

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

Інноваційний потенціал сучасної економічної науки

*Збірник тез доповідей
міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції*

17 березня 2017 р.



Тернопіль
2017

"Інноваційний потенціал сучасної економічної науки": матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування. - Тернопіль, 2017. – 148 с.

УДК 330 (063)
ББК 65я431

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей економічної наукової інтернет-конференції «Інноваційний потенціал сучасної економічної науки», які оприлюднені на інтернет-сторінці www.economy-confer.com.ua

Наші збірники матеріалів науково-практичних інтернет-конференцій включаються до наукометричної бази даних "РІНЦ / RSCI".

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

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

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

ЗМІСТ

Економіка та підприємництво

<i>Shevchenko Anton M.</i> NEURAL NETWORKS: A COMPARATIVE STUDY USING FLEXIBLE NONLINEAR ECONOMETRIC MODELS.....	9
<i>Бусатенко Єлизавета Олегівна</i> КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА І ПРОДУКЦІЇ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ.....	10
<i>Гросул Вікторія Анатоліївна, Каленік Ксенія Володимирівна</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	13
<i>Древаль Анастасія Миколаївна</i> НЕОБХІДНІСТЬ ЗАПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	15
<i>Дуда Марія Іванівна</i> ФОРМУВАННЯ РИНКУ УКРАЇНСЬКОГО БІОПАЛИВА: ПЕРЕДУМОВИ, ПЕРСПЕКТИВИ, СТРАТЕГІЯ.....	17
<i>Королева Наталія Вадимовна, Левченко Александр Сергеевич</i> НАПРАВЛЕННЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА УКРАИНЫ.....	19
<i>Косенко Тамара Григорьевна</i> ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	21
<i>Кучеренко Євгенія Василівна</i> ВПЛИВ ФЕНОМЕНУ ПОКАЗНОГО СПОЖИВАННЯ НА УКРАЇНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО.....	22
<i>Мясников В'ячеслав Олегович</i> ФОРМУВАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ ОЦІНКИ РИЗИКІВ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ: В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.....	24

**Олексієнко Ольга Петрівна ВАЖЛИВІСТЬ ПОКАЗНИКІВ
КОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКІ Є НЕОБХІДНИМИ
ПРИ ОЦІНЦІ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ НА
ПІДПРИЄМСТВАХ.....26**

**Плахотник Оксана Сергіївна АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ
ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ В УМОВАХ
НЕСТАБІЛЬНОСТІ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОГО
СЕРЕДОВИЩА.....30**

**Поченюк Тетяна Михайлівна, Величко Юлія Геннадіївна
ІННОВАЦІЇ ЯК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ
ЕКОНОМІКИ.....33**

**Тясмін Анна Вікторівна ЗАХОДИ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ.....35**

**Юченкова Анастасія Євгеніївна ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ
ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ
ГОСПОДАРЮВАННЯ.....37**

Менеджмент. Маркетинг

**Корнеско Ілона Олегівна ДІТИ – НАЙВРАЗЛИВІШІ
СПОЖИВАЧІ РЕКЛАМИ.....39**

**Кулініч Анастасія Вікторівна, Савва Ольга Олегівна
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД В СФЕРІ КОРПОРАТИВНОЇ
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ТА ЙОГО
АДАПТАЦІЯ ДО УКРАЇНСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА.....40**

**Островская Ирина Васильевна ИНТЕРНЕТ - РЕКЛАМА:
НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА РАСКРУТКУ.....44**

**Пилипенко Ігор Олександрович
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ
УПРАВЛІННЯ ВІДТВОРЕННЯМ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В
ЛІФТОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....45**

**Савич Олександр Петрович ФОРМУВАННЯ
ДОВГОТЕРМІНОВИХ ВІДНОСИН З ПОКУПЦЕМ НА
АВТОМОБІЛЬНОМУ РИНКУ.....49**

**Смирнов Ігор Георгійович БРЕНДИНГ МІСТА ТА МІСЬКА
ЛОГІСТИКА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ
МІСЬКОГО ТУРИЗМУ.....53**

**Старушенко Руслан Вадимович УПРАВЛІННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ОХОРОННИХ ПОСЛУГ58**

**Федорова Надія Євгенівна РОЛЬ ЦІНИ У ФОРМУВАННІ
ІНСТРУМЕНТАРІЮ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ
КОМПАНІЇ.....60**

**Чорний Володимир Вадимович ІНФОРМАЦІЙНЕ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В
ОРГАНІЗАЦІЇ.....63**

Облік, статистика і аудит

**Боднар Оріся Володимирівна, Гуцуляк Ігор Тарасович
ОРГАНІЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ПРОЦЕСУ
ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ.....65**

**Ільницька Анна Вікторівна ПРОБЛЕМА ІНТЕГРОВАНОГО
ОБЛІКУ В УПРАВЛІННІ ПРОЦЕСОМ ОПОДАТКУВАННЯ.....67**

**Калітенко Дарина Олександрівна ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ
МІЖНАРОДНИХ НОРМ У СФЕРІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО
ОБЛІКУ І ЗВІТНОСТІ В НАЦІОНАЛЬНЕ ЗАКОНОДАВСТВО
УКРАЇНИ.....69**

**Кучер Владлена Володимирівна ПЕРЕВАГИ ТА НЕДІЛКИ
МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ОБЛІКУ І ФІНАНСОВОЇ
ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНИ.....72**

**Мосійчук Інна Богданівна ПРОБЛЕМАТИКА ОЦІНКИ
ПОТОЧНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПРИ ЇХ ВІДОБРАЖЕННІ В
БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ75**

Чередніченко М.Г. ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКИЙ КОНТРОЛЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ІНТЕГРОВАНИХ АГРОФОРМУВАНЬ.....	77
--	-----------

Економічний аналіз. Економіко-математичне моделювання

<i>Shmatko A.V. / Шматько А.В. MARKET PRICE OF RISK AND A NEW APPROACH OF ITS ESTIMATION</i>”/“ОСОБЛИВОСТІ ПОКАЗНИКА “РИНКОВОЇ ЦІНИ ЗА РИЗИК” ТА НОВИЙ ПОГЛЯД НА ЙОГО ОЦІНКУ.....	80
--	-----------

Банківська справа. Фінанси, грошовий обіг та кредит

<i>Бобух Сергій Олександрович</i> ДЕРЖАВНЕ БЮДЖЕТУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	83
---	-----------

<i>Гувернат Анастасія Василівна</i> АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ДЕПОЗИТНОЇ БАЗИ БАНКУ.....	84
---	-----------

<i>Гувернат Анастасія Василівна</i> СТРАХОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	86
--	-----------

<i>Гуменюк Владислав</i> НАПРЯМКИ ПОДОЛАННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ.....	88
--	-----------

<i>Поривай Артем Олександрович, Бодня Дмитро Андрійович</i> ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДО-РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ: ФІНАНСОВИЙ АСПЕКТ.....	90
---	-----------

<i>Самарічева Тетяна Анатоліївна</i> ДЕЯКІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СИРОВИННОЇ БАЗИ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	92
---	-----------

<i>Сергієнко Вероніка Сергіївна</i> КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК».....	95
--	-----------

Податкова система. Бюджетна система.
Правові відносини в економічній системі

Богма Олена Сергіївна СТРАТЕГІЧНИЙ ОБЛІК В УПРАВЛІННІ
БЮДЖЕТНИМ ПРОЦЕСОМ: ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЛІКОВИХ
ІНЖИНІРИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ.....98

Бодня Дмитро Андрійович, Поривай Артем Олександрович
БЮДЖЕТНЕ ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ В
СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
ДЕРЖАВИ.....100

Вівчар Олександра Йосипівна, Гандзюк Юрій Олександрович
ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ
ДОБРОБУТУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УМОВАХ
ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ.....102

Сарнецька Яна Анатоліївна МІСЦЕВІ БЮДЖЕТИ В УМОВАХ
ФІСКАЛЬНОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ.....105

Федосова Вікторія Едуардівна СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ
ДОХОДІВ ГРОМАДЯН: НАПРЯМИ РЕФОРМУВАННЯ.....107

Інвестиційно-інноваційні процеси в економіці

Йосипенко Олександр Анатолійович ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ
ІНВЕСТИЦІЇ В УКРАЇНІ: ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ
ТЕНДЕНЦІЙ.....113

Литвяков Андрій Андрійович ВПЛИВ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ
НА РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ В СУЧАСНИХ
РЕАЛІЯХ.....115

Литвяков Андрій Андрійович РИНОК ЦІННИХ ПАПЕРІВ ЯК
ДОДАТКОВЕ ДЖЕРЕЛО ДОХОДІВ ГРОМАДЯН.....118

*Машлій Галина Богданівна, Мосій Олена Анатоліївна,
Сороківська Ольга Бориславівна* ПЕРСПЕКТИВИ
ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ
ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ
ІНВЕСТУВАННЯ.....121

**Ситник Наталія Іванівна ЕКОСИСТЕМА СТАРТАПІВ
УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ123**

Світова економіка та міжнародні відносини

**Бусарєва Тетяна Геннадіївна СВІТОВИЙ ДОСВІД
ВИКОРИСТАННЯ МІЖНАРОДНОГО АУТСОРСИНГУ127**

**Кошеваров Олексій Леонідович УПРАВЛІННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОФЕСІОНАЛЬНИХ
ФУТБОЛЬНИХ КЛУБІВ ЄВРОПИ В РАМКАХ СИСТЕМ
ЛІЦЕНЗУВАННЯ КЛУБІВ.....131**

**Малюта Ірина Анатоліївна, Коліна Альона Геннадіївна
СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО
СОЮЗУ133**

**Петрова Г.Є., Денисенко Н.Д. СТАН ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ
ТОВАРАМИ УКРАЇНИ ТА США.....135**

Економічна наука та освіта

**Бабовал Надія Ростиславівна СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
ПОТЕНЦІАЛ ЯК ВАЖЛИВА ПЕРЕДУМОВА ЯКОСТІ
НАДАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ138**

**Горбанев Вадим Сергеевич ОБЩЕСТВЕННЫЕ БЛАГА КАК
ИСТОЧНИК ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ ЭКСТЕРНАЛИЙ.....141**

**Кривцова Марина Сергіївна ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ
ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ.....144**

**NEURAL NETWORKS: A COMPARATIVE STUDY USING FLEXIBLE
NONLINEAR ECONOMETRIC MODELS**

Shevchenko Anton M.

Ph.D., International American University, Los Angeles, California

All models are allowed to evolve through time, and our analysis focuses on model selection and performance. Macroeconomic variables are forecast in a real-time scenario using a variety of flexible specification, fixed specification, linear, and nonlinear econometric models. In the context of real-time forecasts, flexible specification models (including linear autoregressive models with exogenous variables and nonlinear artificial neural networks) appear to offer a useful and viable alternative to less flexible fixed specification linear models for a subset of the economic variables which we examine, particularly at forecast horizons greater than 1-step ahead.

One reason for this result is that the economy is evolving (rather slowly) over time. This feature cannot easily be captured by fixed specification linear models, however, and manifests itself in the form of evolving coefficient estimates. We also provide additional evidence supporting the claim that models which ‘win’ based on one model selection criterion (say a squared error measure) do not necessarily win when an alternative selection criterion is used (say a confusion rate measure), thus highlighting the importance of the particular cost function which is used by forecasters and ‘end-users’ to evaluate their models(1). A wide variety of different model selection criteria and statistical tests are used to illustrate our findings.

The examination of the neural networks usage as an alternative to classical statistical techniques for forecasting within the framework of the APT (arbitrage pricing theory) model for stock ranking showed that neural networks outperform these statistical techniques in forecasting accuracy terms(2), and give better model fitness in-sample by one order of magnitude.

Kai Chun Chiu and Lei Xu viewed as a promising application of neural networks, financial time series forecasting based on recently developed Temporal Factor Analysis (TFA) model mainly targeted at further study of the Arbitrage Pricing Theory (APT). They found that there’s a potential application TFA in the prediction of stock price and index, aiming to illustrate the superiority of using the APT-based Gaussian TFA model as compared to three conventional approaches which are not financial model-based (3). We tend to consider that demonstrated N-ENRBF approach in general more difficult to

anticipate in cases when nonstationary signals, such as the those referred to as random fluctuations in prices are taken place.

Summary.The intervals for the network parameter values for which these performance figures are statistically stable. Neural networks have been criticized for not being able to provide an explanation of how they interact with their environment and how they reach an outcome. We show that by using sensitivity analysis, neural networks can provide a reasonable explanation of their predictive behavior and can model their environment more convincingly than regression models.

References:

1. Apostolos Nicholas R., Achileas Z., Gavin F. Neural Networks, Volume 7, Issue 2, 1994, Pages 375–388.
2. Guoqiang Zhang, B. Eddy Patuwo, Michael Y. Hu Forecasting with artificial neural networks:: The state of the art. International Journal of Forecasting, Volume 14, Issue 1, 1 March 1998, Pages 35–62.
3. K. Chiu, L. Xu, (2002) “Stock price and index forecasting by arbitrage pricing theory-based Gaussian TFA learning”, Intelligent Data Engineering and Automated Learning – IDEAL 2002, LNCS 2412 pp.366-371, Springer Verlag.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА І ПРОДУКЦІЇ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Вусатенко Єлизавета Олегівна

магістрантка Київського національного університету технологій та дизайну

Основним завданням функціонування сучасних підприємств є отримання прибутку, достатнього для успішного розвитку, що в свою чергу залежить від рівня конкурентоспроможності їх продукції.

Під конкурентоспроможністю підприємства розуміється сукупність, з одного боку, внутрішніх чинників його діяльності, що визначаються рівнем використання власного науково-технічного, виробничого, кадрового потенціалу, а також потенціалу маркетингових служб, а з іншого - зовнішніх соціально-економічних і організаційних чинників (фіскальна і кредитно грошова політика, законодавчі основи діяльності, розвиток нових технологій і матеріалів, що застосовуються в галузі, параметри попиту тощо), що дозволяють підприємству створювати якісну

продукцію, яка за ціновими і неціновими характеристиками є більш привабливою для споживача, ніж продукція конкурентів.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства базується на певних принципах, серед яких можна виділити наступні: протилежності цілей і засобів; врахування особливостей різних сегментів ринку; квазістабільності ринкової кон'юнктури; переважно раціональної поведінки суб'єктів ринку; оцінки з позиції певного суб'єкта ринку (виробника, продавця, споживача); орієнтації на певний тип ринку (внутрішній, зовнішній) та конкретний сегмент ринку; відповідності вимогам технічного законодавства, нормативним і юридичним документам та принцип виключення подвійного рахунку.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства забезпечує можливість визначення його позиціонування на досліджуваному ринку. Існує велика кількість методів такої оцінки, проте найпоширенішими в практиці сучасних підприємств є метод бенчмаркінгу та матричні методи.

Метод бенчмаркінгу дозволяє на основі дослідження окремих параметрів діяльності підприємства надійно встановити ймовірність його успіху, є надзвичайно корисним інструментом для визначення нових пріоритетів розвитку підприємства, дозволяє знайти незаповнені ринкові ніші та вийти на нових партнерів з виробничо-технічної кооперації.

Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства базуються на використанні матриці – таблиці впорядкованих по рядках та стовпцях елементів. Їх використання дає можливість дослідити розвиток процесів конкуренції в динаміці, а використання достовірної інформації про обсяги реалізації продукції - забезпечує високу репрезентативність даної оцінки. До цих методів належать: матриця Ансоффа; матриця McKinsey; матриця конкурентних сил за М. Портером; матриця БКГ (Консалтингової групи Бостона).

Використання даних методів забезпечує підприємство необхідною інформацією для розробки заходів з підвищення рівня його конкурентоспроможності в майбутньому.

Можливість підприємства конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежить від рівня конкурентоспроможності його продукції.

Конкурентоспроможність продукції є поняттям багатоаспектним, що означає відповідність продукції умовам ринку, конкретним вимогам споживача не тільки за своїми якісними, технічними, економічними, естетичними характеристиками, але і за комерційними і іншими умовами його реалізації (ціна, строки постачання, канали збуту, сервіс, реклама, рівень витрат споживача за час експлуатації). Тому її оцінка є необхідною

умовою забезпечення стійких конкурентних переваг даного підприємства на ринку. Найбільш поширеними методами оцінки конкурентоспроможності продукції на практиці є оцінка на основі рейтингу продукції, за обсягом продажу, диференціальний, комплексний, змішаний методи, графічні методи. Проте більш придатними для використання на практиці є комплексний та змішаний методи, так як вони передбачають визначення інтегрального показника рівня конкурентоспроможності з урахуванням ціни споживання або визначення комплексного показника конкурентоспроможності. Найбільш наглядними є графічні методи оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства, до яких відносяться:

1. Багатокутник конкурентоспроможності, який являє собою графічне з'єднання оцінок положення продукції підприємства й конкурентів за найбільш значимими параметрами (критеріями) і дозволяє порівнювати критерії. Накладаючи один багатокутник на інший можна виявити сильні й слабкі сторони продукції відносно до її видів.

2. Метод радарів конкурентоспроможності продукції. Цей метод базується на побудові багатокутника з осями, які відповідають показникам конкурентоспроможності продукції. Застосування цього методу передбачає поділ кола на рівні сектори, кількість яких відповідає кількості показників конкурентоспроможності продукції.

Використання даних методів, на нашу думку, сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності продукції внаслідок більш детального вивчення складових цього показника.

Після здійснення оцінки конкурентоспроможності продукції приступають до розробки шляхів її підвищення.

Основними шляхами підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства є: впровадження інтенсивних технологій, розвиток і поглиблення процесу концентрації і спеціалізації виробництва, постійний моніторинг механізму цінового фактора, зміна складу, асортименту та структури застосовуваних матеріалів, комплектуючих виробів та конструкції продукції, зміна порядку проектування продукції, технології її виробництва та методів випробувань, постійне оновлення матеріально-технічної бази виробництва, його розвиток на інноваційній основі.

Науковий керівник: Кузнецова Наталія Богданівна, кандидат економічних наук, доцент, Київський національний університет технологій та дизайну

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Гросул Вікторія Анатоліївна

доктор економічних наук, професор,
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Каленік Ксенія Володимирівна

старший викладач кафедри готельного і ресторанного бізнесу,
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Сучасний етап розвитку національної економіки характеризується посиленням конкурентної боротьби на всіх сегментах споживчого ринку. Не є виключенням і сфера ресторанного господарства. Аналіз основних тенденцій розвитку суб'єктів господарювання (за видами діяльності) дозволяє стверджувати, що з кожним роком з'являється все більше закладів ресторанного господарства. Дана позитивна динаміка обумовлена перш за все зростаючою потребою споживачів в харчуванні та якісному проведенні дозвілля. Слід повністю підтримати погляд А. Алексєєва, який зазначає: «... незважаючи на нестабільний економічний стан в українському суспільстві, заклади харчування користуються значним попитом порівняно з іншими місцями відпочинку чи засобами організації різноманітних заходів. Гнучка політика ресторанних підприємств дозволяє задовольнити бажання усіх людей. Але на фоні конкуренції, яка виникає в ресторанному бізнесі, все частіше постає питання відходу від традиційних методів обслуговування, кухні, розважальних заходів та очікуваного контингенту споживачів» [1, с. 167].

