов'язання з ПДВ.

Держава почала недоотримувати значні суми податкових надходжень, у тому числі з ПДВ, і від продажу необоротних активів, тому з 1 січня 2015 року внесені зміни до Податкового кодексу Законом України "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України (щодо податкової реформи)" прийнятого 28 грудня 2014 року № 71-VIII [1,2]. Згідно із цим Законом пункт 188.1 статті 188 Податкового кодексу доповнено новим абзацом наступного змісту "база оподаткування операцій з постачання товарів/послуг не може бути нижче ціни придбання таких товарів/послуг, база оподаткування операцій з постачання самостійно виготовлених товарів/послуг не може бути нижче їх собівартості, а база оподаткування операцій з постачання необоротних активів не може бути нижче балансової (залишкової) вартості за даними бухгалтерського обліку, що склалася станом на початок звітного (податкового) періоду, протягом якого здійснюються такі операції (у разі відсутності обліку необоротних активів - виходячи із звичайної ціни)" [1,2].

Звідси випливає:" якщо продавати товар (послугу, необоротний актив) за ціною нижче ціни покупки, то базу ПДВ доведеться «докрутити» до ціни такої покупки. І відразу ж запам'ятати ряд тез - вони стануть в нагоді:

1) «докручувати» базу ПДВ доведеться тільки за тими операціями, дата виникнення ПДВ-зобов'язань (дата першої події, а для «касовиків» - дата отримання оплати) за якими настане 1 січня 2015 і пізніше;

2) причини, з яких ви будете продавати товар нижче ціни покупки (зокрема, в рамках рекламних акцій, благодійності і т.п.), ролі не грають;

3) фактичної ціни продажу дане правило не стосується. Іншими словами, ви можете встановити її і на рівні нижче ціни покупки. Головне, щоб ПДВ ви розрахували виходячи з «мінімальної планки»;

4) дане правило поширюється на всіх платників ПДВ – тобто як на підприємства, так і на підприємців;

5) «докручувати» базу ПДВ доведеться навіть у тому випадку, якщо ви цей товар купили у неплатника ПДВ.

Випадають з цього правила поставки всього лише двох об'єктів: товарів / послуг, ціни на які підлягають державному регулюванню, а також газу для потреб населення. У цьому випадку орієнтуватися потрібно, в загальному випадку, лише на договірну ціну” [5].

Наприклад якщо придбано товар за 2400 грн. (у тому числі ПДВ - 400 грн.), а продаєте за 1200 грн. (у тому числі ПДВ - 200 грн.), то на виконання вимоги п. 188.1 ПКУ доведеться додатково нарахувати ПДВ в сумі 200 грн.

Відповідно у системі обліку розрахунків за податками та платежами підприємству необхідно звернути увагу на достовірність показників так званої «нижньої межі ПДВ». І як нами вже було відмічено, для необоротних активів ціна продажу для розрахунку ПДВ має бути не нижче їх балансової залишкової вартості. При цьому залишкова вартість має бути розрахована на початок звітного періоду, адже взявши до уваги вартість за пізніший період буде фактично зменшено базу оподаткування ПДВ.

Для сільськогосподарських товаровиробників порушення достовірності відображення сум нарахування амортизації в системі обліку не супроводжувалось штрафними санкціями, адже більша частина таких підприємств знаходиться на спеціальному режимі оподаткування. До 1 січня 2015 року це був фіксований сільськогосподарський податок, а тепер його перейменовано на 4 групу платників єдиного податку.

Необхідно врахувати у практичній діяльності, що окрім права на повернення сум ПДВ сільськогосподарські товаровиробники (у яких частка доходів від продажу сільськогосподарської продукції перевищує 75% від загального доходу) мають також застосовувати ”мінімальну межу” для нарахування ПДВ при продажі як готової продукції, товарів, так і необоротних активів. А тому і посилити вимоги до порядку розрахунку нарахування амортизації та визначення залишкової вартості необоротних активів, сума на початок звітного року і є тією самою ”нижньою межею”.

При цьому бухгалтерові необхідно слідкувати за частими змінами у порядку заповненні Податкової накладної. Так, станом на 20.02.2015р. дані з обліку будуть внесені в форму Податкової накладної в редакції Наказу Міністерства фінансів № 1129 від 14.11.2014р.; із змінами, внесеними згідно з Наказом Міністерства фінансів № 13 від 23.01.2015р [3,4].

При цьому необхідно врахувати, що незважаючи на відшкодування ПДВ сільськогосподарський товаровиробник має, як і інші підприємства, перейти з 1 січня 2015 року на Електронне адміністрування ПДВ. І не

пізніше, ніж за 15 днів після виписування податкових накладних, потрібно внести дані до Електронного реєстру податкових накладних. Суми ПДВ мають бути внесені на рахунки Системи електронного адміністрування, а надалі, перераховані на спеціальні рахунки сільськогосподарських товаровиробників та використані за цільовим призначенням.

Отож, бухгалтерській службі сільськогосподарського товаровиробника рекомендовано посилити достовірність розрахунку залишкової вартості після нарахування амортизації необоротних активів, оскільки останні виступають нижньою межею для розрахунку бази нарахування ПДВ від їх продажу.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/page37>;
2. Закон України "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України (щодо податкової реформи) № 71-VIII від 28.12.2014р. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/71-19/paran1664#n1664>;
3. Наказ Міністерства фінансів України "Про затвердження форми податкової накладної та Порядку заповнення податкової накладної" № 1129 від 14.11.2014р. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1235-14/paran21#n17>
4. Наказ Міністерства фінансів України "Зміни до Порядку заповнення податкової накладної" № 13 від 23.01.2015р. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0104-15/paran5#n5>
5. База НДС с поправкой на «минимальную планку» с 1 января 2015 года [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.ifrs.org.ua/baza-nds-s-popravkoj-na-minimalnuyu-planku-s-1-yanvary-a-2015-goda/>

ПОДАТОК НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ ЯК ГОЛОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ НАПОВНЕННЯ БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ ТА КРАЇН ЄС

Кіяшко Катерина Іванівна

студентка Запорізького національного університету

Науковий керівник: **Проскуріна Н.М.**, д.е.н., професор кафедри обліку та аудиту, Запорізький національний університет

Додана вартість є новою вартістю, що створює підприємство в процесі виробництва продукції. Якщо об'єднати усю додану вартість підприємств відповідної галузі економіки чи підкомплексу, то цей показник буде відображати новостворену вартість по цій галузі чи підкомплексу. В цілому ж по країні валова додана вартість – це валовий

внутрішній продукт, а чиста додана вартість (валова додана вартість без урахування амортизації) – національний дохід [3].

Показник доданої вартості є одним із основних показників ефективності виробництва підприємства, галузі, підкомплексу тощо. Тому і оподаткування доданої вартості повинно відповідати важливості цього показника.

При переході України до ринкової економіки гостро постало питання про зміну структури державного бюджету, а саме його доходної частини. Перевагу тут здобувають податкові платежі, які стають основою наповнення Державного бюджету. Податок на додану вартість (ПДВ) в Україні вперше було запроваджено в 1992 році на заміну податку з обороту, який існував ще за радянських часів. На ПДВ були покладені функції забезпечення доходної частини бюджету, впливу на економіку країни та вирішення соціальних питань.

Більшість країн Європи використовують ПДВ як головний інструмент для наповнення бюджету, і з часом постало питання про введення цього податку для всіх країн, які бажають вступити до ЄС. Існує ряд директив ЄС до яких повинна наблизитися кожна країна-майбутній член ЄС, зокрема, вони стосуються непрямих податків, а отже і ПДВ. Загалом ПДВ діє в 137 країнах світу. Кожна держава встановлює свої ставки, які коливаються від 15% до 25%. При порівнянні надходжень від ПДВ, його ставок в Україні та країнах ЄС, ми дійшли висновку, що ефективність ПДВ в Україні є досить високою. Так, питома вага ПДВ у ВВП в Україні становить близько 10%, тоді як у країнах ЄС близько 7%. Стандартні ставки ПДВ, його питома вага в податкових надходженнях і у валовому продукті деяких країн Європи наведена в таблиці 1.

Таблиця 1

Рівень податку на додану вартість і його частка в податкових доходах та у валовому внутрішньому продукті*

Країна	Рік введення ВВП	Питома вага в податкових доходах, %	Питома вага у ВВП, %	Стандартна ставка ВВП, %
Німеччина	1968	16,9	6,3	15
Франція	1968	19,9	9	20,6
Люксембург	1970	13	5,4	15
Великобританія	1973	14,7	5,7	17,3
Україна	1992	39,7	10,8	20;0

* складено автором за джерелом [1, с. 117]

Сьогодні в Україні ПДВ відіграє велику роль в наповненні бюджету країни, адже його частка в податкових надходженнях за роки його справляння є досить високою і коливається в межах 30%.

До 2008 року в Україні спостерігалася тенденція збільшення податкових надходжень до Державного бюджету та збільшення частки ПДВ (42,6%) у структурі бюджетної системи. У 2008 році відбулися суттєві зміни податкового законодавства, які особливо торкнулися адміністрування ПДВ. Завдяки цьому, 2008 рік вважають «роком ПДВ» (було зібрано 98,6 млрд. грн податку).

У 2013 році до Державного бюджету надійшло 128,3 млрд. грн ПДВ, що на 10,6 млрд. грн, або на 7,6% менше відповідного показника минулого року (рис. 1).

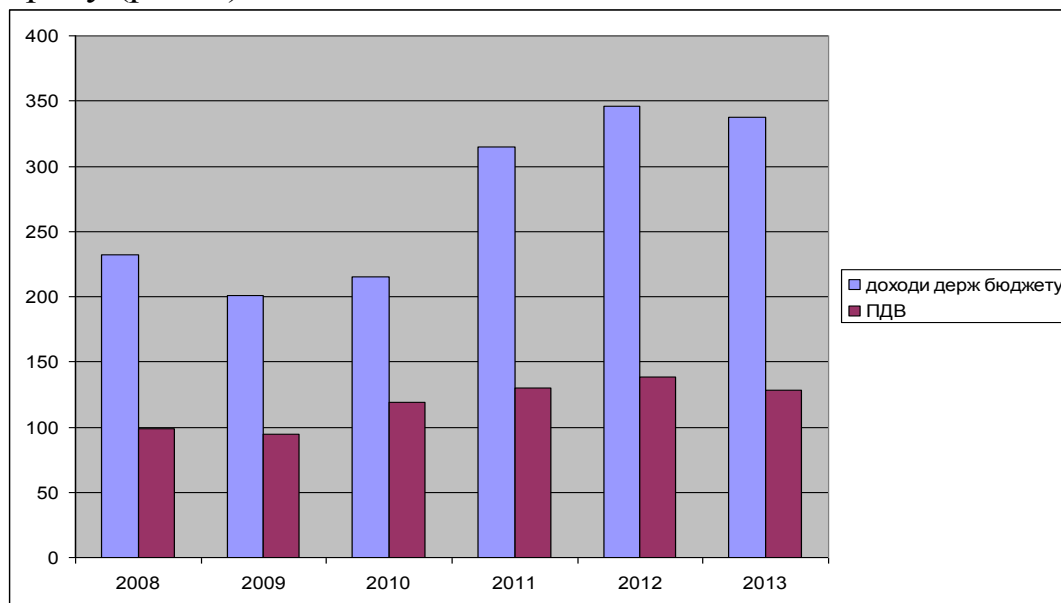


Рис 1. Динаміка надходжень податку на додану вартість до Державного бюджету у 2008-2013 роках [2, с. 31]

Таким чином, ПДВ є основною статтею при наповненні доходної частини Державного бюджету, а широка база оподаткування забезпечує значне та постійне його надходження. Крім того, ПДВ є дієвим регулятором економічних процесів, що підвищує його роль і підкреслює необхідність реформування податкової системи, спрощення та удосконалення адміністрування податків та підвищення відповідальності за порушення податкового законодавства.

Список використаних джерел:

1. Андрушенко В. Л. Податкові системи зарубіжних країн / В. Л. Андрушенко, О. Д. Данілов – К. : «Комп'ютерпрес», 2004. – 240 с.
2. Зубенко В. В. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2013 рік/ Зубенко В. В., Самчинська І. В. – К.: ІБСЕД, Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи (ЗМФІ-П) впровадження», 2014. – 80с.
3. Світовий О. М. Економічна сутність та функції податку на додану вартість у зерно продуктовому підкомплексі України / О.М. Світовий // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – №1(25), 2014. – С. 213-216.

АУДИТОРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Кобець Наталія Іванівна

студентка, Національний університет «Львівська політехніка»

Науковий керівник: **Лемішовська О. С.**, к.е.н., асистент кафедри обліку та аналізу, Національний університет «Львівська політехніка»

В сучасних економічних умовах аудит є складовою частиною функціонування ринкової економіки кожної країни. Необхідність незалежної форми контролю для гарантування достовірності, об'єктивності та законності ведення обліку, складання фінансової звітності для широкого кола її користувачів, зумовила виникнення і подальший розвиток аудиту в Україні.

Аудиторська діяльність в Україні є відносно новою, та у своєму функціонуванні ще не повністю адаптованою до сучасних економічних умов. Така адаптація пов'язана з проблемами, які є доволі суттєвими і потребують першочергового вирішення. Зокрема, це стосується браку методологічних основ, що породжує проблему якості аудиту. Зараз ця проблема є однією із головних не тільки в нашій державі, але й у всьому світі [1].

Іншою досить гострою проблемою національного аудиту є відсутність чітко регламентованих і закріплених на державному рівні стандартів аудиту. Розробка стандартів аудиторської діяльності ґрунтувалася на зарубіжному досвіді, зокрема на Міжнародних стандартах аудиту. Але такі розробки на сьогоднішній день носять лише рекомендаційний характер, що в сучасних умовах є неефективним кроком.

Наступною проблемою аудиту є загострення конкуренції аудиторських фірм. Динамічний розвиток ринку аудиторських послуг в Україні зумовлює виникнення конкуренції між аудиторськими фірмами. До того ж на ринку України з'являються міжнародні аудиторські фірми, вже обізнані щодо Міжнародних стандартів аудиту, які мають майже сторічний досвід в наданні послуг.

До проблем, які негативно впливають на кількість клієнтів аудиторських фірм відносять проблему недовіри до аудитора і зокрема недовіри до якості наданих їм аудиторських послуг, а також проблему формування ціни на аудиторські послуги, а саме в частині методики її визначення. Єдиної системи розрахунку вартості послуг аудиторської фірми в Україні не існує, тому аудиторі часто використовують, власну систему формування ціни. Можливість заниження або завищення вартості аудиторських послуг є основною проблемою, що насторожує замовника.

Попри перелічені недоліки функціонування системи національного аудиту, є актуальним наведення напрямків та перспектив розвитку цієї галузі. Насамперед вирішення будь-яких проблем повинно починатися з

державного рівня - Аудиторської палати України, розроблення нею чітких вимог до проведення та якості аудиторських послуг [2].

Для більш відповідального функціонування аудиторів доцільно створити комітет з контролю за роботою таких фірм, який би контролював якість наданих аудиторами послуг, а також відповідність їх законодавству.

Одним з основних напрямів підвищення якості аудиту є розробка внутрішньо-фірмових методик аудиту, робочої документації тощо, оформлення у вигляді внутрішньо-фірмових стандартів. Щодо якості аудиторських послуг доцільно запропонувати введення державою єдиних цін на такі послуги. Таке рішення буде ефективним, оскільки це змусить фірми покращувати якість послуг, від яких відповідно буде залежати попит та дохід [3].

Таким чином, розвиток аудиту в Україні тісно пов'язаний з усіма вимогами і тенденціями, які простежуються в світі та які називаються процесами глобалізації. Без аудиту подальший розвиток нашої країни не можливий, оскільки всі інвестори бажають, перш за все, мати правдиві відомості про фінансовий стан контрагента для подальшої співпраці, які повинна забезпечити аудиторська перевірка.

