

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

Економіка країни: сучасний стан та перспективи розвитку

*Збірник тез
міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції*

10 червня 2014 р.



Тернопіль
2014

"Економіка країни: сучасний стан та перспективи розвитку": матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування. - Тернопіль, 2014. – 105 с.

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей економічної наукової інтернет-конференції «Економіка країни: сучасний стан та перспективи розвитку», які оприлюднені на інтернет-сторінці www.economy-confer.com.ua

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

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

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

ЗМІСТ

Економіка та підприємництво

Жван Вікторія Вікторівна ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ «ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ».....	7
Кобець Сергій Петрович ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНОЮ СТІЙКІСТЮ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	9
Ковальова Ксенія Ігорівна ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ПОНЯТТЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	11
Кононенко Яна Володимирівна ЕНЕРГЕТИЧНИЙ АУДИТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА, ЯКЕ ЗДІЙСНЮЄ ЗЕД.....	13
Кузнецова І.О., Місько Г.А., Балабаш О.С. МОНІТОРИНГ ОПЕРАЦІЙНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ІНДИКАТОРИ.....	16
Лукомська Тетяна Валентинівна ЛІЗИНГ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	18
Мовсіян Христина Олегівна, Клевчук Олег Георгович ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ БАЛОВОЇ ОЦІНКИ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ.....	20
Мосціпан Роман Миколайович РИНКИ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ: ЗАХИСТ КОНКУРЕНЦІЇ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ.....	23
Преподобна Ганна Юрївна АНАЛІЗ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ АСИНХРОННОГО ЕЛЕКТРОПРИВОДУ З КОРЕКТОРОМ КОЕФІЦІЄНТА ПОТУЖНОСТІ.....	25
Ченіль Людмила Юрївна ЗНАЧЕННЯ СЕРТИФІКАЦІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЯКІСТЬ ТОВАРІВ.....	26
Шевчук Олена Анатоліївна СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО СТАНОВЛЕННЯ ЛІДЕРСТВА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	29

Менеджмент. Маркетинг

Muzam John THE IMPACT OF ORGANIZATION CHANGE TO THE ECONOMY.....32

Кущик Анатолій Петрович, Поліщук Артем Вадимович РОЗВИТОК СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПАТ «ЗТР».....36

Ніколаєва Вікторія Василівна, Дорчинець Анастасія Іванівна ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТУ СИСТЕМИ ЗБУТУ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....37

Ніколаєва Вікторія Василівна, Стьопкіна Ольга Іванівна ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЛОГІСТИКИ ЗАКУПІВЕЛЬ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....39

Рева Олексій Володимирович УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ЯК ДЖЕРЕЛО КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....41

Соколи І.І., Каташинська М.О. ПРИНЦИПИ СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ.....45

Чаусов Олександр Васильович ПОШУК МАРКЕТИНГОВИХ НАПРЯМКІВ УДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ.....47

Яшина Ірина Михайлівна ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ.....50

Облік, статистика і аудит

Нефьодова Юлія Миколаївна ПРОПОЗИЦІЇ ПО ВДОСКОНАЛЕННЮ ДЕКЛАРАЦІЇ З ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРІСТЬ.....53

Економічний аналіз. Економіко-математичне моделювання

Новікова Вікторія Валеріївна ОПТИМІЗАЦІЯ АЛГОРИТМУ СИСТЕМ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ НА ОСНОВІ НЕЧІТКОГО ДЕРЕВА РІШЕНЬ.....57

**Олійник Віктор Михайлович ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ
ОБГРУНТУВАННЯ ТАРИФІВ ЗІ СТРАХУВАННЯ ФІНАНСОВИХ
РИЗИКІВ.....59**

Банківська справа. Фінанси, грошовий обіг та кредит

Брешко Валерія Вікторівна ЕЛЕКТРОННІ ГРОШІ В УКРАЇНІ.....61

**Лавров Руслан Валерійович МОЖЛИВОСТІ СКОРИНГОВОГО
МОДЕЛЮВАННЯ ПРИ ФІНАНСОВІЙ ДІАГНОСТИЦІ
СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОЇ СФЕРИ БАНКАМИ.....62**

**Мудрик Вікторія Юріївна, Гулько Лариса Геннадіївна КРЕДИТНА
ПОЛІТИКА БАНКУ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО
ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ.....66**

**Тулуш Л. Д., Симонян Ю. Г. ФАКТОРИ РИЗИКУ КРЕДИТНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ УКРАЇНИ.....69**

Податкова система. Бюджетна система.
Правові відносини в економічній системі

**Мельничук Ганна Сергіївна НЕОБХІДНІСТЬ ТА НАПРЯМИ ЗМІНИ
ПІДХОДІВ ДО ПЛЬГОВОГО ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ
ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ.....72**

**Рій Олеся Андріївна ОБГРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ
ВИКОРИСТАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ В ЕКОЛОГІЧНОМУ
ОПОДАТКУВАННІ.....75**

Інвестиційно-інноваційні процеси в економіці

**Педько И.А., Звягина О.В. УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫМ
ПРОЕКТОМ.....79**

Світова економіка та міжнародні відносини

**Iana Koliasa CAN RELIGION BE REGARDED AS A SOURCE OF
INSPIRATION FOR BRINGING JUSTICE IN INTERNATIONAL
RELATIONS TODAY?.....83**

***Бутенко Анна Миколаївна* РОЛЬ ПАРИЗЬКОГО ТА ЛОНДОНСЬКОГО КЛУБУ У ВРЕГУЛЮВАННІ СВІТОВОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ.....88**

***Мекишун Павло Вікторович* ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСІВ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ У МЕЗОРЕГІОНАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ ПРИКОРДОННИХ ОБЛАСТЕЙ.....91**

Економічна наука та освіта

***Голубка Михайло Михайлович* ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНИХ ПОГЛЯДІВ ТИТ ВОЙНАРОВСЬКОГО НА СТИМУЛЮВАННЯ ПОСТУПУ ЕКОНОМІЧНИХ ЗНАНЬ В ЗАХІДНІЙ УКРАЇНІ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХІХ – ПЕРШОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТОЛІТТЯ.....94**

***Гонта Олена Іванівна, Шестаковська Тетяна Леонідівна* ОСНОВНІ РИЗИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОСВІТНІХ ЗАКЛАДІВ В УМОВАХ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ДЕРЖАВИ.....100**

***Ремньова Л.М. Басенко К.О.* РОЛЬ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ.....103**

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ «ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ»

Жван Вікторія Вікторівна

кандидат технічних наук, доцент кафедри «Економіки будівництва»,
Харківський національний університет міського господарства
ім. О.М. Бекетова

На сучасному етапі розвитку, в усьому світі протікають процеси глобалізації, що викликають необхідність розгляду екологічного стану як головного інструменту формування сталого розвитку нашої країни. Тому, всі країни з розвинутою ринковою і перехідною економікою, водять поняття «зелена економіка». Дана концепція об'єднує економічні, соціальні та екологічні цілі для збалансування та гармонізацію сталого розвитку. «Зелену» економіку слід розглядати як інноваційний підхід, так як в основі даного процесу закладено використання нових галузей економіки, абсолютно нових технологій і обладнання, постачання екологічно чистого продукту, який не має негативного впливу на навколишнє середовище.

Мета даного дослідження полягає в аналізі сучасної світової моделі «зеленої» економіки та необхідності впровадження даної галузі в Україні.

Сталий розвиток - це сприятлива ситуація в стані, що складається на всіх її рівнях: регіонах, містах і селах, тобто, існування позитивних показників у всіх сферах життєдіяльності.

Поряд з концепцією «зеленої» економіки найважливішою сферою є «зелене» екологічне будівництво, тому що найважливішою сферою життєдіяльності є екологія, де будівельні процеси впливають негативний вплив на зовнішнє середовище проживання. Тому, необхідним відносно соціуму, екології та будівництва є виділення такої економіки, яка змогла б зв'язати ці компоненти і вивести країну на переважно новий рівень розвитку.

Виділення основних переваг екологічного будівництва, формує необхідність виникнення даної галузі на українських землях. Основні переваги екологічного будівництва полягають у наступних принципах:

Для економічної сфери: зниження енергоспоживання, внаслідок чого досягається зменшення витрат на електроенергію; зменшення споживання води, призводить до значного зниження витрат на водопостачання; впровадження принципів екологічного будівництва прекрасно підходить для залучення суспільної уваги та ін.

Для суспільства: створення більш комфортних умов в приміщеннях за якістю повітря, а також тепловим і акустичним характеристикам; зниження рівня забруднень, що потрапляють у воду, ґрунт і повітря; підвищення якості життя за допомогою оптимального розміщення місць прикладання праці в близькості житлових районів і соціальною інфраструктурою та ін.

Для навколишнього середовища: значне скорочення викидів парникових газів, сміття та забруднених вод; розширення і захист природного середовища, а також біологічного різноманіття; збереження природних ресурсів.

Екологічне будівництво масово впроваджується на світовий ринок і представлено в самому широкому спектрі, від невеликих житлових будинків до великих торгових районів. При зведенні екологічного будівлі розробляються спеціальні екологічні проекти, в основі яких закладені наступні принципи: використання енергозберігаючих технологій, ефективного використання обмежених ресурсів, проектування будівель з урахуванням певного впливу на здоров'я людини та на навколишнє середовище, а також наскільки гармонійно будівля вписується в архітектурний стиль і природний ландшафт.

Сучасний зростання «зеленого» будівництва спостерігається серед Західних тенденцій, а саме в США - це 23 % частки ринка, в Європі небагато менше, приблизно - 21 %, а в Україні - поки 0 %. У нашій країні екологічне будівництво не має темпів зростання, але набирає актуальності в даному розвитку, що підкріплено існуванням певних рад з екологічного будівництва, різних об'єднань, з метою впровадження міжнародних стандартів в Україні.

Таким чином, можна зробити наступний висновок, зелена економіка - це економіка, яка підвищує добробут людей і забезпечує соціальну справедливість, при цьому істотно знижує ризики для навколишнього середовища. Але для цього потрібно визначити такі пріоритетні напрями, які дозволять сучасній Україні сформувати нову «зелену» економіку, що посприє подоланню фінансової кризи, його соціальних, економічних і екологічних впливів, а саме:

- Захист атмосферного повітря;
- Охорона водних, земельних і ґрунтових ресурсів;
- Охорона лісів;
- Охорона геологічного середовища та надр;
- Забезпечення біологічної безпеки;
- Впровадження більш чистого виробництва;
- Розвиток інфраструктури екологічно чистих видів транспорту;
- Енерго- та ресурсозбереження в промисловості і приватному секторі;

- Екологічно орієнтовані технології ведення сільського господарства;
- Екологічний та зелений туризм.

Список використаних джерел:

1. Ковальський Л. М., Чижмак Д. А. Тенденції формування екологічно безпечних споруд// Сучасні проблеми архітектури та містобудування. Науково-технічний збірник/ Відп. ред. М.М. Дьомін. – К.: КНУБА, 2009. – Вип. 21. – С. 239 – 243.
2. Українське видання COMMERCIAL PROPERTY «Системи сертифікації зеленого будівництва» п 1 - квітень 2011 р. [Електронний ресурс]: <http://www.beteninternational.com/> BETEN International – Режим доступу: Система сертифікації зеленого будівництва

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНОЮ СТІЙКІСТЮ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Кобець Сергій Петрович

здобувач кафедри Економіки та організації діяльності суб'єктів господарювання, Українська інженерно-педагогічна академія м. Харків

Конкурентна стійкість підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки, вона передбачає збереження і відтворюваність параметрів якісної і кількісної визначеності його конкурентних позицій протягом певного, як правило тривалого, відрізка часу. У зв'язку з цим управління конкурентною стійкістю підприємства з метою збереження ним у довгостроковому періоді власної конкурентоспроможності є актуальним.

Господарський комплекс України функціонує у складній економічних умовах. Він характеризується наявністю потужної промислової та агропромислової ланки, недостатнім розвитком ринкової, виробничої, соціальної та екологічної інфраструктури, слабким розвитком інноваційного комплексу, застарілістю технологій та зношеністю основних виробничих фондів, недостатнім використанням потужностей сировинної бази (у т.ч. відходів) тощо.

Найбільшим у структурі виробничої сфери України є промислове виробництво. У ньому працює близько 17 % усього зайнятого населення, виробляється понад 40 % валового внутрішнього продукту, на промисловість припадає понад 25 % національного прибутку.

Ключову роль у промисловому виробництві відіграє машинобудування. У машинобудуванні зосереджено 21,8 % вартості основних засобів і 15,6 % оборотних активів промисловості, у галузі працює понад 20 % кількості працівників вітчизняної промисловості.

Машинобудування України має ряд проблем, зокрема:

- негативна тенденція перевищення імпорту машинобудівної продукції у відношенні до експорту;
- вплив на український ринок імпортованих товарів, що витісняють вітчизняні;
- низький рівень якості та конкурентоспроможності машинобудівної продукції;
- висока енерговитратність української продукції машинобудування;
- необхідність імпортувати за одними з найвищих у світі цінами енергоресурси та висока імпортомісткість експорту;
- неефективне виконання окремих цільових програм розвитку машинобудування;
- низький рівень фінансування інноваційної діяльності у машинобудуванні коштами Державного бюджету та місцевих бюджетів;
- низький рівень капітальних інвестицій у машинобудування;
- часткова втрата російського ринку машинобудівної продукції та погіршення співпраці з Російською Федерацією щодо виробництва продукції машинобудування;
- найвищий ступінь зносу основних засобів виробництва серед усіх галузей народного господарства;
- хронічна нестача кадрів, відсутність зміни поколінь, погіршення вікової структури працівників галузі, невисокий рівень оплати праці працівників тощо.

Зазначені проблеми вимагають негайних рішень щодо виправлення негативного стану машинобудівної галузі, а відсутність належної уваги до цих проблем може привести не тільки до зупинки заводів та масового звільнення працівників, але й до загрози зниження економічної безпеки країни.

Отже, у сучасних економічних умовах функціонування машинобудівної галузі необхідно приділяти значну увагу питанням підвищення рівня конкурентної стійкості підприємств машинобудування, що дозволить зберегти їх позиції у конкурентній боротьбі у перспективі.

ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ПОНЯТТЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ковальова Ксенія Ігорівна

магістрант кафедри «Економіка та управління»,
Донбаський державний технічний університет
м. Алчевськ

Дослідженню поняття виробничий потенціал як досить складної функціонуючої системи, властивої промисловим підприємствам, в економічній літературі присвячено велика кількість робіт. Вивченням цього терміну займалися Є. Ю. Єреґін, Л. Д. Ревуцький, Т. Б. Бердникова, М. К. Старовойтов, П. А. Фомін, А. Е. Воронкова, В. П. Пономарьов. [2, 3, 5, 4, 6] Переважна більшість робіт освітлює понятійний апарат виробничого потенціалу, оцінку його величини та деякі інші питання. Однак, єдиної думки, щодо його визначення, нема.

Метою даної роботи є аналіз існуючих підходів, що розкривають сутність та структуру виробничого потенціалу, а також, вдосконалення поняття цього терміну шляхом систематизації його основних складових.

Виробничий потенціал підприємства являє собою систему взаємопов'язаних елементів, які виконують різні функції у процесі забезпечення випуску продукції та досягнення інших цілей розвитку підприємства. А тому можна стверджувати, що йому притаманні всі риси, властиві будь-якій системі: цілісність, цілеспрямованість; складність; взаємозамінність, альтернативність його елементів; взаємозв'язок, взаємодія елементів виробничого потенціалу; самовідтворюваність; інноваційна сприйнятливість; гнучкість; соціально-економічні наслідки використання; історичні умови та особливості формування й використання; фізичне та моральне старіння. [8]

На сьогоднішній день, найвиразніше виділяються наступні підходи до визначення виробничого потенціалу :

1. Ресурсний підхід, зорієнтований на визначення виробничого потенціалу як сукупності виробничих ресурсів, визначає його величину як суму фізичних і вартісних оцінок окремих його складових. [1]

2. Структурний підхід, зорієнтований на визначення раціональної структури виробничого потенціалу підприємства, визначає його величину виходячи з прогресивних норм і нормативних співвідношень, заданих найбільш досконалими технологіями, організацією виробництва загалом і окремих підсистем підприємства, що використовуються в галузі. [9]

3. Цільовий (проблемно-орієнтований) підхід, спрямований на визначення відповідності наявного потенціалу досягненню поставлених цілей, визначає його величину як рівень відповідності окремих складових

потенціалу необхідному, дещо ідеальному уявленню про склад, структуру та механізми функціонування потенціалу для виготовлення конкурентоспроможної продукції, який знаходить відображення в нормативних «деревах цілей» («деревах проблем») з широким спектром локальних і системних оцінок окремих елементів та взаємозв'язків ефекту. [10]

Аналізуючи науково-методичні підходи до розуміння сутності поняття «виробничий потенціал», можна стверджувати не лише про їх значну кількість, але й про розпорошеність, несистемність та наявність значних сутнісних протиріч у визначеннях.

Отже, доцільним буде наступне уточнююче та доповнене визначення виробничого потенціалу.

Виробничий потенціал промислового підприємства - це господарсько-виробничі відносини, що мають бути на підприємстві з метою досягнення найбільшого результату виробничої діяльності, з умови максимально ефективного використання:

- техніко-технологічних ресурсів, що є головним інструментом отримання якісної продукції;
- фінансових ресурсів, до складу яких, перш за все, входять власний капітал та інвестиції;
- інтелектуального капіталу – основа результативного менеджменту;
- інформаційних ресурсів, як засіб ефективного маркетингу;
- трудових та матеріальних ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Потенціал і розвиток підприємства : навч. посібник / Б.Є. Бачевський, І.В. Заблодська, О.О. Решетняк.– К.: Центр учб. літ-ри, 2009.– 400 с.
2. Ерегін Е.Ю. Управление развитием потенциала наукоемкого предприятия (на примере электронной промышленности РФ): Дисс. канд. экон. наук. – М., 2007. – 150 с.
3. Ревуцкий Л.Д. Потенциал и стоимость предприятия. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 208 с.
4. Старовойтов М.К., Фомин П.А. Практический инструментарий организации управления промышленным предприятием: Монография. – М.: Высшая школа, 2002. – 294 с.
5. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – М.: Инфра-М, 2010. – 224 с.
6. Воронкова А.Э., Пономарев В.П., Дибнис Г.И. Поддержка конкурентоспособного потенциала предприятия. – Киев: Техника, 2000. – 152с.
7. Конспект лекцій з дисципліни «Потенціал і розвиток підприємства» для студентів IV курсу / Укл. доцент кафедри економіки підприємства Могилів

- Ю. М., к. е. н., доцент кафедри маркетингу УДХТУ Моголова А. Ю. – Павлоград, 2008.
8. Ніжинська Н. В. Потенціал підприємства : формування і оцінка. – К.: УкрІНТЕІ, 2002. – 45 с.
9. Осовська Г. В. Стратегічний менеджмент: теорія та практика: Навч. посіб.. К.: Кондор, 2003. - 196 с.
10. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: Підручник – 2-ге вид. перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004 – 699 с.

ЕНЕРГЕТИЧНИЙ АУДИТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА, ЯКЕ ЗДІЙСНЮЄ ЗЕД

Кононенко Яна Володимирівна

аспірант, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
м. Харків

У сучасних економічних умовах світова економіка і суспільство мають бути готові до цін на енергоносії, що постійно підвищуються відповідно до прогнозних досліджень Міжнародного валютного фонду. У даній ситуації доцільно знаходити та приймати стратегічно правильні рішення з метою забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Одним з інструментів підвищення ефективності діяльності підприємств є енергоаудит, що підтверджує актуальність нашого дослідження.

Загальновідомо, що в ХХІ ст. і далі буде спостерігатися зменшення енергоресурсів, отже, необхідно глобально вибудувувати нову промисловість, нову інфраструктуру, нову енергетику, особливо це стосується України, так як багато років поспіль наша країна посідає останнє місце в світі по ефективності використання енергії, що, в свою чергу, відбивається на показниках ефективності діяльності вітчизняних підприємств. Важливим на даний момент є той факт, що вартість природного газу настільки висока, що його використання на енергетичні потреби є економічно невигідним процесом [1].

Слід зазначити, що тривалий час ціна на енергоносії в Україні була досить низькою, що не сприяло впровадженню енергозберігаючих технологій. Також причинами низької енергетичної ефективності більшості підприємств є використання морально та фізично застарілого енергетичного обладнання, низький рівень технічних засобів обліку, контролю, відсутність системного підходу до аналізу ефективності енергоспоживання, нестача кваліфікованого персоналу, високі втрати

через низьку надійність енергетичного обладнання та комунікацій [2], а також відсутність вільних фінансових коштів у вітчизняних промислових підприємств.

Зупинимося на предметі нашого дослідження. Енергетичний аудит це комплексне енергетичне обстеження для підприємств, що інтенсивно розвиваються, скорочують нераціональні втрати, модернізують виробничі процеси та управління. Цей процес включає збір вихідних даних, складання балансів споживання та розподілу енергії, аналіз фінансової та технічної інформації, виявлення нераціональних втрат, розробку енергозберігаючих заходів, рекомендації та визначення ефекту від їх впровадження з метою правильного визначення стратегії і тактики енергозбереження, досягнення енергонезалежності підприємства, скорочення прямих та непрямих витрат на виробництво і собівартість продукції, отримання кредитів та інвестицій [3—4].

Енергоаудит був впроваджений з 1993 р. програмами технічної допомоги США та ЄС за підтримки київського Центру енергозбереження. Авторами пропонується розглянути американський та європейський енергоменеджмент, які довели свою ефективність. Виходячи з американського стандарту керівництво організації, що бажає впровадити систему енергоменеджменту, має визначити відповідну енергополітику. Іншим ключовим моментом у плануванні енергоменеджменту американський стандарт називає ідентифікацію організацією свого енергопрофіля, яка виконується в ході регулярного огляду, що зв'язує поточне та минуле енергоспоживання організації з результатами її бізнес-процесів. Первинний енергопрофіль повинен встановити так званий енергобазис на відповідний період часу і включати зібрані за попередній рік дані про енергоспоживання. Енергобазис це відправна точка як для відстеження енергоефективності, так і для ведення безперервного поліпшення діяльності організації. Для управлінських та технічних аспектів американський стандарт використовує цикл PDCA (Plan-Do-Check-Act), що означає:

Плануйте → Виконуйте → Перевіряйте → Покращуйте

Європейський підхід до енергоменеджменту націлює організацію на ідентифікацію її енергоаспектів, тобто елементів її діяльності, які можуть мати вплив на витрату енергії. У реєстрі енергоаспектів організації повинні бути виділені ті з них, що є суттєвими для енергоспоживання, без чого неможливо досягти розуміння того, де в організації енергія витрачається неекономно, і розташувати по пріоритетах зусилля організації щодо скорочення енергоспоживання. Результативність функціонування системи енергоменеджменту, її адекватність на даний момент і придатність для досягнення поставлених енергоцілей повинні

обов'язково підлягати періодичному аналізу з боку вищого керівництва для ведення безперервного поліпшення енергопоказників та енергоефективності організації [5].

Також слід акцентувати увагу на тому, що найголовнішим протиріччям при проведенні енергетичних аудитів є роз'єднаність інтересів заводських енергетиків та інтересів фінансових менеджерів, що представляють інтереси інвестора або власника. Це проявляється в тому, що інтереси енергетиків концентруються виключно в колі своїх обов'язків, а для фінансових менеджерів часто енергетичні характеристики проектів не є принципово значущими [1].

Пропонується привести приклад проведення енергетичного аудиту на парфумерно-косметичній фабриці АТ «ЕФЕКТ» у 2002 р. Даний проект був виконаний компанією ПрАТ «УкрЕСКО», яка виконує енергозберігаючі проекти «під ключ» із залученням фінансових коштів Європейського Банку Реконструкції та Розвитку [6]. Результати аудиту підтвердили необхідність впровадження нових енергозберігаючих технологій, які згодом зменшили витрати на енергоносії на 25-50% на різних виробничих ділянках, що позитивно вплинуло на фінансові результати, а саме на зниження собівартості продукції, збільшення суми прибутку, підвищення рівня рентабельності, зміцнення фінансового стану досліджуваного підприємства. Отже, зниження енергоспоживання підвищує фінансову стійкість підприємства, яке здійснює ЗЕД, та дозволяє утримувати конкурентні ціни за рахунок зниження виробничих витрат, собівартості продукції.

Таким чином, підприємства в недостатній мірі впроваджують інноваційні рішення, що дозволяють зберігати енергоносії, відповідно, витрати на їх оплату істотно обмежують конкурентоспроможність вітчизняної продукції. Одним з ефективних інструментів підвищення енергетичної ефективності підприємств є незалежний енергоаудит, однак даному процесу може перешкоджати відсутність вільних фінансових коштів у промислових підприємств. Також при темпах подорожчання енергоносіїв на 30—40% у рік стандартні програми енергозбереження з економією енерговитрат на 5—7% не викликають інтересу у власників підприємств, що вимагає пошуку ефективніших програм або концентрації уваги на пошуках резервів підвищення діяльності підприємства, тобто не використаних на даний момент можливостей зростання обсягу випуску та продажів продукції, зниження її собівартості, збільшення суми прибутку та підвищення рівня рентабельності, зміцнення фінансового стану, а також поліпшення інших економічних показників діяльності.

Список використаних джерел:

1. Степаненко В.А. Енергоаудит в Україні. Перетворення минулого в майбутнє [Електронний ресурс] / В.А. Степаненко // Портал-Енерго. — 15.04.2012. — Режим доступу : <http://portal-energo.ru/articles/details/id/519> .
2. Енергоаудит на підприємстві : Системи автоматизованого обліку енергоресурсів ЗАТ «ОВ» [Електронний ресурс] / Енергоаудит. — Режим доступу : <http://www.ovspb.ru/index.php?jenergoaudit> .
3. Енергетичний аудит [Електронний ресурс] : BTS-Інжиніринг. — Режим доступу : <http://www.energoaudit.com.ua/services/energoaudit/> .
4. Асоціація енергоаудиторів [Електронний ресурс] / Енергоаудит. — Режим доступу : <http://aea.org.ua/ru/energy-audit/> .
5. Хохлявин С. Стандарти в області енергоменеджменту : США, Європа, Корея та інші країни : Інвестиційний енергоаудит і енергоменеджмент [Електронний ресурс] / С. Хохлявин // Енергоаудит. — 2009. — № 2 (10). — С. 34—39. — Режим доступу : http://esco.co.ua/journal/2009_6/art125.pdf
6. УКРЕСКО : Про компанію ПРАТ «Українська енергозберігаюча сервісна компанія» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukresco.com/>.

МОНІТОРИНГ ОПЕРАЦІЙНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ІНДИКАТОРИ

Кузнецова І.О.,

доктор економічних наук, професор, Одеський національний економічний університет;

Місько Г.А.,

кандидат економічних наук, Одеський національний економічний університет;

Балабаш О.С.,

Одеський національний економічний університет

Провівши аналіз сучасної економічної літератури, вважаємо за необхідне виділити три основні напрями дослідження, що в різних аспектах можуть слугувати базою для визначення індикаторів моніторингу стійкості операційних процесів на підприємстві: по-перше, це напрям, в рамках якого оцінюють безпосередньо операційні процеси підприємства, по-друге, це напрям, присвячений аналізу надійності, по-третє, це напрям, в якому розкриті різні аспекти оцінки якості процесів.

Ми виходимо з того, що операційна стійкість має гарантувати певний рівень захищеності, швидке відновлення процесів та систем і

безперервну працю робітників, а головне незмінну високу якість продукції. Тому вважаємо, що оцінка операційної стійкості підприємства не є ґрунтовною без оцінки надійності технологічної системи.

Окремо ми виділяємо напрям дослідження операційних процесів на підприємстві. В його рамках розроблено показники оцінки технологічних процесів. На сьогодні ця група є достатньо широкою, представлена як кількісними так і якісними показниками.

Третій напрям є досить динамічним, орієнтованим на сучасні вимоги до бізнесу – це напрям дослідження якості процесів. Питання якості є одним із ключових при оцінці рівня операційної стійкості, оскільки якість виступає як характеристика перебігу процесів так і як результуючий показник.

В результаті ми можемо виділити три групи показників, що стануть теоретичною базою для виділення індикаторів моніторингу операційної стійкості: показники оцінки операційних процесів, показники оцінки надійності, показники якості процесів. Але, на даному етапі, необхідно відмітити те, що показники першої і другої груп в деякій мірі повторюються. Розрахувавши, наприклад, показник безперервності деякого операційного процес ми зможемо його віднести як до першої так і до другої групи показників.