Керівники та провідні фахівці ресторанного бізнесу визнають, що основним чинником забезпечення конкурентоспроможності є впровадження новітніх технологій обслуговування споживачів. При цьому конкурентоспроможність визнається одночасно і як мета розвитку підприємства ресторанного господарства, і як підґрунтя для досягнення визначених цілей розвитку. В умовах жорсткої конкуренції, мінливої ситуації суб'єкти господарювання, які здійснюють діяльність в сфері ресторанного господарства, повинні не тільки концентрувати увагу на внутрішньому стані справ в закладі, а й виробляти стратегію довгострокового виживання, яка дозволяла б їм встигати за змінами, що відбуваються в їх оточенні, одночасно зберігаючи при цьому ринкові позиції. За таких умов актуальності набувають визначення ключових аспектів формування конкурентної стратегії підприємства ресторанного господарства.

Безумовно, єдиної стратегії для всіх підприємств не існує. Кожне підприємство навіть однієї галузі досить унікальне, тому й визначення його стратегії також оригінальне, тому що залежить від позиції підприємства на ринку, його потенціалу, динаміки розвитку, поведження конкурентів, особливостей випуску продукції або надаваних послуг, стану економіки, соціальної сфери й багатьох інших факторів [2]. Проте, існують певні критерії, відповідно до яких повинно здійснюватися формування конкурентної стратегії, враховуючи специфіку сфери ресторанного господарства.

Особливий характер конкуренції у ресторанному бізнесі пов'язаний з функціями, що взагалі властиві підприємствам: виробництво, реалізація та організація споживання продукції. Така комплексність та поєднання функцій виробничої та невиробничої сфер обумовлює ускладнення предмету конкуренції на підприємствах харчування. На відміну від підприємств більшості галузей, предметом конкуренції для яких є переважно продукція, робота чи послуга, для підприємств ресторанного господарства конкурентоспроможність господарюючого суб'єкта обумовлена як конкурентоспроможністю продукції, так і рівнем послуг [3].

Вивчення фахової економічної літератури з означеної проблематики [1, 3] дозволяє стверджувати, що розробка конкурентної стратегії підприємства ресторанного господарства передбачає:

- 1) чітке позиціонування підприємства ресторанного господарства у конкурентному середовищі;
- 2) чітке встановлення та розуміння цільових стратегічних орієнтирів та загальної концепції суб'єкта господарювання всіма співробітниками;
- 3) чітке визначення конкурентних переваг та ключових факторів успіху підприємства ресторанного господарства.

За умов зростаючих вимог споживачів вважаємо, що при формуванні конкурентної стратегії підприємства ресторанного господарства, враховуючи специфіку його діяльності слід враховувати два критерії: диференціацію ресторанного продукту та його «сервісний ландшафт».

Зазначимо, що само поняття «сервісний ландшафт », використане вперше Мері Джо Бінтер [7]. З урахуванням специфіки ресторанного бізнесу сервісний ландшафт включає в себе: комфортність навколишнього середовища (рівень шуму, освітлення), зручність розташування клієнтів (розмір столів, комфортність сидінь), якість зовнішніх атрибутів (вивіски, символи), якість обслуговування, атмосферу залу, використання інформаційних технологій при обслуговуванні клієнтів.

На наш погляд, саме такий інтегрований підхід до формування конкурентної стратегії сприятиме підвищенню лояльності клієнтів, отриманню стійких прибутків, і, як результат - забезпеченню стійкого розвитку підприємства ресторанного господарства у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Алексеев Д. Успешный ресторан-эмоций и расчет Д. Алексеев // Ресторанные ведомости. – № 5 – 2012. – С. 165–169.
2. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: навч. посібник.-К.: КНЕУ, 2000.- 360с
3. Оцінка конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства [Текст] : монографія / Т. В. Андросова [та ін.] ; Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. – Харків : ХДУХТ, 2010. – 144 с.

НЕОБХІДНІСТЬ ЗАПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Древаль Анастасія Миколаївна

студентка Київського національного університету технологій та дизайну

Важливою складовою народно-господарського комплексу є сільське господарство, як галузь, яка виробляє продукти харчування для населення, відіграє функцію життєзабезпечення та є сировинною базою для розвитку харчової та легкої промисловості.

В Україні кількість сільськогосподарських підприємств в 2015 році становила 46744, що на 732 одиниці більше ніж у 2014 році, з яких: великих підприємств – 29 проти 28 у 2014 році, що становить 0,1% від загальної кількості підприємств, середніх – 2533, що на 62 одиниці менше ніж у 2014 році, і становить 5,4 %, малих – 44182 проти 43389 одиниць у 2014 році, що становить 94,5%.

Виробництво сільськогосподарської продукції та її реалізація тісно пов'язані з використанням земельних, трудових та матеріально-технічних ресурсів, що потребує постійної уваги підприємств щодо шляхів оптимізації та зниження їх витрат. Цей процес, що охоплює всі етапи виробничої та збутової діяльності підприємств і отримав назву управління витратами.

Управління витратами є процесом формування витрат щодо їх видів, місць та носіїв з постійним контролем рівня витрат і стимулювання їх зниження.

Для формування системи управління витратами на підприємстві необхідно чітко її структурувати, тобто визначити складові (елементи), що взаємодіятимуть між собою відповідно до поставлених завдань. Розмір витрат є основним чинником для оцінювання ефективності діяльності підприємства, оскільки безпосередньо впливає на формування фінансового результату. Через це управління витратами потребує детального вивчення та удосконалення.

Управління витратами на сільськогосподарських підприємствах включає в себе розробку, впровадження і контроль заходів, спрямованих на отримання максимального ефекту від використання наявного ресурсного потенціалу.

До основних заходів, спрямованих на оптимізацію та мінімізацію витрат в сільському господарстві є:

1) різноманітні стадії виробничого процесу організувати якомога ефективніше з найменшим можливим використанням праці та техніки, щоб зменшити ризик поломки механізмів або складності управління.

2) підприємствам необхідно мінімізувати свої витрати шляхом вибору оптимальних масштабів виробництва та використання ресурсів.

3) Впровадження мінімальної обробки ґрунту при обробленні сільськогосподарських культур, дозволяє реалізувати ряд значних переваг у порівнянні із традиційним землеробством, яке засноване на відвальній оранці.

Запровадження управлінських функцій щодо обліку, аналізу та контролю витрат сприятиме формуванню на сільськогосподарських підприємствах системи моніторингу фактичних витрат і їх поведінки, прийняттю ефективних рішень щодо поліпшення структури собівартості сільськогосподарської продукції.

Основною перевагою запровадження системи управління витратами на сільськогосподарських підприємствах є отримання своєчасної, достовірної і повної інформації про собівартість певних видів продукції та їх пропозиції на ринку у порівнянні з конкурентами, а також оперативний контроль за ефективністю використання ресурсного потенціалу підприємства.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Давидович І.Є. Управління витратами: Навч. посібник. 2-ге вид., перероб. і доп. – Тернопіль: Економічна думка, 2004. – 228 с.

3. Панасюк В.М. Витрати виробництва: управлінський аспект. – Тернопіль: Астон, 2005.- 228 с.

Науковий керівник: Кузнецова Наталія Богданівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри бізнес-економіки Київського національного університету технологій та дизайну

ФОРМУВАННЯ РИНКУ УКРАЇНСЬКОГО БІОПАЛИВА: ПЕРЕДУМОВИ, ПЕРСПЕКТИВИ, СТРАТЕГІЯ

Дуда Марія Іванівна

спеціаліст вищої категорії, викладач-методист, ВП НУБіП України
«Заліщицький аграрний коледж ім. Є. Храпливого»

Необхідність здійснення глибоких структурних реформ для виведення вітчизняної економіки з кризового стану, зокрема становлення енергетичної незалежності держави є одним з актуальних питань сьогодення.

Причина відсутності будь-яких системних зрушень у цьому плані знаходиться передусім у площині політичних рішень, прийняття яких істотно гальмується надмірною заполітизованістю вітчизняної економіки, нестримним популізмом, безперервними виборчими кампаніями, супроводжуваними занадто частими змінами урядів. А це, в свою чергу, унеможливорює формування та реалізацію чіткої державної політики у сфері енергетичної безпеки держави.

Тому на часі - наукові дослідження та чіткі рекомендації по розбудові сучасних виробництв енергії саме з поновлюваних джерел, зокрема біопалива, щодо якого Україна має унікальні можливості та колосальні перспективи. За оцінками експертів, річна потреба нашої країни у світлих нафтопродуктах становить близько 12 млн. тонн. Розрахунки свідчать, що за певних умов нам достатньо 6 млн. гектарів (близько 20% ріллі) для виробництва такої кількості біопалива, що дозволить забезпечити цю потребу, навіть якщо використовувати його у чистому вигляді.

До таких умов відносяться:

Перша – агротехнології. Нині урожайність однієї з основних енергетичних культур - ріпаку - ледве досягає 20-22 ц/га. Оскільки на виробництво 1 тонни біодизелю витрачається 2,5-3 тонни ріпаку, а для заміни 1 тонни мінерального дизпалива потрібно 1,13 тонни біодизелю, то для досягнення бажаного економічного ефекту вітчизняним аграріям треба щонайменше подвоїти врожайність, але не за рахунок руйнації

родючості (довідково: Євросоюз обмежує виробництво ріпаку на одній і тій самій площі - не частіше, ніж раз на чотири роки). Тому це завдання повинно стати одним із найбільших пріоритетів аграрної науки - від термінового створення високоврожайних сортів і гібридів ріпаку та інших «енергетичних» культур до впровадження сучасних технологій їх вирощування.

Друга умова – виробництво біопалива. Слід зазначити, що протягом останніх 5 років, як свідчать статистичні дані, виробництво ріпаку зросло майже у 7 разів, але рівень переробки, як і якість відповідної сировини, залишаються вкрай низькими.

Ця ситуація аналогічна тій, що була 10 років тому із соняшником. Рівень переробки його був фактично на рівні споживання олії на внутрішньому ринку. За рахунок встановлення експортного мита був задіяний потужний механізм економічної переорієнтації з експорту сировини на переробку. В галузь прийшли значні іноземні інвестиції. Завдяки цьому в Україні з 6,5 млн. тонн насіння соняшнику переробляється понад 80% і вигідним є експорт не сировини, а олії. А це, відповідно, і розвиток галузі, і додана вартість, і нові робочі місця.

У той же час вітчизняний сільгоспвиробник вмотивований досить високою закупівельною ціною на насіння ріпаку. Ця мотивація тримається на зростаючому попиті надзвичайно ємного ринку Європи. Країни ЄС практично вже не мають достатньо площ, які можна було б задіяти під цю культуру, але є величезна потреба в біопаливі (довідково: в ЄС передбачається використання на транспорті до 10% поновлювальних енергоресурсів до 2020 року), а це десятки мільйонів тонн біодизелю та біоетанолу.

Попит зростатиме й надалі, і Україні треба використати свої можливості, а саме, скоригувавши власну аграрну стратегію та правила гри, можна обмежити експорт сировини, розбудувати власну переробку й торгувати з ЄС не насінням, а принаймні олією, а в перспективі – і готовим біодизелем. Ключовим елементом може стати запровадження експортного мита на ріпак (як із соняшником).

Третя умова – стимулювання внутрішнього споживання. Навіть за нинішнього рівня виробництва ріпаку, кукурудзи, буряку можна одержувати до 3 млн. тонн біодизелю та біоетанолу, але гостро постає проблема збуту. Так за експертними оцінками, в Україні реальністю стало виробництво аграріями "біодизелю" з власної сировини для власних потреб. Таке виробництво є надзвичайно вигідним для України.

Інший аспект можливого зменшення собівартості біопалив – це зважена й науково обґрунтована система економічної підтримки їх виробництва. Світовий досвід доводить, що конкурентоспроможність будь-якого виробництва в аграрному секторі, тим більше за наявного в

Україні засилля екстенсивних технологій, можлива за умови існування системи пільг та дотацій.

Список використаних джерел:

1. Гойсюк Л.В. Економічна ефективність виробництва сировини для переробки на біопаливо / Л.В. Гойсюк // Економіка АПК. – 2010. – № 6.
2. Калетнік Г.М., В.М. Пришляк Біопаливо: ефективність його виробництва та споживання в АПК України: Навч. Посіб. – К.: «Хай-Тек Прес», 2010. – 312с.
3. Кириленко І.Г. Формування ринку українського біопалива: передумови, перспективи, стратегія / І.Г.Кириленко, В.В. Дем'янчук, Б.В. Андрющенко // Економіка АПК. – 2010 . – № 4.
4. Рижмань Д.І., Криворучко Г.Я., Віннічук Г.Я., Пилявець М.Т. Економіка підприємства: навчальний посібник. – К.: Аграрна освіта, 2011. – 531 с.
5. Самойленко А. Г. Перспективи виробництва біодизеля в Україні / А. Г. Самойленко // Економіка АПК. – 2008. – № 4.

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА УКРАИНЫ

Королева Наталья Вадимовна

кандидат экономических наук

Левченко Александр Сергеевич

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

В настоящее время в изменившихся макроэкономических условиях предприятия агропромышленного комплекса являются одними из ключевых налогоплательщиков Украины. По данным Государственной фискальной службы, в 2015 г. от АПК в бюджет поступило 14,392 млрд. грн., за I кв. 2016 г. – 12,116 млрд. грн., а за I полугодие 2016 г. – 4% от всех налоговых поступлений в бюджеты всех уровней, что превысило показатели сборов налогов от операций с недвижимым имуществом, деятельности в сфере информации и коммуникаций, строительства и т. д. [1]. Несмотря на ужесточение налогового режима в течение последних двух лет, аграрные предприятия продолжают оказывать значительное влияние на формирование доходной части государственного бюджета.

Позитивная динамика развития АПК в течение ряда лет обусловлена эффективными налоговыми стимулами, созданными правительством [2]. Единая налоговая политика, которая проводилась в Украине в 1998 –

2015 г., привела к ряду положительных сдвигов в развитии агропромышленного сектора. Произошли кардинальные изменения в инфраструктуре АПК, значительно увеличился объем производства аграрной продукции. Большую часть товаров и услуг АПК производят микро-, малые и средние предприятия (92%), а поскольку налоговая реформа отрицательно отразится, прежде всего, на животноводческих фермах, которые обеспечивают 80% рабочих мест отрасли, можно ожидать замедления развития сельскохозяйственной отрасли.

В качестве направлений реформирования и совершенствования условий налогообложения сельскохозяйственных производителей, не ухудшающих их положение, и, в то же время, обеспечивающих более справедливые правила взимания налогов, можно предложить следующие:

- дифференцировать налоговую политику в зависимости от размера фермерского хозяйства: для мелких семейных фермерских хозяйств, обрабатывающих до 100-150 га земли, установить единый налог, который включает все виды налогов, в том числе НДС, что значительно упростит административные процедуры, бухгалтерский учет и отчетность мелких фермеров; для фермерских хозяйств и средних предприятий, деятельность которых не выходит за рамки населенного пункта, в котором они расположены или зарегистрированы, установить фиксированный налог с сохранением специального режима налогообложения НДС, который действовал до 2017 г., если они занимаются овощеводством, садоводством, виноградарством, животноводством и производством сахара; для крупных фермерских хозяйств и агрохолдингов, деятельность которых выходит за рамки населенных пунктов, где они расположены или зарегистрированы, и которые обеспечивают продукцией до 20-22 областей, ввести общую систему налогообложения;

- установить пониженную ставку НДС для предприятий, производящих продукты питания для конечного потребления;

- разработать и реализовать государственные программы поддержки фермерства и развития сельскохозяйственной кооперации, в том числе посредством оказания помощи в получении долгосрочных кредитов по сниженным процентным ставкам.

Литература:

1. Надходження податків і зборів [Электронный ресурс] / Державна фіскальна служба України. URL: <http://sfs.gov.ua/diyalnist-/pokazniki-roboti/nahodjennya-podatkiv-i-zboriv--obovyaz/nahodjennya-podatkiv-i-zboriv/> (Дата обращения: 14.03.2017).
2. Романов Р.В. Взаимосвязь государственной поддержки сельского хозяйства с банковским сектором / Романов Р.В. // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2016. № 6. С. 238-241.

ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Косенко Тамара Григорьевна

кандидат сельскохозяйственных наук, кафедра экономики и управления,
Донской государственной аграрный университет

Предпринимательская деятельность граждан и их объединений направлена на получение прибыли. Развитие предпринимательства является основой инновационного, продуктивного характера экономики, высоких темпов роста производства. Оно составляет неотъемлемое свойство всех факторов достижения экономического успеха.

Производственное предпринимательство осуществляется при производстве конкретной продукции, оказании услуг. В зависимости от отрасли хозяйственной деятельности в сфере материального производства различают промышленное, строительное, сельскохозяйственное предпринимательство.

Для осуществления такой деятельности необходимы рациональное использование средств производства, совершенствование технологии.

Особый новаторский процесс создания и коммерческого использования технико-технологических нововведений представляет собой инновационное предпринимательство, связанное с затратами на научные исследования, конструкторские работы, опытное производство.

Выделяют три основных вида инновационного предпринимательства: инновация продукции при обновлении потенциала фирмы, увеличение получаемой прибыли, укреплении позиций на рынке, укреплении независимости; инновация технологии, связанная с обновлением производственного потенциала, ростом производительности труда, экономией сырья, ресурсов и социальные инновации, расширяющие возможности поведения на рынке труда рабочей силы, мобилизующие персонал на достижение поставленных целей.

Самым распространенным видом предпринимательства является коммерческое предпринимательство. В этой сфере заняты многочисленные малые предприятия и подавляющее большинство частных предпринимателей. Эта деятельность очень мобильна, быстро приспосабливается к потребностям, поскольку связана с конкретными запросами населения. Предприниматель занимается не производством товара, а только его реализацией. Прибыль образуется за счет разницы между выручкой и затратами на реализацию и часто составляет от 20 до 30% рентабельности и выше. При этом в производственной деятельности уровень 10-12% уже считается нормальным и достаточным.

Разновидностью коммерческого предпринимательства является финансовое предпринимательство, объектом купли-продажи выступает

специфический товар: деньги, валюта, ценные бумаги, происходит продажа одних ценных бумаг на другие по ценам, обеспечивающим получение прибыли.