Список використаних джерел:

1. Миронова Ю. Проблеми розвитку аудиту в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://conf-cv.at.ua/forum/19-82-1>.
2. Мусіхіна Г. М. Проблеми та перспективи розвитку аудиту в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=25952>.
3. Міжнародні стандарти аудиту, надання впевненості та етики:/. Пер.с англ. — К.: ТОВ «ІАМЦ АУ «СТАТУС», 2007. — 1172 с.

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ ПОТОЧНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЗАГОСТРЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Кондрюк Леся Василівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту
Подільського державного аграрно-технічного університету

Бичок Любов Олегівна

студентка магістратури Подільського державного аграрно-технічного
університету

В умовах різкого загострення фінансової кризи в Україні однією з найбільш складних ділянок облікової роботи бухгалтерської служби виступають зобов'язання підприємства. Щоденне зростання курсу долара та євро до гривні супроводжується значним подорожчанням цін на активи,

змінює умови оформлення розрахунків та погіршує платоспроможність як фізичних так юридичних осіб.

Зростають вимоги щодо строків погашення заборгованості за товари, роботи чи послуги, а також по заробітній платі, розрахунках за податками та єдиному соціальному внеску і інших поточних зобов'язаннях. У таких умовах від бухгалтерської служби кожного суб'єкта господарювання вимагається посилена увага до формування достовірної інформації про види, розмір, строки та умови погашення поточних зобов'язань.

У вітчизняній практиці питання обліку поточних зобов'язань розглядали у своїх працях: Скорба О.А., Нашкерська Г.В., Бутинець Ф.Ф., Горецька Л.Л., Губачова О.М., Мельник С.І. та інші. Однак, в умовах різкого загострення економічної кризи, викликаній антитерористичною операцією на сході України, постає ціла низка актуальних питань обліку поточних зобов'язань на підприємстві.

Згідно ПСБО 11 "Зобов'язання" прийнятого Наказом Міністерства фінансів України від 31.01.2000 № 20 дається визначення поточних зобов'язань як зобов'язання, які будуть погашені протягом операційного циклу підприємства або повинні бути погашені протягом дванадцяти місяців, починаючи з дати балансу [3].

Поточні зобов'язання включають:

- короткострокові кредити банків;
- поточну кредиторську заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями, за товари, роботи, послуги, за розрахунками з бюджетом, у тому числі з податку на прибуток, за розрахунками зі страхування, за розрахунками з оплати праці, за розрахунками з учасниками, за розрахунками із внутрішніх розрахунків;
- короткострокові векселі видані;
- поточні забезпечення;
- інші поточні зобов'язання [3].

Сплата поточних зобов'язань по кредитах банку в іноземній валюті в умовах обезцінення національної валюти портебуватиме від від бухгалтера постійного перерахунку поточних зобов'язань, пошуків резервів та створення нового графіку їх погашення. Придбання сировини чи товарів у іноземній валюті супроводжується додатковим оформленням кредитів. Крім того, коливання на валютному ринку вимагають уваги бухгалтера щодо правильного відображення позитивних чи негативних курсових різниць. Необхідно своєчасно відобразити в обліку переоформлення короткострокового на довгостроковий кредит в умовах погіршення платоспроможності.

Доцільно створити графік моніторингу поточної заборгованості за товари, роботи, послуги на доцільність її віднесення до сумнівної та

безнадійної, оскільки значна частина контрагентів в умовах загострення кризи припиняє свою діяльність. Це питання набуває особливого значення із введенням у Податковому кодексі з 1 січня 2015 року електронного адміністрування ПДВ [1,2] . У разі якщо покупець не внесе до електронної бази податкової накладної із сумами ПДВ, підприємство-покупець не матиме змоги на зменшення на цю суму податкового зобов'язання. Зважаючи на значну кількість запитань щодо електронного адміністрування ПДВ підприємства проводять лише реєстрацію Податкових накладних отримуючи роздруківку зареєстрованих від покупців.

Повний перехід на електронне адміністрування ПДВ планується провести з 1 липня 2015 року. Однак, бухгалтер має своєчасно вносити в електронну базу податкові накладні і створити базу для моніторингу за графіком даних по постачальниках, які з тих чи інших причин не надіслали чи не внесли до електронної бази даних про ПДВ.

В умовах наближених до гіперінфляції підприємству необхідно не лише попередити постачальників про мінімальні терміни перерахунку коштів за поставлені товари, надані роботи чи послуги, але і виявляється доцільним прописати у договорі на поставку застосування штрафів за прострочення термінів погашення означених зобов'язань. Застосування вексельних розрахунків за гіперінфляції виявляється ефективним лише при дуже високому проценті їх погашення.

Стрімке знецінення гривні може супроводжуватись необхідністю проведення індексації заробітної плати, тому у бухгалтерії необхідно попередньо ознайомитись із порядком її відображення у системі бухгалтерського обліку.

Отож, в умовах загострення економічної кризи спровокованої військовими діями на сході України працівники бухгалтерії мають посилити контроль за відображенням у обліку поточних зобов'язань підприємства.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/page37>;
2. Закон України "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України (щодо податкової реформи) № 71-VIII від 28.12.2014р. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/71-19/paran1664#n1664>;
3. ПСБО 11 "Зобов'язання прийнятого Наказом Міністерства фінансів України від 31.01.2000 № 20 [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00>

ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕПІДГОТОВКИ ПРАЦІВНИКІВ ОБЛІКОВОГО АПАРАТУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ВІДПОВІДНОСТІ ДО ПРОФЕСІЙНИХ СТАНДАРТІВ СФЕРИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Момонт Тетяна Василівна

викладач кафедри фінансів, Житомирська філія ПВНЗ "Київський інститут бізнесу та технологій" ТОВ

На сучасному етапі розвитку національної економіки України однією з основних проблем постає забезпеченість підприємств туристичної індустрії кваліфікованими кадрами. Оскільки туристичний сектор є відносно молодою сферою національної економіки, то кадрова забезпеченість та наповнюваність підприємств, що здійснюють свою господарську діяльність на ринку туристичних послуг, прямо пропорційно залежить від якості підготовки навчальними закладами спеціалістів. Особливу увагу слід приділити працівникам облікового апарату, оскільки їх професійна підготовка для туристичних підприємств має досить опосередкований характер.

Зазвичай в навчальному процесі використовуються облікові модулі комп'ютерних програм, які дозволяють оволодіти загальними навиками ведення бухгалтерського обліку, виключаючи специфіку діяльності саме суб'єктів господарювання ринку туристичних послуг. Постійне вдосконалення системи бухгалтерського обліку, звітності, контролю та аудиту, основним напрямом якого є застосування інформаційних систем та комп'ютерних технологій, обумовлює необхідність оновлення набутих практичних навиків для працюючих спеціалістів.

Сучасний керівник облікового апарату (головний бухгалтер, фінансовий директор і т.д.) посідає одне з провідних місць в управлінні підприємством, оскільки займається не тільки веденням бухгалтерських рахунків, а й здійснює роботу, яка включає планування, аудит, оцінку, аналіз діяльності, розробку управлінських рішень щодо ефективного здійснення господарської діяльності підприємства. Він має оперувати знаннями щодо об'єктивної оцінки фінансового стану підприємства, володіти методами фінансового та економічного аналізу, вміти працювати з цінними паперами, обґрунтовувати інвестиції грошових коштів в умовах ринку тощо, а для здійснення зазначених процесів та спрощення облікових і аналітичних механізмів необхідно володіти навиками роботи з сучасними інформаційними технологіями. Слід зазначити, що сучасний розвиток туристичної сфери супроводжується стійкою тенденцією розвитку інформатизації процесів управління.

Головну роль в умовах трансформації сфери туризму, та його обліку, зокрема, повинні відігравати як власне підприємства даної сфери, що зацікавлені в збільшенні прибутковості, так і державні органи влади, що постійно наголошують на необхідності розвитку туризму як однієї з пріоритетних сфер національної економіки.

Однією з організацій, що займається вирішенням зазначених проблем є "Рада з конкурентоспроможності індустрії інформаційно-комунікаційних технологій України", яка веде роботу з ІТ-компаніями щодо розробки професійних стандартів – вимог до знань, умінь та навичок випускників навчальних закладів [1].

У сучасних умовах неможливо забезпечити якісне ведення обліку господарської діяльності туристичного бізнесу без впровадження і застосування новітніх інформаційних технологій. Саме їх використання на практиці забезпечує дотримання суб'єктами туристичної діяльності комплексу взаємодіючих і взаємодоповнюючих вимог, що формують якість облікового продукту туристичного підприємства.

Зазначимо, що під інформаційними технологіями розуміють всю сукупність форм, методів і засобів автоматизації інформаційної діяльності, що включають методологічні й методичні положення, організаційні установки, методи використання інструментально-технічних засобів, що забезпечують створення, обробку, передачу, відображення й зберігання інформації і т.д., – усе те, що регламентує й підтримує інформаційне виробництво.

Оскільки найважливішим завданням бухгалтерського обліку туристичного підприємства є забезпечення інформацією керівників для прийняття ефективних управлінських рішень, то зазначимо, що не вирішеною та потребуючою удосконалення є проблема розробки моделей облікового процесу з подальшою імітацією його із застосуванням сучасних засобів комп'ютерної техніки. Реалізація імітаційних моделей дасть змогу посилити управлінські функції обліку, передбачити на визначену дату фінансово-господарський стан підприємства та отримати найбільший ефект від його діяльності.

Сьогодні існують такі основні типи організації автоматизованих інформаційних систем обліку:

- міні-бухгалтерія;
- інтегровані системи бухгалтерського обліку;
- програмні інструментальні системи;
- комплекси бухгалтерських автоматизованих робочих місць;
- створені на замовлення системи для ведення окремих ділянок обліку;
- корпоративні бухгалтерські програмні продукти [2].

Більшість суб'єктів ринку туристичних послуг, які схиляються до максимізації комп'ютеризації облікових процесів надають перевагу такому програмному продукту як "1С: Підприємство" з компонентою "Бухгалтерський облік", яка призначена для автоматизації всіх розділів обліку, підготовки первинних документів і звітності і може бути використана для підприємств будь-якого типу. Вона складається з двох частин – технологічної платформи (яка, у свою чергу, ділиться на три компоненти – бухгалтерський облік, оперативний облік і розрахунок) і прикладних рішень. Дана програма підлягає постійній модернізації, тим самим підлаштовуючись до змін в податковому законодавстві та нормативних документах, що регулюють облікові процеси на підприємствах.

Отже, ми можемо стверджувати, що інформаційні технології еволюціонують з кожним днем, на ринку з'являється все більша кількість новостворених та модифікованих програмних продуктів, що удосконалюють роботу облікового апарату підприємств, тому постійно виникає необхідність оновлення набутих практичних умінь та навичок. Однак слід зазначити, що підготовку та перепідготовку кадрового складу вузькоспеціалізованого облікового апарату туристичних підприємств потрібно здійснювати, використовуючи конфігурацію призначену саме для туристичного бізнесу.

Список використаних джерел:

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://itcompete.org/profesiyni-standarti.html>.
2. Терещенко Л. О., Матієнко-Зубенко І. І. Інформаційні системи і технології в обліку : Навч. посібник / Л. О. Терещенко, І. І. Матієнко-Зубенко – К.: КНЕУ, 2004. – 187 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ЛІЗИНГОВИХ ОПЕРАЦІЙ

Никитченко Юлія Володимирівна

студентка магістратури Київського національного університету
ім. Тараса Шевченка

Постановка проблеми: Дослідження проблем обліку фінансового лізингу набуло важливого значення для подальшого економічного розвитку нашої країни. Фінансовий лізинг є важливим інструментом для оновлення основних засобів та залучення інвестицій в Україну. Міжнародний досвід свідчить про те, що від ефективного використання можливостей, які відкриває фінансовий лізинг, залежить економічна

стабільність України та вихід національної економіки на більш розвинутий рівень, що є необхідним для встановлення тісного економічного взаємозв'язку з країнами ЄС.

Перешкодою на шляху до активного розвитку ринку послуг з фінансового лізингу є проблеми обліку лізингових операцій на підприємствах. Дані проблеми пов'язані з недосконалістю законодавства, а також впливом відмінностей у складанні первинної документації на бухгалтерський облік лізингових операцій.

Аналіз останніх досліджень: Дослідженню проблем суті та обліку фінансового лізингу приділяло увагу багато вітчизняних та іноземних вчених, серед яких Базилевич В., Бланк І., Брейлі Р., Волкова М., Гура Н., Горемикін В., Дем'яненко М., Кисіль С., Коблянська Г., Майєрс С., Прилуцький Л., Рязанова Н., Саблук П., Слав'янська Н., Усенко Я., Швець В. та інші.

Виклад основного матеріалу: Для розуміння проблем, які пов'язані безпосередньо з лізингом, необхідним є розуміти різницю між поняттями лізинг та оренда. Відповідно до статей 1 та 2 Закону України «Про фінансовий лізинг» від 16.12.1997р. (зі змінами та доповненнями) фінансовий лізинг – це вид цивільно-правових відносин, що виникають із договору фінансового лізингу, за яким лізингодавець зобов'язується набути у власність річ у продавця (постачальника) відповідно до встановлених лізингоодержувачем специфікацій та умов і передати її у користування лізингоодержувачу на визначений строк не менше одного року за встановлену плату (лізингові платежі) [1].

Основними відмінностями лізингу від оренди є те, що після закінчення договору оренди майно повертається до орендодавця (використання майна орендарем є тимчасовим), а після закінчення договору лізингу лізингоотримувач зоб'язаний викупити майно за залишковою вартістю та те, що коло об'єктів оренди є ширшим за коло об'єктів лізингу, проте коло суб'єктів лізингу є ширшим, ніж при оренді (таб. 1) [1, 3, 4].

Таблиця 1

Спільні та відмінні риси оренди і лізингу

<i>Спільні риси</i>	<i>Відмінні риси</i>
Рух майна та призначення	Об'єкти (коло об'єктів оренди є ширшим)
Однакові види за окупністю майна (як лізинг так і оренда можуть бути оперативними або фінансовими)	Цілі використання об'єктів (цілі лізингу виключно комерційні на відміну від оренди, де цілі можуть бути як комерційними так і некомерційними)
Платність і терміновість	Суб'єкти (коло суб'єктів лізингу є ширшим)

Джерело: Складено автором на основі [1, 3].

Однією з проблем обліку лізингових операцій є недосконалість форми складання первинних документів. Це стосується складання форми № ОЗ-1 «Акт приймання-передачі (внутрішнього переміщення) основних засобів», де інформація про назву лізингодавця, методи нарахування та періодичність сплати лізингових платежів, а також термін дії договору лізингу відсутні. Вирішенням даної проблеми може бути впровадження окремої форми обліку об'єктів основних засобів, якими підприємство володіє на правах договору лізингу. Ця форма включала б у себе усю інформацію, що відсутня у формі № ОЗ-1, яку пропонується складати коли об'єкт вже є викупленим після закінчення терміну дії договору лізингу [5].

Додаткові проблеми виникають і при укладанні договору лізингу. Укладання даного договору регулюється такими законами як Закон України «Про фінансовий лізинг» та Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг». Істотні умови, які необхідно прописати при укладанні договору, дещо різняться між собою у представлених законах (таб. 2), що і спричиняє складнощі для обох сторін та подальшого ведення обліку [1, 2].