Тому, в процесі формування системи індикаторів ми будемо виходити з того, що все ж кінцевою метою операційної діяльності виробничого підприємства є досягнення висока якість продукції і максимальна задоволеність споживача. За допомогою індикаторів моніторингу операційної стійкості ми повинні дослідити два аспекти: 1- стійкість перебігу операційних процесів, 2 – стабільність якості продукції. Відповідно ми виділяємо дві групи індикаторів: індикатори стійкості перебігу процесів, індикатори стабільності якості.

Перша група індикаторів дозволяє оцінити рівень стійкості процесів до збоїв, безперервність процесів, здатність відновити плановий перебіг процесів, що був порушений в результаті дестабілізуючого впливу. Все, вище перелічене, повинно забезпечуватися за мінімальних затрат часу та ресурсів. Тому до першої групи увійшли такі показники: безперервність, ритмічність, безвідмовність, середній час відновлення, відновність, показник виробничих затрат. До другої групи увійшли показники, що покликані відобразити стабільність якості продукції, що виробляється. Це показники підгрупи «відповідність стандартам»: частка браку, коефіцієнт росту рекламаций; показники підгрупи «ступінь задоволеності клієнтів»: коефіцієнт росту числа постійних клієнтів, коефіцієнт росту числа нових клієнтів, коефіцієнт втрати клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Каплан Р.С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р.С. Каплан , Д.П. Нортон. - Москва: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 214 с.

ЛІЗИНГ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Лукомська Тетяна Валентинівна

кандидат економічних наук, кафедра економіки, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького

Поширеним способом формування матеріально-технічної бази сільськогосподарського виробництва у світі є лізингове кредитування. До передумови ефективних лізингових угод слід віднести: достатнє державне регулювання лізингової діяльності; економічне обґрунтування лізингової угоди на долізинговому етапі та своєчасний моніторинг фінансово-господарського стану підприємства, яке одержує лізинг. В Україні лізинг не набув особливого поширення. Відповідно до інформації Українського об'єднання лізингодавців станом на 1.02.2012 р. зазначеним видом економічної діяльності займаються 60 суб'єктів, у т. ч. 20 – лізингом сільськогосподарської техніки та обладнання.

Вивчення та порівняння даних щодо умов надання лізингу сільськогосподарської техніки та обладнання свідчить, що найвигідніше укласти лізингові угоди, з погляду лізингоодержувача, із лізинговою компанією «Украгролізинг». Пропонована компанією схема продажу на умовах лізингу є найбільш доцільною, порівняно з аналогічними пропозиціями. Однією з важливих переваг цієї схеми є авансовий платіж у розмірі 15 % від вартості техніки, що купується, тоді як в інших компаніях він коливається у межах 20-50 %. Відсоткова ставка, що нараховується на залишок платежу, становить у НАК «Украгролізинг» 3,5 % річних у гривнях. Для порівняння, в Українській лізинговій компанії ця величина – 17-19 % річних. Нині НАК «Украгролізинг» – одна з найпотужніших компаній України, яка має значний досвід у сфері інвестування коштів у агропромисловий комплекс. Порядок надання техніки в лізинг НАК «Украгролізинг» зводиться до таких етапів: вибір техніки або обладнання, оформлення заявки та надання документів згідно встановленого переліку, укладання договору фінансового лізингу, укладання договору застави, отримання об'єкта лізингу та його страхування.

Відповідно до порядку отримання коштів Державного бюджету України, що спрямовуються на придбання вітчизняної техніки і обладнання для агропромислового комплексу на умовах фінансового лізингу, у лізинг може бути передана техніка виключно вітчизняного виробництва. Строк, на який передаються об'єкти фінансового лізингу, коливається в межах 3-7 років, обов'язковим є укладання договору застави або поруки на суму, не меншу двох чергових платежів. Попередній платіж включає в себе 15 % вартості об'єкта лізингу та 7 % від його невідшкодованої вартості, що становить винагороду лізингодавцю. Чергові

платежі сплачуються два рази на рік та складаються із вартості об'єкта і плати лізингодавцю (7 % річних від невідшкодованої вартості). Зазначені умови враховано при розрахунку лізингових платежів щодо обладнання для годівлі свиней типу ОГС – I (індивідуальне утримання), для обладнання утримання підсосних свиноматок з поросятами ОПСП, для обладнання для дорощування свиней ОДВС – 1 та для обладнання для відгодівлі свиней ОДВС – 2 для ТОВ «Імені Гагаріна» Великобілозерського району. За умови вартості обладнання для відгодівлі свиней типу ОГС – I винагорода лізингодавця за 5 років складатиме 491,32 грн, що становить 12,4 % загальної суми лізингових платежів. Водночас, сума попередніх платежів становитиме 719,14 грн, тобто 18,3 %, що є важливим моментом, адже авансований платіж або «перший внесок» має велике значення для лізингоодержувачів, які часто є економічно слабкими господарюючими суб'єктами. В результаті усіх передбачених виплат вартість відгодівлі свиней типу ОГС – I через 5 років становитиме 3951,32 грн. Аналогічні розрахунки лізингових платежів щодо обладнання для утримання підсосних свиноматок з поросятами ОПСП, обладнання для дорощування та відгодівлі свиней ОДВС-1 та ОДВС-2 дозволяють говорити про збільшення вартості об'єкта лізингу на 14,2 % за період 5 років, тобто це в середньому 2,84 % за рік. Більш дешевих коштів для лізингоодержувача не існує. До того ж, 2,8 % річних є значно меншим відсотком, порівняно з рівнем річної інфляції, який і фіксується впродовж останніх років, і таким чином відсоткові платежі лізингоодержувача компенсуються із залишком. Для створення доступності лізингу для сільськогосподарських товаровиробників як за рахунок Державного бюджету, так і інших суб'єктів господарювання, доцільним є підтримання позиції О. В. Гудими, який пропонує повністю скасувати авансові платежі й встановити термін розрахунків за лізинговими договорами щодо комбайнів та тракторів – до 8 років, а за іншими об'єктами – до 5 років. При цьому, постачальницько-збутова націнка від вартості предмета лізингу не повинна перевищувати за комбайнами і тракторами – 5 %, а іншими суб'єктами – 7 %. Запровадити щорічну періодичність платежів, починаючи з кінця другого року, а розмір винагороди – 3 % від невідшкодованої вартості предмета лізингу. Обов'язкове страхування повинно бути в розмірі 2,5 % вартості предмета лізингу на термін договору лізингу. Перспективи розвитку лізингу не дозволяють робити оптимістичних прогнозів з огляду на те, що за підрахунками НАК «Укראгролізинг» лише в 2012 р. на забезпечення замовлень сільськогосподарських товаровиробників потрібно 900 млн грн коштів загального фонду державного бюджету, а виділено лише 40 млн грн.

Отже, варто зазначити, що не лише сільськогосподарські підприємства, але й держава має бути зацікавлена у розвитку лізингу.

Оскільки він є інвестиційним механізмом, що сприяє оновленню техніки та технологій, зростанню конкурентоспроможності економіки, зменшенню енергоємності та матеріалоємності виробництва, зростанню екологічної та технічної безпеки виробництва, покращенню умов праці, збільшенню бюджетних надходжень.

Список використаних джерел:

1. Кущик А. П. Сучасний стан та проблеми розвитку лізингу в Україні / А. П. Кущик, Є. І. Гергель // Вісник Запорізького національного університету. - 2010. - №1 (5). - С. 153-158.
2. Науменкова С.В. Ринок фінансових послуг [Текст]/ С. В. Науменкова, С. В. Міщенко. - К. : Знання,2010. - Книга. - 532 с
3. Рейтинг компаній [Електронний ресурс] // Асоціація “Українське об’єднання лізингодавців”: [сайт]. - Режим доступу: [http://www.leasing.org.ua/ ua/rating/](http://www.leasing.org.ua/ua/rating/)– Назва з екрана.

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ БАЛОВОЇ ОЦІНКИ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ

Мовсіян Христина Олегівна

студентка, Чернівецький торговельно-економічний інститут;

Клевчук Олег Георгович

асистент, Чернівецький торговельно-економічний інститут

У сучасних умовах ринку для забезпечення конкурентоспроможності підприємство повинно завжди підтримувати якість власної продукції, яка з швидкими темпами науково-технічного прогресу повинна від нього не відставати.

В умовах розвитку міжнародної торгівлі і споріднених їй видів діяльності, усіх окремих підприємств та галузей економіки на зовнішньому і внутрішньому ринках повністю залежить від того, наскільки їх продукція або послуги відповідають стандартам якості. Тому ми вважаємо, що проблема забезпечення і підвищення якості продукції хлібобулочних виробів актуальна для всіх країн і підприємств. [1]

Для визначення органолептичних показників хлібобулочних виробів найчастіше застосовують 5-ти балову шкалу оцінювання, з урахуванням коефіцієнта вагомості, яку розробили відповідно вимог стандарту ГОСТ 27842-88 «Хлеб из пшеничной муки. Технические условия» та ДСТУ-П 4583:2006 «Хлеб из ржаной и смеси ржаной и пшеничной муки».

Балова шкала оцінки якості хліба містить наступні показники: зовнішній вигляд, консистенція, смак та запах. Найвища оцінка за

показник – 5 балів, найменша – 1 бал. Розроблено також коефіцієнти вагомості: 0,4 відведено смаковим показникам, 0,3 – запах, 0,2 – зовнішній вигляд і 0,1 консистенція (табл. 1). [2]

Таблиця 1

Шкала органолептичної оцінки якості хліба

Показники	Коеф ваг.	Бали	Характеристика якості хліба
Зовнішній вигляд	0,2	5	Форма правильна, відповідна даній формі виробу (або формі, в якій випікався хліб), без одиничних тріщин та надривів. Колір рівномірний, жовто-золотистий.
		4	Форма правильна з трохи опуклою поверхнею. Поверхня достатньо гладенька, одиничні дрібні пухирі, ледве помітні дрібні тріщини та надриви. Незначна шерохуватість бо-кових поверхонь. Колір поверхні достатньо рівномірний.
		3	Форма правильна з трохи сплющеною поверхнею. Поверхня шерохувата, має пухирі та явні, але невеликі тріщини та надриви. Колір трохи блідий або темно-золотистий.
		2	Форма неправильна зі сплющеною поверхнею, має невеликі напливи. Поверхня має явні пухирі, горби, великі тріщини та надриви, зморщена. Окрас жовтий, блідий. Колір поверхні нерівномірний.
		1	Форма м'яка, поверхня розірвана, пухирчаста. Колір поверхні темний, підгорілий або сірий, не властивий хлібу.
Консистенція	0,1	5	М'яка, ніжна, еластична м'якушка, злегка волога на дотик достньо пориста, легко приймає первісну форму після натискання, добре розжовується .
		4	М'якушка м'яка, еластична, при розжовуванні викликає достатньо приємне відчуття у роті, злегка сухувата на смак, добре розжовується.
		3	Задовільно м'яка (злегка щільна) еластична м'якушка, при розжовуванні трохи груба, сухувата, злегка комкується.
		2	Помітно ущільнена, мало еластична м'якушка, при розжовуванні груба, суха, кришиться або помітно комкується.
		1	Сильно заминється, волога на дотик, нееластична, липка м'якушка, при розжовуванні сильно ком кується, груба.
Запах	0,3	5	Аромат пшеничного хліба з добре вибродженого тіста, сильно виражений, властивий даному виду.
		4	Приємний, менш виражений, властивий хлібу з пшеничного борошна.
		3	Властивий пшеничному хлібу, слабо виражений, дріжджовий, тістовий.
		2	Невиражений, сторонній, кислий, «Пустий», спиртовий.
		1	Запах невибродженого тіста, сильно кислий, пліснявий, затхлий, сторонній, неприємний.
Смак	0,4	5	Смак властивий пшеничному хлібу, ясно виражений, добре пропеченого хліба з добре вибродженого тіста.
		4	Менш виражений, властивий для пшеничного хліба.
		3	Слабо виражений, властивий для пшеничного хліба.
		2	Пріснуватий, кислий, тістовий, смак пшеничного хліба не виразний.
		1	Зовсім прісний, дріжджовий, сильно кислий, пересолений, гіркий, не властивий пшеничному хлібу, сторонній, неприємний.

Близькою до п'ятибальної шкали і легко в неї перетворюваною є шестибальна шкала, в якій п'ять з шести ступенів призначені для оцінки прийняттого продукту, а один – для характеристики продукту, не придатного до вживання в їжу людини. Цей ступінь виражено нулем.

Десяти- і одинадцятибальні шкали застосовуються не дуже часто, бо вони мають ряд недоліків. Так, в десятибальній шкалі для оцінки якості харчових продуктів, аналітична оцінка в балах поєднується з оцінкою по перевагах. Робота з вказаною шкалою ускладнена тим, що в ній об'єднані такі, два важливих показника, як "смак" і "запах".

Для балової оцінки хлібобулочних виобів розроблені і двадцяти-, і тридцятибальні шкали. У більшості випадків при їх використанні загальна кількість, яка визначається органолептичним аналізом, розраховують як суму оцінюваних окремо показників (смак, запах, консистенція, зовнішній вигляд). Кожен показник в цих шкалах аналізується за 3-6 рівням якості та оцінюється не більше, ніж десятьма балами, що в підсумку дозволяє звести двадцяти-і тридцятибальні шкали до простіших.

Зустрічаються шкали і з кількістю балів від 30 до 100. Недоліком таких шкал зазвичай є відсутність опису кожного бала шкали. Кожному з показників присвоюють певну максимальну кількість балів так, щоб у сумі виходило 100. Потім встановлюється розмір знижок з кожної приватної (за окремими показниками) бальної оцінки для передбачених стандартом товарних сортів.

Асортимент хлібобулочних виробів постійно оновлюється. Разом з тим оновлюються методи оцінки якості товарів. Проте впродовж довгих років балова оцінка якості залишається на незмінному, високому рівні використання. Даний метод оцінки якості є швидким та доступним його легко використовувати при прийнятті товарів та просто для особистої перевірки товару який ми хочимо придбати.[4]

Список використаних джерел:

1. Літун С. В. Шляхи підвищення якості продукції на підприємстві торгівлі. Збірник студентських наукових праць. Ст. 308.
2. Радькова В. Є. Дослідження ринку та удосконалення споживчих властивостей хліба. Збірник студентських наукових праць. Ст. 99-100.
3. Електронне джерело. <http://ukrbukva.net/print:page,1,15287-Sistemy-ball-noiy-ocenki-kachestva-pishevyh-produktov.html>.

РИНКИ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ: ЗАХИСТ КОНКУРЕНЦІЇ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ

Мосціпан Роман Миколайович

аспірант кафедри економічної політики Національної академії державного управління при Президентові України

Загальні правові засади у сфері надання фінансових послуг, здійснення регулятивних та наглядових функцій за діяльністю з надання фінансових послуг, встановлені Законом України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» [1]. Закон створює правові основи для захисту інтересів споживачів фінансових послуг, правове забезпечення діяльності і розвитку конкурентоспроможного ринку фінансових послуг в Україні, правове забезпечення єдиної державної політики у фінансовому секторі України.

До ринків фінансових послуг належать професійні послуги в тому числі на ринках страхових послуг, що визначено Законом України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг».

Своєю чергою стаття 42 Конституції України зобов'язує державу забезпечити захист конкуренції у підприємницькій діяльності, не допускати зловживання монопольним становищем на ринку, неправомірного обмеження конкуренції та недобросовісну конкуренцію [2].

Відомо, що страхування як економічне явище має глибоке коріння, яке сягає в давнину тисячоліть. З давніх-давен у людей виникла потреба у відшкодуванні чи розподілі збитків серед широкого загалу. Особливо гостро ця проблема виявилась у торгівців у зв'язку з тим, що їхня діяльність була особливо ризиковою, об'єктивно зумовлювалася природними та соціально-етичними чинниками [3].

Умови сьогодення висувають як до органів державного управління, суб'єктів господарювання (страхових компаній) так і до споживачів страхових послуг нові вимоги щодо взаємодії та співпраці на якісно новому рівні. Етап світової фінансової кризи для нашої держави перейшов у фазу внутрішньополітичного загострення, що в значній мірі відобразилося та продовжує відображатися на всій економіці країни.

На думку експертів, під час економічних спадів такі способи конкуренції в страховій сфері, як демпінг тарифів і гонка винагород посередників, набувають руйнівний характер і лише посилюють положення на ринку [4].

Слід підкреслити, що після глибокої трансформаційної кризи 90-х років, яку пережила наша країна, швидше виходили із кризового стану ті галузі, де повніше склалися конкурентні відносини. І зараз, у період

подолання наслідків світової фінансово-економічної кризи, саме конкуренція може стати одним із головних чинників сталого економічного зростання [5].

Розвитком конкуренції, при таких умовах, повинні стати в тому числі кроки в бік поліпшення стандартів якості як надання страхових послуг так і в значній мірі захисту конкуренції на ринках страхових послуг, що передбачає ефективну діяльність органів державного управління.

Згадаймо, що державне регулювання ринків фінансових послуг це здійснення державою комплексу заходів щодо регулювання та нагляду за ринками фінансових послуг з метою захисту інтересів споживачів фінансових послуг та запобігання кризовим явищам [1].

Сьогодні в Україні здійснюють функції з державного регулювання на ринках страхових послуг, в тому числі відповідні заходи для захисту конкуренції, різні органи державної влади з яких ми виділимо Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг та Антимонопольний комітет України.

Питання впровадження системи менеджменту якості (СМЯ), відповідно до міжнародного стандарту ISO 9001:2008, як важливого інструменту державного регулювання в сфері захисту конкуренції на ринках страхових послуг України, повинно стати основним на поточний момент діяльності органів державної влади, в тому числі згаданих вище.

Наприкінці зазначимо, що основні вісім принципів СМЯ [6] нададуть змогу покращувати якість як надання адміністративних послуг так і своєчасних та результативних заходів в сфері захисту конкуренції на згаданих ринках, а саме: орієнтація на споживача (необхідно робити те, що хоче споживач зараз і захоче в майбутньому), лідерство керівника, залучення персоналу, процесний підхід, системний підхід до менеджменту (має на увазі облік всіх чинників, що впливають на зовнішнє і внутрішнє середовище організації), постійне поліпшення, ухвалення рішень, заснованих на фактах, взаємовигідні стосунки з постачальниками.

Список використаних джерел:

1. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг: Закон України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2664-14>
2. Конституція України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
3. Страхування: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2008. – 1019 с. – (Київському національному університету імені Тараса Шевченка 175 років)

4. О конкуренции на страховом рынке: не скидкой единой. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cljournal.ru/ann2/54/>
5. «Щодо удосконалення механізмів регулювання ринків товарів і послуг в Україні». Аналітична записка. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1442/>
6. Система менеджмента качества. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ru.wikipedia.org/wiki/Система_менеджмента_качества

АНАЛІЗ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ АСИНХРОННОГО ЕЛЕКТРОПРИВОДУ З КОРЕКТОРОМ КОЕФІЦІЄНТА ПОТУЖНОСТІ

Преподобна Ганна Юрївна

студентка, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», Інститут Енергозбереження та Енергоменеджменту

Актуальність теми: Забезпечення енергоефективної роботи технологічного устаткування досягається шляхом використання енергозберігаючих систем автоматизованого електроприводу. Одним з маловивчених способів побудови таких систем є асинхронний електропривод з коректором коефіцієнта потужності, дослідження якого, безсумнівно, є актуальним завданням.

Матеріали і методи: Для вирішення поставленого завдання використані методи математичного моделювання із застосуванням багаторівневих структурних моделей елементів електроприводу і постановкою обчислювальних експериментів у середовищі Simulink / MatLab.

Результати: Розглядається система управління коректором коефіцієнта потужності на основі boost - перетворювача. Запропоновано формули і рекомендації з налаштування регуляторів системи керування. Представлені моделі частотно - регульованого асинхронного електропривода з коректором коефіцієнта потужності.

Підвищення енергозбереження є застосування коректорів коефіцієнта потужності (ККП). Існує велика кількість варіантів схемного виконання ККП, однак найбільш простим і економічним є варіант реалізації ККП на базі підвищувального перетворювача напруги (boost - перетворювача). Для дослідження актуальності застосування ККП в асинхронному електроприводі в пакеті розширення Simulink середовища інженерних розрахунків Matlab було створено дві моделі. У першій моделі представлений частотно - регульований асинхронний електропривод,

працюючий в скалярному режимі , без ККП (рис. 1) . У другій моделі представлений скалярний асинхронний електропривод з ККМ (рис. 2) .

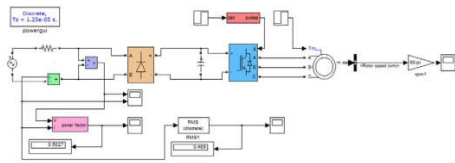


Рис.1. Математична модель асинхронного електроприводу без ККП

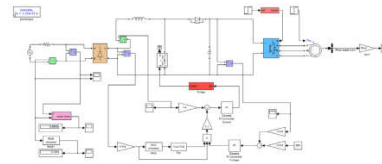


Рис.2. Математична модель асинхронного електропривода з ККП

Висновок

Обчислювальні експерименти з розробленими моделями показали , що використання коректора коефіцієнта потужності дозволяє значно підвищити коефіцієнт потужності (до 0,95) , поліпшити гармонічний склад і зменшити більш ніж на 10 % споживання струму з мережі. Включення до складу асинхронного електроприводу коректора коефіцієнта потужності сприяє підвищенню енергоефективності технологічного обладнання.

Список використаних джерел:

1. Семенов Б.Ю. Силовая электроника : від простого до складного. - М. : СОЛОН -Пресс , 2005 . (Сер. « Бібліотека інженера »)
2. Міддлбрук Р.Д. Малосигнальної моделювання ключових перетворювачів потужності з широтно- імпульсним регулюванням / / ТПЕР . - 1988 . - Т. 76 , № 4 . - С. 46-59 .

ЗНАЧЕННЯ СЕРТИФІКАЦІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЯКІСТЬ ТОВАРІВ

Чепіль Людмила Юрївна

студентка, Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці

В умовах розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств найважливішим елементом виробничого менеджменту взагалі і системи управління якістю зокрема є сертифікація продукції. Кожний вид товарів, який те чи інше підприємство хоче вигідно продати на світовому ринку, повинен мати сертифікатдокумент, що засвідчує високий рівень його якості, відповідність вимогам міжнародних стандартів ISO серії 9000.

Наявність сертифікату на відповідність вимогам стандартів ISO серії 9000 означає чітку відповідність всім обумовленим вимогам і може реалізуватись за встановленими цінами, так звана безсертифікатна продукція оцінюється на світовому ринку у 3-4 рази дешевше, тобто фактично реалізується за безцінь.

Питанням сертифікації цікавились такі вчені, як: Топольник В.Г., Салухіна Н.Г., Язвінська О.М., Котляр М.А., Савіцький А.В., Горбонос Ф.Н.

Сертифікація систем якості за вимогами стандартів ISO серії 9000 має принципове значення для країн, що завойовують міжнародний і європейський ринки, до яких належить і Україна. В Україні після прийняття стандартів ISO серії 9000 в якості національних почався процес побудови і сертифікації систем якості. Першим підприємством в Україні, на якому в 1994 р. була побудована і сертифікована система якості за вимогами міжнародного стандарту ISO серії 9001, був Новокраматорський машинобудівний завод (НКМЗ). Необхідність проведення сертифікації була викликана орієнтацією підприємства на швидке і якісне задоволення потреб споживача і значне збільшення у виробничій програмі частки експортних поставок у далеке зарубіжжя [1].

Координацією заходів по створенню систем сертифікації займається спеціальний комітет – СЕРТИКО, що діє у складі ISO з метою:

- запобігання реалізації продукції, небезпечної для життя, здоров'я та майна громадян і навколишнього природного середовища;
- сприяння споживачеві в компетентному виборі продукції;
- створення умов для участі суб'єктів підприємницької діяльності в міжнародному економічному, науково-технічному співробітництві та міжнародній торгівлі [2].

Закон України «Про захист прав споживачів» забороняє продажі товарів (зокрема, що імпортуються), які підлягають обов'язковій сертифікації, але не є марковані знаком відповідності в установленому порядку. Під час проведення сертифікації та у разі позитивного рішення органу з сертифікації заявникові видається сертифікат та право маркувати продукцію спеціальним знаком відповідності. Форма, розміри і технічні вимоги до знаку відповідності визначаються державним стандартом. Знак відповідності не може бути застосований, якщо порушено правила його використання [3].

В Україні прийнято розрізняти обов'язкову і добровільну сертифікацію. Обов'язкова сертифікація в усіх випадках повинна включати перевірку та випробування продукції для визначення її характеристик і подальший державний технічний нагляд за сертифікованою продукцією. Добровільна сертифікація може проводитись на відповідність продукції вимогам, котрі не є обов'язковими, за ініціативою самих суб'єктів господарювання на договірних засадах [2].

У торгівлі введенні різного роду “сертифікації”. З’являються все нові і нові “сертифікати якості”, “сертифікату аналізу”, “гігієнічні сертифікати” тощо, тобто є велике бажання використовувати саме слово “сертифікат”, в той час як у міжнародній торгівлі так називається документ, виданий уповноваженим державним органом, який свідчить, що певна продукція досліджена незалежно від покупця і продавця третьою стороною і визнана відповідною всім встановленим законодавством країни вимогам до такого виду продукції. Такий сертифікат створює певний рівень довіри до якості і безпечності продукції, надає можливість його визнання з боку аналогічного уповноваженого органу в інших країнах, тобто надає можливість для усунення непотрібних перепон у торгівлі.

Отже, застосування сертифікації створює передумови для успішного розв’язання низки важливих соціальних й економічних проблем і завдань. Сертифікація спрямована на досягнення наступних цілей: захист споживачів від неякісних товарів; сприяння споживачеві в раціональному виборі продукції; підтвердження показників якості продукції, які заявлені виробником.

Важливим економічним результатом сертифікації є більш повне задоволення потреб споживачів, зниження витрат споживання або витрат на продукцію, збільшення збуту і як наслідок, збільшення прибутку виробника й економія витрат споживача [4].

Але все одно система сертифікації, що склалася в Україні, здається, не влаштовує нікого. Легальні підприємці сплачують органам сертифікації десятки тисяч гривень, що значно підвищує кінцеву вартість продукції, а тіньові, контрабандисти, які заповнили низькоякісними, сфальсифікованими та небезпечними товарами Україну, взагалі не знають, що таке Держстандарт. І досі не зрозуміло, чому в Україні вважають добрим тоном, коли Держстандарт виступає верховним арбітром з питань не тільки безпеки, а й якості продукції.

Список використаних джерел:

1. Стандартизація, уніфікація та сертифікація продукції та їх економічна ефективність: курсова робота/[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bestreferat.ru/referat-128726.html>
2. ДЕКРЕТ КАБІНЕТУ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ від 10 травня 1993 р. № 46-93 Про стандартизацію і сертифікацію. Розділ IV стаття 13-15.
3. Закон України «Про захист прав споживачів» // Відомості Верховної Ради України. – Офіційне видання. – 1991. – № 30. – С. 179.
4. Савіцький А.М. Стандартизація і сертифікація як важливий інструмент управління якістю продукції на підприємстві.[стаття з журналу економічний простір]/ А.М. Савіцький. – Хмельницьк, 2013.

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО СТАНОВЛЕННЯ ЛІДЕРСТВА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Шевчук Олена Анатоліївна

кандидат економічних наук, Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»

Промисловість завжди виступає домінуючою складовою будь-якої економіки країни, оскільки: забезпечує послідовність та безперервність економічного розвитку; визначає перспективи диверсифікації економіки; виступає основним споживачем результатів НДДКР; сприяє розвитку кваліфікаційного рівня населення та є одним з основних засобів інтеграції національної економіки у світову економічну систему.

В той же самий час, промислове підприємство, як і будь-яка соціально-економічна система має можливість досягнути найвищих показників лише за умов безперервного розвитку. У визначеному контексті, розвиток передбачає придбання нових якостей, зміни принципів та напрямків роботи, що визначають стійкість життєдіяльності промислового підприємства як системи та його конкурентоспроможність і місце у зовнішній стратифікаційній системі на ринку.

Іншими словами, сучасне реформування промислових підприємства повинно ґрунтуватися на узгодженості інтересів, прав та обов'язків всіх суб'єктів діяльності. А саме [1, с. 111-123]:

1) Власників капітального ресурсу – домінуючих або міноритарних власників підприємства – інноваційно-налаштована бізнес-еліта, основними інтересами якої виступають збільшення вартості акцій підприємства та дивідендів за цими акціями;

2) Власників організаційно-управлінського ресурсу та повноважень – координаційно-управлінської еліти, яка представлена менеджерами промислового підприємства, інтересом яких стає престиж, компенсації, бонуси тощо;

3) Власників когнітивного ресурсу підприємства – інтелектуально-креативної (творчої) еліти підприємства, до складу якої належать спеціалісти та представники техноструктури промислового підприємства, в якості інтересів яких необхідно виділити професійний престиж, інновації та модернізацію промислового підприємства;

4) Власників трудового ресурсу підприємства – основної маси працівників підприємства, тобто трудового колективу, який зацікавлений у збереженні робочих місць, підвищенні заробітної плати, збільшенні поваги у колективі тощо.