С переходом к рыночным отношениям рынок денег, валюты и ценных бумаг становится реальностью, его участниками выступают коммерческие банки, фондовые биржи, предприятия, организации и физические лица-предприниматели.

Финансовое предпринимательство должно быть обеспечено вычислительной и организационной техникой. При проведении финансово-кредитной сделки предприниматель предоставляет потребителю свои деньги, валюту, ценные бумаги в долг (в кредит), а через определенное время получает большую сумму на определенный процент. При этой сделке предприниматель должен особое внимание уделить проверке финансовой состоятельности покупателя, установить гаранта, который поручается за покупателя.

Литература:

1. Жигайлов В.Ф., Колоденская В.В., Гартованная О.В. Основы международного предпринимательства: учебное пособие для студентов направленности «Мировая экономика» пос. Персиановский, Донской ГАУ, 2015. – 44 с.
2. Колоденская В.В., Гартованная О.В. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие для студентов направления Профессиональное обучение (по отраслям) пос. Персиановский, Донской ГАУ, 2015. – 84 с.

ВПЛИВ ФЕНОМЕНУ ПОКАЗНОГО СПОЖИВАННЯ НА УКРАЇНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО

Кучеренко Євгенія Василівна

аспірантка, ДВНЗ «Національний гірничий університет»

Після здобуття незалежності в Україні відбулися суттєві зміни, в соціальній та економічній сферах суспільства. Під впливом трансформаційних процесів в українському суспільстві сформувався особливий тип ринкової економіки, який на практиці відрізнявся від тієї ідеальної моделі, яка була орієнтиром під час проведення реформ.

Через економічну кризу та занепад вітчизняної промисловості у 90-х рр. ХХ ст. для українського споживача, який потерпав у вирі дефіциту товарів, відкрились зовнішні ринки і зарубіжні товари, а разом з ними у

сірі та непрості будні кризового періоду прийшли яскраві картинки «заморського життя» та гламуру.

Саме у цей період відбувається докорінна зміна суспільної свідомості українців та переоцінка цінностей. На зміну ідеалам колективізму, солідарності, рівності матеріальних статків та сором'язливості у споживанні приходять індивідуалізм та матеріалізм.

Економічна глобалізація та стрімкий зріст науково-технічного прогресу призвели до значного розширення вибору товарів та послуг для споживачів. З'явилися нові сценарії споживання для українців. Сучасні виробники, задля максимізації власного прибутку, застосовують певні маніпуляції, які спокушають споживача та мають вплив на його ринкову поведінку.

В Україні можна спостерігати за формуванням нового «суспільства споживання», в якому домінує інститут показного споживання. Головним мотивом якого є демонстрація свого високого соціально-матеріального положення.

Найчастішим явищем сьогодення сучасного споживача є прагнення виділитися, «показати себе», «бути кращим, успішним», не завдяки застосуванню власних талантів, а за допомогою придбання певних товарів, особливого бренду. Дуже важливу роль стали відігравати саме брендові товари, адже їх купують не через основні функції, які вони виконують, а через спробу продемонструвати уявний або реальний статус.

З розвитком моди, реклами, маркетингу та інших галузей показне споживання стає особливо значимим для української молоді. Дуже престижним стало виставляти напоказ предмети розкоші або яскраві предмети гардеробу. Значним, інтенсивним поштовхом показного споживання для вітчизняної молоді відіграють соціальні мережі, де сучасне покоління проводить більшість свого часу. Адже саме там молодь прагне «виділитися», «показати себе», «бути кращим, успішним»...

Чимало вчених бачить в такій поведінці споживачів реальну загрозу для суспільства. Адже люди потрапляють у залежність матеріальних речей. Кожна нова покупка робить їх щасливішими, спонукаючи до витрати великої кількості енергії та ресурсів на процес споживання. Вчені наголошують, що суспільство не потребує такої кількості товарів та навіть не використовує їх повною мірою.

Отже, як бачимо, показне споживання відображає еволюцію соціально-економічної системи, та приховує в собі ще багато важливих питань та наслідків, які потребують особливої уваги та аналізу.

Науковий керівник: Пилипенко Ганна Миколаївна, доктор економічних наук, професор, ДВНЗ «Національний гірничий університет»

ФОРМУВАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ ОЦІНКИ РИЗИКІВ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ: В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕННОСТІ

Мясников В'ячеслав Олегович

здобувач кафедри економіки підприємств міського господарства
Харківського національного університету міського господарства
ім. О.М. Бекетова

Невизначеність інноваційних процесів в системі адаптивного управління машинобудівних підприємств вимагає обліку впливу багатой кількості ризиків, які можуть негативно вплинути на підсумковий фінансовий результат інноваційної діяльності. Проте, різноманітність підходів та дискусійний характер окремих питань до оцінки інноваційних ризиків на стадіях інвестування, розробки, впровадження та просування на ринку інноваційного продукту, вимагають подальшого науково-методичного обґрунтування, удосконалення та впровадження методів та моделей оцінки ризиків.

Інструментом, який дозволяє оцінювати очікувані ризики в умовах невизначеності, є теорія нечітких множин. Для оцінки ступеня ризику введемо в розгляд два трикутних нечітких множин: $E(E_{min}, E_o, E_{max})$ - передбачуване значення досліджуваного показника (expected value); $B(B_{min}, B_o, B_{max})$ - показник, що характеризує граничні умови проекту (border conditions). У якості E і B можна, наприклад, вибирати: NPV – чисту сучасна цінність проекту; PI – індекс рентабельності інвестицій; RPI – внутрішню норми прибутковості та інші параметри, що характеризують певні інноваційні ризики на всіх стадіях інноваційного процесу.

Три значущі точки трикутного нечіткої безлічі можна зіставити із можливою реалізацією трьох сценаріїв: песимістичного, оптимального, оптимістичного. При виконанні нерівності $E < B$ інноваційний проект можна вважати неуспішним.

У роботі запропонована модель оцінки очікуваного ризику з використанням нечітких трикутних множин за умови, що

$$B_{min} = B_{max} = B_o.$$

Функція приналежності для E має вигляд (рис. 1)

$$\mu_E = \begin{cases} \frac{x - E_{min}}{E_o - E_{min}}, & E_{min} < x < E_o \\ \frac{E_{max} - x}{E_{max} - E_o}, & E_o < x < E_{max} \\ 0, & (x < E_{min}) \vee (x > E_{max}) \end{cases} \quad (1)$$

Можливі 4 ситуації.

Випадок 1. $B_o < E_{min}$ – ризик $R=0$.

Випадок 2. $E_{\min} < B_0 < E_0$

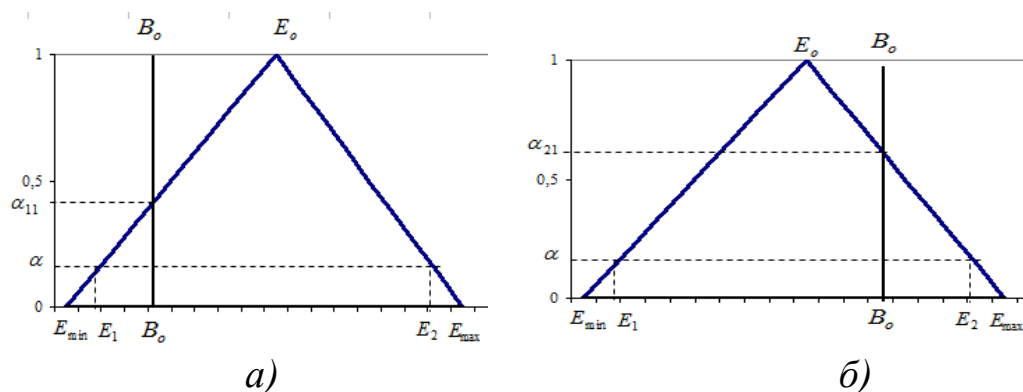


Рис. 1. Функція приналежності μ_E і B_0 (розроблено автором)

Для довільного рівня приналежності α визначимо інтервал $[E_1, E_2]$ (рис 4а). Згідно (1) для $0 < \alpha < \alpha_{11}$ отримаємо

$$E_1 = \alpha(E_0 - E_{\min}) + E_{\min}; \quad E_2 = -\alpha(E_{\max} - E_0) + E_{\max} \quad (2)$$

У точці перетину α_{11} першої гілки функції E і B_0 виконується умова $\mu_E = B_0$. Тоді, з урахуванням (2), отримаємо

$$\alpha_{11} = \frac{B_0 - E_{\min}}{E_0 - E_{\min}} \quad (3)$$

Точка α_{11} визначає верхню межу розділу безризикової і ризикової зон. При $\alpha > \alpha_{11}$ $E > B_0$ – ризик неефективності проекту відсутній. Ймовірність події попадання точки (E, B) у зону ризику визначається за формулою:

$$P(\alpha) = \begin{cases} \frac{1}{\lambda_E} \frac{B_0 - E_{\min} - \alpha(E_0 - E_{\min})}{1 - \alpha} & \text{при } 0 < \alpha < \alpha_{11} \\ 0 & \text{при } \alpha_{11} < \alpha < 1 \end{cases} \quad (4)$$

де $\lambda_E = E_{\max} - E_{\min}$.

Сумарний ризик обчислюється за формулою:

$$R = \int_0^{\alpha_{11}} P(\alpha) d\alpha = \frac{1}{\lambda_E} [(E_0 - E_{\min})\alpha_{11} - (B_0 - E_0) \ln(1 - \alpha_{11})] \quad (5)$$

Випадок 3. $E_0 < B_0 < E_{\max}$ (рис. 2б)

У точці перетину α_{21} другої гілки функції E і B_0 виконується умова $\mu_E = B_0$. Тоді, з урахуванням (2), отримаємо:

$$\alpha_{21} = \frac{E_{\max} - B_0}{E_{\max} - E_0} \quad (6)$$

Ймовірність події попадання точки (E, B) у зону ризику визначається за формулою:

$$P(\alpha) = \begin{cases} \frac{1}{\lambda_E} \frac{B_0 - E_{\min} - \alpha(E_0 - E_{\min})}{1 - \alpha} & \text{при } 0 < \alpha < \alpha_{21} \\ 1 & \text{при } \alpha_{21} < \alpha < 1 \end{cases} \quad (7)$$

Сумарний ризик обчислюється за формулою:

$$R = \int_0^{\alpha_{21}} P(\alpha) d\alpha + \int_{\alpha_{21}}^1 P(\alpha) d\alpha, \text{ або} \\ R = 1 - \alpha_{21} + \frac{1}{\lambda_E} [(E_0 - E_{\min})\alpha_{21} - (B_0 - E_0) \ln(1 - \alpha_{21})] \quad (8)$$

Випадок 4. $E_{\max} < B_0$ - ризик максимальний $R=1$, проект відхиляється.

Завдяки отриманим формулам, розробники інноваційних проектів, при дослідженні різних його параметрів, можуть отримати можливість підібрати оптимальні значення таких параметрів за умови мінімальності ризику. Слід зазначити, що представлені моделі орієнтовані на оцінку ризику за одним критерієм.

Список використаних джерел:

1. Великоиваненко В.И. Упрощенный алгоритм построения вероятностной модели оценки степени рисков инновационных проектов / В.И. Великоиваненко, Н.В. Гусаков, Д.Г. Пантенков, В.М. Соколов // Космическая техника и технологии. – 2014. – № 3(6). – С. 81-89.
2. Павлова В.А. Оценка инновационного потенциала машиностроительного предприятия методом нечётких множеств / В.А. Павлова, В.Г. Мячин, А.Г. Жукова // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2013. – № 1 (6). – 243-252.
3. Помулев А. Управление рисками малого предпринимательства / А. Помулев. – Lambert academic publishing. – 2000. – 222 с.
4. Филин С. Неопределенность и риск. Место инновационного риска в классификации рисков / С. Филин // Управление риском. – 2000. – № 4. – С. 30.

ВАЖЛИВІСТЬ ПОКАЗНИКІВ КОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКІ Є НЕОБХІДНИМИ ПРИ ОЦІНЦІ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Олексієнко Ольга Петрівна

магістр, економічний факультет,

Донецький національний університет імені Василя Стуса

Постановка проблеми. Трансформаційні процеси в економіці України зумовили актуальність проблематики з корпоративного управління. Це пов'язано з приватизацією державної власності, відродженням різних форм корпорацій, появою нової системи суспільних та виробничих відносин.

Актуальність дослідження ефективності управління корпораціями зумовлена не тільки не в регульованістю корпоративних відносин, але й важливістю розвитку інтеграційних процесів в економіці.

Проблеми розвитку корпоративного сектора висвітлено в різних аспектах науковцями, а саме: правове регулювання відносин, формування інформаційного поля корпорацій, управління фінансовими ресурсами

корпорацій, управління розвитком корпорацій та гармонізація інтересів учасників корпоративного управління, розбудова системи корпоративних відносин.

Наше завдання – зрозуміти важливість ефективного корпоративного управління, знати шляхи його підвищення та бути обізнаним у рейтингах корпоративного управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Система корпоративного управління – це організаційна модель, за допомогою якої компанія представляє і захищає інтереси своїх інвесторів. Одне із завдань корпоративного управління - нагляд і контроль за діями управлінського персоналу в умовах, коли функції управління і володіння корпорацією суперечать одна одній через "розпорошеність" акціонерного капіталу [1].

У вузькому розумінні корпоративне управління полягає у забезпеченні діяльності менеджерів щодо управління підприємством в інтересах власників-акціонерів. У широкому розумінні корпоративне управління – це захист та врахування інтересів інвесторів, що роблять свій внесок у діяльність корпорації.

Корпоративний сектор в економіці України сьогодні є настільки вагомим, що без урахування його особливостей держава не в змозі впливати на будь-які економічні процеси. Адже в країні нараховується понад 3,3 тис. підприємств державної форми власності, з яких біля 1,0 тис. заборонено до приватизації, і понад 1,5 тис. акціонованих підприємств з державними частками в акціонерному капіталі.

Державна частка корпоративної власності є тією частиною державної власності, яка бере участь у системі державного регулювання економіки країни. Вона потребує визначення завдань і критеріїв оцінки ефективності управління державними корпоративними правами, враховуючи сутність та інституційні завдання державної власності, для якої макроекономічні показники відіграють другорядну роль, підпорядковану необхідності забезпечення зайнятості.

Визначення критеріїв оцінки ефективності управління державними корпоративними правами в роздержавлених підприємствах є ключовою проблемою змісту і організаційних форм економічної активності держави в корпоративному секторі реальної економіки. Особливо актуальною для розвитку цього сектора економіки держави слід вважати проблему вдосконалення корпоративного управління вітчизняними акціонерними товариствами загалом і товариствами, в яких держава володіє пакетами акцій.

Можна ідентифікувати сили, від яких залежить поведінка компанії, і розглянути суперечливі вимоги, що впливають на її діяльність. Звичайно, ці елементи постійно змінюються. Причому не існує критеріїв, за якими

можна скласти "рейтинг" регуляційних законів і норм, типів власності чи суспільних традицій як джерел впливу на корпорацію.

Виділено три основні групи показників, які є необхідними та достатніми при оцінці ефективності корпоративного управління:

1. Показники, що відображають ступінь дотримання в компанії принципів корпоративного управління.

2. Показники, що характеризують результати фінансово-господарської діяльності компанії.

3. Показники, що відображають ризики корпоративного управління [1].

Виходячи з вказаних критеріїв зрозуміло, що корпоративними підприємствами постають: корпорації, акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, а також товариства з додатковою відповідальністю. Найпопулярнішими серед засновників є акціонерні товариства та товариства з обмеженою відповідальністю. Перевага товариств з обмеженою відповідальністю перед акціонерними полягає у суттєво спрощених умовах функціонування: непотрібно випускати акції, звітувати перед державною комісією з цінних паперів та фондового ринку, також відсутня потреба в проходженні лістингу на фондовій біржі тощо. Тому цілком закономірно, що загальна тенденція до зменшення кількості акціонерних товариств на 33,8 % протягом 2001 – 2015 рр., в той час як кількість товариств з обмеженою відповідальністю в цей же період навпаки збільшилася аж у 2,3 рази (рис. 1).

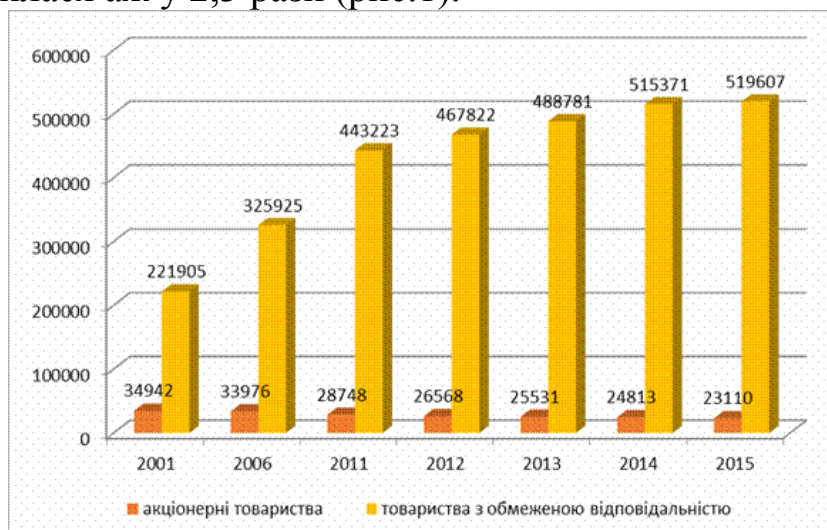


Рис. 1. Динаміка акціонерних товариств та товариств з обмеженою відповідальністю протягом 2001 – 2015 рр.

Менш популярними серед засновників користуються товариства з додатковою відповідальністю. А саме на початок 2015 року кількість товариств з обмеженою відповідальністю в 30 разів збільшилась у порівнянні товариств з додатковою відповідальністю (рис. 1-2). Також

спостерігаємо тенденцію до зростання як корпорацій, так і товариств з додатковою відповідальністю протягом 2001 – 2015 рр. (рис. 2).

Застосування теорії організації може дозволити сформувати новий погляд на деякі аспекти управління діяльністю зазначених корпоративних підприємств. З одного боку, теорія організації розглядається як складова частина науки про управління, з іншого боку, як відносно самостійна сфера знань. На користь першого підходу свідчить той факт, що ефективне управління жодним чином не може бути відірване від керованого об'єкту, тобто безпосередньо компанії. На захист другого підходу зазначається, що теорія організації лише висвітлює та структурує сам об'єкт управління, в той час як на питання як керувати – відповідає вже наука про управління [1].