Таблиця 2

Умови укладання договору лізингу

№	<i>Закон України «Про фінансовий лізинг» ст. 7 в редакції від 30.01.99 р.</i>	<i>Закон України «Про фінансовий лізинг» п. 2 ст. 6 в редакції від 16.19.04 р.</i>	<i>Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг»</i>
1	2	3	4
1	Найменування сторін	Предмет лізингу	Назва документа
2	Об'єкт лізингу (склад і вартість майна), умови та строки його поставки	Строк, на який лізингоодержувачу надається право користування предметом лізингу (строк лізингу)	Назва, адреса та реквізити суб'єкта господарювання
3	Строк, на який укладається договір лізингу	Розмір лізингових платежів	Прізвище, ім'я і по батькові фізичної особи, яка отримує фінансові послуги, та її адресу
4	Розмір, склад та графік сплати лізингових платежів, умови їх перегляду	Інші умови, щодо яких за заявою хоча б однієї зі сторін має бути досягнуто згоди	Найменування, місцезнаходження юридичної особи
5	Умови переоцінки вартості об'єкта лізингу згідно із законодавством України		Найменування фінансової операції
6	Умови повернення об'єкта лізингу у разі банкрутства лізингоодержувача		Розмір фінансового активу, зазначений у грошовому виразі

Продовження таблиці 2

1	2	3	4
7	Умови страхування об'єкта лізингу		Строки його внесення та умови взаєморозрахунків
8	Умови експлуатації та технічного обслуговування, модернізації об'єкта лізингу та надання інформації щодо його технічного стану		Строк дії договору
9	Умови реєстрації об'єкта лізингу		Порядок зміни та припинення дії договору
10	Умови повернення об'єкта лізингу чи його викупу після закінчення дії договору		Права та обов'язки сторін, відповідальність сторін за невиконання або неналежне виконання умов договору
11	Умови дострокового розірвання договору лізингу		Інші умови за згодою сторін
12	Умови надання відомостей про фінансовий стан лізингоодержувача		Підписи сторін
13	Відповідальність сторін		
14	Дата і місце укладення договору		
15	Інші умови		

Джерело: складено автором на основі [1, 2].

В останній редакції Закону України “Про фінансовий лізинг” подано невеликий перелік істотних умов при складанні договору фінансового лізингу. Такий маленький перелік дає можливість полегшити процедуру укладання договору, проте такий договір не враховує суттєвих умов, які можуть мати суттєвий вплив на суб'єктів лізингової угоди [1].

Закон України “Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг” не визначає умови, що представлені у ньому, як істотні, тобто при складанні договору фінансового лізингу сторони самостійно визначають чи включати їх до договору чи ні [2].

З нашої точки зору, договір фінансового лізингу необхідно вдосконалювати та встановити чітко визначений перелік істотних умов. Це дасть змогу уникнути розбіжностей та невизначеностей при обліку лізингових операцій та правовому врегулюванні відносин між сторонами договору. Перелік умов на наш погляд має містити таку інформацію:

- Назви та адреси сторін;
- форма та термін сплати платежів;
- відсоткова ставка; права та обов'язки сторін;
- якісні характеристики предмета договору фінансового лізингу;
- умови сублізингу;

•страхова інформація.

Висновки: Бухгалтерський облік лізингових операцій у контексті удосконалення законодавчої бази з метою поліпшення умов обліку потребує більш глибокого вивчення. Визначення чіткого переліку істотних умов договору фінансового лізингу та вдосконалення первинної документації здійснять суттєвий вплив відображення операцій фінансового лізингу в обліку та полегшать вихід українських підприємств на ринок лізингових послуг.

Список використаних джерел:

1. Про фінансовий лізинг: закон України від 16.12.1997р. № 723 редакція від 16.01.2004р. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/723/97-вр>
2. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг: Закон України від 12.07.2001 № 2664-III редакція від 06.02.2015 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2664-14>
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 14 «Оренда», від 28.07.2000 р. № 181 (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0487-00>
4. Швець В.Г. Теорія бухгалтерського обліку: Підручник [Текст]/ В.Г. Швець. — 4-те вид., переробл. і доповн. — К. : Знання, 2015. — 572 с.
5. Волкова М. В., Кунченко О. В. Удосконалення обліку лізингових операцій на підприємствах України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/67475.doc.htm

ОБЛІК ПЕРЕОЦІНКИ ВАЛЮТНИХ АКТИВІВ ТА ЗОБОВ'ЯЗАНЬ В УМОВАХ КОЛИВАНЬ ВАЛЮТНИХ КУРСІВ

Посконна Людмила Анатоліївна

студентка магістратури, Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

В нинішній економіко-правовій ситуації країни валютний курс є досить плаваючим та нестабільним, що призводить до формування низки питань під час здійснення переоцінки залишків на валютних рахунках комерційними банками.

Мінливість валютних курсів впливає на ведення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів підприємництва та на суспільство в цілому. На даний час валютний курс характеризує стан

економіки України, в зв'язку з тим, що курс національної валюти тісно пов'язаний з обмінним курсом іноземних валют.

Економіст Ф.Рогач відмічає, що на сьогоднішній день бачення взаємозв'язку між валютним курсом та станом і розвитком економіки зводиться до двох основних тез, що відбивають прямий і зворотній зв'язок між ними і властивостями валютного курсу [1].

Обмінний валютний курс на сьогодні є однією з причин підвищення рівня інфляції в Україні, що за 2014 рік складає 24,9 % . На показник рівня інфляції вплинуло різке підвищення курсу Долара США, що розпочалось на початку 2014 року та відповідно девальвація національної грошової одиниці.

На думку Н.Бідник, між рівнем інфляції в довготерміновому періоді існує безпосередній зв'язок з пропозицією грошей, яка є ще одним фактором курсоутворення. Шок грошової пропозиції впливає на інфляційну динаміку, при цьому в міру збільшення темпів інфляції її залежність від темпів зростання грошової пропозиції набуває дедалі вразливішого характеру [2].

На сьогодні не існує індикативного курсу на міжбанківському валютному ринку України, гривня знаходиться у «вільному плаванні», тобто Національний банк орієнтується на коливання курсів валюти, яке набуває дещо спекулятивного характеру.

Якщо центральний банк намагається втримати курс валюти на певному рівні на протигагу дії ринкових сил, то на динаміку обмінного курсу можуть вплинути спекулятивні потоки капіталів [3].

Здійснюючи облік валютних операцій банк повинен враховувати рекомендації Національного банку України та керуватися міжнародними стандартами бухгалтерського обліку та звітності. Комерційні банки зобов'язані щоденно переоцінювати активи та пасиви в іноземній валюті відповідно до офіційного курсу, що призводить до зміни співвідношення залишків на валютних рахунках. Результат переоцінки в національній валюті відображається на активно-пасивному рахунок 6204 «Результат від торгівлі іноземною валютою та банківськими металами», який зокрема накопичує в собі додатково показники негативного та позитивного результату від торгівлі готівковою та безготівковими валютами. Даний рахунок відноситься до доходів банку, але залишок на ньому може бути як додатним так і від'ємним, облік доходів та витрат банку ведеться виключно в національній грошовій одиниці.

Однією з найбільш поширених помилок комерційних банків під час здійснення обліку валютних операцій є неправильне відображення еквіваленту іноземної валюти на технічному рахунку 3801, у зв'язку зі щоденною зміною офіційного курсу валюти Національним банком о 14.00 годині. Залишки наприкінці операційного дня у гривневому еквіваленті за

технічними рахунками 3800 та 3801 мають бути тотожними. Різниці між сумами залишків у гривневому еквіваленті іноземної валюти та банківських металів за технічними рахунками 3800 та 3801, що виникають у зв'язку з математичним округленням, відображаються за рахунком 6204.

Отже, для вдосконалення облікового процесу, під час щоденного здійснення переоцінки залишків на валютних рахунках у зв'язку зі зміною офіційного курсу гривні по відношенню до іноземних валют, слід в плані рахунків зробити окремий активно - пасивний рахунок 6 класу. Рахунок 6204 «Результат від торгівлі іноземною валютою та банківськими металами» слід зробити пасивним та обліковувати на ньому лише позитивний результат від торгівлі готівковою чи безготівковою валютою, для відображення негативного результату потрібно ввести рахунок витрат 7 класу. Дані зміни розвантажать рахунок 6204 та усунуть існуючі облікові недоліки під час коливання валютних курсів.

Список використаних джерел:

1. Рогач Ф. Щодо цілей валютно-курсового регулювання в Україні // Економіст. – 2008.- №4.- С. 25-27.
2. Бідник Н.Б. Курсові коливання: фактори та їх вплив на економіку/ Н.Б.Бідник, Х.В.Кузь// Науковий вісник НЛТУ України : [зб. Наук.-техн. праць].- Львів : РВВ НЛТУ України. - 2011. - Вип. 21.3.-С.149-157.
3. Корпанюк Т.М. Особливості коливання курсу валют в комерційних банках України / Корпанюк Т.М., Лоїк І.І.// Міжнародний науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки».- 2013. – Вип.3. – С. 378-380.

МЕТОДИКА ОЦІНКИ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

Сирцева Світлана Володимирівна

кандидат економічних наук, Миколаївський національний аграрний університет

Співаченко Роман Олександрович

магістрант, Миколаївський національний аграрний університет

Методичною основою обліку запасів є формування відповідного інформаційного забезпечення щодо стратегії управління запасами сировини, незавершеного виробництва, готової продукції, біологічних активів і товарів. Важливим моментом є також оцінка ефективності формування та використання запасів підприємства на теперішній час. Побіжним, але не менш важливим є вибір основної стратегічної мети

управління запасами відповідно до цілей підприємства.

Важливою передумовою обліку запасів є їх оцінка, яка має вплив на визначення собівартості продукції. Особливої ваги дане питання набуває за сучасних умов господарювання, коли ринкові ціни на запаси постійно змінюються.

Підкреслюючи важливість даного питання Л. І. Лежненко, І. О. Ломова зазначають, що невід'ємним питанням раціональної організації обліку, що в значній мірі визначає точність калькулювання собівартості продукції, є правильна оцінка матеріалів, а також облік і розподіл транспортно-заготівельних витрат [1, с.123].

На думку Г. М. Тітаренко, «вибір методу оцінки активів залежить від характеристик, які повинні бути відображені в обліковій інформації, а також від завдань, для вирішення яких складається фінансова звітність. Доцільно в основу визначеної класифікації методів оцінки покласти етапи надходження та вибуття оборотних активів на підприємство в умовах ринкових відносин: 1 – оприбуткування; 2 – вибуття; 3 – перепродаж; 4 – інші операції» [2, с.104].

Що стосується обліку виробничих запасів, то в наказі про облікову політику підприємства повинні визначити методи оцінки, обліку і процедур, щодо яких нормативно-методична база передбачає більш ніж один варіант застосування.

Нормативним документом, що регулює облік, визнання та оцінку запасів є П(С)БО 9 «Запаси» [3], відповідно до якого одиницею бухгалтерського обліку є їх найменування або однорідна група (вид).

Придбані виробничі запаси зараховуються на баланс підприємства за первісною вартістю, яка формується відповідно до джерел їх надходження (табл. 1).

Таблиця 1

Формування первісної вартості запасів за джерелами надходження

Джерела надходження	Первісна вартість
Придбання за плату у сторонніх організацій	Всі витрати, які пов'язані з придбанням запасів і доведенням до стану, в якому вони придатні до використання
Виготовлення власними силами	Виробнича собівартість, яка визначається за Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»
Внесок до статутного капіталу	Справедлива вартість, погоджена засновниками (учасниками) підприємства
Безоплатне одержання запасів	Справедлива вартість
Обмін на подібні запаси	Балансова вартість переданих запасів чи справедлива вартість (у випадку перевищення балансової вартості над справедливою). Сума перевищення, в даному випадку, відноситься до складу витрат звітного періоду.
Обмін на неподібні запаси	Справедлива вартість отриманих запасів

Сьогодні в умовах необхідності забезпечення ефективного функціонування суб'єктів господарювання, для досягнення ними найточніших і найкращих фінансових результатів вибір методів оцінки списання виробничих запасів є важливою передумовою організації обліку даних об'єктів. Важливість правильного вибору методів оцінки списання виробничих запасів зумовлюється ще й тим, що цей вид витрат безпосередньо пов'язано з розрахунками собівартості продукції. Отже, фактично оцінювання виробничих запасів є основою для визначення собівартості та ціни виробленої продукції.

Так, відпуск виробничих запасів здійснюється за одним з методів, зазначених у П(С)БО 9 «Запаси», а саме: ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів; середньозваженої собівартості; собівартості перших за часом надходження (ФІФО); нормативних затрат; ціни продажу.

Не залежно від того, коли і які запаси надійшли, коли і які вибули, підприємство може застосовувати будь-який з методів оцінки їх вибуття.

Проте вибір методу оцінки повинен бути виваженим і продуманим рішенням кожного підприємства, з обов'язковим врахуванням діючої системи обліку. Один і той самий метод при різних системах обліку забезпечує наявність різних даних щодо вартісного виміру виробничих запасів та величини одержаного фінансового результату.

Дуже важливо обрати той метод, який дозволяє найточніше провести оцінку з урахуванням інтересів власників підприємства та специфіки виробничої діяльності. В бухгалтерському обліку дуже важлива не кількість методів оцінки запасів, а їх безперечно позитивний вплив при прийнятті рішень щодо ціноутворення на вироблену продукцію та оцінку фінансових результатів діяльності суб'єкта господарювання.

Список використаних джерел:

1. Лежненко Л.І. Теоретичні аспекти удосконалення обліку виробничих запасів / Л.І. Лежненко, І.О. Ломова // Молодий вчений: науковий журнал. Серія: Економічні науки. — 2014. — №5(08). — С.122–126.
2. Тітаренко Г.Б. Методичні аспекти оцінки оборотних активів на підприємствах України / Г. Б. Тітаренко // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2007. – Вип. 18, Ч. I. – С.104-105.
3. Про затвердження положення (стандарту) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [Електронний ресурс] : наказ від 20.10.1999 р. №246 / Міністерство фінансів України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>.

СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ В ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Сливінська Оксана Богданівна

кандидат економічних наук, ВП НУБіП України «Бережанський агротехнічний інститут»

У матеріальному виробництві проходять певні явища і процеси. Кожне явище і процес містять сукупність глибинних явищ, відносин, закономірностей і законів, які визначають тенденцію їх розвитку. Пізнання економічних явищ і процесів – складний елемент відображення суті законів і закономірностей їх розвитку. Воно включає і використовує отримані знання в практичній діяльності. Для пізнання економічних явищ і процесів проводяться спеціальні дослідження.

Статистика відіграє важливу роль у наукових та економічних дослідженнях. Статистичні методи дають кількісний опис економічних явищ і дозволяють з єдиної точки зору вивчати різноманітні економічні задачі.

Проблемам застосування статистичних методів в економічних дослідженнях присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, а саме: О. В. Акімова, С. С. Герасименко, А. В. Головач, А. М. Єріна, Р. М. Моторин, О. А. Чупріна, В. Г. Швець, І. Беляєвський, І. Єлісеєва, Н. Рязов.

Забезпечення належного рівня господарювання є необхідною умовою сталого соціально-економічного розвитку будь-якої держави, оскільки від цього залежить потенціал регіонів та рейтинг України у світовому співтоваристві. За допомогою статистичних методів ми можемо дослідити стан економіки, динаміку її розвитку.

Кількісна оцінка стану та розвитку економіки України неможлива без використання статистичних показників. Підчас дослідження проявів масових явищ і процесів, їх змін у часі, зв'язків та закономірностей, що виникають на їх основі, статистика дає їм науково обґрунтоване кількісне відображення, визначає їх економічний зміст.

Система статистичних показників діяльності підприємств включає такі групи показників, як загальноекономічні, фінансові, показники якості, показники забезпеченості та інтегровані показники інвестиційної привабливості, які є абсолютними, відносними і середніми величинами.

В процесі збору, обробки та аналізу статистичної інформації, яка характеризує діяльність підприємств необхідно використовувати такі статистичні методи, як статистичне спостереження, метод групування, табличний та графічний методи, індексний метод, методи обробки динамічних рядів та вимірювання зв'язку між явищами тощо.