Зазначимо, що в рамках неокласичної теорії фірми, підприємство завжди виступає пасивним об'єктом, що реагує на кон'юнктурні зміни на

ринку (перш за все, ціни) у рамках фіксованого критерію прийняття рішень щодо максимізації прибутків, обсягів продажу, темпів росту тощо.

Згідно до означеної парадигми, підприємство управляється власниками (ззовні) через менеджмент та спирається на тиск товарного ринку, як основного фактору прийняття рішень. Відповідно, вектор економічного розвитку підприємства визначається саме власниками поза межами підприємства як організації.

Такий підхід свідчить про суперечливість інтересів основних сил підприємства, суть яких полягає в наступному. Основними інтересами спеціалістів, менеджерів та трудового колективу виступає підвищення рівня заробітної плати. Що, за рівних умов, призводить до зниження доходів та дивідендів власників підприємства. В зв'язку з чим виникає необхідність вирішення двох основних задач [2]:

1) Узгодженості інтересів між усіма провідними силами підприємства;

2) Збалансованості прав, відповідальності та вагомості кожної складової в управлінні підприємством.

Означена проблема вирішується за допомогою системного підходу, який передбачає дослідження внутрішньої структури функціонування та управління підприємством у взаємодії із зовнішнім середовищем шляхом консолідації зусиль усіх основних рушійних сил підприємства.

Такий підхід надає можливості для вирішення складних проблем, в тому числі і в теорії формування лідерства промислових підприємств на ринку в умовах глобалізації. При цьому об'єкт дослідження розглядається не як єдине, нероздільне ціле, а як система взаємопов'язаних складових елементів, їх властивостей та якостей. Основною метою такого аналізу стає розгляд кожного компонента системи, що функціонує в умовах невизначеності. З метою добитися того, щоб промислове підприємство, як система, в цілому змогло виконувати свою задачу в своєму системному оточенні. У визначеному контексті, мова ведеться про відносно стійкий процес обміну інформацією, що регулює поведінку системи.

Основу концепції системного підходу до процесу становлення лідерства промислового підприємства складає гіпотеза про залежність зміни економічного статусу на ринку за рахунок синергетичного ефекту інтеграції та диверсифікації людського капіталу підприємства як основи для формування корпоративної еліти, яка і визначає вектор економічного розвитку такого підприємства..

За таких умов, загальний процес формування корпоративної економічної еліти є складним явищем, що має визначену структуру (сукупність відносно незалежних підсистем) та певні відносини і зв'язки між агентами цих підсистем.

У сукупності ці відносини та зв'язки складають структурний компонент. Цей структурний компонент складається з об'єктивних умов існування зовнішнього середовища (економічної та політичної ситуації) та внутрішніх умов (індивідуальних особливостей людини).

Таким чином, у відповідності до принципу моделювання будь-якої складної системи, складна модель припускає її структуризацію на компоненти – локальні моделі соціально-економічної системи, основним елементом якої виступають окремі суб'єкти господарської діяльності, що за своєю структурою є неоднорідними.

Неоднорідність системи пояснюється наявністю різноманітних соціальних страт – трудового колективу (як основної маси працівників) та корпоративної еліти – менеджерів, спеціалістів та власників підприємства, що з позиції системності визначаються як підсистеми.

У сукупності ці елементи піддаються динамічним змінам у часі, детермінованих прогресом розвитку. Кожен з цих елементів має власні цілі, ступінь задоволеності, сукупність наявних та можливих зв'язків, необхідних для реалізації поставлених задач, а також різний доступ до ресурсів.

Таким чином, системний підхід надає можливості представити промислове підприємство як множину суб'єктів, які відповідають умовам соціально-економічної системи та надають можливості для визначення множини параметрів, що характеризують таку систему на певний період часу.

Список використаних джерел:

1. О.А.Шевчук Імперативи розвитку корпоративної еліти: Монографія / МОН України, НТУУ «КПІ». – К.:ТОВ «Спринт-Сервіс», 2014. – 297 с., ISBN 978-617-7021-17-8
2. Г.Б. Клейнер «Революционная ситуация в управлении российскими предприятиями» // «Управленческие науки», 2011, № 1. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.kleiner.ru/arpab/revoluson.html>

THE IMPACT OF ORGANIZATION CHANGE TO THE ECONOMY

Muzam John

PhD Student, Department of Economic Security, KROK University Of
Economics and Law
Kiev, Ukraine

Abstract: This paper relate and examined how change in an organization has an impact to the development of an economy. This impact maybe direct or indirect. It is relate important change management factors and analysis which can be used to understand the organisation and its environment.

Key Words: Change, markets , the environment and the organization,

Free-market environmentalism emphasizes markets as a solution to environmental problems. Proponents argue that free markets can be more successful than government—and have been more successful historically—in solving many environmental problems[Richard L. Stroup].The state is not an isolated economy on its own. There are multiple factors that influence the advancement of an entire economy. Factors such as natural Resources, Labor, Capital, Technological Advances, Free Trade as technology, Property Rights Structure, Economic Freedom (Economics Econ 210 & 211: Roger A. Arnold).

The role of an organization is to perform its functions which might be design and production, sales and marketing, administration, human resource, research and development, etc. in the production of it is good and services. Each of the functions will need to work together so that the whole the organisation has the same aims and objectives. Managing these is functions is key activity. A starting point for this type of management is the creation of a clear set of company objectives which each function is aware of. These objectives then need to be further broken down into specific objectives for each function. Regular reviews and analysis is performing against it's overall objective in order to ensure that the whole company is pulling in the same direction.The above function of an organization has tremendous impact on the environment in which its operate. In view to achieve his objectives, the organization undertake several change management analysis. The change in the organization also has an indirect or direct impact to it surrounding.

The Change management is a common thread that runs through all businesses regardless of size, industry and age. The organizational change is one of the major change that impact the global economy. One of the cornerstone models for understanding organizational change was developed by Kurt Lewin back in the 1950s, and still holds true today. His model is known as Unfreeze – Change – Refreeze, refers to the three-stage process of change he

describes. Lewin, a physicist as well as social scientist, explained organizational change using the analogy of changing the shape of a block of ice.

THREE CHANGE APPROACHES

Change involves a sequence of organizational processes that occurs over time. Lewin (1951) suggests this process typically requires three steps: unfreezing, moving, and refreezing.

Unfreeze

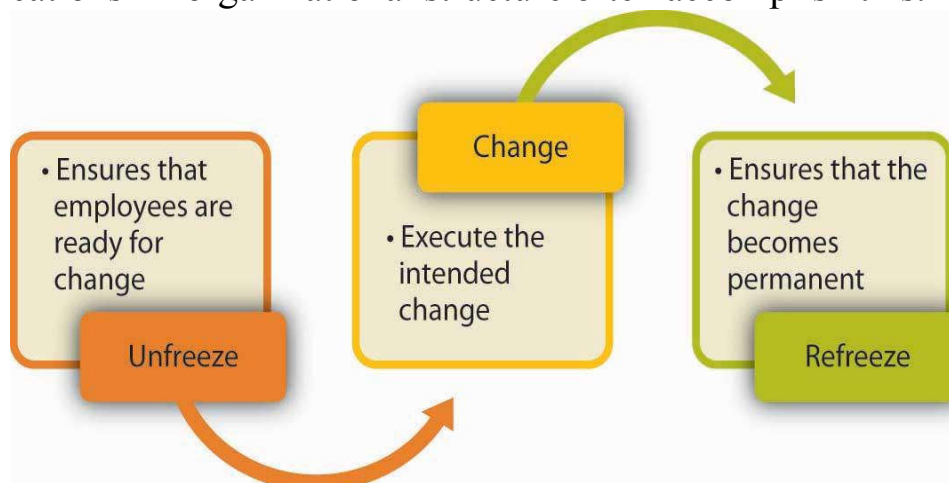
This stage implies reducing the forces acting to keep the organization in its current condition. Unfreezing might be accomplished by introducing new information that points out inadequacies in the current state or by decreasing the strength of current values, attitudes, and behaviors. Crises often stimulate unfreezing. Examples of crises are demographic shifts in population, a sudden increase in employee turnover, a costly lawsuit, and an unexpected strike. Unfreezing may occur without crises as well. Climate surveys, financial data, and enrollment projections can be used to determine problem areas in an organization and initiate change to alleviate problems before crises erupt.

Change

Once the organization is unfrozen, it can be changed by moving. This step usually involves the development of new values, attitudes, and behaviors through internalization, identification, or change in structure. Some changes may be minor and involve a few members—such as changes in recruitment and selection procedures—and others may be major, involving many participants. Examples of the latter include a new evaluation system, restructuring of jobs and duties performed by staff, or restructuring a department or entire organization, which necessitates relocating staff to different sites within the organization.

Refreeze

This third stage change process involves stabilizing the change at a new quasi-stationary equilibrium, which is called refreezing. Changes in organizational culture, changes in staff norms, changes in organization policy, or modifications in organizational structure often accomplish this.



Change is mostly caused by chaotic factors. Chaos Theory taught us that nature most often works in patterns, which are caused by the sum of many tiny pulses[Sigmund Freud]. Therefore analysing the environment of the organization is however vital. PESTLE mostly called PEST analysis is a good concept for analysing the organization's environment. [PESTLE ; P for Political, E for Economics for Social, T for Technological, L for Legal and E for Environmental]. This concept is used as a tool by companies to track the environment they're operating in or are planning to launch a new project/product/service etc.It is very critical for one to understand the complete depth of each this factors as slated below:

1. Political: These factors determine the extent to which a government may influence the economy or a certain industry. The imposition of a new tax or duty due to which entire revenue generating structures of organizations might change. Political factors include tax policies, Fiscal policy, trade tariffs etc. that a government may levy around the fiscal year and it may affect the business environment (economic environment) to a great extent.

2. Economic: These factors are determinants of an economy's performance that directly impacts an organisation and have resonating long term effects. [For example] a rise in the inflation rate of any economy would affect the way companies' price their products and services. Adding to that, it would affect the purchasing power of a consumer and change demand/supply models for that economy. It include inflation rate, interest rates, foreign exchange rates, economic growth patterns etc.

3. Social: These factors scrutinize the social environment of the market, and gauge determinants like cultural trends, demographics, population analytics etc. An example for this can be buying trends which may be caused by indirectly by the availability of foreign student in Ukraine.

4. Technological: These factors pertain to innovations in technology that may affect the operations of the industry and the market favorably or unfavorably. This refers to automation, research and development and the amount of technological awareness that a market possesses.

5. Legal: These factors have both external and internal sides. There are certain laws that affect the business environment in a certain country while there are certain policies that companies maintain for themselves. Legal analysis takes into account both of these angles and then charts out the strategies in light of these legislations e.g. consumer laws, safety standards, labor laws etc.

6. Environmental: These factors include all those that influence or are determined by the surrounding environment. This aspect of the PESTLE is crucial for certain industries like in tourism, farming, agriculture etc. This factor might also include but are not limited to climate, weather, geographical location, global changes in climate, environmental offsets etc.

PEST Analysis - Lazer Gaming Company

POLITICAL	ECONOMIC	SOCIAL	TECHNOLOGICAL
<ul style="list-style-type: none"> ● New ecological and environmental issues ● Regulatory bodies and processes ● Foreign distribution policies ● Advocate adherence and lobbying/pressure groups ● International pressure groups 	<ul style="list-style-type: none"> ● Domestic and international economy trends ● General taxation issues ● Consumer seasonality issues ● Market and trade cycles ● Specific industry factors ● Market routes and distribution trends ● Customer and end-user drivers 	<ul style="list-style-type: none"> ● Lifestyle trends ● Product demographics ● Consumer attitudes and opinions ● Media views ● Brand and company image ● consumer buying patterns ● Major events and influences ● Buying access and trends ● Marketing, advertising and publicity 	<ul style="list-style-type: none"> ● Competing technology development ● R&D activity ● Replacement technology/solutions ● Maturity of technology ● Manufacturing maturity and capacity ● Consumer buying mechanisms ● Technology access, licensing, patents ● Intellectual property issues

PEST - Analysis in the gaming industry

Looking at this analysis we will see that every organization has a direct or indirect influence to the environment in which it operate in. It therefore influences a change in any organization influences the development of that economy or the economy in general. An example of PEST - Analysis in the gaming industry above.

The prospect of developing a modern state development of numerous factors that has direct or indirect relationship to the global economy. It requires the investigations of problems and facts relation to organizational development, etc. Problem solving requires two important and complementary forms of search: searching for information (for the facts that may be important pieces of the puzzle) and searching for solutions (for theories that combine puzzle pieces into an answer)[Harvard Publication March 2014] Organizations might be wise to adopt different communications structures for different phases of collective problem solving.

References:

1. Roger A. Arnold , The Economics Acp Econ 210 and 211 , 2008
2. The concise Encyclopedia of Economics; Free- Market Environmentalism , Richard L. Strou.
3. Jesse Shore, Ethan Bernstein,David Lazer, Harvard Business School, Working Paper No. 14-075, 18 March 2014; Facts and Figuring: An Experimental Investigation of Network Structure and Performance in Information and Solution Spaces. <http://hbswk.hbs.edu/item/7495.html>
4. <http://www.howtochangemanagement.com/p/theory.html>
5. http://www.abarim-publications.com/ChaosTheoryIntroduction.html#U5cNqfl_stE
6. <http://pestleanalysis.com/>

РОЗВИТОК СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПАТ «ЗТР»

Кущик Анатолій Петрович

кандидат економічних наук, професор, Запорізький національний університет

Поліщук Артем Вадимович

студент магістратури, Запорізький національний університет

У сучасних умовах розвитку економіки України для ефективного управління підприємством необхідно розвивати управлінський процес, забезпечуючи його відповідність мінливому зовнішньому середовищу. Постійне вдосконалення процесу управління підприємством є одним із вирішальних чинників його виживання та зміцнення конкурентоспроможності.

Вітчизняні та зарубіжні вчені, такі як: В. Винокуров, М. Науменко, В. Порохня, Ф. Хмель, З. Шершньова, П. Лоранж, Ж.-Ж. Лабмен та ін. дослідили різні аспекти стратегічного управління підприємствами.

Посилення конкурентної боротьби між підприємствами актуалізує потребу правильно сформульованих стратегій розвитку. Стратегічне управління – це по суті реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий та інтегральний підходи до діяльності підприємства, що дає змогу встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями (потенціалом) підприємства та приводити їх у відповідність за рахунок розробки та реалізації системи стратегій [4].

Досвід розробки стратегій у підприємницькій діяльності підтверджує здебільшого невисокий рівень українських підприємств, які тільки-но розпочинають формування стратегій, довгострокових планів, інноваційних проектів тощо [2].

Однак, на ПАТ «ЗТР» впроваджено систему стратегічного управління, що приносить безперечні позитивні результати. Так, за підсумками незалежного національного рейтингу «ТОП-100. Кращі компанії України», ПАТ «ЗТР» увійшло до 100 найбільших компаній країни й посіло перше місце в галузевому сегменті «Виробництво обладнання». В 2012 році бренд «ZTR» увійшов у десятку найдорожчих корпоративних брендів України за версією щорічного рейтингу українських компаній «Гвардія брендів» [1].

Варто зазначити, що на ПАТ «ЗТР» було сформовано відділ стратегічних закупок. У стратегічних цілях ПАТ «ЗТР» передбачено: збільшення частки продажу трансформаторного устаткування на ринках далекого зарубіжжя; впровадження заходів щодо скорочення циклу виробництва трансформаторів і реакторів; удосконалення та

впровадження нових технологій виготовлення трансформаторного обладнання, модернізація та впровадження нових конструкцій реакторів і систем управління; продовження інвестиційної програми, впровадження нового обладнання; збереження кадрового потенціалу виробництва, управління втратами робочого часу, оптимізація процесів управління виробництвом [3].

Певним недоліком на ПАТ «ЗТР» є те, що в складі наглядової ради не створено комітету зі стратегічного планування. Обґрунтовані заходи щодо розвитку системи стратегічного управління ПАТ «ЗТР» полягають у врахуванні необхідності його адаптації до сучасних умов ведення бізнесу, технічному переоснащенні діючих виробничих потужностей, упорядкування структури персоналу та фонду оплати праці, вихід на нові ринки збуту продукції.

Список використаних джерел:

1. Коли інвестор мислить стратегічно [електронний ресурс] / Сайт газети «Урядовий кур'єр». – Режим доступу : <http://ukurier.gov.ua/uk/articles/koli-investor-mislit-strategichno>.
2. Науменко М.О. Удосконалення стратегічного управління організацією / М.О. Науменко, Т.В. Гура, О.С. Красногрудь // БІЗНЕСІНФОРМ. – № 2'2013. – С. 284–286.
3. Офіційний сайт ПАТ «ЗТР» [електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ztr.com.ua>.
4. Порохня В.М. Стратегічне управління : навч. посіб. / В.М. Порохня, Т.О. Безземельна, Т.А. Кравченко. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 224 с.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТУ СИСТЕМИ ЗБУТУ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Ніколаєва Вікторія Василівна

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

Дорчинець Анастасія Іванівна

студентка Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Криворізький Національний Університет»

Маркетинговий аудит системи збуту – комплексна оцінка результатів збутової діяльності шляхом всебічного, періодичного та незалежного аналізу збутових операцій підприємства[1].

Актуальність обраної теми підкреслюється тим, що саме маркетинговий аудит збутової діяльності дозволяє відстежити використання збутового потенціалу й на цій основі виробити стратегічні й тактичні рішення щодо підвищення ефективності його використання.

Метою маркетингового аудиту системи збуту є визначення збутових цілей та стратегій збутової діяльності підприємства. Відповідно до визначеної мети завдання аудиту полягає у представленні найбільш ефективних шляхів досягнення намічених цілей підприємства [2].

Об'єктом дослідження в роботі обрано ПАТ «Північний ГЗК» - один з найкрупніших підприємств України з видобутку та збагачення залізної руди.

ПівнГЗК реалізує свою продукцію як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Споживчим сегментом продукції комбінату виступає металургійний комплекс, який формується на великій території.

Збутова діяльність на комбінаті організовується відділом збуту та зовнішньоекономічних зв'язків, який є самостійним структурним підрозділом управління комбінату й підпорядковується безпосередньо генеральному директорові.

У здійсненні збутової діяльності на внутрішньому ринку ПАТ «Північний ГЗК» використовує прямі зв'язки зі споживачами залізородної продукції.

У зовнішньоекономічній діяльності використовується така форма виходу на зовнішні ринки, як непрямий збут, тобто реалізація залізородної сировини через зарубіжних посередників [3].

Аналіз даних вказує на те, що за аналізований період вартість обсягу збуту продукції комбінату зросла на 4059 млн. грн. або на 54,8%, при цьому спостерігається зростання вартості збуту продукції комбінату у 2010 та 2012 рр, у 2013 р. відбулося зниження обсягу збуту продукції, порівняно з 2012 р. на 3182 млн. грн. або на 21,8%.

Проведення аудиту збутової діяльності ПАТ «Північний ГЗК» свідчить про те, що збутова діяльність комбінату спрямована в основному на забезпечення реалізації обсягів виробленої продукції і задоволення потреб споживачів відносно їх замовлень. Разом з тим, матеріали аналізу вказують про те, що за останні роки комбінат частково втрачає споживачів внутрішнього і зовнішнього ринків, тобто йому необхідно використовувати більш активну політику просування своєї продукції на ринку.

Запропоновані основні тактичні та оперативні заходи маркетингу ПАТ «Північний ГЗК» щодо підвищення ефективності збутової діяльності. Основними є:

1. Вивчення стану ринкового попиту на продукцію підприємства

2. Дослідження особливостей просування продукції на різноманітні ринки збуту
3. Розробка системи знижок для постійних покупців
4. Впровадження логістичної системи "Максимум-мінімум"
5. Вдосконалення МІС
6. Вдосконалення комунікаційної діяльності за рахунок ширшого використання Інтернет-технологій
7. Покращення моніторингу ринку і поведінки споживачів на ньому
8. Покращення роботи зі споживачами продукції та ін.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В. Маркетинговий аудит системи збуту. Навчальний посібник / Л.В. Балабанова, А. В. Балабаниць. – К.: ВД —Професіонал, 2004.
2. Плаксіє Т.О. Маркетинговий аудит: сутність, складові та особливості проведення // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: економічні науки. – Хмельницький. – 2009. – №2.
3. <http://sevgok.metinvestholding.com/ua>

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЛОГІСТИКИ ЗАКУПІВЕЛЬ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Ніколаєва Вікторія Василівна

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

Стьопкіна Ольга Іванівна

студентка Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Криворізький Національний Університет»

Обрана тема роботи є досить актуальною на сьогоднішній день, оскільки від раціонально організованої логістики закупівлі товарно-матеріальних цінностей в значному ступені залежить успіх діяльності підприємства на ринку, показники його виробничо-господарської діяльності тощо.

Як і будь-яка економічна система, логістична система має свою структуру і зміст, що особливо яскраво виявляється на рівні мікро логістики. Незважаючи на комплексність та цілісність множини різних видів складових, логістична система може бути умовно розділена на певні функціональні області: закупівельну, виробничу, розподільчу, транспортну та інформаційну [1].

Авторами було проведено дослідження організації закупівельної логістики на ПАТ «Інгулецький ГЗК», який на сьогоднішній день являється одним з провідних підприємств гірничо-металургійного комплексу України з повним циклом видобутку, переробки і збагачення залістистих кварцитів, виробництва залізорудного концентрату (сировини для металургійного переробу). Головною метою ПАТ «Інгулецький ГЗК» є виробництво якісної, конкурентоспроможної продукції за максимально лояльними цінами [4].

На даному підприємстві функцію організації і плануванням закупівельної діяльності виконує тендерний відділ, який є самостійним структурним підрозділом управління комбінату і підпорядковується безпосередньо заступнику генерального директора з закупівель та логістики. Його дії полягають у забезпеченні підприємства всіма матеріально-технічними ресурсами та забезпеченням проведення ремонтних робіт.

Серед закупівель товарно-матеріальних цінностей близько 50% витрат відноситься на запасні частини. Друга половина припадає саме на нову техніку, зокрема, на залізничний транспорт (локомотиви, думпкари), кар'єрну техніку (самоскиди, екскаватори), кранову та іншу техніку.

Створення бази щодо залишків матеріальних ресурсів дозволяє підприємству вдосконалювати процес забезпечення виробництва матеріальними ресурсами, підвищує ефективність проведення тендерів.

Проведене дослідження вказує на те, що в основному організація логістики закупівель ПАТ «ІнГЗК» товарно-матеріальними цінностями відповідає вимогам і забезпечує досягнення поставлених цілей і передбачуваних результатів господарської діяльності, але підприємству слід звернути увагу на необхідність продовження взаємовідносин з найбільш вигідними для нього постачальниками, ретельніше регулювати рівномірність надходження товарів, підвищення ефективності використання матеріальних ресурсів тощо. Від вирішення цих та інших проблем залежить ефективність діяльності комбінату, його імідж на ринку та загальна конкурентоспроможність.

Авторами запропоновані основні стратегічні напрямки розвитку комбінату, а також тактичні й оперативні заходи, спрямовані на підвищення ефективності процесу організації, планування та контролю закупівлі матеріальних ресурсів на ПАТ «ІнГЗК». Основними з них є:

- удосконалення договірної роботи з постачальниками матеріальних ресурсів;
- покращення контролю за ходом забезпечення постачальниками своїх зобов'язань за рахунок впровадження функціонально-вартісного аналізу;

- введення в практику діяльності розрахунку перспектив потреб комбінату в основних видах матеріальних ресурсів;
- максимальне використання комп'ютеризації в процесах оцінки виконання замовлень постачальниками, розрахунку потреби, стану матеріальних запасів тощо;
- розширення використання Інтернет в управлінні роботою з забезпечення комбінату матеріальними ресурсами;
- впровадження в процес управління роботою з постачальниками принципів логістики;
- впровадження заходів заохочення лояльних і вигідних для комбінату постачальників;
- пошук шляхів зниження витрат з логістики постачання та ін.

Список використаних джерел:

1. Ларіна «Логістика» <http://ukrkniga.org.ua/ukrkniga-text/743/12>
2. УДК 164: Яркова Я.А., Гальцова В.А. « Организация процесса закупочной деятельности торгового предприятия»
3. <http://www.grandars.ru/college/logistika/logistika.html>
4. <http://ingok.metinvestholding.com/ua/about/structure>

УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ЯК ДЖЕРЕЛО КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Рева Олексій Володимирович

студент Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»

На сьогоднішній день ефективність та стабільність підприємств визначається передусім структурою асортименту та якістю товарів. Тому однією з найбільших актуальних проблем не тільки для українських підприємств, але й підприємств усього світу є управління асортиментом.

Вагомий внесок у розроблення теоретичних засад по управлінню товарним асортиментом зробили такі вітчизняні та іноземні науковці як Аванс Дж. Р., Ассель Г., Берман Б., Дихтль Е., Джобер Д., Зав'ялов П. С., Зозульов О. В., Кардаш В. Я., Котлер Ф., Кубышина Н. С., Попов Е. В., Ребицький В. М., Романов А. Н., Хершген Х. Однак огляд наукової літератури дозволяє зробити висновок про відсутність чіткого розмежування в деяких товарних аспектах, які не дозволяють глибоко проаналізувати та визначити специфіку управління товарним асортиментом як джерела конкурентоздатності підприємства.

На думку автора, одним з критеріїв ефективного управління асортиментом, є забезпечення раціональності асортименту. Встановлення

вимог до раціональності асортименту починається з виявлення запитів споживачів до товарів певної асортиментної приналежності. Це відбувається за допомогою методів маркетингових досліджень таких, як: соціологічний – опитування, реєстраційний – спостереження, а для сезонних і модних товарів – метод історичних аналогій, в основі якого лежить припущення, що події, що мали місце раніше, можуть повторюватися з певною часткою ймовірності. Вимоги до раціональності асортименту змінюються в залежності від кон'юнктури ринку (платоспроможності покупців, соціально-культурних, правових та інформаційних характеристик навколишнього середовища організації).

При розробці асортиментної політики організація зазвичай переслідує мету – формування реального і прогнозованого асортименту, який максимально наближається до раціонального, для задоволення різноманітних потреб і отримання запланованого прибутку.

Це досягається за допомогою наступних завдань:

- встановлення реальних і передбачуваних потреб в конкретних товарах;
- визначення основних показників асортименту та аналіз його раціональності;
- виявлення джерел товарних ресурсів, необхідних для формування раціонального асортименту;
- здійснення оцінки матеріальних можливостей організації для випуску, розподілу та / або реалізації окремих товарів;
- визначення основних напрямків формування асортименту.

Останнє завдання є дуже важливим у процесі управління асортиментом, оскільки формування асортименту, як діяльність по складанню набору товарів, дозволяє задовольнити реальні або прогнозовані потреби, а також досягти цілей, визначених керівництвом організації у його асортиментної політики. Тому, формування асортименту не може бути абстраговано від конкретної організації і повинно базуватися на заздалегідь обраних цілях і завданнях, які обумовлюють напрямки розвитку асортименту .

Крім того, формування асортименту товарів здійснюватися з урахуванням дій цілого ряду факторів. Ці фактори поділяються на загальні та специфічні. До загальних факторів відносять поперед всього споживчий попит, рентабельність виробництва товарів. Серед специфічних факторів слід перелічити такі, як: сировинна та матеріально-технічна база виробництва, досягнення науково-технічного прогресу, виробничі можливості виробників, спеціалізація (клас, тип) торгової організації, канали розподілу, методи стимулювання збуту та формування попиту, матеріально-технічна база торгової організації, сегмент споживачів. Визначальним фактором формування асортименту є попит як потреба, підкріплена платоспроможністю споживачів. У свою чергу, попит залежить від сегмента споживачів (чисельність і склад населення,

яке обслуговується, їх доходи, національні, демографічні та інші особливості).

До найбільш значущих факторів формування асортименту товарів відноситься спеціалізація організації торгівлі. Вона визначається при створенні, ліцензування або атестації організації. Керівництво організації приймає рішення про спеціалізацію, від якої залежить її подальша діяльність, в тому числі і формування асортименту.