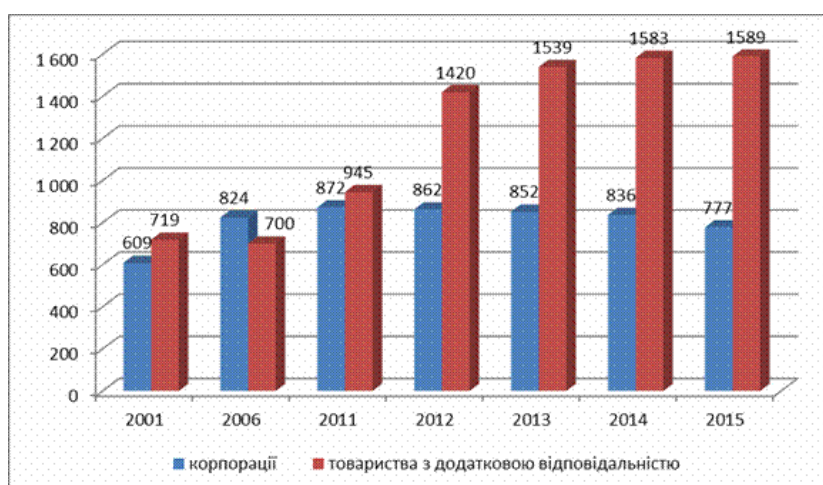


Рис. 2. Динаміка корпорацій та товариств з додатковою відповідальністю протягом 2001 – 2015 рр.

Отже, корпоративне управління - це управління організаційно-правовим полем бізнесу, оптимізацією організаційних структур, побудова внутрішньо- та між фірмових відносин компанії відповідно до прийнятих цілей. Такий погляд на сутність корпоративного управління відображає взаємозв'язок корпоративного управління та управління інтегрованими корпоративними структурами [1].

Висновки. Основними елементами корпоративного виконання менеджменту є доставка інформації і стратегічне планування. Для людей, що приймають основні рішення в ході роботи бізнесу, корпоративний менеджмент забезпечує можливість прямого доступу до потрібної інформації. При хорошому розумінні деяких фактів вашого бізнесу, поінформовані рішення можуть бути використані для стрімкого розвитку бізнесу.

Корпоративний менеджмент забезпечує необхідні показники нагляду над менеджментом, що в свою чергу допомагає в оптимізації бізнесу. Для адміністрації бізнесу, як для людей приймають важливі рішення в житті

бізнесу, ефективність показників допомагає визначити і скласти цілі і роботу по шляху досягнення успіху.

Система корпоративного виконання менеджменту перетворює процес менеджменту в одну, інтерактивну робочу область. Звіти позитивно впливають на розвиток фінансування, операцій і на робочу силу.

Корпоративне виконання менеджменту забезпечує точної фінансовою інформацією про щоденної діяльності людей і процесів. Воно може розвивати доступні плани і звіти клієнтів, а також допомагає організації в утриманні вигідних прибувають і відбувають відносин з клієнтами. Корпоративний менеджмент може скоротити кількість проблем, пов'язаних зі складанням фінансових і операційних баз даних

Список використаних джерел:

1. Корпоративний менеджмент [Текст] : навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / О. В. Гладунов [та ін.] ; Рівненський держ. гуманітарний ун-т, Рівненський ін-т слов'янознавства Київського славістичного ун-ту. - Рівне : [б.в.], 2002. - 244 с.: рис. - Бібліогр.: с. 174-178.
2. Статистичний збірник Вінниччини за 2015рік / [за ред. С. Н. Ігнатова]; Держ. служба статистики України, Гол. упр. статистики у Вінниц. обл. - Вінниця, 2015. - 619 с.
3. Статистичний щорічник Вінниччини за 2015рік / [за ред. С. В. Рибалко]; Держ. служба статистики України, Гол. упр. статистики у Вінниц. обл. - Вінниця, 2015. - 619 с.

Науковий керівник: Ситник Людмила Степанівна, доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту, Донецький національний університет імені Василя Стуса

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Плахотник Оксана Сергіївна

магістрантка Київського національного університету технології та дизайну

Аналіз фінансового стану підприємства є необхідним етапом для розробки планів і прогнозів фінансового оздоровлення підприємства в сучасних умовах розвитку і нестабільності зовнішнього середовища. З огляду на це, проблема глибини та якості оцінки стану фінансового забезпечення підприємства є досить актуальною, оскільки саме від неї

залежить успіх діяльності в цілому та ефективність прийняття управлінських рішень.

Сутність дефініції «фінансовий стан» є багатоаспектною та розглядається вітчизняними науковцями з різних позицій, зокрема як: платоспроможність та кредитоспроможність [1]; ступінь забезпеченості фінансовими ресурсами [3]; спроможність підприємства до саморозвитку на фіксований момент часу [5]; здатність підприємства фінансувати свою діяльність [2]. Найбільш влучним визначенням, на нашу думку, можна вважати трактування Бандурка О. М., де під фінансовим станом розуміється стан економічного суб'єкта, що відображає ступінь забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасного проведення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями [4]. Узагальнивши існуючі підходи до вивчення сутності даної категорії можна стверджувати, що це стан господарюючого суб'єкта у певний період, який відображає його реальну та потенційну спроможність забезпечувати достатній рівень фінансування господарської діяльності та можливість ефективно здійснювати її у майбутньому.

Основною метою проведення аналізу фінансового стану підприємства є визначення реальної фінансової ситуації, виявлення змін у фінансовій діяльності підприємства та дослідження основних факторів, що впливають на ці зміни, прогноз основних напрямів фінансового оздоровлення діяльності підприємства на середньострокову перспективу.

Послідовність проведення комплексної діагностики фінансового стану підприємства включає наступні етапи аналітичної роботи:

- оцінку майнового стану, яка необхідна для виявлення тенденцій змін у структурі фінансових ресурсів підприємства за певний період;
- аналіз ділової активності, що дозволяє зробити висновок про ефективність основної діяльності підприємства, яка характеризується швидкістю обертання його фінансових ресурсів;
- аналіз ліквідності та платоспроможності, необхідний для визначення рівня забезпечення підприємства оборотними коштами і розробку заходів з управління ними;
- аналіз рентабельності, що характеризує фінансові результати і ефективність діяльності підприємства в цілому;
- аналіз фінансової стійкості, що відображає інтенсивність використання позикових засобів, рівень довгострокової стійкості підприємства без позикових засобів та ступінь його залежності від короткострокових зобов'язань.

В свою чергу, кожен етап включає в себе розрахунок певних фінансових показників (коефіцієнтів), значення яких потрібно порівнювати з середніми по галузі, показниками діяльності найкращих підприємств або ж з рекомендованими нормативами.

Основними проблемами, які виникають в процесі діагностики фінансового стану є: постійна зміна інформації (отримані результати сьогодні втрачають свою цінність через деякий час, тому не можна говорити про їх достовірність та актуальність); наявність різних форм власності бізнесу, що мають свої особливості при розрахунку фінансових показників; нестабільність законодавчої бази.

Сьогодні, основним напрямом забезпечення досягнення точки фінансової рівноваги підприємства в кризових умовах є скорочення обсягу споживання фінансових ресурсів. Перелік заходів з покращення фінансового становища є індивідуальним для кожного суб'єкта господарювання та залежить від сфери, в якій ведеться бізнес, номенклатури продукції, кон'юнктури ринку, регіональної інфраструктури, системи управління підприємством, структури витрат на виробництво і управління, техніко-технологічних особливостей та інших факторів.

Отже, своєчасна оцінка та аналіз фінансової ситуації на підприємстві дозволяють виявити причини, що перешкоджають успішному розвитку підприємства, а самі результати аналізу є основою прогнозування альтернатив його розвитку у майбутньому. Тому, з метою підвищення ефективності управління розвитком підприємства, доцільно використовувати комплексний підхід до формування системи показників діагностики стану забезпеченості його фінансовими ресурсами, що є дуже важливим в умовах конкурентної боротьби.

Список використаних джерел:

1. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 512 с.;
2. Грищенко О. В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cfin.ru/finanalysis/grisheko/08.shtml>;
3. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств / М. Я. Коробов. – К.: Знання, 2000. – 378 с.;
4. Непочатенко О. О. Фінанси підприємств / О. О. Непочатенко, М. Ю. Мельничук. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1548062353108/finansii/otsinka_finansovogo_stanu_pidpriyemstva;
5. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб.– 2-ге вид., випр. і доп./ Г. В. Савицька. – К.: Знання, 2005. – 662 с.

Науковий керівник: Кузнецова Наталія Богданівна, доцент, кандидат економічних наук, Київський національний університет технології та дизайну

ІННОВАЦІЇ ЯК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ЕКОНОМІКИ

Поченюк Тетяна Михайлівна

магістр, Університет Державної податкової служби України

Величко Юлія Геннадіївна

магістр, Університет Державної податкової служби України

Досвід високорозвинених країн світу засвідчив, що підвищення конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника можливе лише завдяки інноваційній активності при максимальному використанні інноваційного потенціалу регіонів, інноваційністю його застосування в господарській практиці.

Сьогодні ключовим фактором економічного зростання і підвищення рівня життя населення країни виступає не її забезпеченість природними ресурсами, а наявність конкурентоспроможних наукомістких секторів промисловості.

Проблемам конкурентоспроможності економіки та інноваційної діяльності присвячено значну кількість досліджень і публікацій, серед яких можна назвати роботи В. Геєця, В. Денисюка, В. Марцина, В. Грищенка, З. Марценюк. У їх роботах досліджуються загальні проблеми конкурентоспроможності економіки та шляхи активізації інноваційної діяльності, хоча поки що не існує вичерпної відповіді, завдяки яким механізмам цю проблему буде розв'язано, за яких умов інноваційна стратегія зробить технологічний прорив у національній економіці. Виникає запитання: чому за такої всебічної уваги до конкурентоспроможності економіки, до інноваційної діяльності не вдалося досягнути виробництва конкурентоспроможної продукції, закріпити високий рівень нововведень та ін.

Основною причиною такого відставання є те, що виконавча влада як на державному, так, особливо, і на регіональному та місцевих рівнях фактично не займається стимулюванням інноваційного розвитку економіки. Вирішення проблем зростання ВВП, бюджету, заробітної плати, пенсій чи інших напрямів її відповідальності забезпечується, головним чином, необґрунтованим зростанням цін, розпродажем державного майна і землі, розширенням платних дозвільних функцій та іншими засобами, які самі по собі не створюють додаткові вартості та не забезпечують реального приросту національного багатства.

Головною причиною низької ефективності науково-технічного потенціалу є факт того, що прямі й опосередковані державні інвестиції в науку та інновації слабо пов'язані із завданням забезпечення зростання конкурентоспроможності економіки. У науковій сфері гроші розпорошуються за науковими структурами, багато з яких працюють неефективно і не мають результатів світового рівня, а у виробничій сфері

не створено економічних стимулів, які б впливали на технологічне оновлення виробництва і підвищення конкурентоздатності вітчизняних товарів. Не менш серйозною перешкодою на шляху до зростання конкурентоспроможності економіки, розвитку інноваційної діяльності є нестабільність законодавства та його мінливість, велика кількість правових актів, що регулюють інвестиційну діяльність, їх неузгодженість, нечіткість і незрозумілість [2, с. 61]. Тому інвестори через невпорядкованість правових норм не бажають вкладати кошти в економіку України, яка має великі шанси економічного зростання.

Для розроблення стратегії інноваційного розвитку необхідно створювати переваги, які б сприяли виготовленню товарів і послуг, що за своїми параметрами не уступали б товарам чи послугам конкурентів.

Для цього вітчизняний товаровиробник повинен мати цілий пакет аргументів для боротьби за статус конкурентоспроможного. До таких аргументів слід віднести: податкове законодавство, орієнтоване на стимулювання продуктивності виробництва, зменшення вартості капіталу, розвитку продуктивних сил, інфраструктури, техніко-технологічного оснащення, інформаційного забезпечення бізнесу та ін. [3, с. 36].

Активізація інноваційної діяльності в Україні знайде своє відображення за умови державної підтримки інноваційного розвитку наукової сфери. Для цього необхідно сформувавши нову стратегію державного управління інноваційною діяльністю. [1, с. 23].

Основними напрямками такої стратегії є:

- державна підтримка формування цілей інноваційної діяльності, формування системи їх пріоритетів;
- забезпечення Європейських стандартів наукоємності ВВП (не нижче 3,5 % від ВВП);
- формування кадрового складу науки, який визначить долю інноваційного розвитку;
- вдосконалення системи державного управління розвитку науки шляхом зосередження її зусиль на укріпленні інноваційного потенціалу наукової сфери, забезпечення тісного зв'язку між всіма сторонами цього процесу.

Отже, конкурентоспроможність національної економіки та її складових може швидко підвищуватись за умови продуманої системи цілеспрямованих дій, у яких велика роль належить інститутам держави. Насамперед, необхідно визначити пріоритети інноваційного розвитку, сформувавши інфраструктуру інноваційної діяльності, до якої належать технопарки, бізнес-центри. При цьому ефективність інноваційної діяльності забезпечується шляхом створення високо мотиваційного середовища.

Список використаних джерел:

1. Денисюк В. Оцінка інноваційної активності економіки країн та регіонів. Економічний часопис - XXI // Науковий журнал. - № 1-2. - 2014.
2. Марцин В.С. Стратегія розвитку інвестиційної діяльності в економіці України. Актуальні проблеми економіки. - № 9. - 2013.
3. Грищенко В.О. Підходи до забезпечення конкурентоспроможності національної економіки // Управління конкурентоспроможністю в умовах глобалізації // За ред. В.П. Онищенка. - 2015.
4. Геєць В.М. Перспективи розвитку економіки України та можливий вплив на нього інноваційних фондів. Наука та наукознавство. - № 3. - 2014.
5. Марценюк З.Р. Механізм побудови конкурентоспроможних національних інноваційних систем Китаю та Індії. Економічний часопис - XXI // Науковий журнал. - № 1-2. – 2012.

Науковий керівник: Лісовий Андрій Васильович, доктор економічних наук, професор, Університет Державної податкової служби України

ЗАХОДИ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ

Тясмін Анна Вікторівна

магістрантка Київського національного університету технологій та дизайну

Сучасний ринок молокопереробних продуктів в Україні динамічно розвивається та є високо конкурентним сектором, відкритим для виробництва нової продукції.

Забезпечення конкурентоспроможності сучасних підприємств сьогодні в значній мірі залежить від показників продуктивності праці та ефективності господарської діяльності. Це обумовлено тим, що зростання продуктивності праці, впровадження інновацій, управління якістю, якісна оцінка конкурентної ситуації на ринку є запорукою підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств.

Конкурентоспроможність підприємства можна охарактеризувати як можливість тривалий час відстоювати власні домінуючі позиції в галузі завдяки наявності ефективної стратегії або як здатність діяти в довгостроковому періоді на ринку та одержувати при цьому прибуток, достатній для подальшого вдосконалення виробництва і підтримки якості продукції на високому рівні.

Дослідження конкурентоспроможності вітчизняних молокопереробних підприємств дало можливість виявити її залежність від наступних факторів: науково-технічної, інноваційної, інвестиційної

політики підприємства, ступеня впровадження сучасних технологій виробництва, ефективних управлінських заходів, розробки перспективних напрямків підвищення рівня використання потенціалу в технологічній, інформаційній, інноваційній сферах функціонування підприємства, а також від державної підтримки розвитку молокопереробної галузі.

Підвищення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств є важливим завданням системи менеджменту на всіх рівнях управління молокопереробної галузі, оскільки забезпечує зростання ефективності її функціонування, що потребує постійного моніторингу та розробки заходів з посилення конкурентних позицій підприємств на ринку.

Основними заходами щодо підвищення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств є:

- запровадження прогресивних технологій з глибокої переробки молочних відходів;
- використання високопродуктивних технологічних ліній з виробництва молочної продукції та ресурсозберігаючих технологій, що забезпечують раціональне використання сировини;
- залучення додаткових інвестицій в розвиток молокопереробного виробництва з метою підвищення рівня продуктивності використання технологічного обладнання і якості молочної продукції;
- запровадження в практику економічної роботи сучасних методів фінансового планування та аналізу, а також інструментів управління витратами з метою їх оптимізації;
- постійне підвищення кваліфікації працівників молокопереробної галузі.

Список використаних джерел:

1. Вольська О.М. Управління ефективністю молокопереробних підприємств / О.М. Вольська // Вісник ОНУ ім. І.І.Мечникова – 2014. – Т.19, Вип. 2/3 – С. 51-53.
2. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення: [монографія] / В. А. Павлова. – Д.: ДУЕП, 2006. – 276 с.
3. Смолін І. В. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. / І. В. Смолін. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 204 с.

Науковий керівник: Куклін Олег Володимирович, професор, доктор економічних наук, Київський національний університет технологій та дизайну

ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Юченкова Анастасія Євгеніївна

студентка Київського національного університету технологій та дизайну

Вітчизняні підприємства працюють в сучасних мінливих умовах невизначеності та ризику, що потребують від них підтримки високого рівня економічної стійкості. Зміна економічної активності, криза в економічній та фінансовій системах істотно впливають на стійкість суб'єктів господарювання. Багато підприємств на сьогоднішній день під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників не можуть забезпечувати належний рівень економічної стійкості. Актуальність дослідження вітчизняних підприємств визначають умови економічної дестабілізації та пошук загроз економічної стійкості.

Метою дослідження є аналіз економічної стійкості ТОВ «ТРАНСЕКСПЕСЕРВІС» та чинників, що її обумовлюють.

З метою оцінювання рівня економічної стійкості ТОВ «ТРАНСЕКСПЕСЕРВІС» розглянуто сукупність взаємопов'язаних складових економічної стійкості за функціональною ознакою, такі як фінансова, виробнича, інвестиційно-інноваційна стійкості та стійкість рівня організаційної культури.

Для аналізу кожної складової було використано низку коефіцієнтів, що дають можливість зробити наступні висновки:

- значення коефіцієнтів концентрації власного капіталу (автономії) за 2014-2015 роки знаходяться в гранично допустимій межі, а в 2013 році коефіцієнт був менше допустимого рівня, це свідчить про те, що в 2013 році підприємство мало критичний фінансовий стан;

- коефіцієнт фінансової залежності за 2014-2015 роки знаходяться в гранично допустимих межах, а у 2013 році перевищує своє граничне значення, що свідчить про загрозу фінансовій незалежності підприємства;

- коефіцієнт рентабельності продажів у 2015 році був нижче допустимого рівня, ще вказує на зниження суми операційного прибутку;

- коефіцієнт кваліфікації працівників у 2015 році порівняно з попереднім роком виріс, і вказує на достатній рівень кваліфікації працівників;

- коефіцієнт рівня трудової дисципліни персоналу не стабільний, але він знаходиться в допустимих межах.