Статистичне спостереження використовується для масових спостережень, тобто відбувається збирання первинного статистичного матеріалу за допомогою реєстрації фактів чи опитуванням респондентів.

Метод групувань використовують для розподілу одиниць статистичної сукупності на однорідні групи за істотними для них ознаками і на їх основі проводиться аналіз структури сукупності та вивчаються взаємозв'язки між явищами.

Найбільш ефективним методом подання результатів зведення та групування аналітичних даних є табличний. Таблиця є способом компактного, раціонального та наочного викладення інформації про досліджуваний об'єкт у цифровій формі та у певному порядку розміщення. Графічний метод використовують для порівняння обсягів певних статистичних сукупностей та вивчення їх складу.

При проведенні дослідження економіки широко використовується індексний метод, вивчаються зміни доходів, витрат, чисельності працюючих, коштів на оплату праці в часі. На основі системи індексів середніх величин вивчаються структурні зрушення. Використовуючи індекс середнього рівня якісного показника структурних зрушень можна визначити зміни середнього доходу від експлуатації, середньої заробітної плати та інше [3].

Значна увага в економічних дослідженнях приділяється ймовірно-статистичним методам та моделям кореляційно-регресійного аналізу. Регресійний та кореляційний аналіз знаходить широке застосування при дослідженні залежностей та взаємозв'язків між явищами в економіці, при прогнозуванні і дослідженні задач бізнес-планування.

В даний час більшість об'єктивно існуючих залежностей між фінансово-економічними явищами досліджено та вивчено теоретично. Значно важливіше кількісно виміряти тісноту причинно-наслідкових зв'язків в економіці і фінансах, зрозуміти природу досліджуваних процесів. Це дозволить впливати на виявлені фактори, втручатись у відповідний економічний процес з метою одержання потрібних результатів. В зв'язку з цим до апарату кореляційного аналізу в ході своїх досліджень звертаються як економісти-практики, та і наукові працівники. Використовуючи моделі регресійного аналізу може бути виявлено залежність доходу від інших економічних показників [2].

Важливу роль при проведенні аналізу економіки відіграють методи вимірювання зв'язку, зокрема, проведення кореляційно-регресійного аналізу та застосування непараметричних методів визначення взаємозв'язків. Саме такі методи надали б нам можливість проаналізувати інвестиційну привабливість регіону.

Отже, використання різноманітних статистичних методів під час дослідження економіки є необхідним для повноцінного аналізу. Оскільки

саме такі методи надають можливість вирішувати низку складних завдань функціонування підприємств.

Список використаних джерел:

1. Акімова О. В. Статистика в малюнках та схемах: [навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів] / О. В. Акімова , О. С. Дубинська. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 168 с.
2. Бідник Н. Б. Використання математичних методів і моделей в економіці, фінансах / Н. Б. Бідник // Науковий вісник НЛТУ України: збірник науково-технічних праць. – Л: НЛТУ України, 2008. – Вип. 18.6. – С. 258-262.
3. Вітлінський В. В. Моделювання економіки: [навч. посіб.] / В. В. Вітлінський. – К.: КНЕУ. – 2003. – 408 с.

ОЦІНЮВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ІНТЕНСИВНОСТІ КОНКУРЕНЦІЇ НА ВИНОРОБНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Дрінь Олег Ярославович

здобувач кафедри стратегії підприємств, ДВНЗ «Національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Сучасне економічне середовище України відзначається високим рівнем нестабільності, що реалізується у переважній більшості галузей. Вважається, що за таких обставин, конкурентна активність підприємств зростає з огляду на ускладнення процесу збуту продукції. Але цей логічний, за усіма науковими канонами висновок, має особливості реалізації в окремих галузях економіки.

Виноробна галузь України, як і більшість інших, відчуває потужний негативний вплив макроекономічних і соціально-політичних чинників. Він виявляється у зниженні обсягу реалізації продукції виноробства (за 2012-2014 рр. реалізація вина зменшилась на 33%), постійному зменшенню частки діючих підприємств (в середньому на 6,5 п.п. щорічно), випереджаючому скороченню кількості малих виноробних підприємств (на 27% за останні 2 роки).

Зазначені обставини призводять до зростання рівня концентрації діяльності у галузі. Так, ринкова частка 8 найбільших виноробних підприємств (ПТК «Шабо», ТОВ «Інкерманський завод марочних вин», ПАТ «Коблево» та інші), має тенденцію до зростання. За 2007 – 2013 рр. значення цього показника збільшилось з 73,2 до 86,7%, що є ознакою поступової монополізації ринку і, як наслідок, зниження інтенсивності конкуренції. Привертає увагу і той факт, що склад зазначених великих підприємств майже стабільний, коефіцієнт оновлення дорівнює 0,125, що свідчить про щорічну заміну лише одного учасника цієї групи, а за сім років спостереження до числа великих входило тільки 10 підприємств.

Зростаючий рівень концентрації у виноробній галузі є лише передумовою зниження рівня інтенсивності конкуренції, а не dokonаним фактом цього.

В науковій і прикладній літературі існує безліч методів оцінки інтенсивності конкуренції. Переважна їхня більшість, незважаючи на різні розрахункові алгоритми, спирається на припущення щодо зростаючої конкуренції за умов зменшення кількісних відмінностей в обсягах діяльності підприємств досліджуваного ринку. Цьому є логічне

підтвердження, оскільки активізація конкурентних дій на монополізованому ринку зі сторони монополіста - не має сенсу, а зі сторони аутсайдерів – майже безперспективна.

В прикладному ж форматі далеко не завжди на ринку знайдеться відносний монополіст, який здатен призупинити конкуренцію, а наявність близьких за обсягом діяльності підприємств, гарантувати високий рівень її інтенсивності. Тому показник статичної варіації ринкових часток слід розглядати як передумову зміни рівня інтенсивності конкуренції і використовувати його значення для прогнозування змін інтенсивності конкуренції.

Реалізована інтенсивність конкуренції виявляється у зміні ринкових часток досліджуваної сукупності підприємств у часі. Її рівень визначається на основі коефіцієнта варіації ринкових часток у динаміці за порівнювані періоди - переважно роки, задля виключення впливу сезонного чинника.

Проведені розрахунки інтенсивності конкуренції досліджуваних виноробних підприємств на основі статичної і динамічної варіації їхніх ринкових часток (табл. 1) дозволив зробити наступні висновки.

Наявна тенденція до зростання значень K_v^c свідчить про збільшення передумов до зниження інтенсивності конкуренції на ринку з причини продовження процесу концентрації. Проте індекси даного показника за 2012 -2013 рр. зменшили своє значення, що може бути початком зародження протилежної тенденції.

Таблиця 1

Динаміка показників варіації ринкових часток досліджуваних виноробних підприємств України за 2009 – 2013 рр.

Показники	Р о к и							Середнє значення
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Коефіцієнт варіації (в статистиці), K_v^c	0,944	0,986	1,051	1,169	1,413	1,532	1,589	-
Коефіцієнт варіації (в динаміці), K_v^d	-	0,323	0,551	0,621	0,886	0,381	0,249	-
Ланцюгові індекси - K_v^c	1,00	1,04	1,07	1,11	1,21	1,08	1,04	1,09
- K_v^d	-	1,00	1,71	1,13	1,43	0,43	0,65	1,07

Динамічна варіація часток не відзначається сталим характером. За 2008 -2011 рр. значення K_v^d мала зростаючий тренд, що є наслідком зростаючого переділу ринку. Отже, у цей період склалась ситуація, за якої

передумови до зниження інтенсивності конкуренції не реалізовувались. У 2012 і 2013 рр. ситуація змінилась. Переділ ринку суттєво уповільнився, значення індексів K_v^d стали меншими за 1, при збереженні, хоча і за знижуваної динаміки, передумов до зменшення інтенсивності конкуренції. В результаті, можна стверджувати, що за останні два роки ситуація зазнала змін. Інтенсивність конкуренції знизилась як у реальному, так і у потенційному вимірах. Ймовірно, що це стало наслідком «обвалу» ринку вина в Україні у цей період, зниженням рентабельності реалізації продукції виноробства, в результаті чого обмежені фінансові ресурси підприємств галузі і низький попит споживачів вплинули на активність більшості учасників ринку. Зазначені стагнаційні процеси будуть спостерігатись доти, поки не стабілізуються соціально-економічні умови в Україні.

Список використаних джерел:

1. Авидзба А.М. Программа развития виноделия в Украине до 2025 года и пути ее реализации /А.Авидзба // ВиноГрад – 2009 - № -7-8.- С.61-63.
2. Державний комітет статистики України. [Електронний ресурс] - Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Інтернет-маркетингова компанія “KNP-BUSINESS”. [Електронний ресурс] - Режим доступу <http://www.knp-business/ru>

ВИХІД УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ КАПІТАЛУ: ПРОБЛЕМИ ПІДГОТОВКИ ТА ПРОВЕДЕННЯ

Анзін Роман Олексійович

аспірант кафедри фінансів, Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

Глобалізаційні процеси світового економічного простору, спираючись на фінансову лібералізацію, обумовлюють обґрунтованість пошуку альтернативних джерел фінансування суб'єктів господарювання всередині країни. Одним з таких інструментів залучення додаткових фінансових ресурсів став первинний продаж корпоративних прав (первинне публічне розміщення IPO), яке відкриває для компаній можливість отримання значних обсягів коштів за нижчою ціною. На сьогодні процес первинного публічного розміщення є доволі складним, особливо для українських компаній. Систематичні ризики, висока волатильність, низькі капіталізація і ліквідність внутрішнього фондового ринку, законодавчі перешкоди ускладнюють процес виходу українських компаній на міжнародні ринки капіталу. Саме тому проблема визначення вимог для вітчизняних емітентів у контексті залучення фінансових ресурсів з використанням інструментів міжнародного ринку потребує окремої уваги.

Первинні публічні розміщення акцій передбачають продаж цінних паперів широкому колу інвесторів, для яких будь-яка доступна інформація про компанію може слугувати джерелом прийняття рішень щодо надійності емітента та його привабливості. Для можливості використання переваг публічної компанії, якій будуть доступні фінансові ресурси, менеджмент має розробити чіткий план виходу на ринок. Загальний обсяг ринку IPO зазвичай повторює динаміку ринку в цілому. Зростання ринку IPO вказує на можливість забезпечення вищої доходності при короткострокових торгах.

Компанії, що бажають котируватись на біржі, мають відповідати певним вимогам до розміру, рівня прибутків та інших змінних. Наприклад, NYSE (Нью-Йоркська фондова біржа) вимагає від компаній прибутки до оподаткування не нижче 10 мільйонів США протягом останніх трьох років[3]. Як наслідок, українські емітенти обирають майданчики із нижчими вимогами, такі як Варшавська фондова біржа, що висуває менші вимоги до капіталізації та менші транзакційні витрати. Так, за для лістингу на Варшавській фондовій біржі компанія має

здійснити початковий внесок у розмірі 0,03% номінальної вартості розміщення та 0,02% обсягу угод[4].

З метою відповідності компанії до очікувань інвесторів, мають бути оцінені та перевірені історія компанії, фінансові показники, менеджмент, стратегія, продуктова лінія та багато іншого. Але незважаючи на законодавчі перешкоди, велика кількість компаній має на меті залучення коштів шляхом первинного розміщення. Це пояснюється потенційною можливістю залучення значних фінансових ресурсів.

Головними учасниками процесу первинного публічного розміщення є консультанти та інвестиційні банкіри, що виступають андерайтерами даної угоди. Найважливішим документом, що має бути розроблений андерайтерами угоди, є проспектемісії. До нього є низка вимог, і у тому числі законодавчих, тому проспект має точно відповідати усім вимогам. Після підписання проспекту емісії починається процес залучення інвесторів до угоди шляхом надіслання їм проспекту емісії.

Враховуючи складність процесу первинного публічного розміщення, пре-ІРО планування передбачає фокусування на усіх деталях. Окрім аудиторського висновку по фінансовій звітності, зустрічей із інвестиційними банкірами та переговорами із потенційними інвесторами, компанія має здійснити ряд необхідних процедур. Отже, до процесу первинного публічного розміщення долучається велика кількість посередників: консультанти, аудитори, юристи та інші. Аудиторська компанія «Делойт»[2] запропонувала шість складових успішного публічного розміщення: запровадження якісного корпоративного управління; оновлення фінансової організації; підготовка до прискіпливої оцінки фінансової звітності; удосконалення фінансової системи, процесів та контролю; розвиток ризик-менеджменту; ознайомлення із законодавчою базою та оподаткуванням.

Ці позиції забезпечують всебічний розгляд компанії як потенційного об'єкта інвестування для іноземних інвесторів. Але ключем до успішного публічного розміщення є публічність, яка може бути забезпечена заздалегідь. Це дає можливість менеджменту зосередитись на комплексності операцій компанії, а не вирішувати проблеми, що виникли при підготовці до публічності.

Для забезпечення успішності проведення ІРО, процес первинного публічного розміщення має починатись з повного досягнення того, що включено до процесу публічності. Команда при підготовці до ІРО має включати аудиторів, консультантів з питань бухгалтерського обліку, спеціалістів з оподаткування, юридичних консультантів, андерайтерів, професіоналів зі зв'язків з громадськістю. Підготовка до виходу на ринок займає щонайменше як, тому процес підготовки має бути початий як найшвидше. Усі члени команди мають забезпечити повний глибокий

аналіз процесів та стану компанії. Для цього проводиться всебічний *duediligence* – процес аналізу діяльності та стану компанії при виході на міжнародні ринки капіталу.

Процес *duediligence*, як правило, складається з[1]:

- *Загального duediligence*, що аналізує кредитний рейтинг компанії, можливості вторинного розміщення, веб-сайт компанії, прес-релізи та статті про компанію, публічну інформацію про країну, де може вести свою діяльність компанія, специфіку галузі тощо.

- *Duediligence бізнесу*, що включає в себе інтерв'ю з менеджментом компанії, загальну перевірку менеджменту, інтерв'ю із ключовими споживачами, постачальниками, кредиторами, та іншими партнерами та контрагентами.

- *Фінансового duediligence*, що полягає у аналізі історичної фінансової звітності (зміни у звітності, динаміка, примітки до фінансової звітності, усі можливі статті фінансової звітності), та законодавчі норми щодо відображення статей у фінансовій звітності.

- *Бухгалтерського duediligence*, що включає в себе облікову політику, відображення доходів та капітальних витрат, співвідношення облікової політики із галузевими нормами, списання, ліквідність, тощо.

- *Юридичного duediligence*, де розглядаються усі ключові документи компанії від приміток, що веде менеджмент і кореспонденції до акціонерних угод тощо.

- *Duediligence корпоративного управління*, що визначає відповідність корпоративного управління до норм законодавства, можливість корупції та ефективність існуючої корпоративної структури.

Повний аналіз компанії дає можливість проведення успішного первинного публічного розміщення. Варто зазначити, що даний процес є вкрай важливим для українських компаній через специфіку кон'юнктури ринку: висока волатильність, бюрократія, корупція, недостатня публічність, відносно низький доступ інвесторів до учасників українського ринку. Для підвищення інвестиційної привабливості українських компаній для іноземних інвесторів, кожен емітент має приділити особливу увагу пошуку таких консультантів, які б могли провести всебічний аналіз та визначити справедливую ціну за акції, що будуть котируватися.

Ринок розміщень несе в собі велику кількість переваг для компанії, але варто розуміти, що за умов невизначених ринків, таких як український, наслідки можуть бути непрогнозованими, оскільки успішність угоди залежить від зовнішнього середовища компанії-емітента.

ІРО є тим альтернативним інструментом виходу на міжнародні ринки капіталу, який забезпечує вкрай високу ефективність через

можливість заохочення інвесторів до вкладання в акції вітчизняних емітентів. До переваг первинних публічних розміщень для українських компаній можна віднести:

- Публічність, підвищення загального статусу, кредитного рейтингу та престижу компанії. Враховуючи специфіку формування ринку акцій в країнах з транзитивною економікою, публічність української компанії є першим сигналом до позитивних очікувань серед іноземних інвесторів, що відображує статус емітента на міжнародного ринку.