Канали розподілу товарів також мають значення при формуванні торгового асортименту. Налагоджена система поставок через прийнятні для торгівлі канали розподілу, ритмічність доставки в потрібні терміни та в необхідному обсязі полегшують роботу з формування асортименту, забезпечують перевагу закупівель товарів, для яких є налагоджена система збуту.

При формування торгового асортименту в умовах насиченого ринку не можна не урахувати методи стимулювання збуту та формування попиту, зокрема рекламну підтримку товарів. Певний вплив на формування асортименту може зробити матеріально-технічна база торгівлі: якщо у фірми відсутні склади, що забезпечують збереження товарів у належних умовах, або площі торгового залу для викладки товарів складного, або розгорнутого асортименту, організація не повинна і планувати такого асортименту. Так, не можна включати в асортимент швидкопсувні або заморожені продукти харчування за відсутності холодильного обладнання.

Сегмент споживачів, на який виходить торгова організація, визначає асортимент товарів за рівнем якості і цін (дорогі або високоякісні або дешеві низькоякісні товари). Також, на формування асортименту можуть впливати національні, релігійні та індивідуальні запити споживачів.

Регулювання перерахованих вище факторів становить суть управління асортиментом і досягається за допомогою встановлення певних вимог, що висуваються до раціонального асортименту. Під час управління продукцією завжди постає низка проблем, які необхідно враховувати і розв'язувати для досягнення бажаного наслідку маркетингової діяльності підприємства — отримання максимального прибутку. З-поміж них можна назвати, наприклад, такі: Швидке старіння продукції, небажаний вплив великої широти, насиченості, глибини та гармонічності номенклатури. Надто велика різноманітність продукції може призвести до «розпорошення» зусиль фірми, недостатньої уваги до окремих товарних позицій. Крім того, випуск повного комплексу виробів також не завжди забезпечує успіх, бо надто посилює конкуренцію, створює складності у збутовій діяльності. Основними інструментами розв'язання цієї проблеми є використання підходів та методів маркетингового стратегічного планування. Також наявні проблеми, пов'язані з обслуговуванням покупців із різним рівнем доходів. Кожна

фірма повинна орієнтуватись на покупців з певним рівнем доходів: зміна орієнтирів тут небажана або пов'язана з великими труднощами.

Так, обслуговуючи покупців з високим рівнем доходів, фірма набуває іміджу престижної. У такому разі вона мусить дотримуватись певних умов, а саме:

- нова продукція фірми має чітко відрізнятись від попередньої;
- покупець повинен мати можливість побачити й оцінити різницю;
- для реалізації продукції треба користуватись власними оригінальними каналами розподілу, системою збуту, характерною для такого типу фірм;
- продукції треба дати особливу «фірмову» назву.

Треба пам'ятати, що фірми, які намагаються забезпечити зростання, користуючись лише своїми традиційними продуктами, часто потрапляють в умови жорстокої конкуренції. Тому, незважаючи на ризик спроб запровадження на ринок товарів-новинок, що мають технічні, естетичні і якісні переваги, завжди бажано намастись хоча б тимчасово опинитись поза конкуренцією. До цього варто додати ще й складність правильного підбору оптимальної організаційної структури управління товарним асортиментом і номенклатурою. Можливі її форми наведено в табл. 1

Таблиця 1

Організаційні форми управління асортиментом

№	Організаційна форма	Характеристика	Рівень стабільності роботи
1	Система керуючого маркетингом	Усі функції маркетингу підпорядковано одному керівнику. Система придатна для фірм, що випускають невеликий асортимент аналогічних товарів.	Постійно діюча система
2	Система керуючого товаром	Усі функції маркетингової товарної політики відносно окремого товару (групи товарів) підпорядковані керівнику середньої ланки. Систему рекомендовано для фірм, що випускають великий асортимент товарів, кожен з яких потребує окремої уваги.	Постійно діюча система
3	Система керуючого новим товаром	Система створюється як доповнення до системи керуючого маркетингом спеціально для посилення уваги до процесів розробки і впровадження на ринок нових товарів або послуг.	Тимчасово діюча система
4	Комітет планування продукції	Функції управління асортиментом виконує група керівників різних функціональних підрозділів фірми. Комітет створюється як доповнення до систему керуючого товаром.	Діє періодично
5	Венчурна (ризикова) група	Незалежна група висококваліфікованих спеціалістів, що створюється для розробки абсолютно нових товарів (товарів типу "ноу-хау")	Тимчасово діюча система

Ми можемо зробити висновок, що ефективність і стабільність підприємств сьогодні визначається саме структурою асортименту та

якістю товарів. Тому та проблематика, яку ми висвітлили є сьогодні напрочуд актуальною для українських підприємств і надалі буде розвиватись авторами роботи.

Список використаних джерел:

1. Зозульов О.В., Кубишина Н.С. Маркетинг // Под. ред. С.А. Солнцева. - К.: Знання; М.: Рибар, 2011. - 421 с.
2. Ілляшенко, С. М. Маркетингова товарна політика – Суми.: Видавничо-торговий дім «Університетська книга». с. 121-123. – 1500 екз. – ISBN 966–574–116–0.

ПРИНЦИПИ СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Соколи І.І.

доктор економічних наук, Одеський національний політехнічний університет

Каташинська М.О.

аспірант, Одеський національний політехнічний університет

Сукупність елементів маркетингу формує соціально орієнтовану систему маркетингу тоді, коли вона відповідає певним принципам побудови. Методологічною основою побудови соціально-етичної концепції маркетингу виступають такі універсальні наукові принципи як: принцип вірогідності, оптимальності, цільової спрямованості, адекватності, системності, багатокритеріальності, актуалізації результатів розрахунків, коректності вихідних даних, розпізнавання, активності, взаємодії, реактивності та резонансу [1, 3]. Ф. Котлер виділяє п'ять принципів: орієнтація на споживача, впровадження інновацій, підвищення споживчої цінності, формування соціально значимої місії підприємства, робота на благо всього суспільства в цілому [2, с. 24]. Ряд авторів представляють принципи, які складають основу моделі управління підприємством на засадах соціально-етичної концепції маркетингу, що визначають маркетингову діяльність і ціннісні орієнтири діяльності підприємства: принцип цінності споживачів цільового сегмента ринку, визнання їхніх прав на одержання якісних і безпечних товарів; принцип цінності співробітників підприємства, визнання їхніх прав на одержання гідної заробітної плати й підвищення професійного рівня; принцип цінності суспільства в цілому, усвідомлення суспільної корисності й соціально-економічної значимості діяльності підприємства для суспільства; принцип

інформаційної, фізичної й екологічної безпеки вироблених товарів і послуг; принцип одержання тільки законного прибутку, пов'язаного з реорганізацією, розширенням діяльності підприємства, впровадженням інновацій і спрямуванням частини цього прибутку на здійснення соціальних проектів і соціальних програм [4]. Прогресивні підприємства розробляють типові принципи-вимоги соціально-етичного маркетингу та використовують їх у своїй ефективній підприємницькій практиці: основна мета підприємства повинна полягати в задоволенні розумних, здорових потреб споживачів відповідно до гуманних інтересів суспільства; керівництво та персонал підприємства повинні постійно вишукувати можливості створення нових товарів, які повніше задовольняють потреби покупців; бути готовими до систематичного внесення в товари вдосконалень відповідно до інтересів покупців; підприємство повинне відмовлятися від виробництва й продажу товарів, що суперечать інтересам споживачів взагалі, і, особливо, якщо вони можуть заподіяти шкоду споживачеві й суспільству в цілому; підприємство повинне розробляти й впроваджувати в практику програми соціально-економічного розвитку, які служать інтересам самого підприємства і його персоналу та корисні для соціального розвитку країни [2, 5]. Застосування методології й організаційно-методичного забезпечення соціально-етичного маркетингу в сфері виробництва товарів і послуг дозволить учасникам бізнес-процесів адаптуватися до умов глобальної конкуренції шляхом соціалізації й гуманізації свого бізнесу й опосередковано одержати шукані економічні ефекти. У свою чергу підвищення економічної ефективності на мікрорівні визначить зростання економіки на макрорівні, що дозволить направити додаткові кошти на соціальні й культурні потреби.

Список використаних джерел:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга : учеб. для вузов / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – 9-е изд. ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2003. – 1200 с.
2. Писаренко В. В. Економічна ефективність соціально-етичного маркетингу в АПК Полтава : монографія / В.В. Писаренко. – К. : Камелот, 1999. – 160 с.
3. Данченко Л.А. Управление контрмаркетингом: социально-экономический аспект / Л.А. Данченко, Е. Г. Пичугина. – М. : МЭСИ, 2013. – 131 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг Менеджмент / Ф. Котлер. – 11-е изд. ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2005. – 800 с.
5. Маркетинг / Под ред. М. Бейкера ; пер. с англ. Н. Качанова [и др.] – СПб. : Питер, 2002. – 1200 с.

ПОШУК МАРКЕТИНГОВИХ НАПРЯМКІВ УДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Чаусов Олександр Васильович

студент Криворізького економічного інституту ДВНЗ КНУ

Постановка проблеми. Швидкий розвиток маркетингу визиває необхідність вдосконалення застарілих методик ціноутворення на вітчизняних підприємствах з метою підвищення їхньої конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Для вирішення подібних проблем необхідно дослідити причини недосконалості ціноутворення. Тому дослідження проблем ціноутворення в Україні є актуальним.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням управління ціновою політикою приділено багато уваги в працях Ж.-Ж. Ламбена, Ф. Котлера, Е.П. Голубкова, П. Н. Шуляк, Г. Армстронга та багатьох інших. В роботах таких видатних вчених акцентовано увагу на формування загальної методики ціноутворення. Однак рекомендації іноземних вчених не можуть бути бездумно використані в умовах вітчизняної економіки. В працях вітчизняних авторів дана проблема, на нашу думку, висвітлена недостатньо і потребує подальшої розробки.

Мета дослідження. Мета власних наукових досліджень з проблеми ціноутворення в Україні полягає в вивченні причин недосконалості ціноутворення на вітчизняних підприємствах у сучасній економічній ситуації.

Основний матеріал. З метою вирішення проблеми ефективного ціноутворення, сучасному українському підприємству слід орієнтуватися на концепцію інтегрованого маркетингу, що передбачає створення і використання комплексної системи інформаційного забезпечення процесу ціноутворення. Встановлення цілей цінової політики відбувається залежно від аналізу цінової чутливості споживачів, проведення моніторингу цін конкурентів та маркетингової діяльності підприємства.

Ціни і ціноутворення є одним із ключових елементів ринкової економіки. Адже вона є грошовим проявом цінності і займає центральне місце у процесі конкурентного обміну. Процес покупки може розглядатися як система обміну, в якій пошук задоволення компенсує фінансові жертви [2].

Таким чином, вітчизняний виробник повинен не тільки формувати ціни, враховуючи витрати на виробництво, вплив зовнішніх факторів, зміни ринкової структури, аналіз конкурентів, а ще й звертати увагу на чутливість споживача до ціни. Це необхідно для того, щоб сформувати стратегію підприємства.

Узагальнюючи твердження науковців щодо визначення поняття «ціноутворення», ми можемо сказати що ціноутворення - це процес формування ціни на товар або послугу. Серед основних проблем ціноутворення виділяють вибір способу ціноутворення, адаптація ціни до змінних ринкових умов і можливостей, сприйняття зміни ціни споживачами та еластичність зміни попиту, цінова політика в умовах конкурентної боротьби.

Слід перелічити ті сфери, на які впливають рішення з цінової стратегії: ціна визначає рівень попиту й обсяг продажів. Ціна, неадекватна попиту і пропозиції веде до зниження обсягу продажів, звідси - велике значення вимірювання цінової еластичності, ціна визначає рентабельність усієї діяльності, і підприємство задає рівень прибутку, фіксує обсяг продажів та умови з досягнення витрат, ціна впливає на сприйняття товару споживачами, а саме визначає позиціонування, якість товару і його імідж, ціна - показник, що дозволяє порівнювати товари конкурентів (якщо ціна змінюється - порушується рівновага), ціна включає в себе всі витрати на здійснення загальної стратегії маркетингу, ціна є необхідним компонентом успішної діяльності будь-якого комерційного підприємства і засобом досягнення цілей фірми.

Сьогодні в Україні поширена так звана система "відкатів", яка значно впливає на підвищення ціни на продукцію. Велика кількість посередників також істотно впливає на ціни товару. Ще однією проблемою є те, що на більшості вітчизняних підприємств планування носить формальний характер. Основною причиною цієї проблеми є використання застарілої нормативної бази. Аналіз ціноутворення на підприємствах гірничо-металургійного комплексу України показав що собівартість продукції формує ціну, а не навпаки, і як наслідок останнім часом спостерігається тенденція поступової втрати вітчизняними підприємствами конкурентних позицій на зовнішніх ринках. Щоб запобігти цьому при ціноутворенні на вітчизняних підприємствах необхідно враховувати умови ринку та основні концепції маркетингу.

Розробка цінової стратегії повинна здійснюватися в рамках загальних стратегічних цілей фірми. Що в українських компаніях простежується доволі рідко. Тому етапами, що передують розробці цінової стратегії є вироблення стратегічних цілей з позиціонування товару на цільовому ринку. Саме ці, попередньо прийняті рішення, впливають на стратегію ціноутворення. Відомі такі цілі ціноутворення, що визначають загальну стратегію підприємства: максимізація прибутку, забезпечення самофінансування в бажаному обсязі на планований період часу, захопити більшу частку ринку або утримати поточну позицію, лідерство за показниками якості, тобто фірма повинна зробити так, щоб її товар був високоякісним, а це вимагає значних витрат, забезпечення виживання

підприємства можливе в тому випадку, коли на ринку багато виробників, жорстка конкуренція, тому встановлюються низькі ціни на товари.

На думку Слєпньової Т.А., короткострокові цілі, що визначають тактику поведінки підприємства на ринку, можна сформулювати таким чином: реалізація всієї виробленої продукції, оптимальне використання потужностей, прискорення обороту обігових коштів, готовність ефективно протистояти конкурентам [3]. Усі короткострокові цілі можуть досягатися в різний час і за різною ціною, але всі разом служать загальній довгостроковій меті - максимізації прибутку [4]. Орієнтація ціни на максимальний прибуток має місце в тих випадках, коли фірма розраховує на покупців, які купують товар через його якість, унікальність та престиж, не особливо цікавлячись цінами. Дана політика ціноутворення може принести успіх, якщо продукт захищений патентами й існує контроль над постачальниками сировини.

Ж.-Ж. Ламбен звертає увагу на те, що ціна є таким параметром, від якого багато в чому стало залежати благополуччя підприємства, розміри його доходів і витрат. Цей параметр головним чином задається ринковою ситуацією, а саме тому підприємство зобов'язане здійснювати продуману політику ціноутворення з урахуванням кон'юнктури конкретних товарних ринків зараз, завтра і в більш віддаленій перспективі [1].

Результати власних досліджень свідчать про те, що високі ціни сприяють високим доходам вітчизняних підприємств, але в той же час покупець може залишатися байдужим до пропонованого товару. І навпаки, низька ціна приваблює увагу споживача, але малоприбуткова для підприємств. Тому виробнику необхідно організувати свою діяльність таким чином, щоб ціни задовольняли обидві сторони.

Висновки. Для досягнення поставленої мети було сформульовано конкретні цілі ціноутворення для вітчизняних підприємств, які будуть відповідати загальним маркетинговим цілям компанії в цьому сегменті, юридичним вимогам, а також особливостям продукту. Повинна бути досягнута рівновага між витратами та виробництвом з одного боку, а з іншого боку - цінністю продукту для клієнта та маркетинговими факторами, важливими в типових ситуаціях конкуренції. Управління ціноутворенням характеризується великою складністю. Найчастіше недоліки викликані спадщиною планової економіки, коли ціни визначалися директивно, браком знань у галузі маркетингу. Тому дослідження у сфері ціноутворення та розробка маркетингових підходів є такими важливими і необхідними для застосування в діяльності українських підприємств, оскільки правильна ціна може забезпечити високий попит на продукцію підприємств.

Список використаних джерел:

1. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.-Ж. Ламбен. - СПб. : Наука, 2010. – 586 с.
2. Нэгл Т. Т. Стратегия и тактика ценообразования / Т. Т. Нэгл. - 3-е издание перераб. и доп. - СПб. : Наука, 2011. - 576 с.
3. Слепнева Т. А. Цены и ценообразование: учебн. пособ. (ГрифМО РФ)/Т. А. Слепнева, Е. В. Яркин. - М.: Инфра-М, 2011. - 238 с.
4. Цены и ценообразование / под. ред. Салимжанова И. К.- М.: Проспект, 2009. - 360с.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Яшина Ірина Михайлівна

здобувач, Херсонський державний аграрний університет

Формування політики просування товарів підприємства – не лише складова теоретичних розробок про певні елементи впливу на споживача з метою економічної ефективності діяльності підприємства, але й система практичних впроваджень, що впливають на психологію споживача. У наш час важливу роль відіграє не сам товар, а його позиція у свідомості споживача.

Досліджуючи діяльність малих підприємств та особливості формування їх політики просування, варто відразу виокремити ряд основних негативних чинників, які заважають сформуванню ефективної політики просування товарів малого підприємства.

Основні негативні чинники, що впливають на формування політики просування підприємств малого бізнесу:

1. Відсутність у керівників підприємств малого бізнесу знань щодо просування товарів;
2. Значна конкуренція;
3. Незначні масштаби діяльності;
4. Недостатність коштів на якісне просування.

За нашими дослідженнями, на прикладі підприємства «Еко - лідер» у структурі маркетингових комунікацій найбільшу питому вагу займає реклама в засобах масової інформації. Зовсім не застосовуються такі маркетингові комунікації як реклама в соціальних мережах, створення WEB- сторінок, подарунковий маркетинг (дані рис. 1). Якщо проаналізувати маркетингові комунікації на прикладі інших підприємств малого бізнесу м. Херсону, то там спостерігається майже така ж сама ситуація з відхиленням 2 – 5 %.

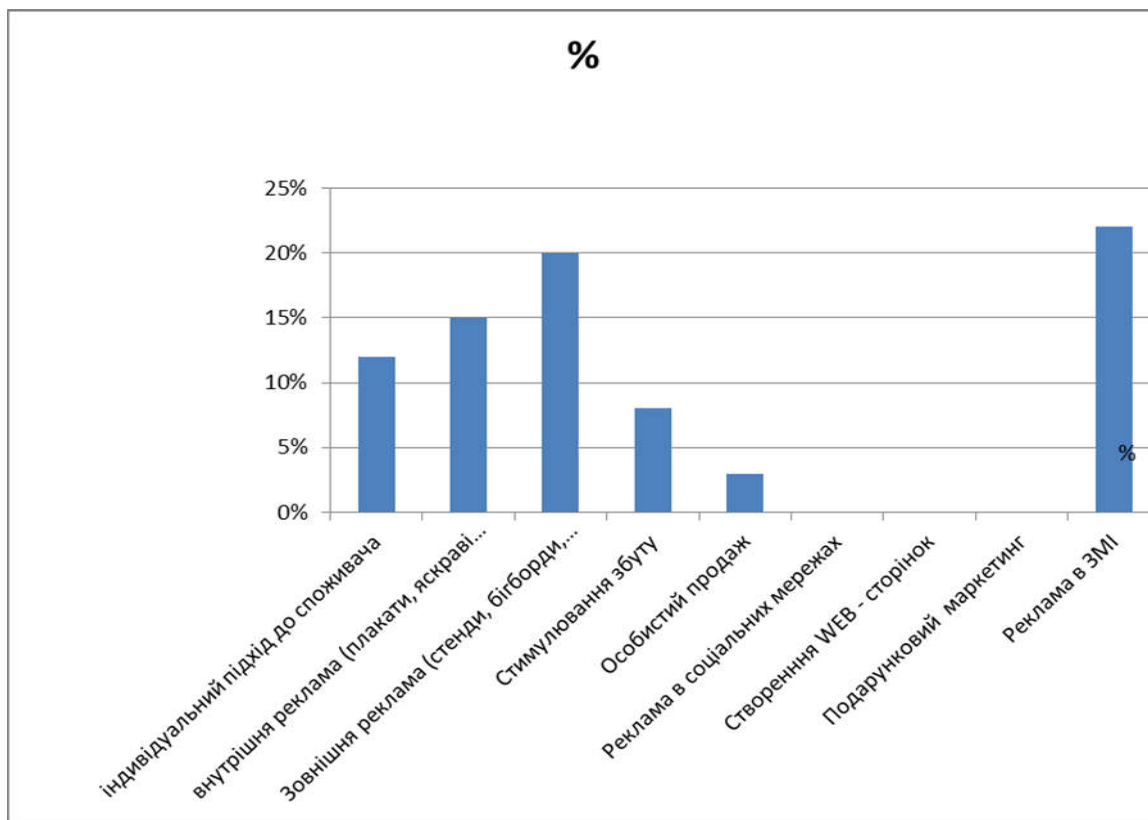


Рисунок 1 – Структура маркетингових комунікацій на прикладі малого підприємства «Еко - лідер» (м. Херсон)

Отже, варто зауважити, що у діяльності підприємств малого бізнесу м. Херсону не застосовуються новітні інструменти маркетингових комунікацій, які активно застосовують великі підприємства, хоча за вартістю вони є не надто дорогими за ті, яким керівники малих підприємств приділяють більш активну увагу.

Досліджуючи політику просування підприємств малого бізнесу та порівнюючи її з політикою просування підприємств великого бізнесу, нами були виокремлені певні відмінні риси, які сформовані у таблиці 1.

Таблиця 1
Основні відмінні риси в політиці просування товарів на малих підприємствах та великих підприємствах

Політика комунікацій (ПК) на підприємствах малого бізнесу	Політика комунікацій (ПК) на підприємствах великого бізнесу
ПК здійснюється на низькому рівні – брак знань відсутність у структурі управління відповідних фахівців	ПК здійснюється переважно на високому рівні із залученням відповідних фахівців
Недостатність коштів на якісне проштовхування товарів	Стабільні та значні витрати на проштовхування товарів
Обмеженість в коштах, можливостях при виборі інструментів маркетингових комунікацій	Застосування новітніх технологій в просуванні товарів, практично відсутні обмеження у можливостях та коштах на просування товарів

Продовження таблиці 1

Неефективне планування бюджету прощтовхування товарів	Ефективне планування бюджету маркетингових комунікацій з дотриманням послідовності та методичності
Нестабільність у прийнятті управлінських рішень щодо термінів проведення комунікаційних заходів та визначення коштів на їх проведення	Раціональні управлінські рішення щодо здійснення комунікаційної політики у часі та у коштах
Відсутність аналізу ефективності проведення маркетингових комунікацій	Оцінка та аналіз ефективності проведення маркетингових комунікацій

Отже, можемо виокремити основні проблеми у формуванні політики просування товарів підприємств малого бізнесу:

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

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

3. Відсутність інноваційного підходу при формуванні політики просування. Не застосовуються новітні інструменти маркетингових комунікацій.

4. Недостатність коштів на проведення рекламних заходів у зв'язку із незначними масштабами діяльності підприємств малого бізнесу (зокрема, реклама на телебаченні охоплює значну цільову аудиторію, проте витрати на неї є суттєво великими, чого не можуть собі дозволити керівники малих підприємств).

Список використаних джерел:

1. Азарян О.М. Маркетинг / О. М. Азарян, О. Ю. Біленький, Н.Л. Жукова та ін. - Донецьк, 2012. – 282 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства / Л.В. Балабанова, В.В.Холод, І.В. Балабанова. – К.: Центр учбової літератури, 2012. - 612 с.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг / С.С. Гаркавенко. – Київ: Лібра, 2010. – 720 с.

ПРОПОЗИЦІЇ ПО ВДОСКОНАЛЕННЮ ДЕКЛАРАЦІЇ З ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРІСТЬ

Нефьодова Юлія Миколаївна

студенка Національного Університету водного господарства та природокористування
м. Рівне, Україна

Україна – молода європейська держава, яка має всі шанси і можливості, при розумному підході до керування та використанні всього потенціалу, вийти на один рівень з провідними країнами Європи. Проте на сьогоднішній день, в Україні спостерігається економічна криза, яка вимагає рішучих дій, в першу чергу, зі сторони влади.

Як один із шляхів стабілізації ситуації стало набранням чинності Закону України від 27 березня 2014 року № 1166-VII «Про запобігання фінансової катастрофи та створення передумов для економічного зростання в Україні», та внесення змін до Податкового Кодексу України. Однією із них втало введення ставки оподаткування 7 % по операціях з постачання лікарських засобів, дозволених для виробництва і застосування в Україні та внесених до Державного реєстру лікарських засобів (у тому числі аптечними закладами), а також з постачання виробів медичного призначення за переліком, затвердженим Кабінетом Міністрів України [1, 2].

Питання з оподаткування неодноразово розглядали в своїх працях Лемішовський В. І., Кужельний М. В., Сопко В. В., Свірко С. В., Мних Є. В., Завгородній В. П. та інших. Проте нещодавня зміна в оподаткуванні, потребує нового підходу та детального вивчення, так як додаткова ставка оподаткування на такі товари першої необхідності як медикаменти, вже введена, але місця для її відображення в первинних документах і формах звітності не передбачено.

Дану проблему ілюструє Податкова декларація з податку на додану вартість (рис. 1, 2). Лист Міністерства доходів і зборів України № 10295/7/99-99-19-04-02-17 від 06.05.2014 р. роз'яснює правила заповнення Податкової декларації з податку на додану вартість відповідно до змін оподаткування.

Код рядка	Код додатка	I. ПОДАТКОВІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ	Обсяги постачання (без податку на додану вартість)	Сума податку на додану вартість
			колонка А	колонка Б
1	Д5	Операції на митній території України, що оподатковуються за основною ставкою, крім імпорту товарів		
2		Операції, що оподатковуються за нульовою ставкою:	х	х
2.1		операції з вивезення товарів за межі митної території України		0
2.2	Д5	інші операції, що оподатковуються за нульовою ставкою		0
3	Д6	Операції, що не є об'єктом оподаткування (стаття 196 розділу V Кодексу)		х

Рис. 1 Розділ I «Податкові зобов'язання» Податкової декларації з податку на додану вартість

Код рядка	Код додатка	II. ПОДАТКОВИЙ КРЕДИТ	Обсяги придбання (без податку на додану вартість)	Дозволений податковий кредит
			колонка А	колонка Б
10	Д5	Придбання (виготовлення, будівництво, спорудження, створення) з податком на додану вартість на митній території України товарів/послуг та необоротних активів з метою їх використання виключно у межах господарської діяльності платника податку для здійснення операцій, які:	х	х
10.1		підлягають оподаткуванню за основною ставкою та нульовою ставкою		
10.2		не є об'єктом оподаткування (стаття 196 розділу V Кодексу), та/або звільнені від оподаткування (стаття 197 розділу V Кодексу, підрозділ 2 розділу XX Кодексу, міжнародні договори (угоди)), та/або не оподатковуються (постачання послуг за межами митної території України та послуг, місце постачання яких визначено відповідно до пунктів 186.2, 186.3 статті 186 розділу V Кодексу за межами митної території України)		х

Рис. 2 Розділ II «Податковий кредит» Податкової декларації з податку на додану вартість

Операції з постачання лікарських засобів та медичних виробів відображаються в такій декларації в рядку 2.2 „Інші операції, що оподатковуються за нульовою ставкою” розділу I декларації «Податкове зобов'язання». У колонці А рядка 2.2 розділу I декларації вказуються обсяги постачання лікарських засобів та медичних виробів без урахування податку на додану вартість, у колонці Б цього рядка вказується сума податку на додану вартість, обчислена у розмірі 7 % від значення колонки А.

Придбані до 01.04.2014 лікарські засоби та медичні вироби реалізуються, починаючи з 01.04.2014, із нарахуванням податку на додану вартість за ставкою 7 %, незалежно від того, що їх придбання здійснювалося в умовах дії пільгового режиму оподаткування.

Операції з придбання лікарських засобів та медичних виробів, при придбанні яких постачальником був нарахований/сплачений податок на додану вартість, а також інших товарів/послуг, які придбані з податком на додану вартість, відображаються в розділі II декларації «Податковий кредит» при придбанні на митній території України, в рядку 10.1, якщо лікарські засоби, медичні вироби та інші товари/послуги використовуються (призначені для використання) в оподатковуваних операціях (за ставкою 0 %, 7 %, 20 %). [3]

З метою вдосконалення висвітлення даних в Декларації з податку на додану вартість та уникання непорозумінь, було б доцільно зробити наступні заходи:

- в розділі I «Податкові зобов'язання» додати рядок 2.2.1. «Інші операції, що оподатковуються за додатковою ставкою» (Рис. 3);

Код рядка	Код додатка	I. ПОДАТКОВІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ	Обсяги постачання (без податку на додану вартість)	Сума податку на додану вартість
			колонка А	колонка Б
1	Д5	Операції на митній території України, що оподатковуються за основною ставкою, крім імпорту товарів		
2		Операції, що оподатковуються за	Х	Х
2.1		операції з вивезення товарів за межі митної території України		0
2.2	Д5	інші операції, що оподатковуються за нульовою ставкою		0
2.2.1.		Інші операції, що оподатковуються за додатковою ставкою		0

Рис. 3 Пропозиції з вдосконалення розділу I «Податкові зобов'язання»

- В розділі II «Податковий кредит» додати рядки:
 6. 10.1. «Підлягають оподаткуванню за основною ставкою»;
 7. 10.1.1. «Підлягають оподаткуванню за нульовою ставкою»;
 8. 10.1.2 «Підлягають оподаткуванню за додатковою ставкою».