З метою побудови узагальненої оцінки рівня економічної стійкості підприємства було використано інтегральний показник, розрахований на основі показників-індикаторів та вагових коефіцієнтів. Впродовж 2013-

2015 років інтегральний показник зменшився з 0,73 до 0,69, що вказує на зменшення рівня економічної стійкості ТОВ «ТРАНСЕКСПЕСЕРВІС».

Отже, найбільш проблемною складовою стійкості ТОВ «ТРАНСЕКСПЕСЕРВІС» є виробнича стійкість та стійкість рівня організаційної культури.

Для підвищення виробничої стійкості ТОВ «ТРАНСЕКСПЕСЕРВІС» доцільно провести оновлення основних виробничих фондів. З метою підвищення стійкості рівня організаційної культури необхідно оновити традиції, норми, правила, цінності організації, які сприймаються персоналом організації і стають потужним стимулом для формування ефективної системи управління та якісного складу працівників організації.

Список використаних джерел:

1. Корчагіна О. В. Економічна стійкість підприємства [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=820>.
2. Офіційний сайт ТОВ «ТРАНСЕКСПЕСЕРВІС» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://transekspeservs-tzov.biz-gid.ru/>

Науковий керівник: Дернова Ірина Анатоліївна, кандидат економічних наук, Київський національний університет технологій та дизайну

ДІТИ – НАЙВРАЗЛИВІШІ СПОЖИВАЧІ РЕКЛАМИ

Корнеско Ілона Олегівна

студентка, Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

На сьогоднішній день, кожна людина в світі, хоче вона того чи ні, є споживачем реклами. Реклама існує у різних видах – телевізійна, радіо, друкована, зовнішня, Інтернет-реклама тощо, саме тому вона проникла в усі галузі людської діяльності. А чи задумувалися ви колись, яким чином реклама впливає на дітей?

Питанням вивчення впливу реклами на дітей присвячено немало наукових праць. Провідні підходи висвітлені у публікаціях наступних науковців: Н.Березовської, Н.Гончарук, А.Дубяги, В.Колесникова, К.Портної, О.Телетова та інших. Велика кількість питань, пов'язаних з впливом телереклами на свідомість дитини досі залишаються нерозкритими, по цій причині дана тема є актуальною та потребує значної уваги.

Однією з головних проблем сучасного суспільства є те, що діти постійно знаходяться під впливом різноманітної кількості медіа ресурсів, що може не найкращим чином відобразитись на їхній поведінці, поглядах та вчинках. Діти, на відміну від дорослих, не розуміють комерційної мети реклами та сприймають інформацію з медіа-носіїв як істинну.

Нині реклама є найдавнішим, але, найбільш придатним засобом впливу на покупців і споживачів. Якщо окремо аналізувати рекламу на телебаченні – вона є яскравою, колоритною, емоційною - саме тому є привабливою для молодшого покоління.

Психологи давно зійшлися на думці, що реклама спрямована на дорослих є небезпечною для дитячої свідомості, а саме: реклама алкоголю, тютюнових виробів, адже така реклама виховує у дітях відчуття «позитивного відношення» до таких товарів. Також небезпечною на думку досвідчених батьків є реклама газованих напоїв та популяризація шкідливих споживчих звичок на телебаченні. До прикладу, реклама чіпсів може з легкістю запевнити вразливу дитину, що нічого шкідливого у них немає. До того ж, у дорослої людини після перегляду такої реклами з'являється бажання купити ті чіпси «з новим, покращеним смаком», тому можна лише уявити, які бажання викликає подібна реклама у дітей.

Окрім цього, деякі рекламні ролики на телебаченні можуть створити в дитячій голові «спотворений образ» дійсності. Наприклад, що жадібність, або жорстокість не є негативними особистими якостями, або образ того, що «хлопцю достатньо скористатися дезодорантом, для того,

аби стати справжнім чоловіком». Подібних прикладів можна навести безліч, головним фактом, що доказує це твердження є те, що вченими давно доведено – діти до 8 років життя не розуміють комерційного характеру реклами, саме тому не можуть відрізнити гіперболізовану інформацію, від реальної.

Бажаємо ми того, чи ні, проте наші діти споживають рекламу різного характеру, і частіше всього – без нашого відома. Тому сучасні психологи радять чітко пояснювати своїм дітям, що до реклами слід ставитися вибірково.

У сучасній Україні реклама частково перетворилася на засіб маніпулювання свідомістю споживачів, що спонукає їх до придбання певних товарів. В цілому, реклама негативно впливає на психіку дитини, викликаючи роздратованість та виснажуючи нервову систему дитини. Саме з цієї причини, батьки повинні брати до уваги час, який їхня дитина проводить біля телевізора. Окрім пильності зі сторони батьків, звісно ж, корисно було б, аби рекламні ролики, що повинні транслюватися на телебаченні, першочергово оцінювалися власниками телеканалів зі сторони їхнього впливу на дітей.

Список використаних джерел:

1. Телетов, О.С. Реклама та дитяча аудиторія [Текст] / О.С. Телетов, Т.Є. Іванова // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2015. - № 2. - С. 48-64.
2. Голяшева Е. Сучасна реклама і діти [Електронний ресурс] / Е. Голяшева. – Режим доступу до ресурсу: <http://kyiv.proua.com>

Науковий керівник: Жалба І.О., кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД В СФЕРІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ТА ЙОГО АДАПТАЦІЯ ДО УКРАЇНСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА

Кулініч Анастасія Вікторівна

студентка, Університет митної справи та фінансів;

Савва Ольга Олегівна

студентка, Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро

Інтеграція України у світову економічну систему ставить перед українськими підприємствами нові завдання, пов'язані з активізацією процесів у сфері соціальної відповідальності. Серед тисяч підприємств,

що ведуть свою діяльність в Україні, лише десятки а може и одиниці є соціально відповідальними. Значний відрізок часу це питання посідало в економічній політиці країни другорядне місце. Соціальна активність підприємств носила несистемний, суперечливий характер. Але в наш час, коли конкурентоспроможність та ефективність бізнесу суттєво залежить від соціальної відповідальності, коли потрібно піклуватися не лише про фінансовий результат, а й про внесок в соціальний розвиток ця проблема потребує глибокого аналізу і пошуку шляхів вирішення.

Багато хто з українських вчених приступав до розгляду цього питання, однак, незважаючи на розуміння важливості соціальної відповідальності бізнесу перед населенням, в Україні все ще відсутнє однозначне визначення цього питання. Так, на думку М. Мурашко, відсутність ідеології соціально відповідального підприємництва та вимушений характер цієї відповідальності яскраво характеризують сучасний стан соціальної відповідальності [1, с. 116].

Корпоративна соціальна відповідальність у найзагальнішому тлумаченні – це раціональний відгук організації на суперечливі очікування заінтересованих сторін, спрямований на стійкий розвиток компанії. Це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлено [2, с. 70 -71].

У зарубіжних країнах вже декілька десятиліть проводяться дослідження з ефективності корпоративної соціальної відповідальності. Дослідження, що проводились агентством «Welker Information», виявили пряму залежність зростання престижу компанії і продуктивності її економічної діяльності від здійснення соціальних обов'язків. Збільшення соціального потенціалу компанії на 1% підвищує її соціальний престиж на 0,55%, у той час як зростання економічного потенціалу поліпшує економічну цінність на 0,32%. Для крупних компаній соціальні інвестиції дуже привабливі, оскільки більшість споживачів у США і Великій Британії віддають перевагу компаніям із соціально відповідальними програмами. До того ж соціально відповідальний бізнес мотивує співробітників у поліпшенні комерційної діяльності. У Великій Британії, Голландії, Німеччині, Швеції державою встановлені правила соціальної звітності підприємств, які визначають її зміст і періодичність. На європейському просторі діють два варіанти регулювання соціальної поведінки: обов'язковий і рекомендований. Проте в кожному з них використовуються правові норми, які підприємства зобов'язані виконувати. У США на відміну від європейського підходу діють більш ліберальні («відкриті», за термінологією ряду учених) підходи до регулювання корпоративної соціальної діяльності. Між тим, як і в Європі, уряд США визначає мінімальні соціальні стандарти для бізнесу [4].

Взагалі у світі, сектор інвестицій в соціальну відповідальність бізнесу постійно зростає. Сьогодні активи тільки європейських фондів, щодо СВ сягають \$15 млрд.

Світові компанії та країни «золотого мільярда» вже давно прийшли до висновку, що «соціальна економіка» це вигідно і широко використовують КСВ, як інструмент конкурентоспроможності на ринку. У той час коли в Україні корпоративна відповідальність і нефінансові звіти знаходяться на етапі активного розвитку і мають значний не задіяний потенціал, іноземні компанії, зокрема США і країни ЄС є конкурентоспроможними на вітчизняних ринках. Це яскраво демонструє рейтинг конкурентоспроможності держав, проведеного Всесвітнім економічним форумом (табл. 1) [5].

Таблиця 1

Рейтинг глобальної конкурентоспроможності за 2015-2016 рр.

Країна	Оцінка	Рейтинг за 2015-2016 рр.
Швейцарія	5,76	1
США	5,61	3
Німеччина	5,53	4
Великобританія	5,43	10
Україна	4,03	79

Як видно з таблиці Україна значно відстає від провідних країн світу. Це свідчить про досить не розвинену систему соціальної відповідальності. Для того щоб підвищити свої позиції, українському бізнесу необхідно розуміти причину високого рейтингу и брати приклад з країн-лідерів. Так, в Німеччині виходячи з того що соціальна відповідальність несе користь всьому суспільству, молоді надається можливість підвищити кваліфікацію та отримати професійні навички всередині компанії. У Великобританії створені організації, що проводять моніторинг соціальної та екологічної документації компаній, а також в уряді при прем'єр-міністрі є посада міністра з соціальної відповідальності компаній.

Соціальна відповідальність вітчизняних підприємств в першу чергу полягає в максимально повній сплаті податків, дотримання законодавства про працю та охорону навколишнього середовища, в створенні робочих місць, в добродійних заходах. Всі ці заходи спрямовані на зовнішнє середовище підприємства. Серед ініціатив, які спрямовані на внутрішнє середовище, можна виділити наступні: підвищення продуктивності, поліпшення конкурентоспроможності, оптимізація витрат, реалізація стратегії подальшого розвитку, покращення іміджу, збільшення товарообігу та кількості споживачів [3, с. 27].

Таким чином, для розвитку соціальної відповідальності бізнесу в українському суспільстві необхідно:

1. Інвесторам: вкладати кошти в компанії з розвинутою системою корпоративної соціальної відповідальності.

2. Компаніям: зрозуміти, що СВ може зробити їх більш конкурентоспроможними та популярними, принести більший дохід; прагнути до довгострокового розвитку, замість короткострокового; узгоджувати соціальні ініціативи з місією компанії; залучитися підтримкою з боку вищого керівництва та провідних працівників компанії.

3. Уряду: надавати пільги компаніям, як є соціально відповідальними; створити єдиний портал, на якому можна буде ознайомитися зі станом виконання соціальної відповідальності; створити спеціалізований керуючий орган.

Важливо також не ототожнювати соціальну відповідальність з благодійністю. Особливістю благодійності є її не регулярність, а реалізація корпоративної соціальної відповідальності передбачає впровадження довгострокової програми дій, які направлені на підвищення привабливості для інвесторів, органів влади та працівників.

Отже, вітчизняні підприємства повинні розглядати соціальну відповідальність як одну з головних проблем, вирішення якої потребує ретельного планування, а також детального аналізу та оцінки.

Список використаних джерел:

1. Мурашко М. І. Концептуальні основи соціальної відповідальності бізнесу в Україні / М. І. Мурашко // Демографія та соціальна економіка : Науково-економічний та суспільно-політичний журнал . – 2009. – № 2. – С. 114 – 122
2. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: сучасна філософія, проблеми засвоєння / А. М. Колот // «Економіка України». – 2014. - №3(628). – с.70-82.
3. Комарова К. В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України / К. В. Комарова, Н. В. Ковальчук. // Інноваційна економіка. – 2016. – №5-6 (63). – С. 25–30.
4. Новіков В. М. Регулювання розвитку соціальної відповідальності бізнесу [Електроний ресурс]. - Режим доступу: http://www.idss.org.ua/monografii/2015_vidpovidalnist_biznesu.pdf
5. Всесвітній економічний форум: рейтинг глобальної конкурентоспроможності 2015-2016 [Електроний ресурс]. - Режим доступу: <http://gtmarket.ru/news/2015/09/30/7246>

Науковий керівник: Комарова Катерина Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро

ИНТЕРНЕТ - РЕКЛАМА : НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА РАСКРУТКУ

Островская Ирина Васильевна

студентка, Национальный авиационный университет

Сайты, реклама, интернет-маркетинг - все это основные тенденции в развитии рекламного рынка. Реклама в реальной жизни уже давно проверена, перекручена, переформирована, но ничего нового с ней не выходит. В Интернете же все наоборот. Сколько ни крути затертый телевизионный или радиоролик, все равно в скором будущем придется искать новую стратегию продвижения товара. Зачем вообще за чем-то гнаться? Да потому что реальный клиент и перспективный покупатель уже давно сидит во всемирной паутине и постоянно ищет Ваш товар.

Интернет-реклама - это реклама, размещена в сети Интернет; представление товаров, услуг или предприятия в сети Интернет, адресованное массовому клиенту и имеющее характер убеждения.

Сегодня следить за развитием Интернет-рынка и Интернет-технологий жизненно необходимо. За день Ваш сайт может потерять несколько пунктов только потому, что Вы неправильно или не вовремя отреагировали на замечание поисковых систем о том или ином способе продвижения сайта. Раньше было проще, черные методы раскрутки давали результаты в несколько дней, особого присмотра за такими проектами не было, а сайт мог жить довольно долгое время.

Сейчас же все наоборот. Могут выжить сайты, сделанные только для людей.

Пресекаются на корню все процессы черной раскрутки, а сайты надолго уходят в бан. Но если они оттуда выйдут, история об их методах навсегда останется в журналах систем.

Корпоративные сайты немного утратили интерес к каталогам и регистрации в них. Основная направленность раскрутки направлена на уникализацию сайта. Оригинальные и уникальные сайты любит любая поисковая система. Уникальный текст о рекламируемом бренде на стороннем ресурсе будет работать намного эффективнее пресловутых баннеров. В некоторых случаях пользователь самостоятельно начинает искать информацию о заинтересовавшей его фирме. За все время сети выработали иммунитет к рекламным баннерам, контекстной рекламе и попросту не обращают на них внимания. Так что информационные статьи - это как раз то, что сейчас наиболее популярно и эффективно.

В данном случае можно одновременно выполнять два момента продвижения - рекламная статья, которая будет интересна пользователю, а также обратная ссылка на Ваш ресурс, которая будет плюсом в ссылочной массе, ведущей на Ваш сайт.

Как ни странно, второе по эффективности решение рекламной кампании в Интернете, является рассылка коммерческих предложений по электронным ящикам. Речь не идет о спаме, имеются ввиду узконаправленные письма, которые рассылаются определенным компаниям или клиентам тем или иным способом, связанным с предлагаемым товаром или услугой. Многие пользователи склонны их читать, если они, действительно, выглядят, как коммерческое предложение и не похожи на спам, который и так надоел многим. А вот ухудшить продвижение рекламного сайта можно всплывающими окнами, так что Вам решать, какой вид продвижения использовать.

Литература:

1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biznes-info.ru/internet-reklama-novij-vzglad-na-raskrytku.php>
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-реклама>

Научный руководитель: Сибрук Виктор Леонидович, кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга, Национальный авиационный университет

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ВІДТВОРЕННЯМ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В ЛІФТОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Пилипенко Ігор Олександрович

Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

У статті розглядається процес управління відтворенням основних засобів ліфтового господарства України. Для вирішення цієї проблеми пропонується, перш за все, розробити механізм процесу відтворення як організаційних так і економічних задач. Стверджується, що одним із джерел фінансування відтворення основних засобів в ліфтовому господарстві може бути амортизаційні нарахування.

Відомий американський вчений українського походження С. Кузнець розробив обґрунтовану теорію економічного зростання країни, яке неминуче передбачає глибоке перетворення всієї економічної структури, у тому числі процесів відтворення основних засобів і капіталу [1, с. 131-134].

Значний внесок у розвиток теорії відтворення основних засобів вніс Самуельсон П. [2] який розглядав деякі специфічні проблеми відтворення основного капіталу та концепції, які присвячені методам визначення стану і ефективності відтворення основних засобів.

В загальному розумінні відтворення основних засобів це процес безперервного їх поновлення (фізичний та економічний, вартісний) в процесі виробництва. Відтворення також розглядається як відшкодування основних засобів, що вибувають, а також їх втраченої вартості (просто відтворення) і їхній приріст кількісний або якісний (розширене відтворення).

Сучасний український фахівець Швець Н.В. пропонує таке визначення цього поняття: «відтворення – це безперервний процес формування, забезпечення працездатного стану й розвитку основних засобів підприємства згідно з його стратегічними орієнтирами» [3].

З її точки зору існує два напрямки відтворення основних засобів – підтримка і відновлення. Підтримка – це технічне обслуговування та проведення поточного та капітального ремонтів, а відновлення – модернізація, реконструкція, заміна.

Циклічна природа суспільного відтворення та акцептування уваги на ключових аспектах формування, відновлення та використання основних засобів дають підстави розглядати відтворення основних засобів як багатостадійний постійно поновлювальний процес заміни новими зразками застарілих та (або зношених) основних засобів із наступним відшкодуванням здійснених витрат. Виходячи з Міжнародних стандартів в системі якості ISO 9000, визначено такі стадії відтворювального процесу: 1) прогнозування; 2) науково-дослідницька та дослідницько-конструктивна розробка (НДДКР); 3) організаційно-технічна підготовка виробництва (ОТПВ); 4) формування (оновлення) ОВЗ; 5) освоєння створених (оновлених) потужностей; 6) експлуатація; 7) утилізація.

Дослідження свідчать, що у сфері матеріального виробництва на стадії прогнозування НДДКР та ОТПВ припадає менше 5 % сукупних витрат за весь життєвий цикл. Понад 80 % сукупних витрат формується на стадії експлуатації підраховано, що різне зростання витрат відбувається на стадії формування (оновлення) ОВЗ, що відповідає моменту, коли капітальні вкладення змінюють свою форму [3].

Ефективність відтворення основних засобів підприємства можна досягти якщо буде розроблено відповідний організаційно-економічний механізм.

Проведений аналіз динаміки інвестиційних вкладень в ліфтовому господарстві свідчить про їх тривале зменшення, що визвало вповільнення процесу відтворення, яке призвело до кризового стану. Сьогодні більше 50

% встановлених в житловому фонді ліфтів відпрацювали встановлений строк експлуатації (25 років), а майже 4,0 тис. ліфтів зовсім не працюють.