- Доступ до фондового ринку більш капіталомісткого, ніж український, доступ до значно більшого числа потенційних інвесторів та кредиторів різного профілю. На жаль, на сьогодні, локальний фондовий ринок не має змоги забезпечити фінансовими ресурсами компанії із значними оборотами, оскільки має вкрай низьку капіталізацію та ліквідність.

- Посилення економічної безпеки власників компанії, що отримала закордонний публічний статус, за рахунок переходу в міжнародну площину адміністративних, політичних ризиків та ризику країни.

- Забезпечення підвищеної ліквідності акцій, що неможлива на українському ринку. Через низький розвиток внутрішнього фондового ринку, не забезпечує очікуваної ліквідності акції провідних українських емітентів.

- Продаж корпоративних прав є акціонерний фінансуванням, яке не створює боргового тягаря та необхідності сплати процентів, на відміну від боргових інструментів, створюючи кращі умови для збереження контролю за компанією.

На сьогодні, первинне публічне розміщення акцій є одним із найбільш привабливих інструментів залучення фінансових ресурсів на міжнародних ринках капіталу. Враховуючи особливості українського фондового ринку, для компаній-емітентів постає актуальне питання щодо проведення підготовки до такого механізму фінансування. В першу чергу, IPO означає публічність, яка вимагає певних вимог до компанії. Для реалізації цієї можливості отримання публічності, компанія має здійснити широкий спектр аналітичної роботи за допомогою провідних консультантів, які б визначили стан компанії та перспективи для іноземних інвесторів. Участь вітчизняних емітентів у міжнародному ринку капіталу є не тільки ефективним інструментом залучення коштів, але й показником участі країни у світовому економічному просторі, що визначає рейтинг та статус держави.

Список використаних джерел:

1. Clarke, J. How to prepare an initial public offering: due diligence and potential liabilities / John J. Clarke, Liza Firenze // Working Paper, DLA Piper

LLC. – 2007. – 42 p.// [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.dlapiper.com/files/upload/Due%20Diligence%20and%20Potential%20Liabilities.pdf>

2. Ready for the IPO spotlight? Preparing to perform at a higher standard // DeloitteTouche Tohmatsu Limited Report. – 2011. – 10 p. // [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.deloitte.com/assets/DcomUnitedStates/Local%20Content/Articles/AERS/Finance%20Operations%20&%20Controls%20Transformation%20\(FOCT\)/ContractRisk%20Compliance/us_aers_FOCT_Ready%20for%20the%20IP%20Spotlight.pdf](http://www.deloitte.com/assets/DcomUnitedStates/Local%20Content/Articles/AERS/Finance%20Operations%20&%20Controls%20Transformation%20(FOCT)/ContractRisk%20Compliance/us_aers_FOCT_Ready%20for%20the%20IP%20Spotlight.pdf)

3. Rothberg, A. Preparing for an Initial Public Offering / Arthur F. Rothberg // Working Paper of CFO Edge LLC. – 2011. – 4 p.// [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.cfoedge.com/resources/articles/cfo-edge-preparing-for-an-initial-public-offering-ipo.pdf>

4. Офіційний сайт представництва варшавської фондової біржі в Україні // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ipowse.com.ua/wig-ukraine>

ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ ГАРАНТУВАННЯ ВКЛАДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

Зелінка Людмила Василівна

студентка Національного університету «Львівська політехніка»

Науковий керівник: *Подольчак Н.І.*, к.е.н., доц. кафедри обліку та аналізу, Національний університет «Львівська політехніка»

Ефективне функціонування ринкової економіки забезпечують реальні ресурси, які акумулюються через банківські установи у формі залучених депозитів. Найнезахищенішими вкладниками є фізичні особи, оскільки вони не завжди кваліфіковано можуть оцінити фінансовий стан банку. За таких умов світова практика показує ефективність запровадження державної системи гарантування вкладів для фізичних осіб. В Україні така створено у вересні 1998 року Фонд гарантування вкладів фізичних осіб, діяльність якого регулюється спеціальним законом [1].

Основна мета діяльності – захист прав та законних інтересів вкладників банків, гарантування вкладів фізичних осіб. Фонд гарантує кожному вкладнику фізичній особі банку-учасника Фонду відшкодування коштів за його вкладами, включаючи відсотки, нараховані на день початку процедури виведення Фондом банку з ринку, але не більше суми граничного розміру відшкодування коштів за вкладами, встановленого на дату прийняття такого рішення, незалежно від кількості вкладів в одному банку [2].

Адміністративна рада ФГВФО збільшувала розмір гарантованої суми вкладів 11 разів із 500 грн. до 200000 грн., який є законодавчо встановлений та не підлягає зменшенню. Гарантована сума відшкодування відіграє важливу роль у зміцненні довіри вкладників до банківської системи. Проте в умовах економічної та соціальної кризи 2014 р., показники депозитів фізичних осіб на кінець року, порівняно із початком, мали тенденцію до зменшення: загальна сума вкладів фізичних осіб (на 31 млрд. грн., 7,7%), кількість вкладників (на 2 млн.) та середній розмір вкладу (на 298 грн.) (табл. 1).

Таблиця 1

Дані про вклади фізичних осіб в банках-учасниках ФГВФО 2014 р.

Дата	Сума вкладів фізичних осіб, млрд.грн.	Кількість вкладників, млн.осіб	Середній розмір вкладу, грн.	Процент покриття кількості вкладників, %
01.01.2014	402,6	47,4	8486	99,4
01.04.2014	406,2	47,7	8509	99,3
01.07.2014	390,9	46,6	8393,1	99,3
01.10.2014	371,6	45,4	8188	99,3

Гарантування вкладів ФГВФО здійснює за такими умовами (рис.2.)

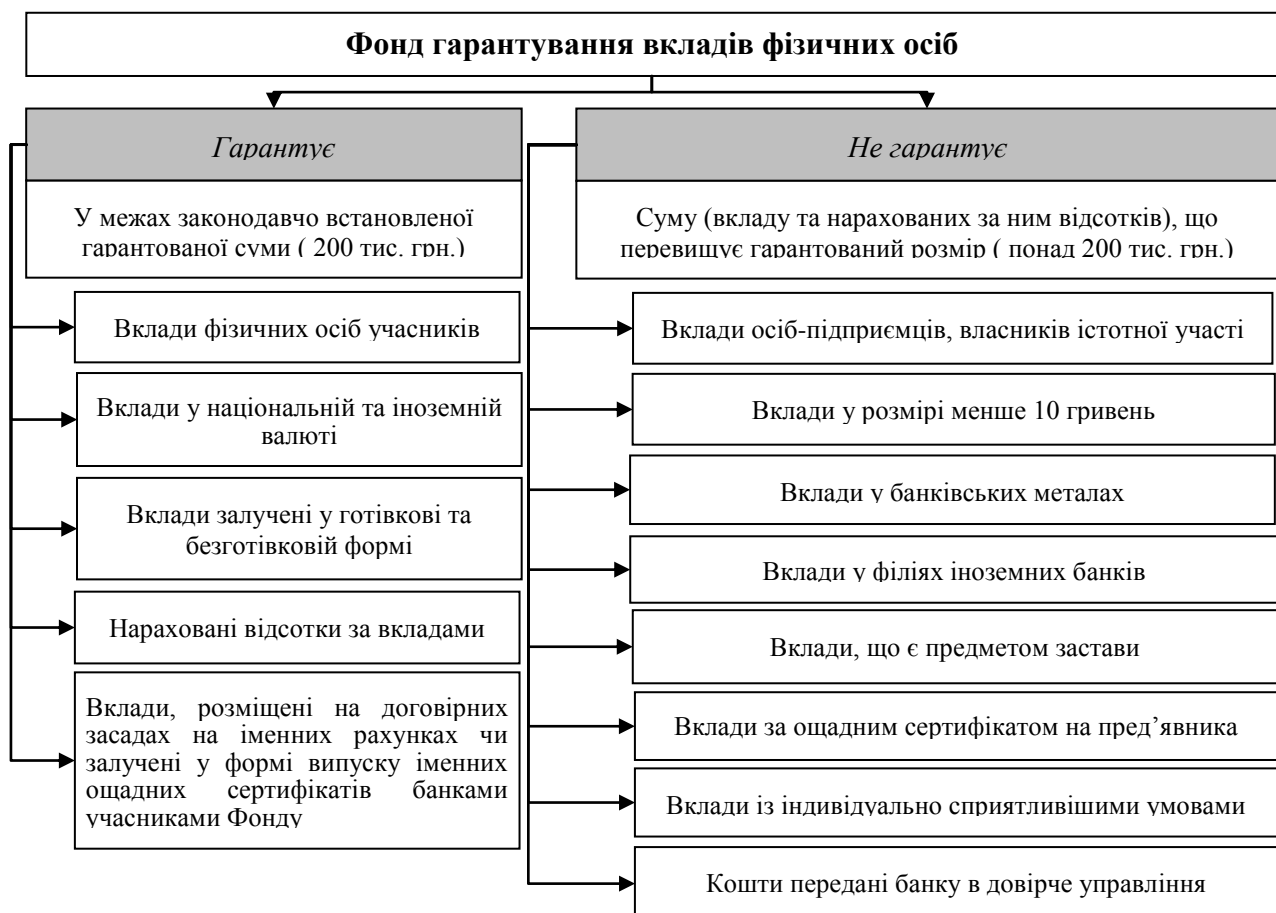


Рис. 2. Основні умови гарантування вкладів ФГВФО

ФГВФО є основою системи страхування вкладів, елементом резервної системи України та, разом із НБУ, регулятором банківської системи.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб» № 4452 – VI від 23.02.2012.
2. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 № 2121 – III.

МИНИМИЗАЦИЯ КРЕДИТНЫХ РИСКОВ В КРЕДИТОВАНИИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

Чернышов В.В.

преподаватель кафедры финансов, Харьковский национальный экономический университет имени С. Кузнеця

Ходжаков А.А.

студент финансового факультета, Харьковский национальный экономический университет имени С. Кузнеця

В банковской деятельности в зависимости от вида осуществляемых операций всегда присущи различные финансовые риски: кредитные, инвестиционные, валютные, депозитные и др. Кредитный риск, порождаемый данной деятельностью, и методы его минимизации интересуют как практиков, так и теоретиков. Об этом свидетельствует большое количество научных публикаций, которые появились в последнее время. Несмотря на тот факт, что проблема кредитного риска чрезвычайно актуальна среди ученых, исследование причин возникновения, особенно в конкретных отраслях, и методы минимизации кредитного риска нельзя считать полностью изученными и исследованными.

Разработке научных основ банковской деятельности, кредита и кредитных отношений посвящены работы отечественных ученых-экономистов С.А. Маслова [1], В.Д. Лагутин [2], В. И. Мищенко [3], А.А., Епифанов [4], В.Я. Вовк [5], Ю. В. Потийко [6], Л.В. Гасенко [7] и др.

Целью исследования является раскрыты особенности банковского кредитования физических лиц.

Вообще слово «риск» в различных условиях связывается в первую очередь с появлением опасности или неуверенности в различных сферах хозяйственной деятельности. В английском языке слово «риск» звучит как «risk», в болгарской «риск», в чешской «risiko», в немецкой «risiko» [7].

Как утверждают В.-Р. Гейльман и В. Г. Идельсон, это слово является формой латинского термина «resesum», которое в переводе означает «опасность» или «скалу».

Причинами возникновения кредитного риска в банковской деятельности могут также быть: недостаточность знаний законов банковской деятельности; неопределенность целей и критериев и др.; недостаточный уровень информации в банковских работников, выполняющих оформления кредитного соглашения; сокрытие информации заемщиком; несовершенство норм государственных регуляторов.

Способы минимизации кредитного риска: распределение; внешнее страхование; нормирования кредитов; диверсификация; лимитирование кредитов; создание резервов; достоверная оценка кредитоспособности заемщика.

Результатом реализации методики в каждом отдельном случае является интегральный показатель, который сравнивается с определенным числовым порогом, или линией разделения, которая является линией безубыточности. Клиентам с интегральным показателем выше этой линии выдается кредит, клиентам с интегральным показателем ниже линии безубыточности - отказывают в предоставлении ссуды. Все это выглядит очень просто, однако сложность заключается в определении, какие характеристики следует включать в модель и какие весовые коэффициенты должны им соответствовать.

Исходя из существующих моделей оценки кредитного риска можно сделать вывод, что скоринговой модели можно адаптировать под особенности физических лиц-клиентов конкретного банка.



Рис. 1. Модель принятия решения о выдаче кредита

Из рисунка видно, что, опираясь на историю прошлых лет, можно создать математическую скоринговую модели оценки риска при выдаче кредита физическому лицу и на основе личных данных заемщика принять решение о выдаче кредита (см. Рис. 1.).

Следует отметить, что способов минимизации рисков в кредитование достаточно количество, но главным критерием в данном вопросе является именно качество таких способов. Наиболее эффективным с точки зрения кредитования физических лиц именно является определение уровня кредито- и платежеспособности заемщика. Анализ

кредитоспособности проводиться с целью получения информации для принятия решения о возможности и условиях предоставления займа. Поэтому именно предложенная в работе система скоринг-анализа, как один из способов минимизации кредитных рисков, является достаточно удобным и эффективным в использовании.

Список использованной литературы:

1. Маслова С. О. Гроші. Фінанси. Кредит / С.О. Маслова. – К.: ЦУЛ, 2002. – 500 с.
2. Лагутін В.Д. Кредитування: теорія і практика / В.Д. Лагутін. – К.: “Знання”, КОО, 2000. – 215 с.
3. Міщенко В.І. Банківські операції / В.І. Міщенко, Н.Г. Слав’янської. – К.: Знання, 2006. – 727 с.
4. Єпіфанов, А.О. Операції комерційних банків / А.О. Єпіфанов, Н.Г. Маслак. – Суми : ВТД«Університетська книга», 2007. – 322 с.
5. Вовк В.Я. Кредитування і контроль: навч. посібн. / В.Я. Вовк, О.В. Хмеленко. – К.: Знання, 2008. – 463 с.
6. Потійко Ю. В. Теорія і практика управління різними видами ризиків у комерційних банках / Ю.В. Потійко // Вісник НБУ. – 2004. – № 4. – С. 58-60.
7. Гасенко Л.В. Кредитна лінія як ефективний інструмент підтримки бізнес / Л.В. Гасенко // Дніпродзержинський державний технічний університет, 2007 –№ 3 – С. 36-44

ДИСТАНЦІЙНЕ БАНКІВСЬКЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ «КЛІЄНТ–БАНК»

Шукост Наталія Петрівна

студентка Національного університету «Львівська політехніка»

Науковий керівник: ***Подольчак Н. І.***, к.е.н., доц. кафедри обліку та аналізу, Національний університет «Львівська політехніка»

Дистанційне банківське обслуговування (ДБО) – це технологія надання банківських послуг на підставі розпоряджень, переданих клієнтом віддаленим чином, найчастіше з використанням комп’ютерних і телефонних мереж [1]. Найпоширенішою системою є «Клієнт-банк», доступ до якої здійснюється через персональний комп’ютер споживача. Система «Клієнт-банк» – система банківського обслуговування клієнтів, побудована на використанні інформаційних технологій, що забезпечують клієнтам можливість дистанційного отримання фінансової інформації та управління банківськими рахунками [2,3]. Головною метою системи – є оперативне відображення даних про стан рахунків клієнта на його робочому місці та автоматизація процесу передачі платіжних документів. Система «Клієнт-банк» забезпечує передавання повідомлень між клієнтом

та банком у зашифрованому вигляді за допомогою сертифікованих засобів захисту; автоматичне ведення та захист протоколу; автоматичне архівування протоколів (в кінці робочого дня) (рис 1).