Код рядка	Код додатка	II. ПОДАТКОВИЙ КРЕДИТ	Обсяги придбання (без податку на додану вартість)	Дозволений податковий кредит
			колонка А	колонка Б
10	Д5	Придбання (виготовлення, будівництво, спорудження, створення) з податком на додану вартість на митній території України товарів/послуг та необоротних активів з метою їх використання виключно у межах господарської діяльності платника податку для здійснення операцій, які	ж	ж
10.1		підлягають оподаткуванню за основною ставкою		
10.1.1		підлягають оподаткуванню за нульовою ставкою		
10.1.2		підлягають оподаткуванню за додатковою ставкою		

Рис.4 Пропозиції з вдосконалення розділу II «Податкові зобов'язання»

На шляху інтеграції України, однією з важливих умов є практичне підтвердження введених змін до законодавства у податковій звітності підприємств, що в свою чергу, призведе до полегшення заповнення звітності на підприємствах і конкретизуватиме інформацію для податкових органів.

Список використаних джерел:

1. <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1166-18>;
2. <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/page25#n4635>;
3. <http://minrd.gov.ua/podatki-ta-zbori/zagalnoderjavni-podatki/podatok-na-dodanu-vartist/listi-dps/145784.html>;

ОПТИМІЗАЦІЯ АЛГОРИТМУ СИСТЕМ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ НА ОСНОВІ НЕЧІТКОГО ДЕРЕВА РІШЕНЬ

Новікова Вікторія Валеріївна

кандидат економічних наук, Білоцерківський національний аграрний університет

Для прийняття зважених управлінських рішень керівники різних рівнів повинні мати можливість оперативно аналізувати стан підприємства або галузі. Особа, яка приймає рішення, постійно має проблему вибору оптимального або найбільш ефективного рішення. Актуальність застосування комп'ютерних систем підтримки прийняття рішень полягає в тому, що вони на основі аналізу великої кількості показників та факторів допомагають обрати найбільш своєчасні та збалансовані рішення, та врахувати інтереси всіх сторін, що беруть участь в роботі об'єкта управління.

Для успішного застосування комп'ютерних методів підтримки прийняття рішень доцільно застосувати до всього процесу управління складну багатокритеріальну систему та науково-методологічний апарат системного аналізу [1]. Відомо, що для вирішення проблеми необхідно провести декомпозицію системи, тобто розподілити її на блоки й надалі працювати з окремими блоками. Оскільки більшість складних систем як технологічного, економічного, так і соціального характеру мають залежність від часу, то доцільно провести декомпозицію за тимчасовою ознакою. Також при декомпозиції необхідно враховувати зростання невизначеності та вплив людського фактору. Отже, процес управління складними системами з нечіткою вхідною інформацією можна розділити на:

1. Детерміновані ситуації.
2. Ситуації з низьким рівнем невизначеності інформації.
3. Ситуації з високим рівнем невизначеності.

Для застосування найбільш раціонального методу або комплексу методів підтримки прийняття рішень до кожного з етапів були проведені аналітичні дослідження теоретичних і практичних напрацювань в області систем підтримки прийняття рішень. Результатом даного аналізу є відповідність методів і систем підтримки прийняття рішень завданням, які виникають в управлінській діяльності. Також один із висновків даного дослідження передбачав використовувати для розв'язання завдань багатокритеріального вибору в складних системах методи Парето

багатокритеріальної згортки до інтегрального критерію, оскільки він дозволяє оперативно оцінити і вибрати кращий варіант, виходячи з представлених критеріїв і рівня їх значимості.

На другому етапі до методів багатокритеріальної оптимізації доцільно додати метод експертних оцінок, оскільки для вирішення невизначеності потрібно втручання експертів з їхнім досвідом, знаннями та інтуїцією.

На третьому етапі можна використовувати разом з методом експертних оцінок моделюючі засоби, які б відображали тенденції розвитку підприємства в певному секторі економіки. Ними можуть бути засоби графічного відображення інформаційних зрізів за будь-яким критерієм або за вибіркою підприємств [2].

Розглянемо описані методи підтримки прийняття рішень у взаємодії один з одним для вибору найбільш раціонального варіанта при розв'язанні завдань з невизначеною інформацією. При аналізі набору варіантів із використанням систем підтримки прийняття рішень. Першим застосовуємо метод Парето і одержуємо як вихідні дані кілька варіантів однакової значущості, якщо цей набір складається з однієї альтернативи, то завдання вибору на цьому можна вважати закінченим, якщо набір передбачає кілька варіантів, застосовують метод згортки до інтегрального критерію - даний метод після завершення дає альтернативу, яка є найбільш раціональною. Також використовуються алгоритми Дейкстри (або Флойда-Уоршелла) для вибору найкоротшого шляху прийняття рішення. Якщо інтегральні оцінки будуть приблизно однакові, то застосовують метод експертної оцінки запропонованих варіантів. Експерт на підставі свого досвіду і знань може провести додатковий аналіз з метою виявлення найбільш раціональної альтернативи. Відобразимо вироблену послідовність методів у схемі (рис. 1).

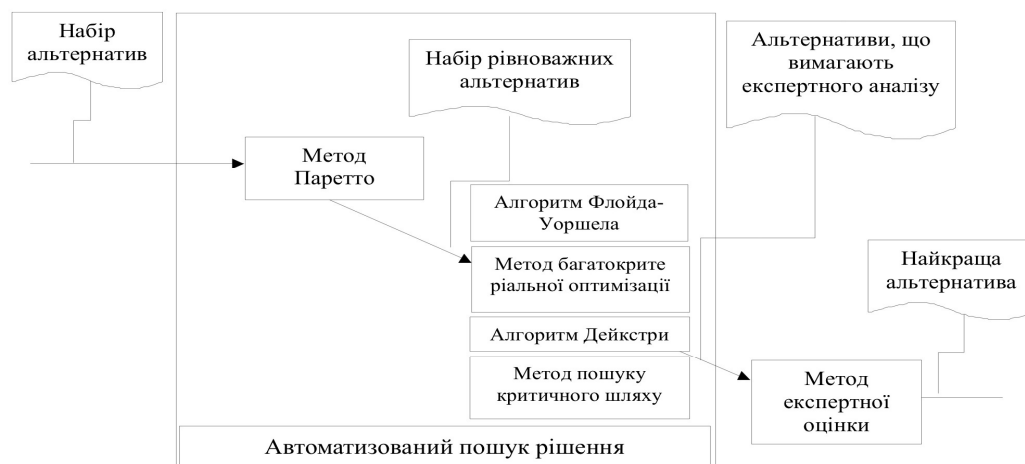


Рис. 1. Схема застосування методів підтримки прийняття рішення
Джерело: Побудовано автором самостійно.

Для формування математичної моделі підтримки прийняття рішень з метою управління складними системами методом цільової оптимізації обрано метод оптимізації по ідеальній точці. Математичний апарат з відбору та оцінки критеріїв для подальшого аналізу варіантів передбачає застосування методу експертної оцінки. Для вибору альтернативи залучено комплекс методів зазначених в схемі, а як метод додаткового аналізу запропоновано метод експертної оцінки. Для підтримки прийняття рішень при управлінні складними системами необхідно будувати окремо математичну модель предметної області.

Список використаних джерел:

1. Поспелов Д. А. Десять «горячих точек» в исследованиях по искусственному интеллекту / Д. А. Поспелов // Интеллектуальные системы (МГУ). – 1996. – Вип.:1 – №1-4. – С. 47-56.
2. Мулен Э. Кооперативное принятие решений: аксиомы и модели / Э. Мулен; ред. И. С. Меньшиков; пер. О. Р. Меньшикова. – М.: Мир, 1991.– С. 145-173.

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ТАРИФІВ ЗІ СТРАХУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ

Олійник Віктор Михайлович

кандидат фізико-математичних наук, Сумський державний університет

Відсутність природних стабілізаторів рівня породжує вкрай небезпечну для страховиків властивість фінансового ризику – можливість зміни (як правило, зростання) рівня ризику після укладання договору страхування. Це призводить до того, що у страхуванні фінансових ризиків амплітуда тарифів є однією з найширших – типовим є діапазон 5-15 %, хоча може бути і більше.

Означені властивості фінансових ризиків різко знижують цінність статистичних даних і роблять їх фактично непридатними для використання з метою забезпечення беззбитковості цього виду страхування. Іншими словами, сукупність страхових параметрів фінансових ризиків є суто індивідуальною для кожного страхувальника, характеризуючи притаманні тільки йому особливості: вид діяльності, її обсяг, конкурентне середовище, кваліфікацію страхувальника, надійність партнерів тощо, і тому не може використовуватися як аналог для інших страхувальників [1].

Зокрема, тариф у разі страхування фінансового ризику повинен вважатися не мірою середнього рівня ризику (і тому бути приблизно однаковим для всіх страхувальників, як у випадках страхування

класичних ризиків), а еквівалентом ринкової ціни за надання страхового захисту конкретному страхувальникові, тобто має бути індивідуальним[2].

При страхуванні фінансових ризиків серйозною проблемою для страхових компаній є висока вартість експертизи ризику. Якщо середній показник якості проектів прийняти рівним 10 % від їхнього загального числа, а вартість експертизи – рівній 0,5 % від вартості проекту, то сумарні витрати на експертизу одного якісного проекту (з урахуванням витрат на експертизу відбракованих) складатимуть 5 % від його середньої вартості. Зазначені витрати сумірні з величиною тарифів при страхуванні фінансових ризиків (5-15 %). Це знижує рівень зиску страхування фінансових ризиків для страхової компанії. Частково ця проблема вирішується шляхом використання спеціальних стратегій експертизи, що дозволяють знизити зазначені витрати чи використання спеціальних умов у договорі страхування.

Зазначена складність експертизи фінансових ризиків зовсім не відповідає їхній популярності. Це доводить, що страхування фінансових ризиків найчастіше є лише технологічним прийомом, а не реальним страхуванням.

Зазначені вище особливості фінансових ризиків не є принциповою перешкодою для їхнього беззбиткового страхування. Щоб цього досягти, страховик повинен:

- не покладатися на будь-які статистичні дані як на об'єктивну основу для розрахунку тарифу;

- відмовитися від спроб кількісного визначення тарифу як об'єктивної міри ризику;

- використовувати відомі статистичні дані і тарифи лише як довідковий матеріал для формування власних уявлень про орієнтовні параметри конкретного ризику і приблизний рівень ринкової вартості його страхування.

- величину тарифу вибирати за домовленістю зі страхувальником у діапазоні нижнє значення якого обмежене ринковою кон'юнктурою, а верхнє – міркуванням оптимуму.

Перераховані вище заходи сприятимуть швидкому розвитку ринку страхування фінансових ризиків, оскільки даний вид буде прибутковим і тому цікавим для страхових компаній.

Список використаних джерел:

1. «4P» маркетингу страхових компаній: монографія / [Козьменко О.В., Козьменко С.М., Васильєва Т.А. та ін.]; кер.авт.кол. д.е.н.,проф. О.В.Козьменко.- Суми: Університетська книга, 2014.- 432с.

2. Хорін Л. Страхування фінансових ризиків – від ремісництва до мистецтва // Вісник НБУ. – 1998. – № 10. С. 45-489.

ЕЛЕКТРОННІ ГРОШІ В УКРАЇНІ

Брешко Валерія Вікторівна

студентка факультету міжнародних відносин ДВНЗ Ужгородський національний університет

Електронні гроші є частиною електронної комерції. Електронні гроші є однією з найважливіших економічних категорій сучасної науки про гроші, банки і кредит. В середині 90-х років вони почали активно вводитися в обіг електронними розрахунково-платіжними системами та іншими комерційними структурами, що функціонують в глобальній мережі Інтернет в режимі реального часу. Електронні гроші – одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими особами, ніж особа, яка їх випускає, і є грошовим зобов'язанням цієї особи, що виконується в готівковій або безготівковій формі. Вони поділяються на фіатні (їх обіг регулюється центральними банками) та нефіатні (держава не гарантує надійність цих систем) [1; 2, с. 174].

Для електронних грошей властиве протиріччя: з одного боку це незалежний засіб платежу, з іншого боку – зобов'язання повинні бути виконанні в традиційних не електронних грошах. Але у свій час банкноти теж вважалися зобов'язаннями, які треба було виплачувати у монетах чи дорогоцінних етапах. На сучасному етапі електронні гроші проходять період свого становлення.

Оскільки поняття електронних грошей є відносно новим поняттям, то ще немає єдиного підходу до їх регулювання та обліку. Зокрема в Україні сферу електронних грошей регулюють наступні нормативно-правові акти: Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р.; Закон України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» від 05.04.2001 р.; Постанова Правління НБУ «Про здійснення операцій з використанням спеціальних платіжних засобів» від 30.04.2010 р.; Постанова Правління НБУ «Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України з питань регулювання випуску та обігу електронних грошей» від 04.11.2010 р., що затверджує Положення про електронні гроші [4].

В Україні ліцензію Національного банку України отримали тільки 3 оператори

– MoneXu (Фідобанк), МАХІ (VAB Банк) і GlobalMoney (Ощадний банк) [3]. Причому якщо перші дві НБУ визначає як системи електронних грошей, то GlobalMoney — як платіжну систему. Інші компанії не мають

офіційного дозволу на роботу в Україні, тому надають обмежені послуги або працюють через інтеграторів (PayPal, Moneybookers, Яндекс.Гроші, MoneyMail). Компанія WebMoney, найбільший гравець ринку електронних грошей в Україні, взагалі позиціонує себе як систему обліку і переуступки майнових прав, прописаних у Цивільному кодексі. Через це у 2013 році в Україні відбулися перші серйозні непорозуміння з WebMoney Transfer, , оскільки вони не погодили свою діяльність з НБУ.

В Україні електронні гроші ще тільки починаються своє становлення, що пояснюється слабким розвитком інформаційно-комп'ютерних технологій та особливо недосконалою нормативно-правовою базою. Якщо подолати ці дві основні проблеми, то на українському ринку електронні гроші зможуть функціонувати ефективно в межах правового поля.

Список використаних джерел:

1. Електронні гроші [електронний ресурс] / Національний банк України. Офіційне інтернет-представництво. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=123302
2. Пиріг С. О. Платіжні системи: Навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2008. — 240 с.
3. Узгодження правил систем електронних грошей [електронний ресурс] / Національний банк України. Офіційне інтернет-представництво. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=66296
4. Янюк Ю. Електронні гроші в Україні. – Юридична Газета. – 2013. – № 35-36. – С. 32 – 33.

МОЖЛИВОСТІ СКОРИНГОВОГО МОДЕЛЮВАННЯ ПРИ ФІНАНСОВІЙ ДІАГНОСТИЦІ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОЇ СФЕРИ БАНКАМИ

Лавров Руслан Валерійович

кандидат економічних наук, доцент, Чернігівський державний інститут економіки і управління

Нині, за оцінками ряду науковців, для вітчизняного банківського сектору найістотнішим з усіх видів ризиків є кредитний. Кожний банк розробляє власні методики фінансової діагностики, оцінки кредитоспроможності позичальників суб'єктів аграрної сфери та регламенти надання кредитів.

Для визначення кредитоспроможності аграрних суб'єктів банки переважно використовують наступні групи оціночних показників: коефіцієнти ліквідності; коефіцієнт наявності власних коштів; показники оборотності й рентабельності.

Коефіцієнти ліквідності дозволяють проаналізувати здатність позичальника відповідати за своїми поточними зобов'язаннями. Так, коефіцієнт абсолютної ліквідності K_1 є найбільш жорстким критерієм ліквідності агропідприємств, що демонструє частину короткострокових зобов'язань, яка при необхідності може бути повернена за рахунок наявних фінансових ресурсів, коштів на депозитних рахунках і високоліквідних короткострокових цінних паперів.

Проміжний коефіцієнт покриття (або коефіцієнт швидкої ліквідності) K_2 характеризує можливість суб'єктів агросфери оперативно вивільняти фінансові ресурси з господарського обороту та розраховатися за борговими зобов'язаннями. Визначається відношенням суми грошових коштів, короткострокових фінансових вкладень і дебіторської заборгованості до короткострокових зобов'язань.

Коефіцієнт поточної ліквідності (або загальний коефіцієнт покриття) K_3 дає загальну оцінку ліквідності аграрних суб'єктів і розраховується як відношення суми оборотних активів (у тому числі матеріальних) до суми короткострокових зобов'язань без доходів майбутніх періодів та резервів майбутніх витрат.

Коефіцієнт наявності власних коштів K_4 демонструє частку власних засобів позичальників у загальному обсязі коштів і визначається відношенням власних коштів (збільшених на доходи майбутніх періодів та резерви майбутніх витрат) до всієї суми коштів суб'єктів аграрної сфери.

Оборотність елементів оборотних активів і кредиторської заборгованості розраховується в днях виходячи з обсягу денних продажів (одноденної виручки від реалізації), який обчислюється діленням виручки від реалізації на кількість днів у періоді (90, 180, 270 або 360). Оборотноість оборотних активів визначається відношенням їх середньої вартості до обсягу денних продажів. Оборотноість дебіторської заборгованості визначається відношенням її середньої вартості до обсягу денних продажів. Оборотноість запасів визначається відношенням їх середньої вартості до обсягу денних продажів.

Показники рентабельності обчислюють у відсотках (частках). Рентабельність продукції (або рентабельність продажів) K_5 визначається як відношення суми прибутку від продажів до суми виручки від реалізації за мінусом ПДВ, акцизів і аналогічних платежів. Рентабельність діяльності суб'єктів аграрної сфери K_6 визначається відношенням чистого прибутку до суми виручки від реалізації за мінусом ПДВ, акцизів і аналогічних платежів. Нарешті, рентабельність вкладень визначається як відношення балансового прибутку суб'єктів аграрної сфери до всієї суми їх коштів.

Основними оціночними показниками є коефіцієнти K_1 , K_2 , K_3 , K_4 , K_5 і K_6 . Інші показники оборотності й рентабельності використовуються для

загальної характеристики та розглядаються як додаткові до перших шести показників.

Оцінка результатів розрахунків шести коефіцієнтів полягає у присвоєнні категорії позичальнику по кожному з цих показників шляхом порівняння отриманих значень із раніше встановленими як достатні. Далі визначається сума балів за цими показниками відповідно до їх ваги за формулою:

$$S = 0,05 K_1 + 0,10 K_2 + 0,40 K_3 + 0,20 K_4 + 0,15 K_5 + 0,10 K_6 \quad 1)$$

Клас кредитоспроможності суб'єктів аграрної сфери визначається на основі суми балів шести основних показників, оцінки інших показників третьої групи та якісного аналізу ризиків. Сума балів S впливає на клас кредитоспроможності наступним чином: 1 клас (кредитування не викликає сумнівів): значення $S = 1,25$ і менше; 2 клас (кредитування вимагає зваженого підходу): значення S знаходиться в діапазоні від 1,25 до 2,35; 3 клас (кредитування пов'язане з більш високим ризиком): значення S більше 2,35.

Як об'єкт дослідження виступили 327 суб'єктів аграрної сфери, що входять з адміністративно-територіальним поділом до складу 32 районів, які розбиті на 4 природно-господарські зони: степова (9 районів, 91 суб'єкт); південний лісостеп (8 районів, 85 суб'єктів); північний лісостеп (9 районів, 94 суб'єкти); полісся (6 районів, 57 суб'єктів).

Для моделювання використовувалися показники річної бухгалтерської звітності суб'єктів аграрної сфери за 2007-2011 рр. і розраховані 6 основних коефіцієнтів, передбачених методикою банків.

Застосувавши метод підстановки даних, експериментальним шляхом було визначено кордони класів кредитоспроможності в балах за 100-бальною шкалою. За результатами досліджень встановлено, що: 1 клас – від 100 до 70 балів; 2 клас – від 69 до 26 балів; 3 клас – нижче 26 балів.

Проведення фінансової діагностики суб'єктів аграрної сфери, врахування значущих чинників, що впливають на рівень кредитоспроможності, дозволяє банкам правильно визначити можливість кредитування конкретних суб'єктів аграрної сфери, а самому позичальнику – управляти цими факторами для збільшення можливості отримання кредиту в банку. Це підтверджує практичну значимість економетрики, заснованої на багатовимірному статистичному аналізі.

Для того, щоб побудувати рівняння регресії необхідно сформулювати вихідну матрицю. Дані в матрицях слід формувати по роках, природно-господарським зонам і в цілому по аграрній сфері.

За результатами дослідження суб'єктів аграрної сфери були отримані такі регресійні рівняння за даними 2007-2011 рр.:

Чернігівська область:

$$B = 28,88 + 0,27 K_1 - 0,05 K_2 + 0,22 K_3 + 38,21 K_4 - 2,39 K_5 + 0,35 K_6.$$

Степова зона:

$$B = 7,30 - 2,96 K_1 + 0,22 K_2 + 0,55 K_3 + 70,84 K_4 - 6,82 K_5 + 10,64 K_6.$$

Південний лісостеп:

$$B = 22,70 + 1,61 K_1 + 0,34 K_2 + 0,02 K_3 + 48,96 K_4 - 4,61 K_5 - 0,78 K_6.$$

Північний лісостеп:

$$B = 33,62 + 3,36 K_1 - 0,13 K_2 + 0,33 K_3 + 26,23 K_4 + 3,83 K_5 - 0,25 K_6.$$

Полісся:

$$B = 14,52 + 6,93 K_1 - 2,54 K_2 + 0,33 K_3 + 57,50 K_4 + 3,85 K_5 + 0,21 K_6.$$

Результати досліджень показали, що незважаючи на значущість кожного рівняння в цілому, не всі фактори є значимими. Так, якщо *p-level* перевищує заданий рівень значимості 0,05, то названі фактори є незначущими в рівнянні регресії. Значимими чинниками, що роблять найбільший вплив на ступінь кредитоспроможності є ті, які мають найбільший рівень значимості, коли *p-level* менше 0,05.

Провівши покрокову кореляцію, тобто послідовно виключивши фактори з моделей за принципом їх найменшої значущості, отримали найбільш значущі фактори, що впливають на ступінь кредитоспроможності суб'єктів агросфери:

Чернігівська область: $B = 28,82 + 0,23 K_3 + 38,20 K_4 - 2,31 K_5 + 0,35 K_6.$

Степова зона: $B = 6,69 - 2,61 K_1 + 0,56 K_3 + 70,98 K_4 + 6,70 K_6.$

Південний лісостеп: $B = 22,80 + 2,35 K_3 + 49,71 K_4 - 5,44 K_5.$

Північний лісостеп: $B = 33,49 + 4,75 K_1 + 0,24 K_3 + 26,64 K_4.$

Полісся: $B = 13,78 + 6,99 K_1 - 2,52 K_2 + 0,35 K_3 + 57,09 K_4 + 0,20 K_6.$

Дослідження переконали, що скорингову оцінку доцільно здійснювати за двома показниками, які мають найбільш істотний вплив на фінансовий стан суб'єктів аграрної сфери: коефіцієнт наявності власних коштів (K_4), у якого показник імовірності помилки (*p-level*) дорівнює 0,0000; коефіцієнт поточної ліквідності (K_3), у якого *p-level* також дорівнює 0,0000.

Таким чином, створено комплекс скорингових моделей, що дають змогу здійснити фінансову діагностику та оцінити кредитоспроможність суб'єктів аграрної сфери. Моделі, створені на регіональному масиві даних і представлені в розрізі природно-господарських зон, дозволяють краще врахувати їх специфіку й розробити скорингову модель, яка найбільш точно визначає кредитоспроможність суб'єктів аграрної сфери, що знаходяться в різних зонах.

Розроблені скорингові моделі можливі для застосування не лише для завдань оцінки кредитоспроможності суб'єктів аграрної сфери, але і експрес-аналізу їх фінансового стану, фінансового моніторингу, внутрішнього аудиту тощо.

Список використаних джерел:

1. Камінський А.Б. Скорингові технології в кредитному ризик-менеджменті / А.Б. Камінський, К.К. Писанець // Бізнес-інформ. – 2012. – № 4. – С. 197-201.
2. Кредитный скоринг от “А” до “Я”. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.prostobankir.com.ua/>.
3. Музира М.В. Скорингове моделювання при роботі з проблемними клієнтами / М.В. Музира, С.М. Копичко // Прикладна математика та комп'ютинг: матеріали II наук. конф., 14-16 квіт. 2010 р. – К.: Просвіта, 2010. – С. 93-97.
4. Мэйз Э. Руководство по кредитному скорингу / Э. Мэйз; пер. с англ. И.М. Тикота. – Минск: Гревцов Паблицер, 2008. – 464 с.
5. Уланов С.В. Скоринговые модели и средства управления рисками для поддержки принятия кредитных решений: дисс. ... кандидата эконом. наук: 08.00.13, 08.00.10 / Уланов Сергей Викторович. – Ижевск: ИжГТУ, 2007. – 152 с.
6. Anderson, R. (2007). The Credit Scoring Toolkit: Theory and Practice for Retail Credit Risk Management and Decision Automation. Oxford: OUP. 792p.
7. Thomas, L.C., Edelman, D.B., Crook, J.N. (2002). Credit Scoring and Its Applications. Philadelphia: SIAM. 248 p.

КРЕДИТНА ПОЛІТИКА БАНКУ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ

Мудрик Вікторія Юрївна

кандидат економічних наук, Хмельницький національний університет

Гулько Лариса Геннадіївна

доцент, Хмельницький національний університет

На сучасному етапі розвитку української економіки існує безліч проблем, які перешкоджають банкам надавати окремі види кредитів, сприяють зростанню частки небажаних видів кредитів (прострочених, пролонгованих, безнадійних), що в подальшому погіршує фінансову стійкість банківських установ.

Вивченню питань формування та реалізації кредитної політики комерційних банків присвячено чимало праць вітчизняних економістів, до яких належать В. Д. Антіпова, І. С. Гуцал, О. В. Дзюблюк та ін. Питання кредитної політики в аспекті забезпечення фінансової стійкості комерційного банку залишається відкритим.

На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у обґрунтуванні необхідності управління кредитними ризиками та у наведенні конкретних загроз неефективного управління кредитними ризиками, які сприяють зниженню рівня фінансової стійкості

банківських установ.

Одним з головних завдань, що постають перед керівництвом банку є правильна розробка кредитної політики. Кредитна політика повинна охоплювати найважливіші елементи та принципи організації кредитної роботи в банку, визначати пріоритетні напрями кредитування, а також перелік кредитів, які не повинні входити до кредитного портфеля [1].

Кредитні операції вважаються одними із найприбутковіших банківських операцій. Саме тому банкам необхідно проводити гнучку та ефективну політику управління власним кредитним портфелем [3, с. 108]. Формування оптимального кредитного портфеля означає врахування оптимальної залежності з поміж рівнем доходності та рівнем ризиковості, тобто врахування можливості по оцінці та управлінні кредитними ризиками стимулюючи тим самим дохідність операцій [2, с. 124].

Для попередження погіршення якості кредитного портфеля в процесі концентрації тих або інших видів кредитів, у тому числі в залежності від періодичності діяльності, банк повинен оперативно визначати ріст ризиків, і відкоригувати балансову вартість кредитів шляхом створення спеціальних резервів для покриття можливого збитку [4].

Критично оцінюючи погляди вчених щодо мети управління кредитними ризиками, слід відзначити, що мінімізація або ліквідація ризику суперечить глибинним принципам організації банківської справи, де кожній активній операції ризик є іманентно притаманний.

Управління кредитними ризиками в банку здійснюється постійно діючими комітетами: кредитним комітетом; комітетом управління активами і пасивами; тарифним комітетом; комітетом стратегічного та бюджетного планування.

У разі неефективного управління кредитними ризиками банківської установи виникають певні загрози (рисунок 1), що в подальшому ведуть до погіршення рівня фінансової стійкості банківської установи.