За результатами проведених досліджень зроблено висновок, що в теорії управління відтворенням основних засобів відсутнє цілісне уявлення про складові елементи цього механізму, що не дає можливості виробити основні заходи для його удосконалення.

Ефективність функціонування механізму управління відтворенням основних засобів в ліфтовому господарстві значною мірою визначається умовами зовнішнього середовища і наявністю інвестиційних ресурсів. Крім цього, в ліфтовому господарстві України накопичились проблеми, рішення яких дозволить розвиток цієї галузі. Це:

- відсутність єдиної державою, фінансово-економічної та технічної політики;

- не сформульована науково-обґрунтована цінова й тарифна політика на послуги з експлуатації і ремонту ліфтів;

- дуже застаріла нормативно-правова база, технічне регулювання ліфтової галузі не відповідає вимогам євроінтеграції;

- зруйнована система підготовки кадрів для ліфтової галузі;

- мають місце факти низького рівня обстеження й контролю з боку експертних організацій, що значно знижує рівень безпеки експлуатації ліфтів;

- відсутність інформаційно-аналітичної системи по управлінню ліфтовим парком в регіонах та Україні в цілому.

Для рішення всіх цих проблем, на нашу думку, пропонована структура організаційно-економічного механізму в ліфтовому господарстві повинна включати такі складові:

1. *Організаційна складова* включає функціонування всіх суб'єктів, які приймають участь в процесі відтворення ліфтів, їх взаємозв'язок, завдання й способи реалізації цих завдань, забезпечення взаємозв'язку, регламентації кредитної діяльності з системою законів, що регулюють економічні процеси.

Серед суб'єктів цього процесу (механізму), перш за все, це Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства, муніципальні органи влади, об'єднання співвласників багатопверхових будинків (ОСББ), організацій, які обслуговують ліфти (наприклад, «Otis», Thyssengrupp, КП «Міськліфт» в містах, банківські установи, Асоціація ліфтовиків України тощо). Від кожного із перелічених суб'єктів залежить стан ліфтового господарства в наступних 2017-2020 рр.

2. *Нормативно-правова та інформаційна складова* – забезпечує розробку необхідних правил, рекомендацій по експлуатації, модернізації

та заміні ліфтів, амортизаційної та цінової політики та фінансування цього процесу.

3. *Економічна складова* – створює планову основу управління основними джерелами фінансування процесу відтворення основних засобів, їх раціонального використання для одержання максимального ефекту.

Основними джерелами фінансування відтворення основних засобів сьогодні можуть бути:

- а) власні кошти мешканців житлових будинків;
- б) кошти громад та муніципальних органів влади;
- в) кредитування (кошти банків);
- г) субвенції (державні, регіональні тощо);
- д) міжнародні гранти;
- е) регіональна або державна, податкова політика.

4. *Інституціональна складова*. Невдачі багаторічного реформування комунального господарства пов'язані, по суті, з двома основними причинами: залежністю від попереднього розвитку і нефективного використання наявних ресурсів, у тому числі, бюджетних коштів. Тому житлово-комунальну сферу, в тому числі і ліфтове господарство, слід розглядати в контексті загальної теорії інституційних трансформацій.

Інституційними називаються такі зміни, які виражаються в появі нових правил з відповідними механізмами забезпечення їх дотримання, зникненні старих діючих правил, а також зміні структури трансакцій в рамках існуючого набору процедур для їх учасників. Інституційні зрушення в економіці визначаються зрушеннями в системі власності, а не вектором цін і кількості ресурсів в економічній системі, які зазнають незначні зміни і зрештою не впливають на інституційну рівновагу.

Одне з важливих положень інституційної економіки – твердження про необхідність орієнтації реформ на людину, поєднання соціальної справедливості і економічної ефективності. Тенденція перенесення фінансових соціальних витрат з державного бюджету на заощадження громадян згубна і протиречить досвіду країни з високо розвинутою економікою.

Враховуючи все це, необхідно, перш за все, розглянути питання з експлуатації ліфтів в умовах ОСББ, використання приватних коштів мешканців житлових будинків для відновлення ліфтів, соціальний захист бідних мешканців тощо.

Необхідно також сформулювати єдину цінову політику на послуги з експлуатації ліфтів, якість яких не завжди знаходиться на достатньому рівні. Сьогодні вартість річного обслуговування ліфта в 9-ти поверховому будинку становить 11-13 тис. грн., а за 10 років це 110-130 тис. грн. А де брати кошти для проведення капітального ремонту або модернізації?

Дуже актуальним питанням на сьогодні є розробка в структурі організаційно-економічного механізму відтворення основних засобів ліфтового господарства амортизаційної політики. Амортизаційні нарахування можуть стати одним із основних джерел фінансування відтворення ліфтового господарства в Україні. Особливо це важливо в умовах проведення реформи в житловому фонді, коли власником будинків стануть мешканці.

Список використаних джерел:

1. Блауг М. 100 великих економістів после Кейнса / М. Блауг; пер. с англ. под ред. М.А. Сторчевого. – СПб.: Інститут «Економіческая школа» Высшей школы экономики: Економікус, 2009. – 384 с.
2. Самуельсон П. Економіка: учебник / П. Самуельсон; пер. с англ. – Севастополь: изд. «Ахтиар», 1995. – 384 с.
3. Швець Н.В. Організаційно-економічний механізм управління відтворенням основних засобів підприємства (на прикладі підприємств хімічної промисловості): дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 / Національний гірничий університет. – Дніпропетровськ, 2005.
4. Астапова Г.В. Фінансові механізми відтворення та оновлення основних фондів підприємств: монографія / Г.В. Астапова, С.Т. Пілецька, І.В. Біскупська; Націон. акад. наук України; Ін-т екон. промисловості. – Київ, 2012. – 200 с.
5. Городянська Л.В. Відтворення основних засобів на підприємствах України: теорія і практика обліку та аналізу: монографія / Л.В. Городянська; ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В.Гетьмана». – Київ, 2008. – 224 с.

Науковий керівник: Кайлюк Євген Миколайович, кандидат економічних наук, професор, Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

ФОРМУВАННЯ ДОВГОТЕРМІНОВИХ ВІДНОСИН З ПОКУПЦЕМ НА АВТОМОБІЛЬНОМУ РИНКУ

Савич Олександр Петрович

кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

Ще донедавна успіх продаж автомобілів був забезпечений тільки однією конкурентною перевагою – якісний та доступний продукт. В

останні роки, фокус з «продукту» зміщується в сторону фокуса на клієнта. Тобто, на перше місце виходить маркетинг взаємовідносин: автовиробник – покупець автомобіля. Так, виробляти конкурентний автомобіль буде завжди важливо, але тільки це, на переповненому ринку конкурентами, які виробляють схожі продукти з такими ж характеристиками та цінами, не принесе успіху в наступних продажах цьому ж покупцю такого ж продукту, виробленого тією ж компанією. Формування успішного досвіду покупки та володіння автомобілем, а також наступної покупки автомобіля цього ж виробника, бренду чи моделі через визначений життєвий цикл володіння, а також рекомендації покупки даного продукту іншим покупцям саме і формує відносини покупця та виробника-продавця автомобілів.

Довготермінові відносини базуються на такому понятті, як «лояльність» покупця. В автомобільному світі, один автовиробник може назвати лояльність, як покупка автомобіля у конкретного автовиробника із-за сили бренду. Інший назве клієнта «лояльним», якщо той купив новий автомобіль у того ж продавця, що і продав йому перший автомобіль. Одні виробники визначають «лояльність» як процес наступної покупки, а інші – емоції клієнта, які виникають при циклі володіння автомобілем. І всі визначення коректні з різних точок зору. Тому, зрозуміло, що необхідно якимось чином виміряти лояльність та сформуванати програму дій впливу на покращення цього показника.

То ж задача кожного автовиробника - сформуванати довготермінову лояльність покупця та підтримувати її своїми діями від першої покупки автомобіля до повторної покупки автомобіля цього ж бренду, починаючи від процесів продаж і закінчуючи післяпродажним сервісом та комунікаційною політикою. Лояльність повинна бути сформована таким чином, щоб результат дій компанії привів не тільки до повторної покупки автомобіля, але і до рекомендацій іншим потенційним клієнтам.

Ми вважаємо, що на лояльність покупця впливають, як негативні, так і позитивні фактори. Серед них:

- задоволення процесом продажів;
- частота гарантійних ремонтів та сервісних звернень;
- час проведення ремонтів;
- якість оплачених ремонтів;
- час, витрачений на очікування автомобіля під час його ремонту;
- комунікації з дилером, виробником: як прямі, так і непрямі через сайти;
- активність дилера в комунікаціях через рекламу, запрошення на події, поздоровлення, персональні знижки та подарунки тощо;

- задоволення від управління автомобілем, комфортом, безпекою, економічністю та якістю;

- оновлення моделей та відповідність очікуванням споживача для покупки нового автомобіля.

Тому ми виділяємо такі складові лояльності:

- базова лояльність;
- задоволення процесом покупки;
- гарантія та сервіс;
- комунікації.

Ці складові виходять перш за все із процесу та довжини між циклами покупки автомобіля. Спочатку у споживача формується базова лояльність до бренду, яка включає знання бренду, досвід володінням брендом, отримання інформації про бренд і модель та виробника, потім відбувається процес покупки, де клієнт отримує позитивні або ж негативні емоції купівлі автомобіля, в тому числі в процесі фінансування його покупки. Наступним етапом йде досвід експлуатації та ремонту автомобіля, який є найбільш тяжким етапом для автовиробника, так як тут проявляється якість автомобіля та сервісу дилера. Дуже важливий фактор формування лояльності споживача є не просто відсутність поломок в автомобіля, а й швидкість їх ремонту. І останній етап процесу формування лояльності - це постійна комунікація зі споживачем за допомогою акцій, подій, поздоровлень, знижок на сервіс і купівлю нового автомобіля.

Використовуючи такі дані, автовиробник та його дилер формує політику взаємовідносин з власником автомобіля та може відслідковувати лояльність кожного покупця на протязі циклу володіння-покупка автомобіля. Тут необхідна персональна програма кореляції рівня лояльності кожного покупця. Так як в одних власників автомобіля відбувається більше гарантійних ремонтів, а інші - взагалі не відвідують планові технічні роботи, а є такі, які всім задоволені, але купують інший автомобіль, так як в асортименті автовиробника відсутні новинки або технології, необхідні конкретному споживачу.

Тому, необхідно по-іншому вимірювати клієнтську лояльність. На нашу думку оцінка повинна включати наступні дані та показники процесу покупки автомобіля:

- історія покупки автомобіля;
- фінансова історія;
- повна клієнтська інформація;
- чи відвідує клієнт планові регламентні сервісні роботи;
- кількість та суть гарантійних ремонтів;
- кількість та специфікація придбаних запчастин і аксесуарів;
- задоволення дилером, автомобілем/брендом та сервісом;

•участь та відклики клієнта на маркетингові ініціативи, події та знижки клієнта;

•кількість контактів з клієнтом.

Результатом відмінних взаємовідносин з продавцем або виробником автомобіля є висока лояльність клієнта, яку як і будь-який показник можна розрахувати математично та систематично вимірювати. Ми пропонуємо вимірювати лояльність за формулою:

$$L = \frac{B}{R} \times 100\% \quad [1],$$

Де,

L – лояльність покупця до бренду «А»;

B – покупець, який володів раніше брендом «А» і знову придбав автомобіль бренду «А»;

R – покупець, який володів раніше брендом «А» і придбав новий автомобіль (не важливо якого бренду в тому числі бренду «А»).

Наприклад, візьмемо період в один рік, 100 000 власників бренду «А» повернулись на ринок та купили нові автомобілі всіх марок. Із них 60 000 придбали автомобіль бренду «А». Тоді лояльність буде визначатись як $60\,000/100\,000 = 60\%$.

Отже, в останні роки, фокус автовиробників із «продукту» зміщується в сторону фокуса на клієнта. Тобто, на перше місце виходить маркетинг взаємовідносин: автовиробник – покупець автомобіля. То ж задача кожного автовиробника - сформуванати довготермінову лояльність покупця та підтримувати її своїми діями від першої покупки автомобіля до повторної покупки автомобіля цього ж бренду, починаючи від процесів продаж і закінчуючи післяпродажним сервісом та комунікаційною політикою. Лояльність повинна бути сформована таким чином, щоб результат дій компанії привів не тільки до повторної покупки автомобіля, але і до рекомендацій іншим потенційним клієнтам.

Список використаних джерел:

1. Алешина И. В. Поведение потребителей / И.В. Алешина — М.: Экономистъ. — 2008. — 528 с.
2. Гордон Я.Х. Маркетинг партнерських отношений / Пер. с англ. О.Н. Нестеровой. –СПб.: Питер, 2001. - с. 350.
3. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: как создать, завоевать и удержать рынок / Пер. с англ. В.А. Гольдича, И.А. Оганесовой; Наук. ред. и авт. вступление Б.А. Соловьев– М.: АСТ, 2000, с. 320.
4. Портер М. Конкуренция: пер. з англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.

5. Прахалад К. К. Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільно з клієнтами / Прахалад К. К., Рамасвами, Векант.: пер. З англ. – К.: Видавництво «Агенція «Стандарт», 2005. – 258 с.
6. Хлебников Д. В. Ценность и факторы ценности. — Режим доступа: <http://www.zubry.ru/articles/2009/01/cennost-i-factory-cennosti-chast-1,2,3,> с.51-57.
7. Anderson James C. Customer Value Proposition in Business Markets/ James C. Anderson, James A. Narus, Wouter van Rossum: Harvard Business Review. – 2006, 455 p.
8. Baker M.J. IEBM Encyclopedia of Marketing. –London: Thomson Learning, 2001
9. Falk R. Predatory Globalization. New York: Harper&Row, 1999, 321 p.

БРЕНДИНГ МІСТА ТА МІСЬКА ЛОГІСТИКА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ

Смирнов Ігор Георгійович

доктор географічних наук,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Потужним інструментом боротьби за обмежені ресурси та підвищення конкурентоспроможності міста, його стабільності у цілому, у т. ч. з точки зору розвитку туризму, виступає сильний і «розкручений» бренд міста. У широкому сенсі під брендом міста розуміється цілісний комплекс характеристик, який містить неповторні, оригінальні характеристики міста та образні уявлення, сприйняття, що дозволяють ідентифікувати місто в очах цільових груп. Під цільовою групою, або аудиторією бренду будь-якого міста розуміють інвесторів, підприємців, туристів та мешканців міста безпосередньо. Цілеспрямований процес формування бренду міста називається брендингом. Брендинг туристичного міста передбачає створення бренду та його маркетингово-рекламне застосування для приваблення туристів.

На думку українських експертів, якщо природа або історія не подбали про унікальність і привабливість території, то її мешканці повинні відшукати або створити їх, сформувавши сприятливий набір вражень, переконавши себе й навколишній світ у неповторній і знаковій атрактивності (привабливості) регіону, міста чи сільського району. Під стратегією туристичного брендингу міста, тобто створення та використання його бренду у туризмі з маркетинговими цілями, розуміють розробку комплексної програми з розвитку міської ідентичності та формування туристичного іміджу міста. Ця програма визначає ключову

цільову туристичну аудиторію бренду міста, закладає його основну ідею та атрибути, емоційні та фізичні характеристики, візуальний образ, канали комунікації тощо. Формування та реалізація стратегії брендингу міста - це складний процес, що вимагає залучення фахівців з маркетингу та менеджменту, з країнознавства та краєзнавства, з регіональної економіки та економічної географії, соціологів та представників регіональних органів влади. Останні найчастіше виступають ініціаторами самої ідеї розробки бренду міста. Розробка і реалізація стратегії туристичного брендингу міста повинна включати п'ять основних етапів. Перший етап охоплює постановку завдань брендингу міста та здійснюється шляхом виявлення проблем. Постановка завдань брендингу повинна ґрунтуватися на проведенні попередніх досліджень, як основи для розробки концепції брендингу міста. Другий етап охоплює формування концепції бренду міста. При цьому доцільно зробити акцент на трьох напрямках розвитку міста: а) місто, цікаве для туристів; б) місто, привабливе для інвесторів і розвитку бізнесу; в) місто, комфортне для життя і праці мешканців. Третій етап полягає у створенні візуальної і сенсової ідентичності бренду міста. На цьому етапі відбувається технічна розробка візуальних складників бренду міста - логотипів та інших візуальних символів, написів, кольорових рішень. Також сюди належить формування емоційної наповненості бренду міста, тобто розробка слоганів, створення необхідних асоціацій, які повинні виникати у цільовій аудиторії бренду міста відповідно до визначених цінностей та мети брендингу. Результатом другого та третього етапів розробки бренду міста повинен бути сформований бренд-бук - офіційний документ, в якому описується концепція бренду міста, цінності бренду міста, атрибути бренду, цільова аудиторія бренду міста, набір візуальних символів і логотипів бренду міста, слогани тощо. Нині свої бренд-буки серед міст України мають Київ [1] та Львів [2], інші міста над цим працюють. Четвертим етапом є розробка комунікаційної політики з просування бренду міста. Основні інструменти такої політики повинні бути взаємопов'язані з загальною концепцією бренду і доповнювати один одного, при цьому найдієвішими маркетинговими інструментами по просуванню бренду міста є реклама та інструменти PR. П'ятий етап - контроль і моніторинг результатів.

Безпосередньо відноситься до міського туризму і поняття сталого туризму (англ. Sustainable Tourism). Так, у ЄС про це наголошується у документі «Європа як найпопулярніший туристичний напрям у світі – нові політичні рамки для європейського туристичного сектору». Перспективи розвитку сталого туризму пов'язані з новою економічною стратегією ЄС «Європа – 2020 – стратегія інтелектуального, сталого та комплексного розвитку» [3,135]. Як відомо, розрізняють екологічну, економічну та соціальну сталість. Але в туризмі, основу якого складають туристичні

ресурси (і, в першу чергу, природно-рекреаційні, культурно-пізнавальні, подієві тощо), вимога сталості відноситься, перш за все, до необхідності збереження, постійного відновлення та розвитку його ресурсної бази, що і складатиме підставу екологічного, економічного та соціального вимірів сталого розвитку туризму. Отже, без регулювання туристичних потоків, раціоналізації їхнього географічного розподілу, ефективної логістичної організації туристичного простору проблему забезпечення сталого характеру туризму вирішити неможливо. Звідси зрозуміла актуальність використання в туризмі логістичних підходів (логістики туризму [4]) у різноманітних проектах його розвитку на підставі сталості, зокрема у Києві, Львові та інших містах-туристичних центрах України. Зокрема, у Львові на рівні управління туризму Львівської міської ради значна увага приділяється логістичному аналізу та упорядкуванню (оптимізації) туристичних потоків та маршрутів з тим, щоб туристи не скупчувалися одночасно в центральній частині міста, зокрема, на площі Ринок та прилеглих вулицях, де зосереджено основні туристичні об'єкти. З цією метою розробляється проект, щоб перерозподілити туристичний потік по не менш цікавих місцях міста за межами центру. Логістичним міркуванням відводиться важливе місце у втіленні концепції «Львів туристичний», що успішно впроваджується у Львові останніми роками. Так, у 2016 р. кількість туристів у Львові перевищила 2,5 млн. осіб, у той час як відповідний показник 2014 р. склав 1,5 млн., що свідчить про вищу динаміку розвитку туризму у Львові у порівнянні навіть з Києвом, де за означені роки туристопотік зменшився з 2,1 млн. осіб до 1,7 млн., тобто на 40% .