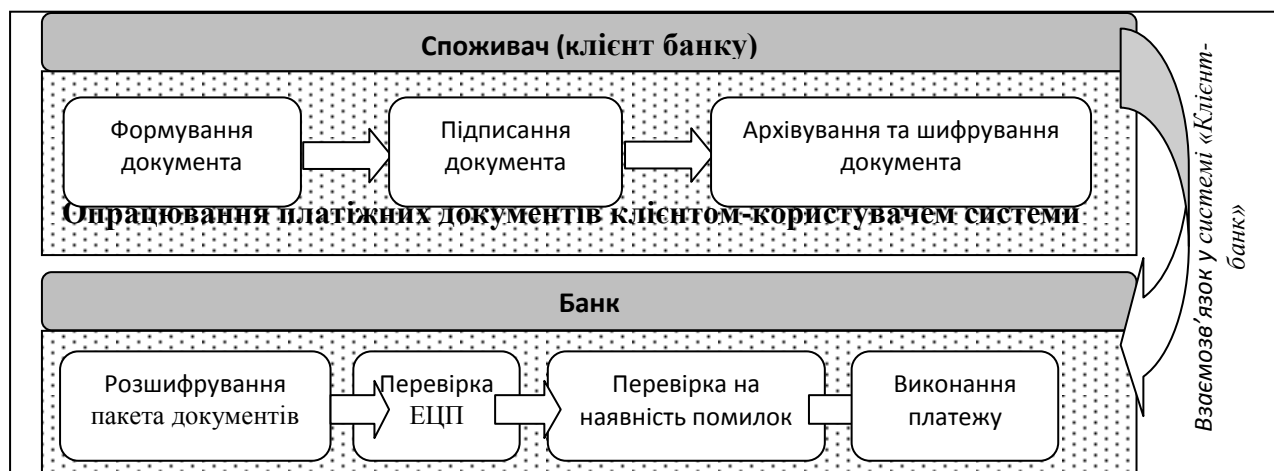


Рис.1. Механізм здійснення розрахунків через систему «Клієнт-банк»

Система «Клієнт-банк» має певні переваги та недоліки у різних зацікавлених групах: споживач (клієнт банку), банк та держава (рис. 2).

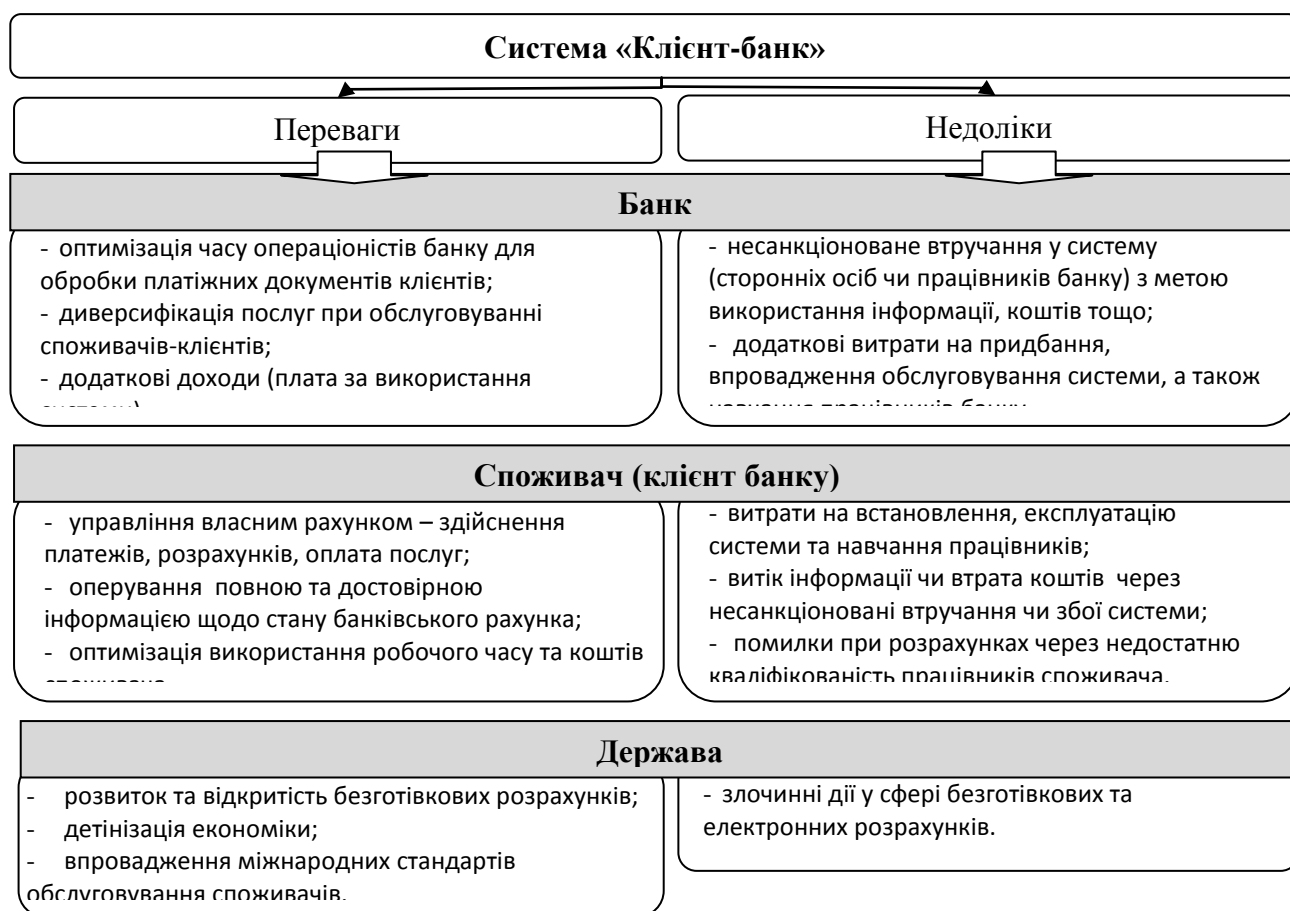


Рис. 2. Основні переваги та недоліки системи «Клієнт-банк»

Система «Клієнт-банк» диверсифікує послуги банківської установи, ефективно забезпечує здійснення безготівкових розрахунків та сприяє розвитку банківської системи держави.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність // Закон України від 07.12.2000 р. № 2121 – III.
2. Система «Клиент-Банк» // Финансово-кредитный энциклопедический словарь / Коллектив авторов; Под общ. ред. А. Г. Грязновой. — М.: Финансы и статистика, 2002. — С. 762.
3. Функціонування банківського сектору та кредитної кооперації: теорія і практика: монографія / [І.Г. Брітченко, А.О. Пантелеймоненко, С.П. Прасолова та ін.]. – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2010. – 152с.

АДМІНІСТРУВАННЯ ПДВ: НОВАЦІЇ В ЗАКОНОДАВСТВІ

Краснокутська Наталія Станіславівна

доктор економічних наук, Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Одними із найбільш масштабних перетворень, що впливають на умови ведення бізнесу в Україні, у 2015 р. стали чергові зміни податкової системи. На фоні загострення економічних, політичних і суспільних проблем уряд у другій половині 2014 р. ініціював законопроекти, які, декларуючи спрощення податкового навантаження, зумовили низку додаткових проблем для підприємців. У числі таких новацій особливе місце займає адміністрування податку на додану вартість (ПДВ), що визначило актуальність і змістовну спрямованість проведеного дослідження.

Метою впровадження нововведень щодо адміністрування ПДВ визначено мінімізацію впливу людського фактору та запобігання уникненню будь-яких зловживань, у першу чергу, пов'язаних із фіктивними податковими кредитами покупців, зменшення кількості перевірок і збільшення відповідних надходжень до бюджету [1; 2; 3]. Для реалізації цієї мети з 1 лютого 2015 р. введено систему електронного адміністрування ПДВ, яка до 1 липня 2015 р. буде діяти у тестовому режимі, а після цієї дати – на постійній основі. Така система передбачає обов'язковий перехід суб'єктів підприємницької діяльності на електронну звітність і реєстрацію ними в Єдиному реєстрі податкових накладних всіх розрахунків коригування [1]. З точки зору мінімізації впливу людського фактору та запобігання зловживанням, така система електронного адміністрування дійсно унеможливорює реєстрацію податкової накладної постачальником за відсутності у нього коштів на спеціальному електронному ПДВ-рахунку і, відповідно, надання покупцю податкового кредиту.

Щодо збільшення податкових надходжень до бюджету, то урядові очікування тут є скоріше оптимістичними, ніж такими, що відповідають реаліям. Створення спеціальних ПДВ-рахунків призводить до не виправданого відволікання і часткового втрачання оборотних коштів. Неможливість отримання товарного кредиту фактично скорочує обсяги фінансування (особливо у сфері торгівлі) і замість полегшення умов

ведення бізнесу призводить до вимушеного скорочення поточної діяльності за відсутності альтернативних фінансових можливостей.

Важливою новацією, яка також чинить скоріше негативний ефект, є відсутність можливості переведення коштів із ПДВ-рахунку на поточний рахунок підприємства. Це означає, що за виникнення сум помилково або надмірно нарахованого ПДВ ці кошти на невизначений термін можуть бути заморожені. Механізм відшкодування підтверджених сум ПДВ з боку державної фіскальної служби є, по-перше, непрозорим, а, по-друге, згідно із законодавчими змінами [1] затримки із таким відшкодуванням взагалі тепер не вважаються порушенням податкового законодавства.

На жаль, список проблем під час адміністрування ПДВ не вичерпується визначеними вище, тому, враховуючи тестовий період роботи нової системи, є сподівання щодо її перегляду і внесення необхідних, дійсно дієвих поліпшень.

Список використаних джерел:

1. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи // Закон України №71-19 від 28.12.2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
2. Ділова спільнота висловлює зауваження до запровадження електронного адміністрування ПДВ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uspp.ua>.
3. Котенко В. ПДВ: нові правила / В. Котенко, Х. Інтріаго, І. Чуфаров // Податково-юридичний вісник ЕУ [Електронний ресурс]. – 28 серпня 2014 р. – Режим доступу: <http://www.eba.com.ua>.

СУЧАСНИЙ СТАН ОПОДАТКУВАННЯ ПІДАКЦИЗНИХ ТОВАРІВ

Лінькова Олена Юріївна

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та оподаткування Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Важливість проблеми акцизного оподаткування в Україні зумовлена тим, що збільшення доходів до бюджету, ліквідація його дефіциту є одним з головних практичних завдань держави, а акцизні збори виступають гарантованим джерелом поповнення коштів державної скарбниці.

Аналіз останніх наукових досліджень оподаткування А. Дриги, Є. Бойка, В. Слюсаря, О. Маховки показують необхідність його вдосконалення. Мета роботи – проаналізувати недоліки існуючої системи

акцизного оподаткування та запропонувати шляхи і механізми їх ліквідації.

Об'єктом дослідження – є економічні відносини в Україні у сфері оподаткування.

Предметом дослідження виступає акцизне оподаткування в Україні.

Акцизний податок – непрямий податок на споживання окремих видів товарів, визначених податковим Кодексом як підакцизні, що включається до ціни таких товарів, а також особливий податок на операції з відчуження цінних паперів та операцій з деривативами.

Основні принципи акцизного оподаткування – це ефективність, справедливість, прозорість і чіткість. Процес оптимізації цього виду оподаткування базується на чинниках: полегшення адміністрування та забезпечення виконання поставлених завдань, урахування податкових ставок у сусідніх країнах та купівельної спроможності населення. Велика різниця між ставками акцизу в різних країнах призводить до контрабанди товарів та прикордонної торгівлі. Досвід багатьох країн свідчить, що стабільність і помірність системи оподаткування мають більший довгостроковий стимулюючий ефект, ніж податкові пільги. Корисна система державного регулювання виробництва та реалізації алкогольної і тютюнової продукції (ліцензування, квотування, декларування виробництва, державна оптова торгівля та ліцензування, квотування і декларування роздрібною торгівлі).

До методів акцизної політики відносяться: регулювання рівня опосередкованого податкового навантаження, що виникає внаслідок використання акцизів у національній податковій системі; визначення оптимального співвідношення між окремими видами оподаткування та відповідно між універсальним та специфічним акцизним оподаткуванням; регулювання рівня акцизного оподаткування в межах окремих товарних груп підакцизних товарів; визначення структури акцизної складової в ціні реалізації підакцизних товарів; регулювання рівня застосування окремих складових змішаної системи акцизного оподаткування; використання винятків із загальних правил оподаткування, у тому числі і шляхом надання пільг зі сплати акцизного податку; встановлення відповідальності за порушення законодавства, що регулює виробництво та обіг підакцизних товарів. Основними світовими тенденціями розвитку акцизного оподаткування є: державне регулювання ринку підакцизних товарів; збільшення ставок податку; зниження співвідношення між універсальним та специфічним акцизами; розширення переліку підакцизних товарів; підвищення фіскальної ефективності „енергетичних” акцизів; зниження рівня реалізації контрабандної та контрафактної продукції; застосування електронних систем контролю за виробництвом та обігом підакцизних товарів.

Список використаних джерел:

1. Актуальні проблеми теорії та практики оподаткування : монографія / [за ред. Новицького А. М., Лисенка В. В., Швабія К. І.] ; Нац. унів-т ДПС України. – Ірпінь : Видавництво Національного університету ДПС України, 2013. – 556 с.
2. Закон України “Про акцизний збір на алкогольні напої та тютюнові вироби” від 15.09.1995 р. № 329/95-ВР // www.liga.kiev.ua.
3. Податковий кодекс України із змінами 2014 р. // <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/page>
4. Taxations trends in the European Union : Data for the EU Member States, Iceland and Norway. – Luxemburg : Publications Office of the European Union. – 2014. – 308 р.

ПОДАТОК НА НЕРУХОМІСТЬ: ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ

Нащекіна Ольга Миколаївна

кандидат фізико-математичних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Поглиблення глобалізаційних процесів і інтеграція України до європейського економічного простору обумовлюють необхідність адаптації її податкового законодавства до європейських стандартів.

Оподаткування нерухомості в економічно розвинених зарубіжних країнах є важливою складовою їх податкових систем, що виконує не лише фіскальну, але й регулюючу функцію, наприклад, чинить вплив на пропозицію на ринку житла, а також сприяє вирішенню соціально-економічних проблем, в першу чергу на місцевому рівні.

Податок на нерухоме майно існує приблизно в 130 країнах світу. Ставки податку у європейських країнах варіюють і в середньому становлять один-два відсотки від вартості нерухомого майна. Оскільки цей податок є переважно місцевим, надходження від нього формують значну дохідну частину місцевих бюджетів; тому впровадження в Україні податку на нерухоме майно повинно стати важливим джерелом зміцнення фінансової незалежності місцевого самоврядування.

Введення податку на нерухоме майно в податкову практику в Україні відкладалося декілька разів: спочатку податок мав набути чинності з 1 січня 2012 р., потім з 1 липня 2012 р. Пізніше Законом України “Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо удосконалення деяких податкових норм” від 24 травня 2012 р. № 4834-VI його запровадження перенесли на 1 січня 2013 р. З 1 січня 2013 року було введено оподаткування об’єктів житлової нерухомості, що перебувають у

власності як фізичних, так і юридичних осіб. Ставки податку становили 1-2,7% мінімальної зарплати за метр квадратний для квартир і будинків у залежності від розміру житлової площі. Пільги у вигляді звільнення від сплати податку на нерухомість надавалися її власникам, якщо сумарна площа житла не перевищувала 120 кв. м для квартир і 250 кв. м – для будинків. Однак Верховна Рада звільнила фізичних осіб від сплати у 2013 році податку на нерухоме майно через неготовність реєстру його платників.