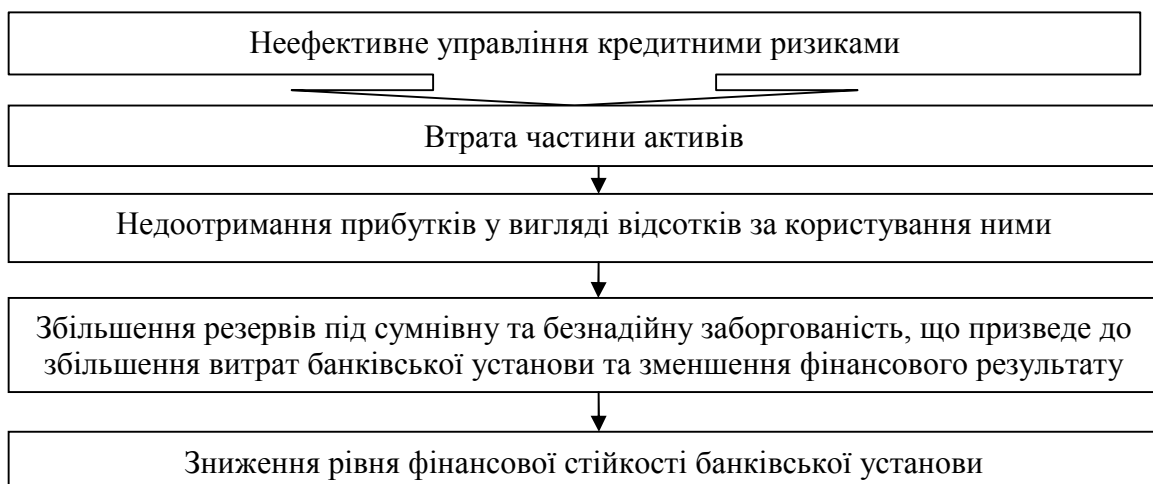


Рисунок 1 – Загрози неефективного управління кредитними ризиками
[Авторська розробка]

Надмірна (невиправдана) ризикованість посилює загрозу падіння дохідності банку внаслідок неповернення боргів, а то й невиклати процентів, тоді як перебільшена обережність знову ж таки не дає змоги використати прибуткові можливості.

Неможливість одержувати зараз прибутки інфляційного характеру і вимагає від комерційних банків більш реального підходу до якості кредитного портфеля.

Управління фінансовою стійкістю - це комплексний процес, в якому особливої актуальності, на наш погляд, набуває інтеграція з підсистемою управління кредитними ризиками.

Тому в рамках вдосконалення теоретичних підходів до стратегічного управління фінансовою стійкістю банку нами пропонується трактувати такий процес у тісному взаємозв'язку із кредитною політикою банку в частині управління його кредитними ризиками та якістю кредитного портфеля (рисунок 2).

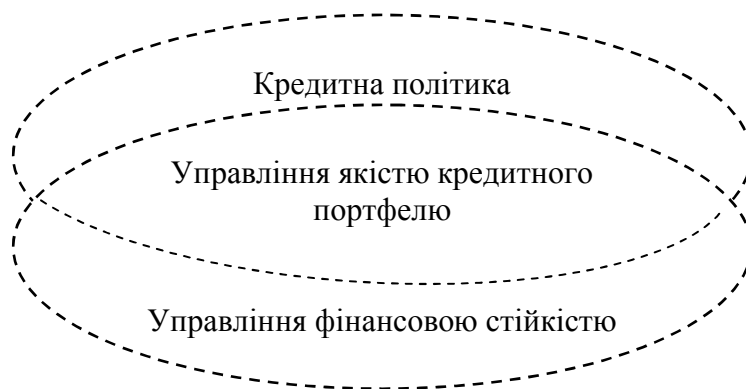


Рисунок 2 – Інтеграційний зв'язок кредитної політики та політики управління фінансовою стійкістю комерційного банку [Авторська розробка]

Таким чином, поліпшення якості управління кредитними ризиками є передумовою підвищення ефективності банківської діяльності та конкурентоздатності банків. Кредитна політика банку є основою її комерційної діяльності та отримання доходів. Як результат, кредитна політика банківської установи об'єктивно супроводжується ризиками, і тому елементом кредитної політики є політика банку з управління такими ризиками. Неефективне управління ризиками в рамках здійснення кредитної політики призводить, в тому числі, до зниження рівня фінансової стійкості банківської установи. Зважаючи на це, кредитна політика та управління фінансовою стійкістю банківської установи повинні являти собою інтегровані напрями управління банківською діяльністю, поєднані спільною метою - забезпечення максимальної

стійкості банківської установи максимально ефективної кредитної діяльності.

Список використаних джерел:

- 1 Антіпова Н. А. Вдосконалення ефективності кредитної політики банку як однієї з передумов конкурентоспроможності економіки [Електронний ресурс] / Н. А. Антіпова. – Режим доступу : http://library.kpi.kharkov.ua/Vestnik/2010_8/stati/Antipova.pdf. – Назва з екрану.
- 2 Гуцал І. Методичні аспекти управління кредитним портфелем / І. Гуцал, М. Сенюк // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка. Сер. Економіка. – 2006. – № 20. – С. 121-124.
- 3 Дзюблюк О. Механізм забезпечення якості кредитного портфеля й управління кредитним ризиком банку в період кризових явищ в економіці / Олександр Дзюблюк // Журнал європейської економіки. – 2010. – №1. – С. 108–124.
4. Колісник А. О. Ефективне управління кредитним портфелем комерційного банку та пріоритетні напрямки його формування. [Електронний ресурс] / А. О. Колісник. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/4_SND_2013/Economics/1_128809.doc.htm

ФАКТОРИ РИЗИКУ КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ УКРАЇНИ

Тулуш Л. Д.

кандидат економічних наук, доцент, Університет економіки та права «КРОК»

Симонян Ю. Г.

магістр, Університет економіки та права «КРОК»

Кредитний ризик, за визначенням Базельського комітету з питань банківського нагляду [8], є основним видом фінансового ризику у діяльності фінансових установ. Він притаманний усім видам банківської діяльності, де результат залежить від діяльності контрагента, емітента або позичальника, і являє собою ризик ненадходжень до капіталу через неспроможність сторони, що взяла на себе зобов'язання, виконати умови фінансової угоди із банком [1; 5; 9].

Кредитні ризики класифікують за різними ознаками: за сферою виникнення (зовнішні та внутрішні), за характером охоплення (індивідуальний/портфельний), залежно від груп позичальників

(фізичні/юридичні особи, банки/небанківські фіни стани, держава), залежно від кредитного продукту банку, за характером впливу на кредитний продукт (прямі (основні) та непрямі (супутні) ризики) [3; 6-7; 9].

На кредитну діяльність банку впливає як зовнішнє оточення, і передусім ризик позичальника (його фінансовий стан/позиція на ринку, репутація, досвід, професіоналізм) та фактори навколишнього середовища (розвиток галузі, нормативно-правова база, державна підтримка).

Внутрішні кредитні ризики залежать від адекватності дій банку у процесі кредитування та управління кредитним ризиком: якості оцінки кредитоспроможності позичальника, кредитного проекту та забезпечення за кредитом, аналізу ризиків за кредитною операцією і структури кредитного портфеля [5, 24].

Індивідуальний кредитний ризик, джерелом якого є контрагент банку, включає ризик позичальника (імовірність невиконання зобов'язань за угодою) та ризик забезпечення (неможливість своєчасно/в повному обсязі скористатися забезпеченням для покриття втрат за кредитом). Оцінювання портфельного ризику, в тому числі, ризик якості структури/дохідності кредитного портфеля джерелом якого є загальний борг за ризиковими кредитними операціями, передбачає оцінку концентрації/диверсифікації активів банку [2; 9-10].

Факторами кредитного ризику банків України є недостатність інформації про кредитну історію та фінансовий стан позичальника, заполітизованість економіки, недосконалість правового захисту інтересів кредиторів, надмірне кредитування економічно-чутливих та маловивчених галузей, пільгове кредитування інсайдерів, безперервне корегування кредитної політики, а також прийняття недостатньо ліквідного забезпечення [4; 9].

Серед причин втрат за кредитом в Україні можна виділити насамперед: 1) спекулятивне кредитування (30-40% кредитного портфеля) – повернення кредитів лише шляхом реалізації активів за вищою ціною; 2) нагромаджені валютні ризики при девальвації гривні – доходи клієнта у гривні є недостатніми для обслуговування кредитів в іноземній валюті; 3) криза довіри: світова фінансова криза спричинила відтік іноземних інвестицій в Україну, що знизило ліквідність банків, які залучали іноземні кошти; 4) принцип доміно: залежність високо-спеціалізованого бізнесу від фінансової стабільності кожного учасника процесу; 5) скорочення попиту: згорання виробництва і зменшення доходів, погіршує рентабельність бізнесу і кредитну платоспроможність [2; 5; 9-10].

Сучасному вітчизняному банківському кредитуванню властиві суттєві проблеми реалізації стратегічного управління кредитними

ризиками через надмірну централізацію/децентралізацію керівництва та недоліки роботи з клієнтами: погано враховується макроекономічні фактори світової і вітчизняної економіки при формуванні кредитного портфеля. Помітно впливають сучасні мікроекономічні фактори і, в першу чергу, агресивна кредитна політика банків України: відсутність постійного моніторингу для високоризикових кредитних операцій, послаблення вимог до фінансового стану позичальників/забезпечення економіко-юридичний контроль кредитної документації [2; 5; 9-10].

Отже, сьогодні кредитні ризикизалишаються домінуючими в банківській системі. Їх реалізація спричинює погіршення активів якогось банку, так і стану банківської системи України. Тому гостро постає питання оцінки кредитних ризиків, а пошук дієвих засобів мінімізації їх впливу є досить актуальним.

Список використаних джерел:

1. Версаль Н.І. Кредитні ризики як важлива складова ризиків банківської діяльності/ Н.І. Версаль // Фінанси України. - 2009. - № 12. - С. 89-95.
2. Вітлінський В. В. Ризикологія в зовнішньоекономічній діяльності: навч. посібник / В. В. Вітлінський, Л. Л. Маханець - К. : КНЕУ, 2008. - 424 с.
3. Владичин У.В. Банківське кредитування/ У.В. Владичин. – Київ: Атака, 2008. – 648 с.
4. Вовчак О.Д. Кредит і банківська справа/ О.Д. Вовчак [та ін.] – К.: Знання, 2008. – 564 с.
5. Грушко В.І. Гроші та кредит/ В.І. Грушко [та ін.] - К.: Знання, 2011. – 384 с.
6. Диколенко О. Г. Теоретико-методические подходы к классификации рисков при ведении инвестиционной деятельности/ О.Г. Диколенко // «Ефектекон».- №1.- 2013
7. Івасів Б.С. Гроші та кредит/ Б.С. Івасів. - К.: Кондор . 2008. – 528 с.
8. Міщенко В. Базель III: нові підходи до регулювання банківського сектору/ В. Міщенко// Вісник НБУ. – 2011. – №1. – С. 4-9.
9. Примостка Л.О. «Банківські ризики: теорія та практика управління»: Монографія/ Л.О. Примостка. - К.: КНЕУ, 2009. – 456 с.
10. Сніщенко Р. Г. Вплив ризиків на фінансову безпеку банку Р. Г. Сніщенко «Ефективна економіка» №2, 2013

НЕОБХІДНІСТЬ ТА НАПРЯМИ ЗМІНИ ПІДХОДІВ ДО ПІЛЬГОВОГО ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Мельничук Ганна Сергіївна

кандидат економічних наук, Національний університет ДПС України

Податкові пільги з податку на прибуток підприємств залишаються суперечливим економічним інструментом стимулювання підприємницької активності в Україні. Необхідність перегляду підходів до їх надання зумовлена тим, що, з однієї сторони – їх застосування не забезпечило вирішення довгострокових макроекономічних завдань розвитку економіки країни, з іншої – спостерігається погіршення фінансово-економічного становища підприємств, ускладнюється ситуація з наповненням державного бюджету, в т. ч. через зростання втрат бюджету у зв'язку з наданням податкових пільг в останні роки. Зокрема, у 2011 р., за рік після прийняття Податкового кодексу України (далі – ПКУ), втрати бюджету внаслідок пільгового оподаткування прибутку підприємств досягли 15,4 млрд. грн., тоді як у попередні роки їх величина складала близько 2 млрд. грн. У 2012 р. втрати бюджету від надання зазначених пільг суттєво не знизились і становили 15,1 млрд. грн [1].

На відміну від європейських країн, в яких пільги з податку на прибуток підприємств відіграють ключову роль у стимулюванні інноваційно-інвестиційної активності підприємств, в Україні такі пільги перетворились на засіб вибіркового зниження рівня податкового навантаження. Адже, згідно Довіднику N 70/1 податкових пільг, що є втратами доходів бюджету, станом на 01.04.2014 р. з податку на прибуток підприємств передбачено 38 пільг, з яких пільг окремим видам економічної діяльності та підприємствам – 24 [2]. Таку ситуацію вважаємо неприйнятною. Насамперед по тій причині, що надання податкових пільг окремим видам економічної діяльності призводить до викривлення фіскального середовища. Окрім того, зазначені податкові пільги згідно частин III та V Угоди СОТ Про субсидії та компенсаційні заходи відносяться до адресних субсидій, що можуть спровокувати запровадження антисубсидійних заходів, а саме – компенсаційних мит країн-імпортерів українських товарів.

Окрім окреслених, серед недоліків діючих механізмів пільгового оподаткування прибутку підприємств вбачаємо наступні:

– недостатньо аргументованою є доцільність надання пільг окремим видам економічної діяльності з точки зору їх відповідності задекларованим пріоритетам соціально-економічного розвитку країни. Насамперед це стосується звільнення від оподаткування прибутку суб'єкта господарської діяльності, отриманого від надання готельних послуг (група 55 КВЕД ДК 009:2005) у готелях категорій «п'ять зірок», «чотири зірки» і «три зірки»;

– більшість податкових пільг для окремих видів економічної діяльності надані у формі звільнення прибутку від оподаткування (всього прибутку – 21 вид пільг, 80 % прибутку – 1 вид пільг; 50 % прибутку – 1 вид пільг), застосування ставки податку на прибуток – 0 % [2, 3];

– для 13 видів пільг встановлено необґрунтований термін їх надання – 9-10 років. Адже розрахунки науковців підтвердили, що граничний термін фіскальної ефективності дії податкової пільги має становити не менше трьох, але й не більше п'яти років, оскільки при більшому терміні їх застосування виникають можливості для зловживань, корупції та шахрайства [4, с. 23];

– не впроваджено чітких критеріїв надання податкових пільг;

– відсутні пільги всім суб'єктам господарювання для реалізації природоохоронних заходів, впровадження інноваційних екологоорієнтованих технологій, а також податкові пільги для витрат на дослідницьку діяльність по моніторингу та запобіганню забруднення навколишнього середовища, що нині набули поширення в країнах ЄС [2, 3].

Вітчизняні науковці також відмічають про наявність недоліків у механізмах надання податкових пільг. Зокрема, М. Гаман і Т. Крушельницька вказують на окремі положення ПКУ, які, на їх погляд, є важко сумісними між собою і будуть досить негативно впливати на розвиток інноваційної діяльності в Україні. Зокрема, обмеження дії пільги, передбаченої абзацом 158.1 ст. 158 розд. III ПКУ щодо звільнення від оподаткування 80% прибутку підприємств, «отриманого від продажу на митній території України товарів власного виробництва за переліком...» тільки для «продажу на митній території України» позбавляє вітчизняних виробників енергозберігаючих технологій податкових стимулів для виходу на світовий ринок [5, с. 120]. Щодо положень абзацу 158.2 ст. 158 розд. III ПКУ, науковці зазначають про те, що не зазначено конкретного органу виконавчої влади, який буде проводити експертизу на предмет включення підприємств до Державного реєстру, а також не вказано алгоритму визначення критеріїв оцінки відповідності тих чи інших підприємств, енергоефективних заходів і проектів вимогам «галузевої програми з енергоефективності» [5, с. 121]. На думку науковців, наявність таких прогалин в законодавстві не тільки

провокує зловживання з боку платників податку і посадових осіб, а й практично унеможлиблює проведення контрольних заходів щодо правомірності застосування даної пільги [5, с. 121].

Таким чином, окреслені недоліки вказують на доцільність зміни підходів до пільгового оподаткування прибутку підприємств в Україні. Насамперед слід переглянути перелік видів економічної діяльності, яким варто на теперішній час надавати податкові пільги, а також скоротити період дії запроваджених пільг до 4-х років з моменту їх надання. Вважаємо, що в найближчій перспективі доцільно скасувати податкові пільги з податку на прибуток для окремих видів економічної діяльності та перейти до надання пільг з даного податку, спрямованих на зміну поведінки всіх суб'єктів господарювання, а саме – на активізацію їх інвестиційно-інноваційної активності. Податкові пільги повинні стати стимулом для реінвестування прибутку одночасно як для вітчизняних виробників високотехнологічної, екологоорієнтованої інноваційної продукції, так і для внутрішніх підприємств-споживачів, які використовують таку продукцію у власному виробництві. Податкові пільги з податку на прибуток підприємств слід надавати у формі інвестиційної податкової знижки, або ж інвестиційного податкового кредиту терміном на 4 роки. Також необхідно передбачити штрафні санкції для підприємств, які порушили встановлені умови надання податкових пільг. Такими штрафними санкціями повинні стати компенсація недоотриманих бюджетом податкових надходжень за весь період користування підприємством пільгою. В майбутньому такі заходи сприятимуть не лише модернізації вітчизняного виробництва, випуску нової інноваційної продукції, а й збільшенню податкових надходжень до бюджету.

Список використаних джерел:

1. Смірнова О. М. Оцінка ролі податку на прибуток підприємств у забезпеченні економічного розвитку країни /О. М. Смірнова, М. В. Стадник // Ефективна економіка. Електронне наукове фахове видання. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2659>
2. Довідник № 70/1 податкових пільг, що є втратами доходів бюджету, станом на 01.04.2014 р. – Режим доступу: http://www.nibu.factor.ua/ukr/info/sp-lgot/sp-lgot_70_1/
3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755–VI. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>.
4. Скрипник А. В. Оцінка фіскальної ефективності пільгового оподаткування прибутку підприємств / А. В. Скрипник, Д. М. Серебрянський // Економіка України – 2006. – № 7. – С. 13-27.

5. Гаман М. Удосконалення механізмів оподаткування інноваційної діяльності в Україні в контексті світового досвіду / М. Гаман, Т. Крушельницька // Вісник НАДУ. – С. 116-122. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21CO

ОБГРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ В ЕКОЛОГІЧНОМУ ОПОДАТКУВАННІ

Рій Олеся Андріївна

студентка Львівської державної фінансової академії

Актуальність проблеми екологічного оподаткування та низька ефективність цього інструменту в регулюванні рівня екологічної безпеки України змушують звертатись до досвіду розвинених країн, насамперед Європейського Союзу, де застосування таких податків є успішним.

Високий рівень захисту навколишнього середовища – одне з пріоритетних завдань в адаптації законодавства України до законодавства Європейського союзу.

Сьогодні екологічні податки практикуються більшістю країн ЄС. Згідно з визначенням Європейського екологічного агентства, екологічні податки можуть бути в широкому плані визначені як «усі податки, база стягнення яких справляє специфічний негативний вплив на навколишнє середовище» [1].

Нова державна екологічна політика України, яка визначається Законом України «Про основні засади (Стратегію) державної екологічної політики на період до 2020 року», спрямована на поліпшення екологічної ситуації та підвищення рівня екологічної безпеки. Реалізація цієї політики передбачає застосування економічних методів, серед яких важлива роль належить екологічному оподаткуванню [2].

Основним завданням економіки природокористування на сучасному етапі є розробка дієвого економічного механізму, фінансово-економічних заходів, податків, які б зробили не вигідним для об'єднань, підприємств і організацій неекономічне витрачання природних ресурсів та пошкодження навколишнього природного середовища.

Головним фінансово-економічним важелем має стати обов'язковий достатньо великий екологічний податок за використання і пошкодження основних видів природних ресурсів - води, повітря, ґрунту, надр, рослинного й тваринного світу.

Цілком закономірно, що введення екологічного податку за використання та пошкодження природних ресурсів призведе до певного підвищення вартості продукції. Однак, воно буде компенсуватись

підвищенням якості навколишнього природного середовища та ліквідацією шкідливого для здоров'я людини хімічного забруднення продуктів харчування й інших небезпечних змін стану довкілля.

Головною особливістю податкового механізму природокористування є те, що кошти, які збираються таким чином, надходять, як правило, на бюджетні рахунки відповідного рівня (державного чи місцевого) і використовуються на фінансування екологічних проблем, що мають загальне для даного рівня значення.

До країн, які досягли найбільших успіхів у розвитку екологічної системи оподаткування, належать Норвегія, Швеція, Фінляндія, Данія, Нідерланди та США.

Нові екологічні податки останнім часом запроваджують дедалі більше країн. Наприклад, іспанський уряд запровадив податок на купівлю автомобілів, у яких кількість вуглецю, що виділяється, сягає 120 — 160 г за 1 км.

У Великій Британії запроваджено податок на кар'єрні розробки, аби зменшити забруднення повітря при видобутку корисних копалин відкритим способом. Податком за забруднення повітря оподатковується видобуток у промислових цілях піску, гравію, каменю. Ці податкові кошти спрямовують на фінансування заходів із захисту довкілля. Податки на забруднення повітря запроваджено у Польщі, Чехії, Латвії, Литві. Відтак ЄС наполягає і на впровадженні Україною високих екологічних стандартів [3].

Процес гармонізації податкового законодавства України та законодавства ЄС є тривалим та поступовим, таким, що вимагає вивчення чинного податкового законодавства у країнах ЄС та проведення порівняльного аналізу з вітчизняним законодавством, результатом якого стануть покращені умови для рівноправного партнерства України з ЄС та діяльності іноземних компаній в Україні, створення сприятливого інвестиційного клімату [3].

У табл.1. наведено основні категорії податків та платежів екологічного характеру, що успішно застосовуються у розвинених країнах світу. Аналізуючи зарубіжний досвід екологічного оподаткування, варто відзначити використання у країнах Європи розгалуженої системи податкових платежів. Привертають увагу податкові системи скандинавських країн, які виділяють напрямки екологічного оподаткування та конкретизують податкові платежі за об'єктами, що дає змогу реалізовувати принцип цільового спрямування отриманих надходжень [4].

Податки та платежі екологічного характеру, що застосовуються в країнах Європи

Назва податкового платежу	Країна											
	Великобританія	Данія	Норвегія	Швеція	Чехія	Франція	Німеччина	Латвія	Польща	Нідерланди	Фінляндія	Словенія
Податок за викиди вуглекислого газу		+	+			+					+	+
Плата за забруднення води		+			+		+	+	+	+		+
Податок на відходи та їх утилізацію	+	+	+	+		+			+	+	+	
Податок на викиди транспортних засобів			+	+			+					
Податок на споживання енергії		+		+			+			+	+	
Податок на продукцію, що містить екологічно шкідливі речовини		+	+	+	+	+	+	+	+			
Податок на упаковку (скло, метал, пластик)		+	+	+							+	
Податки та збори на авіап перевезення	+					+						
Ліцензії на діяльність компаній, що представляє екологічний ризик						+						
Збір за вирубку дерев та насаджень									+			
Податок на теплові викиди		+										
Податки на експлуатацію автомобілів	+	+		+				+				+
Податок/плата за викиди в атмосферу					+	+			+			
Збір на захист навколишнього середовища	+			+			+					

Джерело: Використано дані [4].

Позитивним є світовий досвід впровадження податків на споживання енергії, отриманої за традиційними технологіями, метою якого є підтримка інвестицій в альтернативні виробництва енергії з необмежених джерел сонця та вітру. Подібну практику використовують як західні (Фінляндія, Швеція), так і східні країни (Японія, Китай).

Для порівняння зазначимо, що податковим законодавством Латвійської Республіки визначено перелік осіб, що є платниками податку на природні ресурси (який є аналогом екологічного податку, що справляється в Україні), значно розширено. Так, законодавці Латвійської Республіки вважають, що негативний вплив на стан навколишнього середовища справляють не тільки суб'єкти господарювання, діяльність яких пов'язана з викидами забруднювальних речовин в атмосферне повітря чи водні об'єкти стаціонарними джерелами забруднення, а й ті, які здійснюють діяльність, пов'язану з роздрібною торгівлею, та надають послуги щодо громадського харчування, у результаті якої спричинено забруднення довкілля [5].

Економічне стимулювання природоохоронної діяльності у зарубіжних країнах не обмежується тільки примусовими методами: важливу роль відіграє політика надання пільг та економічної допомоги підприємствам, що здійснюють боротьбу із забрудненням.

Говорячи про економічні важелі регулювання природоохоронної політики розвинених країн світу, не можна не торкнутися і сфери кредиту.

Зокрема деякі економісти США, Японії, Німеччини вважають, що необхідно установити більші відсотки на позики, що використовуються для “забруднених” проектів, і надавати повні пільги галузям і виробництвам, які розробляють екологічно безпечні технології чи встановлюють очисне обладнання[6].

Світовий досвід доводить ефективність екологічного податкового законодавства не тільки як механізму нейтралізації шкідливого впливу діяльності суб’єктів економіки на навколишнє природне середовище, а й дієвого інструменту наповнення бюджету, реструктуризації економіки та стимулювання інноваційного розвитку[7].

Список використаних джерел:

1. Європейське екологічне агентство [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.eea.europa.eu/data-and-maps>
2. Закон України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року» від 21 грудня 2010 року N 2818-VI – [Електронний ресурс] Режим доступу: rada.gov.ua
3. Білецька Г.М. Нормотворчі напрями підвищення фіскальної ефективності справляння екологічного податку в Україні. — Ірпінь : НДІ фінансового права, 2013. — 32
4. Дайнека В.Ф., Шавло І.А. Зарубіжний досвід та українські реальні екологічного оподаткування. Екологічне оподаткування: збірник наукових праць за результатами науково-практичних заходів. — К.: Алерта. 2013.
5. Головка І. Ковток свіжого повітря / І. Головка // Вісник податкової служби України. — 2012. — № 40. — С. 63–64.
6. Гордієнко С.М. Розвиток екологічного оподаткування на місцевому рівні. Вісник національного аграрного університету. Серія «Фінанси і кредит», 2013. №1
7. Гусядинський Д.М. Екологічне оподаткування як чинник екологозбалансованого розвитку національної економіки. Екологічне оподаткування: збірник наукових праць за результатами науково-практичних заходів. — К.: Алерта. 2013.

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫМ ПРОЕКТОМ

Педько И.А.

кандидат экономических наук, Одесская государственная академия строительства и архитектуры

Звягина О.В.

магистрант, Одесская государственная академия строительства и архитектуры

Под инвестиционным проектом обычно понимают документ, отражающий конкретную деятельность по осуществлению целенаправленного достижения максимальных социально-экономических результатов инвестирования, этапы его осуществления и возможную оценку эффективности его претворения в жизнь.

Реальные инвестиции уже сами по себе вызывают необходимость составления априори плана-прогноза вложений денежных и материальных ресурсов, в котором нашли бы свое отражение основные характеристики этих вложений и четко выделенные источники финансирования каждого раздела данного плана.

В соответствии с конкретными формами реальных инвестиций (вложения в новое строительство, реконструкцию и модернизацию производства, приобретение материальных и нематериальных активов в целях извлечения в будущем прибыли, венчурное финансирование и др.) можно разрабатывать и оценивать по приведенным выше критериям конкретные инвестиционные проекты.

В экономической литературе инвестиционные проекты классифицируются по различным признакам[1]. Основная классификация проектов – предложенная Бланком И.А.

Приведенная ниже классификация инвестиционных проектов не является идеальной. В зависимости от ценовой стратегии: инвестиционные проекты, направленные на внедрение и закрепление на рынке конкретной продукции; в зависимости от уровня риска.

Классификация инвестиционных проектов по целям инвестирования; по объему необходимых инвестиционных ресурсов; по источникам финансирования (самофинансирования); по срокам реализации.

Период от идеи разработки инвестиционного проекта до выпуска целевой продукции в экономической литературе определяется как цикл инвестиционного проекта [2]. В данный цикл входят три фазы:

Прединвестиционная, включающая подготовку и принятие конкретного инвестиционного решения в зависимости от того или иного критерия, отражающего специфику направленности проекта. На этой фазе определяются возможные источники финансирования; проводится анализ внутренней среды, влияющей на инвестиционную деятельность; осуществляется анализ внешней среды, влияющей на степень инвестиционной активности: уровень инфляции, социально-экономическое положение страны, результативность государственного регулирования, уровень безработицы и т.п.; собирается информация о предприятиях-конкурентах, о конъюнктуре рынка и др.