Структура та складники розробленої автором схеми логістичної організації туристичного простору міста (ЛО ТПМ) включають [5, 205], по-перше, геологістичну ідентифікацію ресурсної бази туризму; по-друге, логістичне планування туристопотоків, по-третє, логістичне проектування туристичної інфраструктури, по-четверте, логістичне проектування ланцюжків поставок. Перший складник охоплює географічну та логістичну ідентифікацію туристичних ресурсів міста. Географічна ідентифікація ресурсної бази туризму означає геопросторову локалізацію туристичних ресурсів (об'єктів). Останні виступають у ролі «туристичних магнітів», які притягують туристопотоки на певну територію. При цьому значна територіальна концентрація туристичних ресурсів (об'єктів) викликає концентрацію та накладання туристопотоків. Ці міркування слід враховувати при створенні та розміщенні нових туристичних об'єктів (наприклад, пам'ятників), які не слід «втискувати» до перезавантажених туристичними ресурсами центральних ділянок міст. Отже, замість надмірної концентрації туристичних об'єктів рекомендується їх дисперсія, тобто розосередження на певній території. Логістична

ідентифікація туристичних ресурсів означає визначення логістичного потенціалу кожного туристичного об'єкту, тобто максимально можливого туристопотоку, який не зашкодить сталому розвитку туризму і стану туристичних ресурсів. При цьому слід розрізняти одночасну кількість туристів на об'єкті, їхню кількість за день (з урахуванням коефіцієнту ротації), за місяць, за сезон, нарешті, за рік. Геологістична ідентифікація виконується з урахуванням поділу туристичних ресурсів (об'єктів) на культурно-історичні (пам'ятники, музеї, театри тощо), архітектурні (історичні та сучасні), подієві (різноманітні заходи громадсько-культурно-розважального характеру). Другий складник базується на визначенні величини та структури туристопотоків та відповідних потреб туристів, які можна поділити на потреби першого порядку (лавочки, урни, біотуалети легке харчування, обмін валюти) та другого порядку (сувеніри, інформаційні матеріали, преса та туристичні товари) а також логістичні потреби, що необхідні для задоволення потреб туристів (це потреби відповідних потужностям туристопотоків логістичних потужностей, транспортних мереж та ланцюжків поставок). Третій складник передбачає логістичне проектування туристичної інфраструктури для задоволення потреб туристів, зокрема, потреб першого порядку (туристична інфраструктура першого порядку – заклади легкого харчування, пункти обміну валюти), потреб другого порядку (туристична інфраструктура другого порядку – кіоски з продажу сувенірів, преси та інформаційних матеріалів, магазинчики туристичних товарів тощо) та відповідної логістично-транспортної інфраструктури для забезпечення потреб інфраструктурних об'єктів першого та другого порядку. При цьому враховуються особливості їхнього розміщення на певній території. Четвертий складник передбачає логістичне проектування ланцюжків поставок для забезпечення туристичної інфраструктури першого та другого порядків та логістично-транспортної інфраструктури з виділенням логістичної та транспортної складових у їхньому складі та з урахуванням особливостей їхнього розміщення.

Ці питання є дуже актуальними для Києва, де підвищене туристичне навантаження на ресурсну базу туризму міста вже призвело до випадків фізичної руйнації декількох найбільш відвідуваних об'єктів (зокрема, це стосується окремих будівель Києво-Печерської Лаври, Софіївського собору та деяких інших відомих пам'яток міста). Щодо Львова, то тут таких випадків менше (мабуть, завдяки якості австрійського будівництва), але вони теж є. Так нині реставрується скульптурна група «Ощадність, рільництво та промисловість» (у місці її називають «Статуєю Свободи»), яка прикрашає фасад будинку Музею етнографії та художнього промислу – колишнього приміщення Галицької ошадної каси, спорудженого у 1891 р. Реставрується «Чорна кам'яниця» (роки будівництва 1588-1589) на

площі Ринок за кошти гранту від Посольського фонду США, потребує реставрації каплиця Боїмів (XVII ст.). Але і інших проблем у місті теж багато, головна з них – це вивіз сміття. Після пожежі на Грибовицькому сміттєзвалищі влітку 2016 р. Львову немає куди вивозити свої відходи, обсяг яких закономірно зріс із зростанням числа туристів. Недарма туристичний рекорд Львова, який у 2016 р. відвідали понад 2,5 млн. гостей і число яких зростає рекордними темпами – на 15-20% щорічно (при цьому кожний турист у середньому залишає в місті 50 євро в день), співпав з «сміттевою кризою». Між тим схема логістичної організації туристичного простору міста, запропонована автором [13, 205], підказує про необхідність застосування комплексного підходу, що передбачає і використання «зворотної логістики», тобто логістики переробки відходів. При цьому зазначимо, що турист після себе залишає багато відходів, особливо в центрі міста. Це прямі відходи. Крім них є і опосередковані відходи – це відходи готелів, ресторанів, кав'ярень, яких у середмісті Львова останніми роками з'явилося дуже багато. Ці відходи теж потребують ефективних технологій збирання, вивезення та переробки. У Львові врахували необхідність розміщення смітників біля кожної лавки у центрі (при цьому смітники гарно, по-художньому оформлені і виконані місцевими майстрами), але при цьому не було прослідковано шляхи вивозу сміття та його наступної переробки. Отже, логістичний підхід, застосований зокрема в Концепції розподілу туристичного навантаження Львова, що недавно була ухвалена Львівською міською радою, слід було б поширити і на усі інші аспекти туристичного господарства міста, включаючи управління відходами, на базі використання найновітніших технологій.

Отже, маркетинговий та логістичний підходи виступають важливими важелями сталого розвитку міського туризму. Маркетинговий чинник уособлює поняття «брендинг міста», а логістичний чинник – «міська логістика». Приклад України показує, що ці поняття активно використовуються в діяльності найбільших туристичних центрів України, а саме – міст Києва та Львова.

Список використаних джерел:

1. Бренд-бук м. Київ [електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kievcity.gov.ua>.
2. Бренд-бук м. Львів [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zaxid.net/news>.
3. Смирнов І.Г. Логістика туризму: навч.пос. / І.Г. Смирнов. – К.: «Знання», 2009. – 444 с.
4. Смирнов І.Г. Маркетинг у туризмі: навч.пос./ І.Г.Смирнов. – К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2016. – 251 с.

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ОХОРОННИХ ПОСЛУГ

Старушенко Руслан Вадимович

студент, Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

Охоронна діяльність є особливим видом господарської діяльності, яка спрямована на надання послуг щодо забезпечення цілісності об'єктів власності юридичних та фізичних осіб, а також і самих власників, фізичних осіб.

Конкурентоспроможність охоронної послуги можна визначити як її перевагу в порівнянні з іншими послугами-замінниками, спроможність витримати порівняння з аналогічними послугами конкурентів і продаватися за цінами не нижче середньоринкових.

Управління конкурентоспроможністю охоронних послуг складається із забезпечення оптимального співвідношення складових елементів та факторів їх конкурентоспроможності.

Системоутворюючі фактори конкурентоспроможності охоронних послуг – це їх основні економічні характеристики, ключові споживацькі властивості, способи позиціонування на ринку, потенціал, процеси і результати господарської діяльності охоронного підприємства, норми та особливості ринку, на підставі яких можуть бути отримані конкурентні переваги.

В літературі обґрунтовують різний набір факторів конкурентоспроможності підприємства, товару, послуги [1–3]. З урахуванням специфіки охоронних послуг, необхідно відмітити особливу важливість їх споживацьких властивостей, таких як надійність захисту об'єкту, швидкість надання заходів, що вимагаються при реальних загрозах, рівень професійної підготовки охоронця і т.п.

Таким чином, доцільним є розподіл факторів конкурентоспроможності на цінові та якісні (рис.1).

Цінові або тарифні фактори включають в себе тарифи на основну послугу, тарифи на додаткову (супутню) послугу, ризикову тарифну надбавку для відшкодування матеріальних збитків.



Рис. 1 Фактори конкурентоспроможності охоронних послуг

Якісні фактори – це якість охоронної послуги, конкурентоспроможність ринкової пропозиції, а також конкурентоспроможність охоронного підприємства.

Додаткові характеристики якості охоронних послуг – це ступінь залученості ресурсів споживачів в процес надання послуг, а також рівень лояльності споживачів і число потенційних споживачів.

«Важелі» управління конкурентоспроможністю охоронних послуг, знаходяться серед факторів внутрішнього середовища охоронного підприємства, оскільки можливості прямого впливу на елементи

зовнішнього середовища обмежені, і отримання на їх основі додаткових конкурентних переваг не завжди реально.

Властивості конкурентного ринку, рівень і характер конкуренції на ньому багато в чому визначаються законодавством.

Таким чином, управляти конкурентоспроможністю охоронної послуги можна за допомогою кількох цінкових і якісних «важелів», це:

- ціна продажу охоронної послуги;
- якість обслуговування;
- інтенсивність просування охоронної послуги на ринку;
- ефективність системи менеджменту охоронного підприємства.

Перераховані вище фактори задають напрямки для вишукування коштів і способів використання резервів конкурентоспроможності. На основі факторів і елементів конкурентоспроможності повинні бути отримані конкурентні переваги.

Список використаних джерел:

1. Курбацька Л. М. Методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності аграрних підприємств / Л. М. Курбацька, І. Г. Кадирус, Т. В. Ільченко, Ю. В. Захарченко // Агросвіт. - 2014. - № 21. - С. 13-17.
2. Маркетинг: Енциклопедія: Пер. с англ. / Под ред. М. Бейкера. — СПб.: Питер, 2002. — 1198 с.
3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М. – 2000. – 312 с.

Науковий керівник: Захарченко Юлія Василівна, Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

РОЛЬ ЦІНИ У ФОРМУВАННІ ІНСТРУМЕНТАРІЮ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ КОМПАНІЇ

Федорова Надія Євгенівна

аспірант Херсонського національного технічного університету

Одним з елементів класичного комплексу маркетингу є «ціна» (англ. «price»), а набір стратегічних рішень компанії щодо її встановлення – «ціна-мікс». Він є інструментом маркетингу, що формує ціну продукції для кінцевого споживача. До цього елемента належать: ціни для кінцевого споживача, ціни для оптового та роздрібного торговця, позиціонування

товару, знижки й умови платежу, умови видачі кредиту, прайс-лист тощо [1, с. 48].

Ціна являє собою грошове вираження вартості товару. Проте для кожного з учасників угоди ціна має різний зміст. Так, для продавця вона складається із загальної суми витрат і очікуваного граничного прибутку. Для покупця ціна товару визначається її рівнем у минулому, очікуваними тенденціями зміни, ціною аналогічної продукції у конкурентів (або вартістю товарів-замінників), а також ризиком купівлі і потребою в її здійсненні. Вартість товару є одним з найважливіших елементів маркетинг-міксу, який допомагає споживачеві визначити реальну цінність товару.

Маркетингові комунікації повинні відображати ціну з точки зору інтересів покупців, причому всі елементи цінового маркетингового звернення повинні бути узгоджені між собою. Ціна, що є занадто високою для товару з даною якістю або для даного каналу розподілу, несе в собі суперечливу інформацію, яка дезорієнтує потенційних покупців. У той же час занадто низька для даного маркетинг-міксу ціна також несе покупцям взаємовиключні відомості про товар, що продається.

Для уникнення даного непорозуміння компанії використовують такі цінові стратегії, які дозволяють зберегти конкурентоспроможність, сформувати ставлення споживачів до своєї продукції і забезпечити відмінність між торговими марками. По-перше, фірма зберігає свою конкурентоспроможність, якщо продає аналогічний за основним властивостям товар за нижчою ціною. Якщо продавці вирішують використовувати вартість товару в якості зброї у боротьбі з конкурентами, то за допомогою комунікаційних інструментів вони повинні показати покупцеві, як їх ціна співвідноситься з цінами, запропонованими іншими фірмами. Крім того, ціна може використовуватись і для протидії проникненню на ринок нових конкурентів. Якщо ж маркетингові комунікації неадекватно відображають зв'язок між вартістю товару або послуги і їх якістю, то цінова стратегія може потерпіти невдачу.

По-друге, ціна допомагає сформувати ставлення до товару. Щоб забезпечити ефективність маркетингової комунікації, необхідно досягти в ній узгодженості між інформацією про ціну товару та способом її відображення. Наприклад, предмети розкоші повинні коштувати досить дорого, щоб таким чином підкреслювалася їх унікальність та висока якість. Тому організація розпродажу або оголошення про знижки на товари преміум-класу може підірвати елітний імідж цієї продукції.

По-третє, висока ціна нерідко супроводжується потужною рекламою, яка допомагає виділити дану торговельну марку серед інших.

Тому прагнення до індивідуалізації торговельної марки дорогих товарів виправдовує встановлення на них високих цін. Досвідчені фахівці зі збуту індивідуалізують торговельну марку тільки в тому випадку, якщо вони точно знають, як вона сприймається споживачами, як споживачі сприймають встановлену на неї ціну і її можливе зниження або збільшення, а також — як вони ставляться до ціни на аналогічний товар конкурентів.

Інформація про ціну товару, можливо, є найбільш важливою частиною маркетингового звернення, що передається споживачеві. Для поширення цієї інформації використовується реклама, упаковка, купони і спеціальні друковані матеріали, що розповсюджуються в місцях продажів. Реклама, у якій ціна виступає в якості основного елемента маркетинг-міксу, називається рекламою ціни. Такий тип реклами часто використовується в супермаркетах, оскільки їх відвідувачі зазвичай розглядають вартість в якості вирішального аргументу на користь вибору того чи іншого товару.

Інформація про ціну нерідко є ключовим фактором мотивації поведінки споживачів. Надання знижок або пільгових купонів є способами коригування ціни, покликаними активізувати покупки. Крім того, останнім часом при продажу товарів як споживчого, так і виробничого призначення став широко використовуватися так званий метод ціни комплекту, коли покупцеві пропонується придбати кілька однотипних або взаємодоповнюючих виробів за більш низькою ціною, ніж при їх роздільній купівлі [2, с. 61-62].

Отже, важливими елементами «ціна-міксу», що несуть інформацію для процесу розроблення маркетингових звернень є: цінова стратегія, наявність знижок або надбавок, позиціонування товару, узгодженість розміру ціни та інших елементів комплексу маркетингу тощо.

Список використаних джерел:

1. Kotler, F. Marketing management [Text] / F. Kotler. – Prentice Hall, Inc., 2006. – 464 p.
2. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный поход / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб: Питер, 2001. — 864 с.

Науковий керівник: Фомішина Віра Миколаївна, доктор економічних наук, професор, Херсонський національний технічний університет

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕСПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Чорний Володимир Вадимович

студент кафедри менеджменту і маркетингу, Київський національний лінгвістичний університет

Вивченню сутності та особливостям факторів інформаційного забезпечення організації приділяється дедалі більше уваги, оскільки фактори отримання інформації пов'язані з ресурсами і середовищем організації.

Інформаційне забезпечення діяльності підприємства залежить не тільки від наявності інформаційних ресурсів, а й від можливостей впровадження інформаційних інновацій, впорядкування інформаційних потоків підприємства, від вирішення проблем його ефективної інформаційної взаємодії з суб'єктами ринку [1, с. 157].

Дію факторів, їх виявлення і реалізацію необхідно розглядати в тісній залежності від природних і суспільно-економічних умов:

1. Науково-технічна інформація - джерелом виникнення її є результати наукових досліджень вчених та фахівців у різноманітних галузях діяльності. Ці відомості містяться в науково-технічній літературі, патентах, проектно-конструкторській та технологічній документації.

2. Власне управлінська інформація – виникає безпосередньо в процесі управління. Це планова, нормативна та інша інформація, необхідна для організації управління організацією. Така інформація міститься в господарських договорах, заявках та замовленнях, різноманітних розпорядчих документах.

3. Обліково-статистична інформація - її джерелом є результати діяльності адміністративно-господарських одиниць [2].

У загальному розумінні інформація - це документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі. При цьому інформація відображає стан та його зміни в певній системі.

Стрижнем науково обгрунтованого управління є своєчасна і повна інформація про ситуацію, в якій приймається рішення, про шляхи його реалізації, про цілі управління і можливі наслідки. В умовах сучасного складного комплексного виробництва, високих темпів науково-технічного розвитку та інтенсивних потоків інформації керувати по-старому просто неможливо. Ось чому управління стало наукою, а переробка інформації — галуззю індустрії, що базується на сучасній обчислювальній техніці.

Слід сказати, що на інформаційну роботу витрачається близько третини часу вченого. Більша частина цього часу йде на знаходження необхідних відомостей. Якщо прийняти до уваги, що на невиробничі витрати приходиться 50 % всього часу, то можливі втрати тільки

внаслідок погано поставленої інформації будуть складати багато мільярдів гривень щорічно.

Істотним каналом втрат, який слід перекрити, залишається нераціональне комплектування інформаційних фондів, надлишок інформації.

Інформацію у формі повідомлень, відомостей не можна віднести ні до матерії, ні до свідомості. Вона властива як живій, так і неживій природі. Якісна різноманітність об'єктивного світу зумовлює якісну багатозначність інформації. На відміну від неживої природи, яка може бути тільки джерелом інформації, жива природа, крім того, сприймає і переробляє її. Людина, як істота соціальна, одержує, збирає, зберігає, свідомо переробляє і використовує інформацію у своїй цілеспрямованій діяльності. На практиці всі технологічні, організаційні, економічні і соціальні процеси породжуються, супроводжуються і спрямовуються інформаційними процесами, які відображають різні взаємовідносини між об'єктами живого світу і становлять суть та форми зв'язку між управлінськими системами.

Інформацію в сфері менеджменту часто образно порівнюють з нервовою системою, що забезпечує функціонування живого організму. Завдяки обміну інформацією між цими системами, якою управляють, інформацію про стан заданих параметрів виробляє команда управління і знову передає їх до системи, якою управляють, для виконання (прямий зв'язок). Надходження інформації про результати управління прийнято називати зворотним зв'язком.