Законом № 71-VIII від 28 грудня 2014 р. введені в дію зміни до Податкового кодексу, що стосуються у тому числі і оподаткування житлової та нежитлової нерухомості. Повноваження щодо встановлення ставки податку делеговані місцевим органам влади. Ставка податку за 1 кв. м не повинна перевищувати 2% мінімальної заробітної плати – 24,36 грн. (мінімальний розмір оплати праці станом на 1 січня 2015 року - 1218 грн на місяць). Закон також передбачає пільги з оплати податку на нерухомість для фізичних осіб. Але у відповідності до нового закону база оподаткування квартири зменшується тільки на 60 кв. м, будинку – на 120 кв. м.

Зменшення вдвічі площі, яка не підлягає оподаткуванню, значно розширює базу оподаткування, що має привести до збільшення податкових надходжень. В той же час не слід розраховувати, принаймні в короткостроковій перспективі, на фіскальну ефективність податку. Це пов'язано із високими витратами на його адміністрування. По-перше, Державний реєстр речових прав на нерухоме майно, як джерело інформації для обчислення податковою службою даного податку, залишається дуже недосконалим і вимагає значних зусиль з його наповнення. По-друге, адміністрування податку на нерухомість носить в Україні об'єктний характер. Податкові повідомлення надсилаються і податок сплачується за місцем розташування об'єкта оподаткування. В разі відсутності власника за місцезнаходженням об'єкта нерухомості він не зможе вчасно отримати повідомлення, узгодити суму із врахуванням пільги, і, як результат, сплатити в повному обсязі податок до відповідного місцевого бюджету. Об'єктний характер обліку ускладнює також контроль для адміністратора, якщо платник має у власності декілька об'єктів нерухомості. Відсутність обов'язку фізичних осіб декларувати об'єкти, що підлягають оподаткуванню, спричинить розбіжності між контролюючими органами та платниками щодо бази оподаткування і права застосування пільги, особливо якщо об'єкти знаходяться в різних територіальних одиницях. Наслідком всього цього буде ускладнення процедури сплати для платника та ухилення від сплати податку.

Розширення бази оподаткування за рахунок зменшення площі, що не підлягає оподаткуванню, призведе також до зниження соціальної

ефективності, пов'язаної з перерозподільною функцією податку. За вищевказаних змін до Податкового кодексу не тільки заможні, але й бідні верстви населення мають також сплачувати цей податок. Тобто з податку на розкіш для багатих він перетворюється в податок для бідних. Крім того, обрана база оподаткування негативно впливає на соціальну справедливість даного податку і не дозволяє впровадити диференційовану шкалу оподаткування з мінімальними ставками для найменш забезпечених.

Як відомо, в світовій практиці використовуються два основних підходи до визначення бази оподаткування для податку на нерухомість. При першому підході базою обирається площа, а при другому – ринкова вартість об'єкта. Застосування першого підходу дає змогу оподатковувати об'єкти за відсутності інформації про оціночну вартість майна, з меншими витратами на оплату роботи кваліфікованого персоналу. Цей підхід зручніший і дешевший в адмініструванні, що підвищує його фіскальну ефективність, і частіше застосовується в країнах, що розвиваються, або країнах з трансформаційною економікою. З іншого боку, підхід, що базується на вартості об'єкта, є більш справедливим і застосовується в більшості розвинених країн. І хоча поки що в Україні дуже складно реалізувати такий підхід, в довгостроковій перспективі необхідно змінити базу оподаткування – перейти до використання ринкової вартості об'єкта.

Проблеми, пов'язані з впровадженням податку на нерухомість, необхідно вирішувати комплексно: з урахуванням справедливості оподаткування, економічної і фіскальної доцільності даного податку та найбільш ефективної практики його адміністрування в інших країнах.

ІНВЕСТИЦІЙНА БЕЗПЕКА ТА ПРОБЛЕМИ ЗАХИСТУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ЦІЛІСНОСТІ УКРАЇНИ

Артеменко Інна Леонідівна

аспірантка кафедри макроекономіки та державного управління Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

Одночасне загострення фінансово-економічних проблем та ведення війни за збереження територіальної цілісності України загострили суперечності макроекономічного регулювання економіки, фінансової стабільності та фінансової платоспроможності держави. Зростання обсягів державного боргу (понад 100 млрд. доларів США), збільшення дефіциту державного бюджету та загострення розбалансованості фінансового сектору висунули на порядок денний не тільки проблему формування в Україні сприятливого інвестиційного середовища, що є досить важливим для економіки, а й проблему пошуку додаткових джерел фінансування зміцнення обороноздатності країни. Якщо класифікувати всі економічні, соціальні, інформаційні, гуманітарні та інші загрози по їх функціональній значимості в системі координат розвитку українського суспільства, то слід визнати, що захист територіальної цілісності є базисною, першочерговою та вихідною, без вирішення якої втрачається науковий теоретична та практична доцільність розгляду інших проблем. В цьому контексті слід відзначити, що інвестиційна безпека є складовою національної економічної безпеки, яка органічно віддзеркалює національну безпеку, а значить територіальну цілісність. В Законі України «Про основи національної безпеки України» відзначається першочерговість захисту інтересів насамперед держави, яка повинна гарантувати захист інтересів особи (громадянина) та суспільства (1;351).

Відмова України протягом 20- річної незалежності від розв'язання проблем економічної та інвестиційної безпеки призвела до зниження рівня інвестування в економіку та посилення залежності від зовнішньої допомоги, що, в свою чергу, призвело лише до зростання зовнішньої заборгованості держави та пригальмувало розвиток економіки в цілому.

Інвестиційна безпека країни забезпечується за умов дотримання граничної норми інвестування, що дає змогу відтворювати науково-технічний та інтелектуальний потенціал; здійснювати розширене відтворення основного капіталу; підтримувати конкурентоспроможність

економіки; гарантувати зростання ВВП на рівні завдань соціально-економічного розвитку та міжнародного співробітництва; створювати стратегічні резерви; долати депресивні явища в регіонах країни; зберігати та відновлювати природні ресурси; утримувати на безпечному рівні екологічні параметри(2; 39-54).

Однією із проблем інвестиційної безпеки є величезний тіньовий сектор який обмежує можливості держави щодо проведення ефективної інвестиційної політики, негативно впливає на політичний імідж країни, заважає розвитку легальної економіки та її ринковому реформуванню. За даними офіційної статистики, частка іноземних інвестицій з офшорних зон становить більшу частину в економіці країни від загального обсягу іноземного капіталу. Найвірогідніше, цей потік іноземних інвестицій має українське походження: раніше за певних причин його було вивезено за межі держави і тепер він повертається уже як іноземний інвестиційний ресурс. До показників, що негативно впливають на інвестиційну привабливість країни слід віднести індекси корупцію та економічної свободи. За даними організації Transparency International, Україна за цим показником протягом 2012-2013 рр. займала 144 місце із балами 26 та 25 відповідно, проте в 2014 р. ситуація трішки покращилася і місце в рейтингу зрушилося на 2 позиції вгору (142 місце). Такого результату досягли також Камерун, Центральноафриканська Республіка, Республіка Конго, Сирія і Бангладеш. Оцінка проводиться за шкалою від 0 до 100, де 0 означає, що країна сприймається як високо корумпована, 100 свідчить про відсутність корупції в державі. Найменш корумпованими визнали Данію, Фінляндію й Нову Зеландію, які отримали по 89-92 бали. Найбільш корумповані країни – Сомалі, Північна Корея й Афганістан, вони отримали по 8 балів (3). Отже, Україну можна віднести до категорії «країн з високим рівнем сприйняття корупції».

У рейтингу 2013-2014 рр. за показником індексу економічної свободи Україна набрала 49,3 бала, що дозволило їй посісти 155 позицію. Протягом досліджуваного періоду позиції України досить сильно коливалися (в межах 10 місць втрати чи підвищення позицій), однак вона постійно належала до категорії «Репресовані» країни. Трохи вище у рейтингу, на 154 місці – Лесото, далі за Україною – Центральноафриканська Республіка, Узбекистан та т.п. Українські показники економічної свободи найнижчі у Європі. Позитивні зміни виявлено у «Свободі від корупції», «Податковій свободі», «Грошовій свободі», «Свободі трудових стосунків». Більш негативно, в порівнянні з 2011 роком, оцінено показники «Державні витрати», «Свобода бізнесу» та «Свобода торгівлі»(4).

Отже, досліджувані індекси приваблюють тим, що вони мають комплексний характер і враховують різні аспекти інвестиційної безпеки:

політичні, економічні, соціально-економічні, екологічні, інформаційні тощо. Однак ці індекси не можуть бути використаними для оцінки стану національної безпеки, оскільки вони не враховують основні закономірності виникнення загроз у системах різного функціонального призначення, за винятком, певною мірою, індексу політичного ризику; структурні зв'язки між окремими особами, суспільством, і державою.

Загрозою для національної економічної безпеки є зростання питомої ваги прямих іноземних інвестицій в економіці України. Перехід значної частини банків, нерухомості та виробничого потенціалу під контроль іноземного капіталу підриває здатність до незалежного, власного відтворення економіки, платоспроможність національної валюти, незалежності фінансової системи країни, підриваючи тим самим здатність держави забезпечувати територіальну цілісність країни та добробут громадян.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про основи національної безпеки України» // Відомості Верховної ради України. – 2003. – № 39. – Ст. 351.
2. Степаненко А. Оцінка економічної безпеки України та її регіонів / А. Степаненко, М. Герасимов // Регіональна економіка. – 2002. – № 2. – С. 39–54.
3. Офіційна веб-сторінка організації Transparency International / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cpi.transparency.org/cpi2014/>
4. Офіційна веб-сторінка Heritage Foundation / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.heritage.org/index/>

ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Гавриш Віра Павлівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, економічної теорії та фінансів Хмельницького університету управління і права

Гулько Лариса Геннадіївна

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів і банківської справи Хмельницького національного університету

Драганова Тамара Павлівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму і економічної теорії Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка

Науково-технічний прогрес та науково-технічна революція справляють величезний вплив на економічні процеси. Наука перетворилася на один з найважливіших чинників забезпечення

економічного зростання та конкурентоспроможності національної економіки.

Світова економічна криза 1973 року започаткувала трансформаційний перехід від індустріальної (ресурсозатратної) до постіндустріальної (ресурсозберігаючої) стадії розвитку. До її характерних рис належать: виділення інформації як стратегічного ресурсу економічного розвитку, глобалізацію економіки, активізацію інноваційно-інвестиційних процесів.

Постіндустріальний розвиток постав на основі розгортання третьої технологічної революції і, відповідно, п'ятого технологічного укладу, що, в свою чергу, базується на електронній промисловості, обчислювальній та оптоволоконній техніці, програмному забезпеченні, телекомунікаціях, роботобудуванні, видобуванні і переробці газу, інформаційних послугах. Саме тому сучасне економічне зростання передбачає зростаючу інтелектуалізацію основних факторів виробництва, а сучасне суспільне відтворення в розвинених країнах визначається як інноваційне. Так, ще на початку цього століття питома вага нових знань, втілених у нових технологіях, устаткуванні, організації виробництва становила від 70 до 85% приросту ВВП розвинених країн [7, с. 28]. В той час, як передові економіки світу за останні 10-15 років завершили формування п'ятого технологічного укладу і активно розвивають шостий, близько 95% вітчизняної промислової продукції виробляють підприємства третього та четвертого технологічного укладів (металургія, хімічна промисловість, паливно-енергетичний комплекс, важке машинобудування) [2, с. 18]. Це означає, що низькотехнологічна укладність економіки консервує в Україні неконкурентну, орієнтовану на сировинний експорт економіку. При цьому всіляко підтримується модель «дешевої» робочої сили, постачальника інтелектуальних ресурсів для розвинутих країн взагалі.

Все вищесказане зумовлює актуальність проблеми інноваційної модернізації економіки України в цілому та її ринкового сектору зокрема. Серед вітчизняних науковців цій проблемі приділяють увагу В.М. Геєць, А.А. Гриценко, В. Захарченко, О.О. Іваноньків, Ю.В. Кіндзерський, О.М. Москаленко, Л.І. Федулова, В. Хаустов та низка інших вчених-економістів.

Першочерговість залучення інноваційних чинників економічного зростання впливає з того, що частка підприємств, які впроваджували інновації, тривалий час менша від граничного значення (25%) і знизилася від 26% в 1994 році до 13,6% в 2013 році. Найнижчим цей показник був в 2005 році – 8,2% [6, с. 17; 8]. Частка інноваційно активних підприємств у промисловості України за 2001-2013 роки практично не змінилася: 16,5% в 2001 році та 16,8% в 2013 році. Деяко поліпшилася ситуація в машинобудуванні, хімічній і нафтохімічній промисловості, проте

одночасно відбувся спад у легкій промисловості, харчовій та переробній промисловості [6, с. 19]. Це є відставанням як від показників інноваційних лідерів, таких як Німеччина (70% інноваційно активних підприємств), Канади (65%), Бельгії (60%), Фінляндії (55%), так і від країн Центральної та Східної Європи (20-40%) [6, с. 18].

Чинником, який зумовлює недостатній рівень інноваційної активності, є низький рівень інвестицій, що не в останню чергу пов'язане з монопольною владою над ринком, де надвисокими є рентні доходи, адже доки існує високий рентний дохід на класичні фактори виробництва, перетікання капіталу з низькотехнологічних галузей до високотехнологічних є пов'язаним з трансакційними витратами, ризиками інвестицій та часовим лагом. Олігархічна економіка не потребує інновацій, оскільки висока норма прибутку досягається за рахунок монополізації ринків та монопольного ціноутворення, а також за рахунок попиту на ресурси, а не за рахунок зростання продуктивності праці. Звідси – відсутність потреби у висококваліфікованій робочій силі, низька заробітна плата, фінансування освіти і науки (як інноваційних чинників) за залишковим принципом (витрати на науку в Україні перебувають в межах 0,2-0,3% ВВП) [5, с. 23]. Але, як відомо ще з класичної політекономії, запровадження техніко-технологічних змін матиме місце лише тоді, коли сукупні витрати на робочу силу, що вивільняється, будуть перевищувати сукупні витрати на нововведену техніку та технологію. За таких умов, коли частка витрат на оплату праці в собівартості продукції в Україні становить лише 9% (проти 60% в розвинених країнах) [2, с. 5], про інноваційну модель економічного зростання можна лише мріяти. Показово, що вітчизняні олігархи, вкладаючи капітал в сировинні галузі, які є анахронізмом, тим самим гальмують розвиток української економіки, оскільки в них додана вартість є найнижчою. Відповідно низькими є прибутки, заробітні плати та інвестиційні можливості, бракує грошей на модернізацію і створення нових робочих місць.

На наш погляд, вийти з цього «замкненого кола» можна лише за рахунок стратегії інноваційного розвитку, так званого технологічного стрибка, з використанням механізму випереджаючого вдосконалення техніки і технологій та зосередженні уваги як держави, так і бізнесу на становленні ключових напрямів шостого технологічного укладу, вибравши ті з напрямів, де наявний виробничий, науковий та кадровий потенціал дозволяє це зробити. Україна повинна шукати ніші в розподілі інноваційних продуктів і з їх урахуванням здійснювати інвестиції в певні напрями освіти та наукових досліджень.