На первой фазе инвестиционного цикла составляется подробное технико-экономическое обоснование проекта, анализируются прежде всего его качественные характеристики, рассматриваются возможные финансовые риски, определяются альтернативные места размещения производства в соответствии с технической и технологической направленностью инвестиционного проекта, исследуются возможности привлечения наиболее дешевых материальных, трудовых и финансовых ресурсов, осуществляются все организационные мероприятия по его разработке [3].

Непосредственно *инвестиционная* фаза, включающая в себя подготовку всех необходимых документов по проекту; определение организационной структуры управления; подписание необходимых контрактов с различными предприятиями и организациями, занятыми в выполнении отдельных этапов реализации инвестиционного проекта; осуществление строительных работ по сооружению зданий производственного и непромышленного назначения с адекватной инфраструктурой.

Данная фаза цикла инвестиционного проекта предполагает, с учетом предварительно разработанного бизнес-плана и выполненного технико-экономического обоснования инвестиционного проекта, привлечение заемных финансовых ресурсов в виде кредитов и займов для создания необходимого объема оборотного капитала.

Завершающим этапом инвестиционной фазы является сдача производственных зданий, установленных технологических линий и оборудования в эксплуатацию вместе с производственной и социальной инфраструктурой.

Производственная фаза, отражающая заключительный этап цикла инвестиционного проекта: пути от плана-прогноза до выпуска конкретной

продукции, начала финансово-хозяйственной деятельности предприятия, направленной на создание определенных материальных ценностей.

Осуществление инвестиций в форме капиталовложений, в отличие от финансовых вложений, не может успешно реализовываться без технико-экономического обоснования инвестиционных возможностей проекта, без глубокого изучения и анализа альтернативных вариантов инвестирования.

Разработка технико-экономического обоснования инвестиционного проекта предусматривает, прежде всего, обеспечение высокой эффективности использования имеющихся в распоряжении предприятия ресурсов: достижение максимальных экономических результатов при минимальных совокупных издержках производства и реализации своей продукции.

В настоящее время ТЭО проекта нередко осуществляется на конкурсной основе с привлечением специалистов в области технического, финансового и маркетингового планирования.

Для составления технико-экономического обоснования проекта разработчикам необходимо подготовить подробную сметно-финансовую документацию по всем статьям расходов, определить потребности в оборотных средствах, предусмотреть возможные риски и др.

В технико-экономическом обосновании проекта следует дать оценку его коммерческой эффективности, определить примерные сроки осуществления инвестиционного проекта, выделить рекомендуемые источники финансирования и их структуру, дать предложения по обоснованию оптимальной ценовой политики и др.

Как правило, составление технико-экономического обоснования осуществляется по заданию предприятия-заказчика генеральной проектной организацией.

В ТЭО помимо общих данных, отражающих основную характеристику инвестиционного проекта, включены такие показатели как срок окупаемости капитальных вложений; производственная и полная себестоимость основных видов планируемой продукции; валовая прибыль; норма рентабельности и др.

Материалы технико-экономического обоснования инвестиционного проекта могут использоваться для внутреннего и внешнего потребления в различных целях, в зависимости от конкретных условий, в том числе и для составителей бизнес-плана, для конкретных разработчиков (исполнителей) инвестиционного планирования.

Литература:

1. Інвестиційний менеджмент: навчальний посібник для вищ. навч. Закладів / А.С. Маглаперідзе, В.І. Веретенников, В.В. Харапкіна, О.Л.

Чучко. — Донецьк: Норд-Прес, 2007. — 229 с.

2. Оценка эффективности инвестиционных проектов / В.П.Савчук[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ecodn.info/text/Econom/investments/savchuk/>

3. ТЭО инвестиционного проекта[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.akagene.com/feasibility-study-for-the-investment-project/>

**CAN RELIGION BE REGARDED AS A SOURCE
OF INSPIRATION FOR BRINGING JUSTICE IN INTERNATIONAL
RELATIONS TODAY?**

Iana Koliasa

Lazarski University, Warsaw, Poland

Many scholars in the area of religious studies make an emphasis on the significant impact of religion on almost all areas of life, especially on decision-making in international relations. Ninian Smart and Richard D. Hecht have claim that sacred texts of world religions are sources of inspiration, patterns of behavior and perception of reality. Moreover, these scriptures have a substantial role in formation the division on wrong and right norms of behavior in community (Lepard 2005).

The world's scriptures represent the basic belief that all people as human beings should be united and present one large family. The Torah asserts that it is necessary to love our neighbors as we love ourselves. The Hebrew scripture stress on existence one common father for all and the fact that all we were created by one God. Similarly, Buddhist scripture states about the need to care for others in the ways mother loves her children. In addition, Buddha's teaching is based on assertion that all people regardless their religion and countries belong to one biological kind. The scriptures of Analects encourage people to consider all others as brothers. In accordance with Koran, all people were created from one soul and every individual is a child of Adam. Moreover, we all lived as one family, one community and one nation and only later all were divided around the world.

Christianity also argues for ability to care for every person because we are one human family. It can be demonstrated in the story of Good Samaritan that is one of the famous parables of Jesus Christ, mentioned in the Gospel of Luke. It talks about compassion and selfless assistance to a person in poverty on the part of the Samaritan passer, a representative of the ethnic group that the Jews do not recognize coreligionists. According to some scholars, this parable shows that there are instances of human kindness among all nations and all faiths. Moreover, the law and the commandments of God are executed by people of different nationalities and different religions. One of the highlights of this parable is the interpretation of the word "neighbor" to the questioner and scribe and Jesus Christ. The neighbor is the man who belongs to one family or a common ethnic or religious group. According to many researchers, these words,

among others, have also expressed the need to consider the neighbor as every person who is in trouble or in need of help.

The main idea of the youngest religion Bahai Faith is the unity of God, religion and humanity. The basic principle of the Baha'i Faith is an independent search for truth, equality between men and women, the unity of science and religion, the rejection of all forms of prejudice including racial, sexual, ethnic or religious, universal education, the construction of a new civilization which is based on spirituality. Bahai states that there is only one religion as immutable faith of God which is an eternal in the past and in the future. In addition, Earth is the only one state and all people are its citizens. The purpose of the Baha'i religion is to realize the unity of humanity and achieve the world peace (Bahai Topics 2014).

According to the Golden Rule which has an important place in all religious scriptures, all people should treat others in the same way as they want to be treated. It has to be identified by other principles of morality and not just our personal options (Lepard 2005, p. 35). Morale embodies the unity of the individual, personal and general and as Kant stated that man is subject to morality not only his own but also common law. The universality of the Golden Rule of morality emphasizes the fact that it arose in the middle of the first millennium BC, almost simultaneously and independently in different cultures but substantial part has similar wording. The golden rule of morality doesn't only formulate the general rate of relationships with other people but also provides a mechanism to detect such universality. When person imagine her on the place of other person, other person has to have similar degree of humanness, dignity and feeling of fairness as you would want. In this sense, the Golden Rule oversteps the divide of class, status and the color of skin. This is what does the Golden Rule such strong and universal principle (Putnam 2006).

As an expression of a general philosophical and moral law, the golden rule may have different views in different cultures. In most cases, it is the shortest and the most important ethical principle. The Torah teaches to love our fellows as we love ourselves and the things that we don't like we shouldn't do in relation to others. It can be explained by the teaching that all people are created according to God's image and that's why all should act similarly to him. The Buddha claims that we should feel us on the place of others and this will not allow harming others more than we would like to be harmed. Confucius teaches that all shouldn't do actions that they want that others do with relation to them. Jesus argues about treatment others even better than we want to be treated because we need not consider our own interests firstly but the interests of others.

In the Koran, the golden rule is not found but it is both in the positive and negative interpretation of Sunnah as one of the sayings of Muhammad who taught that all people should treat others as they want to be treated. The scripture

of Bahai teaches people don't wish to others that they don't wish for themselves. The Golden Rule has the same essence in all religions and the difference is only in interpretation and examples.

The implementation of good deeds is stressed in the scriptures of all main religions. Religion teaches us the virtues because good deeds are the basis of organic development of all society. Compassion is not going anywhere not disappear because the results are always good things in society, and sooner or later they will return to the one who did them. However, the views on what is good change according to the change of social and economic systems, people still believe that good is all positive, good and useful. For instance, Buddha teaches to make good deeds and do attempts to control the minds. The different parables demonstrate necessity and importance of good deeds such as Good Samaritan in Christianity. Bahai and Koran require not just speaking good words and forget about them but confirm all that we say by performing of good deeds. People should endeavor to implement their ideals and don't just describe them without any actions. All words should not differ from the deeds (Leopard 2005, p. 39).

The necessity to possess and develop some personal virtues and perform appropriate moral duties is detailed described in main scriptures of world religions. The goodness and compassion are the two virtues which should all people have in relation to others. However, there are cases when people should close their eyes on own kindness and treat criminals according to justice. The Bhagavad Gita teaches that people haven't the right to do injury to any living creature and should demonstrate just kindness and compassion. Confucius firstly place justice and only than kindness. Jesus encourages acting kindly and expression the compassion to others. Christianity teaches to love even people who did bad deeds with relation to us, even our enemies. According to Buddha, love and compassion is a powerful tool to address a large number of negative karma and the best way to solve all problems. Compassion and kindness can eliminate even the most powerful negative karma for a moment. Disinterestedness and generosity are others personal virtues which are necessary to possess. The teachings of scriptures inspire us to give and don't expect it in return. Selfishness is strictly criticized because selfish people don't think about what others feel and that's why they violate the majority of all moral principles. Buddha teaches to give willingly our wealth to those who really experienced difficulties and suffer.

All religious people should voluntarily provide the assistance for injured, poor and needy because all people belong to one human family. Every person has to be patient and forgive others all offences. The passages from all religious scriptures inspire to forget about acts of harm and anger by others. Buddhist scripture teaches respond to bad deeds by love and compassion but not hate. Jesus argues that if we don't forgive, God also will not forgive our deeds. The

same attitude to forgiveness is in Koran and Bahai Faith. Also many religions argue against use of force in international affairs, for instance Confucius teaches that all should aspire for avoidance of competition and just try to achieve harmony in all areas of life.

All the scriptures of world religions demand honesty, devotion to promises and humility. It is required to speak the truth and don't use false speech for any benefits in any life situation. The implementation of promises is obligatory according to Buddha, Torah, Bhagavad Gita, Confucius, Jesus and others. Also Bahai Faith states that it is very dishonest don't keep the promises and in the case when person don't perform his promise he shouldn't assure about anything. We should make decisions because it is the right choice and not our self-interest. In accordance with Koran, justice is on the first place and we should operate justly despite the feelings of our close people.

Human dignity received increased attention because of the fact that it belongs to everyone from birth and does not depend on the citizenship of the state. Bhagavad Gita and Koran states that all people are equal regardless their citizenship, gender, color of skin, religion. The Torah encourages people to have good attitude to foreigners and respect their freedom. Buddha claims that all people as human beings belong to the same biological species. Bahai Faith also states that all prejudices and any discrimination about gender, race and others should be excluded.

Before the events of 11 September, world religions such as Christianity and Islam were an integral part of the policy 19th and 20th centuries, both on the local and global level. For example, American Protestant theologians and religious activists played a crucial role in the creation of the League of Nations after 1919 and the United Nations in 1946. European Christian Democrats in Italy, Germany, the Benelux countries and France had taken the first steps towards the establishment of the project of European integration and expansion in the 1950s. Today in Europe there are still remnants of the Christian state which has kept the legacy fusion of Greco-Roman philosophy and biblical revelation (Pabst 2013).

Since the break up USSR and particularly after the attacks of 9/11 there has been rising talks of the identification role of religion in formation the pattern of behavior of countries toward each other. The first proof of such concern was the wide discussion of Samuel Huntington's Clash of Civilizations in which he claims that religion will be the most considerable label of identity and the crucial factor of conflicts in international affairs. The universities in the USA began proposing courses in Religion and international relations under a wide variety of programs because of increasing interest in the subject. The examples of using religious principles for decisions by key leaders can be demonstrated in approach of the President Jimmi Carter to the Middle East conflicts about human rights which was defined by his Christian persuasions.

Also the policies of George W. Bush and Prime Minister Tony Blair on Iraq's issues were determined by their respect to religious convictions. However, it is interesting that George W. Bush, calling for a merciless war against international terrorism, appealed to God, believing that God is in this fight is not neutral. But Bin Laden also appealed to God. Similar to actions of state actors, the behavior of non-state actors such as Al-Qaeda and HAMAS also can be explained by religious reasons but with anger and bad deeds (Hunter 2010).

In the past, religion had a great impact on the behavior of international actors; however, the role of religion was not so observed. Nowadays the situation has not changed and religion can be used as source of conflicts or the reason for making the peace. Religious scriptures have substantial impact especially on decision-making and resolving conflicts in international relations.

Today many famous people refer to own religious persuasion in resolving conflicts on international arena. For instance, Syrian conflict is one of the conflicts where religious beliefs of different leaders can have substantial impact not only on Syria but on other countries. The head of the Council of Ulema of the Russian Association of Islamic Accord (RAIS - Russian mufti), Farid Salman spoke on behalf of the Council with a statement in which he urged the leaders of the U.S., France and Turkey about refusal from attacks in Syria. He states that it seems that the U.S. government imagined themselves the sole owner on the planet. Believers in God know that the Egyptian Pharaoh once imagined himself as the Supreme Lord in the world and God determined the punishment for him in another world. He asked to cease all kinds of humanitarian interventions and don't allow that world go in the new world war. RAIS representative reminded Barack Obama that his predecessors has unleashed war and bloodshed in Iraq, Yemen, Afghanistan, Pakistan (News, 2013). Also, Maduro, the President of Venezuela sent the letter to Barack Obama and asked him to cease any intervention in Syria. The main reason of such obvious peace policy by churches in resolving Syrian crisis is the religious convictions that don't allow anger, injury, hostility and other immoral actions towards people.

Religion has many impacts on international affairs including its capacity to be source of justice, change the world views of famous leaders and their citizens and negative influences such as source of terrorism and different conflicts. The proof that religion can have influence on views of peoples is obvious because of wide number of warfare and long conflicts. For instance, the decisions a lot dependent on policy maker's religious beliefs and this can lead to positive or negative consequences such as international incidents. The authority of Iran can feel that its actions are divinely inspired and cannot be false that's why it continues to develop the nuclear arms program. The other example is Arab-Israeli conflict where both leaders should consider the possible

reactions of their population on any agreement especially with relation to placing sacred sites.

To sum up, analysis of main religious principles of the widespread world scriptures confirms that religion can be regarded as a source of inspiration for bringing justice in international affairs. Despite the differences between all religions they all have the same principles of morality toward people but have dissimilar formulation of them. Religion performs a regulatory role in our society by teaching to live in accordance with morality and peaceful coexistence regardless the status, race, gender and policy perceptions. People follow religious teachings from scriptures and use them for justice and making decisions in international relations.

References:

1. Bahai Topics, 2014. *The Bahai Faith*, viewed 7 January 2014, <<http://info.bahai.org/>>.
2. Hunter, Shireen, 2010. *Religion and International Affairs: From Neglect to Over-Emphasis*. E-International Relations, viewed 7 January 2014, <<http://www.e-ir.info/2010/04/07/religion-and-international-affairs-from-neglect-to-over-emphasis/>>.
3. Lepard, Brian, 2005. *Hope for a Global Ethic: Shared Principles in Religious Scriptures*. Willmete, Illinois: Bahai Publishing.
4. News, 2013. *Russian Mufti reminded Barack Obama that "there is Moses for every Pharaoh"*, viewed 7 January 2014,
5. < <http://www.newsru.com/religy/09sep2013/salman.html> >.
6. Pabst, Adrian, 2013. *Did God back? The WPF "Dialogue of Civilizations"*, Viewed 7 January 2014, < <http://wpfdc.org/translation/russian/18364-bog-vernulsya-ustojchivoe-prisutstvie-religii-v-mirovoj-politike> >.
7. Putnam, Mark, 2006. *Reflections on the Golden Rule*. Global Ethics University, viewed 5 January 2014, <<http://www.globalethicsuniversity.com/articles/thegoldenrule.htm>>.

РОЛЬ ПАРИЗЬКОГО ТА ЛОНДОНСЬКОГО КЛУБУ У ВРЕГУЛЮВАННІ СВІТОВОЇ ЗАБОРГОВАНOSTI

Бутенко Анна Миколаївна

студентка факультету міжнародних відносин Ужгородського національного університету, м.Ужгород

Існує багато способів урегулювання зовнішнього боргу державою. Один з можливих виходів – це звернення до Паризького чи Лондонського клубу кредиторів. В такому випадку реорганізація більшості зовнішніх

офіційних боргів, тобто кредитних угод, де в ролі кредитора виступає інша держава, відбувається в рамках Паризького клубу, а у Лондонському - заборгованості перед комерційними банками [1,с.402].

Створений у 1956 році Паризький клуб є неформальною організацією, що об'єднує інтереси країн-кредиторів (переважно країн ОЕСР). Клуб об'єднує уряди 19 країн-кредиторів (ФРН, США, Італія, Японія, Франція, Швейцарія, Іспанія та інші). Справи Паризького клубу веде постійний секретаріат при Міністерстві фінансів Франції [5].

Однією з основних умов прийняття Паризьким клубом кредиторів рішення про реструктуризацію боргів є наявність належної програми, яка має підтримку Міжнародного валютного фонду і демонструє необхідність зменшення боргового тягаря.

В його переговорах може брати участь будь-яка держава-кредитор, що утримує зобов'язання з позик, умови яких підлягають переглядові. Як правило, учасниками переговорів у рамках Клубу виступають МВФ, Всесвітній банк, ЮНКТАД та сама країна-боржник, яка звертається з проханням переглянути умови обслуговування її заборгованості [6].

Діяльність клубу базується на двох принципах:

- надання необхідної зовнішньої фінансової допомоги у позиковій формі (або пільгового погашення «старих» боргів);
- сприяння проведенню внутрішніх реформ і структурній перебудові економіки держав — реципієнтів коштів [5]

Питання про реорганізацію офіційного боргу Паризький клуб розглядає за умов, якщо:

- наявна безпосередня загроза припинення платежів з погашення заборгованості, що має бути доведено країною-боржником;
- країною-боржником здійснення програма макроекономічних перетворень.

У ході розгляду питання про можливість перегляду погашення кредиту Паризький клуб здебільшого дотримується принципу рівних умов, тобто рівномірного розподілу тягаря непогашених боргових зобов'язань, згідно з яким країна-боржник має домогтися від інших категорій кредиторів (приватних та нечленів Паризького клубу) аналогічних поступок з усіх кредитів, з таким самим строком погашення, аби країна-боржник не використовувала отримані пільги на покриття боргових зобов'язань перед іншими категоріями кредиторів.

Умови, на яких реструктуруються борги країн, що розриваються, Паризький клуб періодично переглядає. Найвідомішими серед них є Торонтські, Лондонські, Неццольські та Ліонські умови [4,с.320].

Уряд України у 2001 провів переговори з клубом і домовився реструктурувати зовнішній борг на суму 580 млн дол. США за період

2000–2002 на термін 12 років з пільговим періодом у 3 роки. Реструктуризація скоротила (шляхом відстрочки) виплати Паризькому клубу з 800 до 285 млн дол. США.

Лондонський клуб кредиторів, офіційно відомий як «Консультативний комітет комерційних банків» — неформальне об'єднання, в яке входить біля 1000 банків-кредиторів. Діє подібно до Паризького клубу кредиторів. Він виступає форумом, на якому відбувається реструктуризація боргів, наданих комерційними банками (без гарантій з боку урядів країн-кредиторів). У 1990-ті через механізм Лондонського клубу пройшли Аргентина, Болівія, Бразилія, Болгарія, Мексика, Нігерія, Польща, Філіппіни та інші країни [2,с.226].

Як і у випадку Паризького клубу, у нього немає статуту, а склад членів змінюється у міру необхідності. Клуб не має чітко визначеної структури і збирається у складі тих банків, які мають найбільші вимоги до країни-боржника, справу якої вони розглядають.

У рамках Лондонського клубу банки укладають з урядом країни-боржника угоду або про щорічну реструктуризацію боргу, або про багаторічну реструктуризацію, якій підлягають лише виплати основного боргу. Всі інші прострочені суми повинні бути виплачені в момент підписання угоди про реструктуризацію [3,с.285].

Однією з головних передумов підписання угоди про реструктуризацію є, як правило, прийняття країною програми Міжнародного валютного фонду зі структурної перебудови економіки і здійснення економічних реформ.

Лондонським клубом передбачені такі заходи, спрямовані на реструктуризацію боргу:

- викуп зі знижкою урядом країни — боржником приватного боргу своїх компаній в іноземних банків;
- обмін зі знижкою боргів на інші активи (наприклад, акції національних компаній), скорочення платежів для обслуговування боргу і надання нових позик для виплати старих боргів [2,с.232].

Сьогодні обидва клуби є форумом для багатосторонніх переговорів західних інвесторів різного виду із найбільшими боржниками. Основна специфіка їх діяльності полягає у завуальованій діяльності, оскільки і клуби, і країни-боржники намагаються не афішувати свої труднощі у фінансовій сфері, пов'язані з виплатою боргових зобов'язань.

Список використаних джерел:

1. Боринець С. Я. - Міжнародні валютно-фінансові відносини: Підруч. для ВНЗ. — 5-те вид. перероб. і доп.— К., 2008. — 582 с.
2. Карлін М.І. Фінанси зарубіжних країн: [навч. посібник] / Карлін М.І. — К.: Кондор, 2004. — 384 с.

3. Мельник П.В. Банківські системи зарубіжних країн: [навч. посібник] / П.В. Мельник, Л.Л. Тарангул, О.Д. Гордей. – К.: Алерта, 2010. – 586 с
4. Міжнародна економіка: навч. посібник / [під заг. ред. О.Г. Гупала]. – К.: Хай–Тек Прес, 2007. – 368 с.
5. Про результати аналізу причин та фінансових наслідків реструктуризації зовнішніх боргових зобов'язань України перед органами управління іноземних держав - членів Паризького клубу кредиторів/ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ac-rada.gov.ua/control/main/uk/publish/article/39647>
6. Сторінка Паризького клубу кредиторів/ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.clubdeparis.org/>

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСІВ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ У МЕЗОРЕГІОНАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ ПРИКОРДОННИХ ОБЛАСТЕЙ

Мекшун Павло Вікторович

викладач кафедри економічної теорії Чернігівського державного інституту економіки і управління

Важливою умовою успішного розвитку національного господарства є вирішення завдання входження країн у світовий глобальний простір за умов захисту національних економічних інтересів від можливого негативного впливу глобалізаційних процесів. Процеси транснаціоналізації економіки характерні для всіх постсоціалістичних країн.

Конференція ООН виділяє ряд ознак, які в сучасному світі характеризують ТНК: філії або дочірні компанії повинні знаходитися не менше ніж у 6-ох країнах світу; річний обсяг продажу повинен складати більше ніж 100 млн. дол. США; 1/5 – 1/3 загального обсягу обороту компанії повинні походити із зовнішніх, ніж ринок країни базування, ринків; частка закордонних активів повинна становити 25-30% у загальній вартості активів компанії.

Темпи зростання і наявна кількість ТНК показують, що процеси транснаціоналізації стали масовим явищем. За даними ООН, зараз у світі існує більш як 65 тис. ТНК. Вони керують понад 850 тис. зарубіжними компаніями по всьому світу із кількістю працюючих понад 80 млн. осіб. На сучасному етапі розвитку ТНК контролюють: понад 50% світового промислового виробництва, 67% міжнародної торгівлі, понад 80% патентів і ліцензій на нову техніку і технології, майже 90% прямих зарубіжних інвестицій. Їм також належить: 90% світової торгівлі пшеницею, кавою, кукурудзою, лісоматеріалами, тютюном, залізною

рудю; 85% – міддю, бокситами; 80% – оловом, чаєм; 75% – натуральним каучуком, сировою нафтою [1, с.77].

На сьогоднішній день провідну роль у глобальних процесах відіграють ТНК США, які за характером і масштабами торгово-інвестиційної експансії випереджають аналогічні компанії інших країн. Посилнюється також позиція ТНК держав Західної Європи, Японії і країн, що розвиваються.

У пострадянських країнах ТНК не настільки потужні за масштабами торгово-інвестиційної експансії. В Росії експерти нараховують від 30 до 40 не фінансових ТНК [2]. У 2013 р. очолили рейтинг російських ТНК компанії «Газпром», з річним обсягом реалізації на суму 157777,8 млн дол США і філіями у 11 країнах світу, і «ЛУКойл», з річним обсягом реалізації 111433 млн дол США і філіями у 23 країнах світу. В Україні у 2013 р. тільки дві компанії, згідно визначення ООН, вважалися ТНК – НПП «Інтерпайп» (річний обсяг продажу 10230 млн дол США, філії розташовані у 8 країнах) і ФПГ «СКМ» (річний обсяг продажу 8151 млн дол США, філії розташовані у 6 країнах) [3]. У Республіці Білорусь існує тільки одна національна ТНК – «Мінський тракторний завод», який має філії у 12 країнах світу і річний обсяг продажу 16347 млн дол США [4].

Індекс транснаціоналізації економіки приймаючої країни (TNI_{he}) оцінює частку іноземних ТНК в економіці тієї чи іншої країни. Статистика UNCTAD розраховує даний індекс для більшості країн світу. У 2011 р. в Україні він становив 29,3%. Це свідчить про поступове збільшення іноземних ТНК, які розміщують свої дочірні підприємства і філії в Україні. Українська економіка зацікавила іноземних інвесторів, насамперед, природно-сировинною базою і дешевою робочою силою. Не останніми мотивами приходу ТНК у вітчизняну економіку також стала можливість завоювання нового великого ринку збуту продукції і послуг та участь у приватизації, особливо стратегічних об'єктів.

Розвиток вітчизняних ТНК може стати засобом підйому національної економіки та шляхом виходу з економічної залежності від інших держав. Зарубіжний досвід свідчить, що національний капітал спроможний витримувати конкуренцію з іноземними ТНК лише тоді, коли він сам структурується в потужні фінансово-промислові об'єднання, адекватні міжнародним аналогам і здатні проводити активну зовнішньоекономічну політику. На думку дослідників проблем діяльності ТНК в Росії, транснаціоналізація російських корпорацій просувається настільки швидкими темпами, що економічне, політичне, юридичне, фіскальне, осмислення цього процесу набагато відстає від практичних проблем, висунутих виходом російських ТНК на зарубіжні ринки. Індекс транснаціоналізації економіки Росії, як приймаючої країни, становив у 2011 р. 17,7%. [2].

Регулюванням іноземних інвестицій в Білорусі займається Консультаційна рада по іноземним інвестиціям при Раді Міністрів Республіки Білорусь. У зв'язку з тим, що індекс транснаціоналізації економіки Білорусі, як приймаючої країни, низький (у 2011 р. становив 4,2%), зусилля органів державної влади спрямовуються на залучення ПІ в усі галузі економіки, крім виробництва зброї, наркотичних і отруйних речовин [5].

Таким чином, процеси транснаціоналізації економіки України, Білорусі і Росії відрізняються за темпами залучення прямих іноземних інвестицій і формування вітчизняних ТНК.

Список використаних джерел:

1. Кравченко М. Проблеми залучення прямих інвестицій транснаціональних корпорацій в економіку України / М. Кравченко // Персонал. – 2007. – №3. – С.77 – 81.
2. Российские транснациональные корпорации продолжают зарубежную экспансию даже в условиях мирового кризиса: научное исследование / Рук. авт. коллектива А.В. Кузнецов. – М.: ИМЭМО РАН, 2009. – 60 с.
3. Антоненко О.І. Деякі тенденції розвитку транснаціональних корпорацій в Україні / О.І.Антоненко, О.А.Чурилова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/fkd/2011_1/part3/56.pdf
4. Калинин Д.С. От белорусских предприятий к белорусским ТНК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.neg.by/publication/2004_05_28_4059.html?print=1
5. Инвестиции в Беларуси – официальный сайт Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belarus.by/ru/business/belarus_investment

**ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНИХ ПОГЛЯДІВ ТИТ
ВОЙНАРОВСЬКОГО НА СТИМУЛЮВАННЯ ПОСТУПУ
ЕКОНОМІЧНИХ ЗНАНЬ В ЗАХІДНІЙ УКРАЇНІ ДРУГОЇ
ПОЛОВИНИ ХІХ – ПЕРШОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТОЛІТТЯ**

Голубка Михайло Михайлович

Львівський кооперативний коледж економіки і права

Тит Войнаровський являється важливою особистістю, яка поєднує в собі дух священника, а також природжений хист економіста-кооператора. Період 1894-1910 рр. для Т. Войнаровського характеризується тим, що він був душпастирем у Валинцях Городенківського повіту. На запрошення митрополита А. Шептицького звідти Тит перебрався до м. Львів, де став завідувачем митрополичими маєтками. Але перед тим його обрали послом до Віденського парламенту. Також варто відзначити, що Т. Войнаровський вів активну діяльність, мав широкий світогляд та був щирим патріотизмом. Для діяча було відоме важке селянське життя, особливо в період свого душпастирства, коли Т. Войнаровський, будучи учасником дебатів навколо аграрних проблем у парламенті, всіляко прагнув поліпшити життя українського селянства. Дослідник активно проводив ораторське мистецтво, про що свідчить його промова, яка була виголошена 15.12.1908 р. у Державній Раді з приводу бюджетного процесу. У даній промові Т. Войнаровський прагнув захистити українських селян.