Досвід таких країн, як Китай, Індія, Сінгапур, Тайвань та інших засвідчує реальність такого шляху. Країна може підвищувати свій інноваційний рівень і увійти до числа технологічно розвинених, як

правило, у фазі зростання чергового технологічного укладу. Саме тепер передові економіки світу завершили формування п'ятого технологічного укладу і активно формують шостий, а в США зароджується сьомий (так званий когнітивний, де головним виробничим фактором виступає творчий інтелект) [4, с. 26, с. 40]. Саме тепер настав той час, коли при вирішенні стратегічних задач розвитку економіки не можна орієнтуватися на технології попереднього технологічного укладу (тим більше, реанімувати третій і четвертий уклади), а вибрати ключові напрями, де є можливим науково-технічний прорив на основі впровадження нового покоління технологій. Одночасна структурна перебудова економіки дозволить створити в національній економіці принципово нові конкурентоспроможні виробництва, посиливши тим самим позиції України на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Геєць В.М. Вихід з кризи / В.М. Геєць, А.А. Гриценко // Економіка України. – 2013. - №6. – С. 4-19.
2. Дем'янчук І. Особливості національної олігархономіки / І. Дем'янчук // Україна молода. – 2013. – 8-9 травня. – С. 5.
3. Москаленко О.М. Випереджаючий економічний розвиток: теоретико-інституціональні засади і проблеми реалізації в Україні / О. М. Москаленко // Економіка України. – 2014. - №8. – С. 4-17.
4. Мельничук В. Маємо не національну, а олігархічну економіку... / В. Мельничук // Український тиждень. – 2013. - №3. – С. 18-20.
5. Стріха М. Наука – це не засіб задоволення чиєїсь цікавості, а гарантія безпеки держави / М. Стріха // Український тиждень. – 2015. - №5. – С. 22-24.
6. Федулова Л.І. Інноваційний вектор розвитку промисловості України / Л.І. Федулова // Економіка України. – 2013. - №4. – С. 15-23.
7. Федулова Л.І. Інноваційний розвиток: еволюція поглядів та проблеми сучасного усвідомлення / Л.І. Федулова // Економічна теорія. – 2013. - №2. – С. 28-45.
8. Наукова та інноваційна діяльність підприємств в 1990-2013 роках // Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] : [Режим доступу] : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ФОНДОВОГО РЫНКА АВСТРАЛИИ

Лисогор Виктория Игоревна

студентка, Одесский национальный университет им. И. И. Мечникова

Фондовый рынок является неотъемлемой частью финансового рынка, цель которого состоит в аккумулировании финансовых ресурсов и обеспечении возможности их перераспределения, путем совершения различными участниками рынка разнообразных операций с ценными бумагами.

Фондовый рынок является одним из важных условий устойчивости экономического развития, финансовой сферы государства, а также позволяет привлекать капитал, что помогает увеличить конкурентоспособность страны.

Австралийская фондовая биржа (ASX) является крупнейшей и единственной биржей на территории Австралии сегодня. Биржа занимает второе место по уровню капитализации в своем регионе (650 млрд. австралийских долларов) и входит в двадцатку ведущих бирж в мировом рейтинге. Всего на ASX представлены акции 2 009 компаний, большая часть которых расположена в Австралии (1926) и лишь 83 – за ее пределами [1]. При этом многие из австралийских компаний имеют многолетнюю историю, благодаря чему их бумаги пользуются достаточно высоким спросом. Немаловажную роль в популярности этих акций также имеет уровень капитализации сектора, к которому они относятся. Первую тройку составляют финансовый и сырьевой сектора, а также фонды инвестиций в недвижимость. Исходя из этого сформировалась пятерка лидеров (см. табл. 1).

Таблица 1

Ведущие компании Австралийской фондовой биржи в 2013 году

Название	Аббревиатура	Капитализация, авст. долл.
Commonwealth Bank of Australia	CBA	497 329 719
BHP Billiton Limited	BHP	451 151 975
Westpac Banking Corporation	WBC	398 716 955
Australia and New Zealand Banking Group Limited	ANZ	367 045 982
National Australia Bank Limited	NAB	310 754 311

Источник: [1].

При этом объем проведенных операций на бирже стабильно растет, вследствие реакции на постепенную стабилизацию мировой экономики, в условиях процессов глобализации. Поэтому, для стабильного роста, также необходимо осуществление надзора и саморегулирования. Биржа не только устанавливает нормы поведения, но и пресекает нарушения правил листинга и выявляет случаи инсайдерской торговли. Влияние глобализации влечет необходимость обладания информационным преимуществом. Биржа, обладающая информацией, способна быстро скорректировать свои действия в ответ на изменившиеся обстоятельства, в динамично развивающейся отрасли.

Главной валютой биржи является австралийский доллар (AUD). Кросс-курс валюты по отношению к доллару США – $1 \text{ AUD} = 0.8674 \text{ USD}$ [2].

В условиях глобализации множество факторов влияет на изменение различных показателей фондового рынка, и, следовательно, показатели фондового рынка могут выступать факторами изменения тех или иных показателей.

Таким образом, был выбран ряд показателей фондового рынка, которые предположительно влияют на Валовой внутренний продукт (ВВП) страны (независимые переменные):

1. общее количество сделок на фондовом рынке Австралии (млн. долл. США) (Tr);
2. цена индекса ASX SPI 200 (долл. США) (In).

Для получения более достоверных результатов в регрессионной модели пользуемся квартальными данными с 2007 по 2013 год.

На основе проведенных расчетов, видно, что значимыми коэффициентами являются и количество сделок, и цена индекса, так как коэффициенты соответствуют общепринятым стандартам уровня значимости (коэффициенты t Стьюдента выше t критерия, p -значение не превышает показатель 0,01) (см. табл. 2).

Таблица 2

Коэффициенты, полученные на основе проведенных расчетов

Модель	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t	P-знач
	B	Стд. Ошибка	Beta		
constant	457527	42610,4		10,74	7,48e-011
Tr	4,23842	1,59022	0,450	2,665	0,0133
In	-33,1230	10,7404	-0,520	-3,084	0,0049

Источник: собственные расчеты.

Стандартизированные коэффициенты показывают, как изменение независимой переменной на 1 стандартное отклонение повлияет на стандартное отклонение зависимой:

$$\mathbf{GDP = 0,450 * Tr - 0,520 * In}$$

На основе составленной модели, можно сделать следующие выводы:

1. Увеличение количества сделок на фондовом рынке на 1 стандартное отклонение, при постоянстве прочих факторов, приведет к увеличению ВВП на 0,450 стандартных отклонения. Данную зависимость можно объяснить тем, что участие на фондовом рынке является сегодня довольно популярным, следовательно, если наблюдается увеличение сделок, значит, большее число компаний вовлекается в участие на фондовом рынке, поэтому можно говорить о появлении спроса и притока капитала. Таким образом, наблюдается увеличение конкурентоспособности, не только фондового рынка, но и страны в целом, а как результат, рост ВВП.

2. Увеличение цены индекса на фондовом рынке на 1 стандартное отклонение, при постоянстве прочих факторов, приведет к сокращению ВВП на 0,520 стандартных отклонения. На практике, рост цены индекса на фондовом рынке должен привести к росту ВВП, однако здесь ситуация иная. Можно интерпретировать эти показатели так, что крупнейшие компании, принимающие участие на фондовом рынке Австралии, являются монополистами в своей отрасли, и, возможно, не эффективно используют ресурсы. Компании пользуются монопольным положением, что является следствием отрицательного влияния на экономику в целом, и, следовательно, негативного влияния на ВВП. Однако для уточнения данной зависимости необходимо провести дополнительные исследования.

Таким образом, регрессионная модель показывает влияние показателей биржи на ВВП Австралии. В ходе проведенного анализа выявлена зависимость между показателями сделок и ценой индекса с ВВП. В данном исследовании определено, что имеется значительная корреляция между ВВП (зависимая переменная) и показателями рынка ценных бумаг (независимые переменные), поэтому изменение данных показателей рынка влечет за собой изменение ВВП Австралии.

На основе этого выявлены положительные и отрицательные стороны фондового рынка Австралии. Страна занимает ведущие места в мировых рейтингах по фондовым рынкам, а также обладает одной из крупных фондовых бирж, занимающей ведущие места по уровню рыночной капитализации в мире. Кроме того, Австралийская фондовая биржа обладает правом саморегулирования. Однако присутствуют и недостатки, такие как изменение модели биржевого устройства и коммерциализация бирж.

Список використаних джерел:

1. ASX. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.asx.com.au/>
2. National Australia Bank. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nab.com.au>
3. World Stock Exchanges. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.world-stock-exchanges.net/>
4. Asian and Oceanian Stock Exchange Federation. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aosef.org/>

СУЧАСНІ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ СПОЖИВЧИЙ РИНОК

Баховська Ліля Ярославівна

аспірант кафедри фінансів та кредиту, Львівська комерційна академія

Трансформація економіки та інтеграція України у світовий економічний простір та характеризується диференціацією форм господарювання підприємств, зокрема у структурі збуту і розподілу споживчих товарів на ринку. Важливою умовою досягнення максимального рівня прибутку вітчизняними підприємствами стає вирішення проблеми обґрунтування обсягів збуту і політики розподілу споживчих товарів як на зовнішньому, так і на внутрішніх ринках[5].

Важливість споживчого ринку в економіці будь-якої країни є безперечною. На даному ринку домогосподарства забезпечують свої потреби в продовольчій і непродовольчій продукції вітчизняного та іноземного виробництва. Споживчий ринок відіграє значну роль у забезпеченні відповідного рівня життя населення, і його розвиток є передумовою прискорення темпів економічного зростання національної економіки.

Метою даної статті - є аналіз існуючих трактувань поняття «споживчий ринок», та формулювання власного визначення даного поняття.

Функціонування споживчого ринку та його регулювання досліджуються багатьма вітчизняними і зарубіжними вченими-економістами. Зокрема, проблемами аналізу процесів регулювання споживчого ринку займаються такі вчені, як О. Азарян, В. Апопій, А. Афонін, Б. Буркинський, А. Войчак, В. Геєць, В.Голіков, Ф. Євдокимов, Ф. Котлер, А. Кредісов, А. Мазаракі, В. Лагутін, Л. Лігоненко, А. Хоскінг та ін. Але потребують подальшого дослідження тенденції розвитку споживчого ринку в посткризовий період, оскільки сформована структура внутрішнього споживчого ринку в докризовий період не відповідає інтересам виробників та потребам споживачів.

Розглянемо визначення поняття «споживчий ринок» у підходах різних авторів, адже в сучасній економічній літературі, як у вітчизняній, так і зарубіжній немає однастайності щодо визначення цієї категорії.

Е. Азарян [1] вважає: «споживчий ринок – це система економічних відносин, що реалізує себе через рух економічних потреб одне до одного, що виражаються через попит, пропозицію та ціну на споживчі товари».

Л. Лігоненко [2] стверджує: «споживчий ринок – це сегмент (підсистема) ринку, що характеризує сукупність соціально-економічних стосунків виробника і споживача споживчих товарів, що формуються в процесі купівлі-продажу(оренди), і послуг».

На думку Ф. Котлера [3]:«споживчий ринок – окремі особи і домогосподарства, які купляють товари і послуги для використання їх в особистому споживанні».

Вчені Н. Чепурін, Е. Кисельова [4], під поняттям «споживчий ринок» розуміють «спосіб взаємодії виробників і споживачів, заснований на децентралізованому, неособистому механізмі цінових сигналів».

На думку В. Теліпка [5]: «споживчий ринок – це форма господарських зв'язків між товаровиробниками та споживачами шляхом купівлі-продажу товарів».

С. Кузьміна, Л. Левчук [6] описують:«споживчий ринок - відносини з приводу просування товару (послуги) від виробника до кінцевого споживача безпосередньо або за участю оптових та роздрібних торговельних мереж».

На думку С. Мочерного [7]:«споживчий ринок - процес купівлі домогосподарствами товарів та послуг для особистого споживання».

Цікавість вчених - економістів до проблем функціонування ринку пояснюється тим, що споживчий ринок - це система, де є певний порядок, відпрацьований механізм, який координує діяльність людей. Ринок важливий, бо він є тим економічним механізмом, який суспільство використовує для виробництва, розподілу та обміну товарами. Саме тому існує безліч визначень терміну «споживчий ринок».З огляду на вищезазначене необхідно сформувати власне визначення споживчого ринку.

Споживчий ринок – це форма соціально-економічних відносин, які виникають між споживанням та виробництвом, з приводу процесу купівлі-продажу, для задоволення потреб учасників ринку через реалізацію певних товарів та послуг.

Споживчий ринок не може існувати без системи підприємств, організацій, які будуть забезпечувати рух товарів і послуг, цінних паперів і робочої сили, тобто ринкової інфраструктури.

Упродовж тривалого часу споживчий ринок визначали лише як місце, де здійснюється купівля або продаж товарів. Тому у багатьох людей слово «ринок» асоціюється насамперед з базаром — місцем обміну вироблених благ. Проте «ринок» — поняття значно більш широке і містке. Це магазини, універсами, універмаги тощо, де продають продукти харчування, одяг, товари щоденного вжитку. Також споживчий ринок — це сфера обміну, яка здійснюється за законами товарного виробництва та обігу, тобто споживчий ринок виконує роль механізму, за допомогою

якого досягається рівновага попиту і пропозиції, відбувається координація різноманітної діяльності людей через систему цін [5].

Особливості руху товарів на споживчому ринку в узагальненому плані зводяться до того, що він є сполучною ланкою між виробництвом товарів масового вжитку та споживанням, регулятором руху найрізноманітніших видів продукції, забезпечуючи пропорціональність структури виробництва та суспільних потреб у даному підрозділі економіки. Споживчий ринок є найбільш ідеальним місцем для прояву закону вартості насамперед через вплив на систему ціноутворення, тобто остаточне визначення суспільної вартості товару [1].

Вважаємо, що розвиток споживчого ринку України викликає великий інтерес як для практиків, так і для теоретиків. На нашу думку, найбільш повним визначенням є поняття: «споживчий ринок - це форма соціально-економічних відносин, які виникають між споживанням та виробництвом, з приводу процесу купівлі-продажу, для задоволення потреб учасників ринку через реалізацію певних товарів та послуг». Саме це трактування даного поняття будемо використовувати у наступних дослідженнях споживчого ринку України та світу.

Список використаних джерел:

1. Азарян О. Механізм циклічного розвитку споживчого ринку [Електронний ресурс]: наукова роб. / О. Азарян. - К.: Схід-East, 2003. – 402с. -Режим доступу: <http://disser.com.ua/content/26835.html>
2. Лігоненко Л. О. Споживчий ринок України [Електронний ресурс]: методологія дослідження та регулювання: Монографія / за заг. ред. Л. О. Лігоненко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 307 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга [Електронний ресурс]: Навч.-прак. пос. / Ф. Котлер. – М. : Вільямс, 2003. – 1200с. - Режим доступу: <http://www.alleng.ru/d/mark/mark015.htm>
4. Чепурина М. Н Курс экономической теории [Електронний ресурс]: Навч.-прак. пос. /Под ред. Чепурина М. Н., Киселевой Е. А. 5-е изд., испр., дополн. и перераб. – Киров : «АСА», 2006. – 832 с.- Режим доступу: <http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=1737549>
5. Теліпко В. Е. Юридичний путівник споживача [Електронний ресурс]: Навч.-прак. пос. / В. Е. Теліпко, С. А. Панасюк, О. І. Клименко та ін.; За заг. ред. Теліпко В. Е. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 368 с.- Режим доступу: http://b-ko.com/book_76.html
6. Кузьміна С. Правове регулювання споживчого ринку [Електронний ресурс]: Навч.-прак. пос. / С. Кузьміна, Л. Левчук // Економіка та держава. – 2007. – № 1. – 342с. - Режим доступу: <http://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2012>

7. Мочерний С. В. Економічна енциклопедія [Електронний ресурс]: Навч.-
прак. пос./ С. В. Мочерний. – К. : Вид. центр «Академія», 2001. – 847с. -
Режим доступу:[http://www.soc.univ.kiev.ua/ru/library/ekonomichna-
enciklopediya-u-troh-tomah-t1-redkol-svmocherniy-vidpred-ta](http://www.soc.univ.kiev.ua/ru/library/ekonomichna-enciklopediya-u-troh-tomah-t1-redkol-svmocherniy-vidpred-ta).