Т. Войнаровський зізнався, що виступає захисником українського селянства. Автор промови у своїх аргументах спирався на особливості формування селянського бюджету, забезпечення оптимізації дохідної та видаткової частин статей бюджету. На думку Т. Войнаровського, сільське населення, за проведеними ним розрахунками, увесь час мешкає в стані недобору, також має у заборгуванні земельну власність, що обмежує потреби українського селянина. Селянин погано харчується та не має потреби навчатися, адже більшість людей серед селянства було неписьменним.

Важливе значення Т. Войнаровський приділив дослідженню селянства на території промислово розвинутих країнах. Зокрема, на території хліборобських країнах був підвищений рівень еміграції. Люди із сіл покидали рідну землю, щоб уникнути голодної смерті. Також Т. Войнаровський відмічав позитивні риси «грошової господарки», адже на його думку, саме це привело до розвитку духовної культури громадян. На

думку Т. Войнаровського, вплив міжнародного грошового капіталу на українське селянство – це негативне явище.

Значну шкоду у формуванні та розвитку грошового капіталу Т. Войнаровський розглядав у втручанні у закони попиту та пропозиції на продукцію агропромислового комплексу. На його думку, грошовий капітал знижує цінову політику на продукти АПК. Адже все, що виробляють селяни, їх заставляють продавати за таку ціну, яку встановлюють представники капіталізму. Також Т. Войнаровський розглядав особливості формування промислових монополій (трестів), які організовано діють на ринках. Автор у своїх доводах зазвичай посилався на літературу з політичної економії, праці соціальної школи, що вказує про наукову обізнаність Т. Войнаровського з представниками тогочасної економічної теорії. Але ці доводи мають певні суперечності з точки зору окремих дослідників, які відзначають, що Т. Войнаровський під час проведених досліджень використовував методи лише особистого спостереження.

Т. Войнаровський як економіст із середовища священника, дуже вболівав за розвиток духовної культури селян та відповідав за формування селян середньої ланки. Саме ця верства населення на території Галичини втрачала свої економічні позиції. На думку Т. Войнаровського, середня верства селян була ринком збуту для розвитку світового рівня промисловості. Саме Т. Войнаровський відзначав, що добробут народу і майбутнє нації залежить від розвитку селянства, тому дослідник був прихильником збільшення селянського володіння за рахунок поміщицького. Цьому процесу сприяла парцеляція останнього. З трибуни парламенту священник-економіст Т. Войнаровський заявив, що насамперед буде займатися парцеляцією. Також діяч підтримував еміграцію селян, адже відзначав, що зароблені за кордоном гроші селяни використовують для закупівлі ґрунтів. На думку Т. Войнаровського, селяни покидають край з різними економічними, культурними та політичними складовими української культурної спадщини. Т. Войнаровський відзначив, що місті роль звичайних українців зведено до ролі наймитів.

Варто відзначити, що Т. Войнаровський осуджував політику владу, направлену на марнотратство селянського часу. Зокрема, діяч зазначав, що селян привчали ходити на ярмарки – це один із видів витрат робочого часу. Зокрема, селянські господарства, на думку Т. Войнаровський, руйнують стихійні лиха, зокрема повені. Автор відзначає, що на території Галичини немає ні однієї дійсно урегульованої ріки. Також Т. Войнаровський критикує байдужість сільського начальства та виступає на захист української народної освіти.

Зміст промови Т. Войнаровського на засіданні австрійського парламенту торкається проблем становища українського селянства на

території Галичини, яку відверто назвав колонією Австро-Угорської імперії. Т. Войнаровський будучи українським парламентарієм виявив добрі знання економічної ситуації в Галичині та ставився із розумінням щодо розвитку поліпшення процесу землезабезпечення селянства та підвищення його освітнього рівня.

Також Т. Войнаровський, окрім закликів щодо входження до асоціації, брав безпосередню практичну участь у цій справі. Саме цей діяч виступав засновником «християнських склепиків» на паях, а в подальшому розгорнув широку акцію парцеляції поміщицьких земель. Саме Т. Войнаровський з допомогою митрополита А. Шептицького здійснив викупив та провів розпарцелювання понад 40 тисяч моргів землі в багатьох селах на території Снятинщина, Коломиївщини, Городенківщини, Станіславівщини та під м. Львів. Зокрема, парцеляційне товариство «Земля» було засновано Т. Войнаровським у 1907 р., а вже в 1909 р. було створено «Земельний банк гіпотечний» з метою забезпечення допомоги селянам у парцеляційних заходах. Грунтуючись на висловлюваннях Т. Войнаровського формулювали свої дослідження такі діячі як Андрій Пеленський, Степан Онишкевич на Рудеччині та ін.

Доцільно зазначити, що Т. Войнаровський здійснював активну підтримку журналу «Економіст», який розпочали публікувати у м. Львів з 1904 р. Саме цей журнал став осередком української економічної думки кооперативного руху на території Галичини на поч. 20 ст. У публікаціях журналу «Економіста» Т. Войнаровський опублікував «Внесення у справі відцвощення селянської посілості» та інші наукові публікації.

Значну роль та значення у науковій творчості Т. Войнаровського здійснює історико-економічна розвідка даного діяча «Вплив Польщі на економічний розвій України-Руси», яка була опублікована в 1910 р. У даній науковій роботі автор проводить дослідження економічного розвитку України, починаючи з періоду Київської Русі. На думку Т. Войнаровського, господарські відносини мали натуральний характер. Зокрема, з приводу грошової господарки, то, за Т. Войнаровським, вона була розвинута на території Візантії, зокрема у невеликих приморських містах і в розсіяних колоніях. У даному процесі активна участь була відведена товаризації економіки у Київській Русі.

Також розширювався сектор товарно-грошових відносин, але українських громадян дуже поневолювали на користь чужинцям. Зокрема, процес колонізації в Україні був посилений включенням Галичини до складу Польської імперії. Для зміцнення в Галичині чужинецького елемента за магдебурським правом до українських міст на пільгових умовах були запрошені чужинці. Саме у становленні та розвитку чужинецькому елементі сприяли поляки.

Сформульоване визначення має принципову роль для розуміння участі українського населення в урбанізації вільної території. Варто відзначити, що окремі дослідники зазначають, що українські громадяни обмежували міські поселення, де розвивали землеробство. Зазвичай, автори таких поглядів не з'ясовують причини цієї ситуації, замовчують факт насильницького усунення українців із міст. У 18 ст. вони опинилися на передмісті. Саме це стало причиною того, що український елемент набував більш селянського характеру. Починаючи із середини 16 ст. Польща стала «пеклом хлопів» та початком розвитку нової доби українського селянства. Селяни були звільнені від панщини, але за це необхідно було зробити викуп.

З метою поліпшення свого становища, селянство намагається придбати землі шляхом парцеляції поміщицьких маєтків. Зокрема, Т. Войнарівський одночасно закликав вести ефективне господарство. На думку діяча, національна економіка залежить від ефективної праці. Т. Войнарівський виступав проти думки Т. Мальтуса, який відзначав, що людство через обмеженість ресурсів приречене терпіти голод. Разом з тим Т. Войнарівський звинувачував капіталістів в тому, що вони штучно знижують ціни на продукцію АПК та негативно впливають на розвиток українського селянства.

Саме цей вислів Т. Войнарівського був спрямований проти централістичних доктрин соціалістів, згідно з поглядами яких немає перспективи розвитку українського селянства. Зокрема, багато соціалістичних доктринерів за Т. Войнарівським руйнували селянську власність та сприяли прискоренню процесу пролетаризації та розгортання класової боротьби.

Т. Войнарівський взагалі не погоджувався з такою позицією. У селянському стані Т. Войнарівський вбачав майбутнє української нації та дотримувався соціальних доктрин християнства.

Варто відзначити, що Т. Войнарівський негативно відносився до тих українських економістів, які начиталися західноєвропейської літератури про охорону промислового робітника перед визиском фабрикантів-капіталістів, забуваючи, що «ми не в Західній Європі, а в Галичині». Тому Т. Войнарівський як видатний економіст був проти механічного перенесення в Галичину доктрин, які були присвячені розвитку економічної ситуації Західної Галичини.

Автор Т. Войнарівський відзначав, що в останні роки на території Галичини важива роль відводилася розвитку економічних зв'язків з іншими провінціями монархії. Саме цьому процесу сприяло будівництво залізниць, що полегшували зовнішньоекономічну діяльність. Але це не могло змінити аграрну позицію економічної думки Т. Войнарівського. На думку автора, селянські інтереси вимагають ще більшої уваги.

Для підвищення ефективності формування та розвитку селянських інтересів, на думку Т. Войнарівського, доцільно усувати шкідливі малій селянській власності чинники та сприяти розвитку середньої лаки селян. Перш за все необхідно сформувати корисні умови для підвищення доходу селянських господарств. Ключовим завданням у цьому випадку, на думку Т. Войнарівського, було залучення селян до сільськогосподарських товариств. Для цього було доцільно усунути посередників у збуті продукції сільськогосподарського призначення.

Саме розвиток посередництва, на думку Т. Войнарівського, приймає негативний вплив на формування ринкових відносин селян. Діах виступав проти перекупників, які здійснювали негативний вплив на розвиток українського селянства.

Для зменшення негативного впливу польсько-панського панування Т. Войнарівський прагнув до розвитку освітнього процесу. Він зазначав, що потрібно запровадити хоча б 4-х класову систему освіти, а згодом відкрити університети. Автор відзначав, що потрібно українцям самостійно вирішувати це питання.

Це пояснював він тим, що селян у світі найбільше. Але щоб розвиток села був високим, то потрібно стимулювати єдність українських громадян.

Також Т. Войнарівський сприяв розвитку єдності селян, з'єднання в повітові союзи та формування краєвого господарського товариство. Саме такі організації сприяли взяттю під опіку всього, що селяни продають і купують, враховуючи ринкові ціни. Вище наведені твердження вказують на те, Т. Войнарівський дуже прискіпливо розглядав різні аспекти економічного розвитку та сприяв підвищенню якості життя українських селян. Саме формування селянської кооперації стало наслідком забезпечення селян землею та підвищення рівня їх освіти. Все це неабияк вплинуло на розвиток глибокого знання сільського існування на території Західної України.

Разом із піклування про селян Т. Войнарівський турбувався про долю всієї Галичини. Натомість, багато інших дослідників дещо обмежує економічні погляди Т. Войнарівського та розглядають лише аграрно-селянську проблематику. На той час українське селянство було найчисленнішою верствою на території Галичини. Т. Войнарівський відзначав, що вища ефективність сільського господарства та розвиток допоміжних промислів здійснюють вплив до рівномірнішого розподілу доходів серед населення. Все це впливає на розвиток позитивного соціального явища. Саме воно збільшує податкову базу держави й уможлиблює стимулювання економічного поступу через належну фіскальну та монетарну політику на території України.

Організаційні та парламентські зусилля Т. Войнарівського були направленні на докорінне підвищення ефективності економічного

становища селянства, збільшення рівня асоціативності та кооперативності їх поведінки. Т. Войнаровський як священник-економіст був дуже діяльною особистістю. Упродовж своєї діяльності Т. Войнаровський став співпрацював одночасно з 18-ма різними організаціями.

Т. Войнаровський здійснив значний внесок у створення та розвитку товариства «Сільський Господар», яке проводило всебічну роботу серед українського селянства Галичини у 20-30 роки ХХ ст. Діяч всіляко сприяв розвиткові суспільної аграрності, піднесенню культури господарювання. Варто також відзначити, що товариство «Сільський Господар» проводило тісну роботу з українською кооперацією і товариством «Просвіта», яке приносило великі успіхи в період між двома світовими війнами. В сонову діяльності Т. Войнаровського було покладено збереження єдності свого народу та піднесення української культури. На його думку, це можна було забезпечити передусім шляхом збільшення селянського землеволодіння. Поряд з цим, священник-економіст нехтував іншими галузями економіки, зокрема промисловістю. Але він відзначав, що Галичина на той час була на колоніальному становищі, а її міста і промисловість перебували в чужинецьких руках завдяки кількасотлітній колонізації.

Т. Войнаровський був патріотом своєї країни та постійно закликав українську інтелігенцію до активної економічної акції, передусім у сільській місцевості. Варто також відзначити, що Т. Войнаровський ставився із довірою до селян. Діяч закликає селян до відкриття шкіл для розвитку освіти, створення господарських організацій, кооперативів, політичних інституцій. Дані процеси могли сприяти активній модернізації української нації та її адаптації до вимог економічного розвитку 20 ст.

Значну роль у своїх дослідженнях Т. Войнаровський відвів розвитку українського селянства. На його думку, українські селяни становлять найбільшу цінність для українського сьогодення та розвитку вітчизняної економічної системи.

Список використаних джерел:

1. Войнаровський Тит // Енциклопедія українознавства : Словникова частина : [в 11 т.] / Наукове товариство імені Шевченка ; гол. ред. проф., д-р Володимир Кубійович. — Париж ; Нью-Йорк : Молоде життя ; Львів ; Київ : Глобус, 1955—2003.
2. о. мітр. Тит Войнаровський: «Спогади з мого життя» // Історичні постаті Галичини ХІХ-ХХ ст; Наукове Товариство ім. Шевченка, Нью-Йорк, 1961
3. Стеблій Ф. І. Войнаровський - Столобут Тит Євген // Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Інститут

- історії України НАН України. — К. : Наук. думка, 2003. — Т. 1 : А — В. — С. 603.
4. Герцюк Д. Д. Войнаровський Тит // Енциклопедія сучасної України : у 30 т. / ред. кол. І. М. Дзюба [та ін.] ; НАН України, НТШ, Координаційне бюро енциклопедії сучасної України НАН України. — К., 2003—2016.
 5. Бабенко С., Гончарук Я., Гелей С. та ін. Українська кооперація: історичні та соціально-економічні аспекти".- Львів, 1998.-240с.
 6. Будівничі української кооперації //Українські кооператори..Історичні нариси. Книга II.—Львів:Вид-во Львівської комерційної академії, 2001.
 7. Українські кооператори. Історичні нариси. Книга 1. Львів: Коопосвіта,1999.
 8. Українські кооператори. Історичні нариси. Книга 2.Львів:Вид-во ЛКА, 2001.
 9. Українські кооператори. Історичні нариси. Книга 3.Львів:Вид-во ЛКА, 2007.
 10. Львів—столиця української кооперації //Українська кооперація: Історичні та соціально-економічні аспекти. Львів: Коопосвіта,1998.—Т.1.
 11. Шевченко О. Громадська діяльність Тита Войнаровського // Український історичний журнал. — К., 2008. — № 2 (479) (бер.-квіт.). — С. 86-91

ОСНОВНІ РИЗИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОСВІТНІХ ЗАКЛАДІВ В УМОВАХ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ДЕРЖАВИ

Гонта Олена Іванівна

доктор економічних наук, професор, Чернігівський державний інститут економіки і управління

Шестаковська Тетяна Леонідівна

викладач, Чернігівський державний інститут економіки і управління

Негативні наслідки системної кризи української економіки призвели до зниження ефективності державного регулювання у сфері науки і освіти, недофінансування потреб освітніх установ, падіння престижу педагогічної праці і відтоку кваліфікованих кадрів із сфери освіти, зниження соціальної захищеності суб'єктів системи освіти, погіршення умов організації освітнього процесу, обмеження можливостей громадян на рівний доступ до освіти та ін., що істотно вплинуло на рівень економічної безпеки сфери освіти і країни в цілому.

З переходом до ринкових відносин та розвитком транскордонного співробітництва у сфері виробництва освітніх послуг навчальні заклади

почали функціонувати в конкурентному середовищі, для якого характерні невизначеність і ризик. Це свідчить про те, що керівник навчального закладу повинен заздалегідь враховувати джерела та фактори ризику, загрози економічній безпеці освітньої діяльності.

Під фактором ризику розуміється причина, рушійна сила, здатна створити небезпеку або призвести до втрат. Джерела небезпеки мають природне, техногенне та соціальне походження. Не вдаючись у докладний аналіз і розгляд факторів ризику, слід відзначити, що, по-перше, факторів ризику, небезпек, загроз та інших деструктивних обставин, які можуть вплинути на результати фінансово-господарської та освітньої діяльності навчального закладу, значна кількість; по-друге, залежно від умов розвитку ринку освітніх послуг значимість тих чи інших факторів може змінюватися; по-третє, всі фактори ризику, небезпеки і загрози можуть бути згруповані за різними класифікаційними ознаками. Так, в залежності від можливості їх прогнозування слід виокремити ризики, які можна передбачити та непередбачувані. До перших належать такі, що відомі з досвіду діяльності навчального закладу, своєчасно виявлені та узагальнені економічною наукою. Непередбачувані небезпеки і загрози виникають раптово, несподівано. Вони пов'язані, як правило, з непередбаченими діями конкурентів, зі зміною правового поля, деформацією соціально-економічної або політичної ситуації, форс-мажорними обставинами і т.д. У цій ситуації завдання керівника освітньої установи своєчасно виявити ці небезпеки і послабити їх негативні дії.

Найбільшого поширення в науці набула класифікація ризиків залежно від сфери їх виникнення. За цією ознакою розрізняють внутрішні і зовнішні ризики. Зовнішні виникають за межами освітнього закладу, та не пов'язані з його діяльністю. Внутрішні ризики пов'язані з діяльністю самого навчального закладу, його персоналу. Вони обумовлені тими процесами, які виникають в ході виробництва та реалізації освітніх послуг і можуть зробити свій вплив на результати даного процесу. Найбільш значними з них є: якість планування та прийняття рішення, дотримання технології навчання, організація праці та робота з персоналом, фінансова політика навчального закладу, дисципліна і багато інших.

Існує значна кількість внутрішніх і зовнішніх факторів ризику. Це обумовлено різноманітністю зв'язків і відносин, в які обов'язково вступає освітній заклад. Під впливом різного роду факторів виникає загроза економічній безпеці освітніх закладів. До них можна віднести: зміна політичної ситуації; макроекономічні потрясіння; зміна законодавства, що впливає на умови освітньої діяльності; нерозвиненість інфраструктури ринку освітніх послуг; протиправні дії кримінальних структур та багато інших. Незважаючи на це, кожен освітній заклад і насамперед керівники, виходячи з конкретної ситуації, в якій вони знаходяться, повинні

визначити (спрогнозувати) найбільш значущі (небезпечні) з них і розробити систему заходів щодо їх своєчасного виявлення та попередження.

Внутрішні ризики економічної безпеки виробництва освітніх послуг виникають безпосередньо в сфері діяльності освітньої установи. Так, до основних факторів ризику можна віднести: помилки у використанні фінансових коштів; відтік кваліфікованих кадрів; невірну оцінку кваліфікації кадрів, їх низьку компетентність; протиправні дії співробітників навчального закладу, порушення режиму збереження конфіденційної інформації; техногенні катастрофи; низький освітній рівень керівників; суттєві упущення в тактичному та стратегічному плануванні, пов'язані, насамперед, з вибором мети, невірною оцінкою можливостей освітнього закладу, помилками в прогнозуванні змін зовнішнього середовища.

Виявлення та ідентифікація факторів ризику, небезпек і загроз – одна з найбільш важливих завдань забезпечення економічної безпеки в сфері освіти. Керівник навчального закладу, перебуваючи в області дії деструктивних чинників, змушений ризикувати, тобто приймати управлінські рішення в умовах недостатньої інформації про зміни зовнішнього середовища, так і непередбачуваності виникнення негативних внутрішніх обставин.

Список використаних джерел:

1. Дмитрієв А.П. Основні поняття загальної та спеціальних теорій безпеки // Національна безпека. / Сизов В.Ю., Афіногенов Д.А., Жуковський М.В., Копилов А.В., Поздняков А. І. та ін. – М., 2003. – С. 15.
2. Кондрат И.Н. Экономическая безопасность производства образовательных услуг и ее институциональное обеспечение. Из-во Санкт-Петербургского университета, 2005. – 136 с.
3. Чекмарев В. В. Экономическая безопасность ВУЗа. – Кострома, 1996. – 356 с.

РОЛЬ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Ремньова Л.М.

кандидат економічних наук, доцент, Чернігівський державний інститут економіки і управління

Басенко К.О.

аспірантка, Чернігівський державний інститут економіки і управління

В умовах сучасних реалій актуалізуються об'єктивні обставини для запровадження механізмів державно-приватного партнерства (ДПП) шляхом реалізації масштабних модернізаційних інвестиційно-будівельних проектів у різних секторах економіки, для функціонування яких потрібні значні інвестиційні ресурси. В економічній літературі державно-приватне партнерство трактується як взаємовигідне середньо та довгострокове співробітництво між державою і бізнесом, що реалізується в різних формах (починаючи від контрактів на виконання робіт, акціонування і закінчуючи консультаціями держави та бізнес-асоціацій), основною метою якого є вирішення політичних і суспільно важливих завдань на національному, регіональному, галузевому та місцевому рівнях [2;41].

На нашу думку, застосування інструментів державно-приватного партнерства у вітчизняній практиці є найбільш доцільним в перелічених на рисунку 1 сферах діяльності при вирішенні наступних завдань:

- організація фондів підтримки підприємництва та збільшення обсягів позик, що надаються місцевими бюджетами;
- фінансування інфраструктурних та інвестиційних проектів;
- компенсація відсоткових ставок за кредитами у пріоритетних галузях економіки (машинобудуванні, будівельному секторі);
- здача ряду об'єктів, що перебувають у власності регіону, в оренду малому і середньому бізнесу на пільгових умовах;
- стимулювання розвитку інвестиційного потенціалу інвестиційно-будівельного комплексу країни шляхом впровадження концесійних механізмів;
- сприяння збільшенню обсягів інвестицій в проекти, що забезпечують підвищення рівня енергетичної та екологічної безпеки України через створення загальнодержавної системи утилізації твердих побутових відходів та розвитку альтернативних джерел енергії;

- підтримка будівельного сектора шляхом викупу об'єктів високого ступеня готовності.

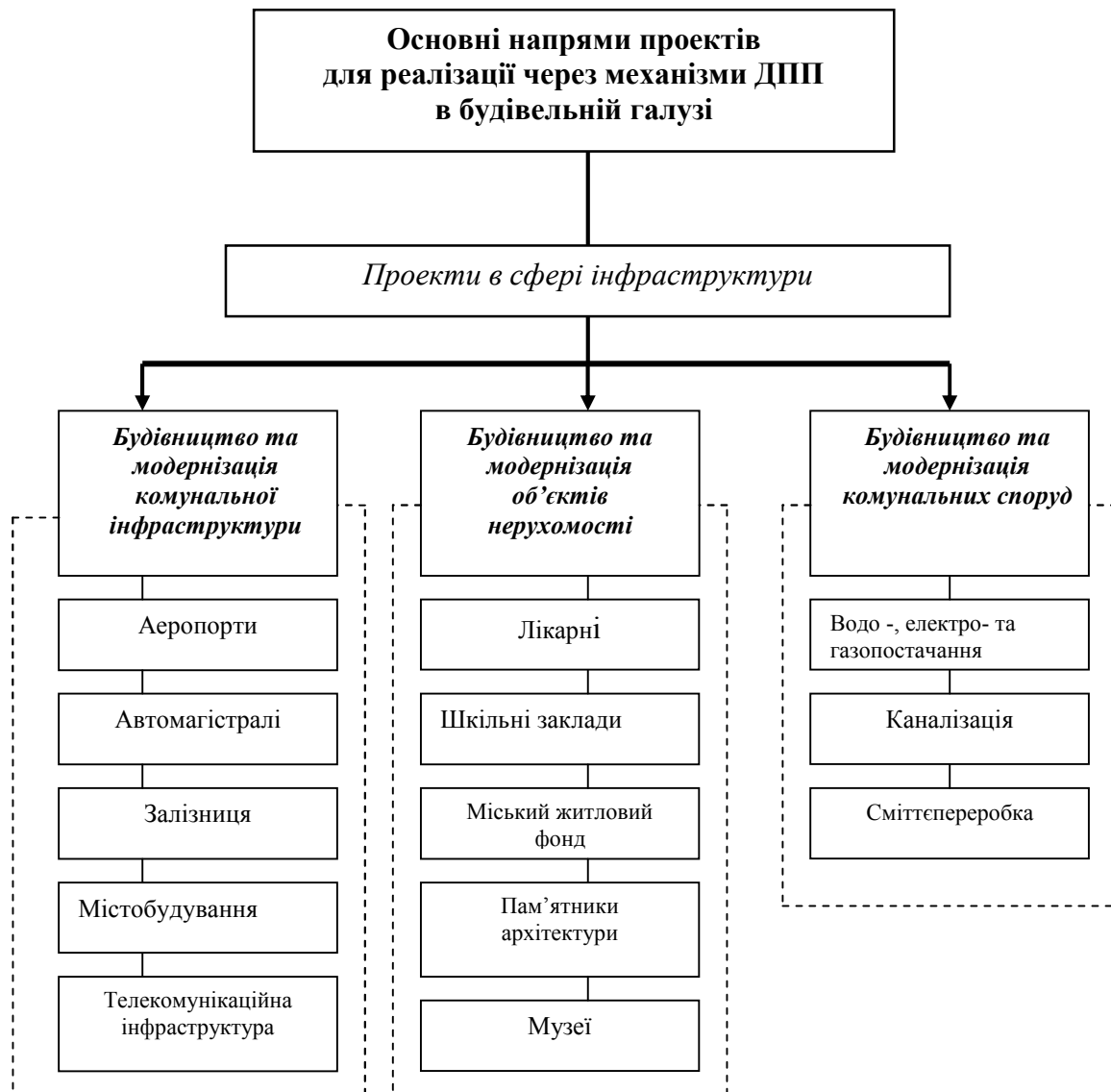


Рис. 1. Основні напрями інвестиційно-будівельних проектів для реалізації через механізми державно-приватного партнерства

Застосування механізмів приватно-державного партнерства в рамках реалізації інвестиційної політики галузі в першу чергу покликано забезпечити можливість реалізації соціально-необхідних проектів будівництва соціальної та житлової інфраструктури які є малопривабливими для традиційних форм приватного фінансування, у найбільш короткі строки.

На нашу думку, успішний розвиток ДПП як механізму активізації інвестиційної діяльності та залучення приватних інвестицій у стратегічно важливу для держави будівельну галузь можливий лише за умови, коли буде забезпечено баланс інтересів держави і приватного інвестора.

Найпершим кроком має бути проголошення принципів партнерства на політичному рівні. Органи виконавчої влади повинні визнати необхідність, можливість та готовність розвитку державно-приватного партнерства як ефективної форми взаємовідносин влади і бізнесу в процесі інвестування будівництва, спрямованих на забезпечення поступального розвитку галузі та добробуту населення держави в цілому. При цьому повинні бути чітко визначені мета такого співробітництва, сфера його дії, а також принципи, на яких воно здійснюватиметься [1;105].

Таким чином, реалізацію комплексу заходів державної підтримки будівельної галузі доцільно здійснювати саме на принципах ДПП. Причому хотілося б ще раз акцентувати увагу на необхідності формування рівних партнерських стосунків між державою і бізнесом в реалізації різних проектів і програм, а також на необхідності ширшого розуміння сфер взаємодії бізнесу і держави у рамках такого партнерства як основи ефективної реалізації комплексних програм соціально-економічного розвитку і залучення довгострокових інвестицій в будівельну галузь.

Список використаних джерел:

1. Гонта О. І. Вплив глобалізації на соціальний розвиток регіонів України та напрями підвищення його ефективності / О. І. Гонта // Зб. наук. праць ЧДТУ. Сер. Екон. науки. – 2009. – Вип. 22. – С. 147–153.
2. Николаев А.И., Бочков С.О. "Государственно-частное партнерство в РФ: экономическое содержание и правовое обеспечение", журнал "Недвижимость и инвестиции. Правовое регулирование", №1-2, М., 2012.

Підписано до друку 16.06.2014
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Друк на дублікаторі.
Умов.-друк. арк. 4,5. Обл.-вид. Арк 4,95.
Тираж 50 прим.

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