До інформації належать усі види відомостей, повідомлень (усні, письмові, графічні тощо) і знань, потрібних для реалізації функцій менеджменту. Для управління найбільше значення має інформація, зафіксована на постійних носіях [2].

Отже, під інформаційним забезпеченням діяльності підприємства розуміється сукупність форм, методів та інструментів управління інформаційними ресурсами, необхідних і придатних для реалізації аналітичних і управлінських процедур, що забезпечують стабільне функціонування підприємства, його стійкий перспективний розвиток.

Список використаних джерел:

1. Корнєв Ю.Г. Інформаційно-аналітична діяльність як сфера бізнесу / Ю.Корнєв // Підприємництво, господарство, право. — 2003. — №12. — С. 157-165.
2. Мальська М.П. Корпоративне управління [Електронний ресурс] / М.П. Мальська // Внутрішньо-корпоративна система управління. — Режим доступу: http://pidruchniki.com/menedzhment/korporativne_upravlinnya

**ОРГАНІЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ПРОЦЕСУ
ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ**

Боднар Оріся Володимирівна

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

Гуцуляк Ігор Тарасович

викладач, Тлумацький коледж Львівського НАУ

Розроблення дієвої системи облікової політики є необхідною складовою частиною організації та ведення бухгалтерського обліку результатів процесу виробництва продукції, оскільки процес виробництва є важливою умовою існування кожного суб'єкта господарювання, так як – це процес створення матеріальних і духовних благ, які задовольняють потреби суспільства.

Питання організації бухгалтерського обліку процесу виробництва продукції, а також впливу облікової політики на організацію обліку відображено в працях вчених Т.В. Барановської, Н.Є. Білинської, Ю.А. Вериги, С.І. Дробязка, Г.Г. Кірейцева, М.В. Кужельного, Г.І. Кузьменка, Т.В. Курасса, М.І. Кутера, Л.Г. Ловінського, О.Е. Лубенченка, О.М. Лудченка, О.М. Петрука, М.С. Пушкаря, В.Г. Швеця та інших. Незважаючи на значну кількість авторів, що вивчали питання облікової політики, єдиної думки щодо визначення поняття, його сутності та значення для підприємств не існує. В зв'язку з цим виникає необхідність подальших доліджень в даному напрямку.

За результатами проведеного аналізу економічної літератури виявлено відсутність єдиного підходу до трактування сутності поняття “облікова політика”.

Найбільш поширеною є думка авторів, які визначають облікову політику як методичне забезпечення ведення оперативного та бухгалтерського (зведеного) обліку для цілей управлінського (облікове забезпечення процесу прийняття управлінських рішень на різних рівнях) та податкового (оптимізація оподаткування на підприємстві) планування й фінансового обліку. Так, зокрема, вважають М.Т. Білуха, Г.П. Журавель, В.Б. Клевець, П.Я. Хомин та ін. [4, 7]. На нашу думку, така пропозиція є досить доречною, оскільки буде залежати від вибору сукупності методів для оцінки об'єктів бухгалтерського обліку. Таким чином, вважаємо, що під обліковою політикою слід розуміти сукупність методичних способів і

прийомів, які використовуються в господарській діяльності підприємства з метою досягнення запланованих фінансових результатів підприємства.

Організацію бухгалтерського обліку на підприємстві необхідно починати з процедури підготовки облікової політики, яка має певні особливості, оскільки є основним інструментом регулювання господарської діяльності підприємства.

Вважаємо, що на формування облікової політики суб'єкта господарювання впливають наступні фактори: організаційно-правова форма, вид економічної діяльності, організаційна структура, розмір підприємства, масштаби діяльності, асортимент продукції, система оподаткування, особливості технологічного процесу, залежність процесів господарської діяльності від кліматичних умов, система інформаційного забезпечення та стратегія управління джерелами утворення господарських засобів.

Пропонуємо дещо змінити та доповнити перелік елементів облікової політики щодо витрат на виробництво продукції та представити їх у наступному вигляді: оцінка запасів при надходженні, оцінка запасів при вибутті, перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції (робіт, послуг), критерії розмежування основної, супутньої і побічної продукції, база розподілу загальновиробничих витрат в умовах комплексного виробництва, методи обліку витрат і калькулювання собівартості результатів виробничого процесу, документальне забезпечення процесу виробництва кондиційної та некондиційної продукції, робочий план рахунків, інвентаризація, звітність.

Застосування даних елементів сприяє розширенню обліково-аналітичного забезпечення управління результатами виробництва підприємства та фінансовими результатами відповідно до напрямів їх використання.

Дотримання розроблених положень облікової політики дозволить надати достовірну інформацію про собівартість результатів виробничого процесу, а також економічні вигоди від їх використання.

Список використаних джерел:

1. Закон України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” від 16.07.1999 р. № 996-XIV (із змінами та доповненнями від 22.12.2011 р. № 4224-VI) [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. Дробязко С.І. Облікова політика підприємства в умовах переходу до МСФЗ [Електронний ресурс] / С.І. Дробязко, Є.В. Захаренко, О.М. Кікот, Т.С. Устименко // Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=38594>.

3. Кірейцев Г.Г. Розвиток бухгалтерського обліку: теорія, професія, міжпредметні зв'язки: [монографія] / Г.Г. Кірейцев. – Житомир: ЖДТУ, 2007. – 236 с.

4. Курасса Т.В. Облікова політика: перехід до МСФЗ [Електронний ресурс] / Т.В. Курасса // II Всеукраїнська науково-практична конференція “Проблеми та перспективи розвитку обліку і економічного аналізу”. – Режим

доступу: <http://conference.nuos.edu.ua/catalog//lectureDetail?onferenceId=12062&lectureId=14073>.

ПРОБЛЕМА ІНТЕГРОВАНОГО ОБЛІКУ В УПРАВЛІННІ ПРОЦЕСОМ ОПОДАТКУВАННЯ

Ільницька Анна Вікторівна

студентка магістратури, Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

На сучасному етапі функціонування підприємств висувуються нові вимоги щодо ведення обліку. Це виникає внаслідок застосування різних видів обліку: бухгалтерського, управлінського, фінансового, податкового, оперативного, виробничого обліку, обліку за стандартами П(С)БО, МСФО і GAAP. Процес побудови інтегрованої системи обліку та звітності дозволить побудувати інформаційні системи таким чином, щоб задовольняти всі види і системи обліку, що ведуться на підприємстві, та складати відповідні форми звітності для задоволення потреб користувачів.

Проблемі інтегрованого обліку присвячені дослідження таких науковців як О.М. Брадул, Б.А. Засадний, Ф.Ф. Бутинець, Б.І. Валусь, С.Ф. Голов, В.Ф.Максимова, Н.М. Малюга та інші. Однак питання побудови інтегрованого обліку на підприємстві з позицій необхідності зведеної інформації в управлінні процесом оподаткування залишаються актуальними.

Інтегрований облік – це процес ідентифікації, вимірювання та накопичення в певних регістрах даних про господарювання, їх аналіз і контроль, підготовка, інтерпретація, надання достовірної інформації про господарювання для використання менеджментом у плануванні, оцінці та управлінні підприємством з метою забезпечення оптимального використання його ресурсів [1]. Він також включає в себе підготовку звітів для конкретних груп зовнішніх користувачів інформації – акціонерів, кредиторів, аудиторів, регулюючих і податкових органів. Всі наведені процеси здійснюються в площині трьох підсистем бухгалтерського обліку – фінансовому, управлінському, податковому

обліку, але їх взаємодія в єдиній обліковій інформаційній системі породжує інтегральний економічний ефект. Інтегрований підхід до організації інформаційних потоків трьох підсистем обліку сприяє створенню оптимальної моделі інформаційного забезпечення процесу управління.

В якості одного з елементів інтегрованої системи в рамках управління підприємством є податковий облік, що підлягає певним організаційним змінам у відповідності з цілями управління. Як правило, втручання в цю підсистему з боку управління є обмеженим і в більшості випадків облікова інформація як ресурс даного елемента відповідає потребам управлінців. В плані управління процесом оподаткування метою організації інтегрованого обліку є розширення каналів надання менеджменту інформації для виконання підприємством зобов'язань зі сплати податків та платежів, розробки політики їх мінімізації та уникнення штрафних санкцій. Відображення операцій з нарахування та сплати податків і платежів в системі інтегрованого обліку передбачає використання існуючих елементів методу бухгалтерського обліку, тобто податковий облік ґрунтується на методах, запроваджених у бухгалтерському обліку.

Основними факторами розвитку системи інтегрованого обліку процесу оподаткування є: потреба планування сплати податків і платежів на основі фактичної та прогнозованої інформації про результати діяльності; відображення всіх операцій з розрахунками за податками і платежами підприємства; постійний контроль та прийняття рішень щодо законної мінімізації сплати податків; необхідність зниження рівня трудомісткості податкового обліку, який загалом, є відносно високим як в Україні, так і за кордоном.

Важливим етапом раціональної побудови інтегрованого обліку у сфері оподаткування є створення центру сплати податків (ЦСП), об'єктом контролю якого буде правильність обчислення та своєчасність сплати усіх видів податку, уникнення штрафних санкцій. Залежно від облікової поведінки та організаційної структури підприємства, відповідальність за вказаним центром можуть нести працівники бухгалтерії, фінансового відділу, відділу планування тощо. Визначення конкретного суб'єкта, що закріплений за даним центром, сприятиме підвищенню ефективності контролю достовірності розрахунку і своєчасності сплати податків, наслідком чого буде уникнення штрафів за порушення податкової дисципліни. Контроль податкового обліку як складова інтегрованого обліку передбачає постійний моніторинг та перевірку своєчасності, правильності і повноти обчислення та перерахування податкових платежів, достовірності податкової звітності.

Проблема інтеграції фінансового, управлінського та податкового обліку повинна вирішуватися, насамперед, у законотворчому та методологічному полі. Цікавим є досвід зарубіжних країн. Наприклад, у Великобританії, Франції, Австрії податкова декларація починається з рядка “прибуток/збиток”, який заповнюють прямо з фінансової звітності, а далі вже наводять коригування доходів і витрат на дозволені і недозволені вирахування, до яких прикладаються відповідні обґрунтування у формі таблиць та інших визначених форм [2]. Таким чином, забезпечується пряма і прозора ув’язка фінансової та податкової звітності.

На нашу думку, подальший розвиток системи інтегрованого обліку має забезпечити максимальну прозорість його внутрішніх механізмів для того, щоб потреби користувачів облікової інформації забезпечувались у найбільш прийнятний, доцільний та економічний спосіб. Результатом впровадження повинно бути забезпечення виконання норм податкового законодавства, виявлення резервів зниження податкових платежів і мінімізація податкових ризиків.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України: Закон України: від 2 грудня 2010 р., № 2755-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. Засадний Б.А. Міжнародний досвід застосування МСФЗ: переваги та недоліки для України.- Теоретичні та прикладні питання економіки: збірник наукових праць.-Випуск 28, том 1.- К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2013.- С.255-261.

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ НОРМ У СФЕРІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ І ЗВІТНОСТІ В НАЦІОНАЛЬНЕ ЗАКОНОДАВСТВО УКРАЇНИ

Калітенко Дарина Олександрівна

аспірант кафедри обліку в кредитних і бюджетних установах та економічного аналізу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Ефективне впровадження міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) в Україні стикається труднощами, у зв'язку з недосконалістю нормативно-правової бази імплементації МСФЗ.

У кожній країні діють свої національні стандарти фінансового обліку та звітності. В економічній літературі стандарти фінансового обліку та звітності визначають як комплекс документально оформлених правил

ведення фінансового обліку та складання фінансової звітності. Дані стандарти в різних країнах, мають різні назви: у США - Загальноприйняті принципи обліку (Generally Accepted Accounting Principles - GAAP), у Великій Британії – Загальноприйнята практика обліку (Generally Accepted Accounting Practice –GAAP), в Україні – національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку (П(С)БО), проте їх структура та призначення є майже однаковими.

При розробленні міжнародних стандартів аналізуються національні, вивчається практика ведення обліку, складання фінансової звітності і лише потім формуються рекомендації з обліку, які мають міжнародний характер. Водночас в окремих країнах спостерігається протилежна ситуація, коли національні стандарти формуються на підставі міжнародних [1, С. 10-11].

Україна, як і більшість країн з перехідними економіками, пішла шляхом розроблення національних стандартів, беручи за основу МСБО. Важливо те, що гармонізацію національних стандартів з МСФЗ розуміють як складний багатоаспектний процес і щодо термінів впровадження стандартів, і щодо забезпечення умов їх ефективного використання. В Україні був частково створений інституційний механізм для впровадження міжнародних стандартів звітності, але відсутня координація між державними регуляторами в площині імплементації МСФЗ.

Розробка нормативно-правового регулювання фінансового обліку відповідно до міжнародних стандартів в умовах переходу економіки України до ринку є об'єктивною необхідністю. Аналіз нормативно-правового регулювання фінансового обліку в Україні свідчить про те, що воно потребує подальшого удосконалення.

Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [2] (далі Закон України) – фундамент системи регулювання бухгалтерського обліку на рівні держави та суб'єктів господарювання. Ним установлені єдині правові та методологічні основи ведення бухгалтерського обліку й складання фінансової звітності в Україні, що використовуються у подальшому органами державного управління при розробці підзаконних актів.

На сьогодні законодавчою основою впровадження МСФЗ в Україні є саме вищезазначений Закон України, в якому зазначено, що для складання фінансової звітності використовуються міжнародні стандарти, якщо вони не суперечать Закону і офіційно опубліковані на веб сайті центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної фінансової політики.

Трансформація економіко-правового середовища, курс на ринкові перетворення зумовили реформування системи обліку в Україні і процес

впровадження МСФЗ в Україні відбувається паралельно з цим реформуванням.

Основним з основних завдань формування обліку є створення повної системи нормативно-правового регулювання обліку і фінансової звітності, яка забезпечить об'єктивною і неупередженою інформацією про фінансово-майновий стан та результати діяльності підприємств не тільки державні органи, а й інших користувачів: власників, кредиторів, інвесторів, постачальників, тощо. Розвиток фінансового обліку в значній мірі залежить від законодавчого середовища, правил ведення бізнесу тощо [3, С. 34].

Зростання ролі міжнародної інтеграції у сфері економіки, висуває певні вимоги до ідентичності та зрозумілості застосовуваних у різних країнах принципів формування фінансової звітності і самої інформації, яка міститься в таких звітах. Фінансові звіти мають правдиво відображати фінансове становище, фінансові результати діяльності та потоки грошових коштів. Тому, застосування МСФЗ з додатковим розкриттям, коли це необхідно, передбачає досягнення правдивого подання фінансових звітів [4, С. 32-33].

За допомогою МСФЗ можливо подати дані про діяльність компаній, зрозумілі зацікавленому користувачеві незалежно від його національної належності і територіальної віддаленості від суб'єкта господарювання.

Таким чином, міжнародні стандарти фінансової звітності виступають ефективним інструментом отримання повної і зрозумілої для всіх інформації про діяльність суб'єктів господарювання, порівняння результатів їх діяльності з метою забезпечення адекватної оцінки їх потенціалу та ухвалення відповідних управлінських рішень у світлі інтеграції України до світової економіки.

Незважаючи на очевидну необхідність узгодження національної системи регулювання обліку відповідно до міжнародних стандартів, необхідно зауважити, що прості спроби вилучення та переносу бухгалтерських принципів інших країн чи механічне використання МСФЗ не можуть дати бажаних результатів через ряд причин. Передусім необхідно врахувати відмінності у рівні нормативно-правового регулювання та економічного розвитку країн.

Успішна імплементація МСФЗ в Україні можлива лише за умови активних послідовних дій органів державної влади, міжнародної співпраці у рамках спеціалізованих професійних організацій, зокрема, з питань опрацювання проектів міжнародних стандартів фінансової звітності, створення системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації бухгалтерів з питань використання міжнародних стандартів фінансової звітності.

Незважаючи на велику кількість праць із питань проблем застосування суб'єктами господарювання України МСФЗ, дослідження передумов створення ефективного та дієвого механізму гармонізації національної системи бухгалтерського обліку з міжнародними стандартами фінансової звітності, дане питання потребує подальшого дослідження.

Список використаних джерел:

1. Литвин Н.Б. Облік у зарубіжних країнах: Навчальний посібник. – К.: Атіка, 2007. - 208 с.
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон Українвід 16.07.1999 № 996-XIV [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. Режим доступу до ресурсу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
3. Белова І.М. ТЕНДЕНЦІЇ ГАРМОНІЗАЦІЇ ТА СТАНДАРТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ ДО МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ/ Глобальні на національні проблеми економіки. Випуск 3. 2015. С. 821-826.
4. Голов С. Ф. Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку: Монографія / Сергій Федорович Голов. – Київ: Центр учбової літератури, 2007. – 522 с.

Науковий керівник: Ямборко Галина Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДІЛКИ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ОБЛІКУ І ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНИ

Кучер Владлена Володимирівна

студентка спеціальності «Облік та аудит»,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Інтеграція України до європейської спільноти є складним і тривалим процесом, але вже сьогодні українські господарюючі суб'єкти працюють за правилами, що диктують євроринок та сучасні економічні відносини. Практика останніх років показала, що перехід на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку(МСБО) та міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) має певні переваги та недоліки.

Основними сподіваннями України щодо переходу на Міжнародні стандарти фінансової звітності було уникнення облікового хаосу, коли одне підприємство формує звітність за деякими національними та

міжнародними вимогами, що в свою чергу може вплинути на прийняття рішень іноземних інвесторів, кредиторів та інших користувачів інформації. Важливим при цьому є надходження у сектори економіки України, що реформується іноземних інвестицій, істотного розширення експортно-імпортного потенціалу України в умовах послаблення економічних та торгових бар'єрів, зокрема квот ЄС. Це призводить до того, що інвестори починають більше цікавитися економічним потенціалом країн, що розвиваються та виходять на світовий ринок товарів, інновацій, фінансів, праці тощо.

Розроблені в Україні національні положення (стандарти) мають відмінності з міжнародними, що призводить до необхідності їх поглибленого вивчення, розуміння та застосування відносно до реальних проблем розвитку національної економіки, нормативно-правових засад функціонування господарюючих суб'єктів. Більшість країн ЄС перейшли на МСФЗ, однак робота щодо їх удосконалення триває. В Україні ж підприємства, зокрема банки, страхові компанії тощо, ведуть бухгалтерський облік та складають фінансову звітність за міжнародними стандартами відповідно до прийнятих Урядом декларацій щодо переходу банківського сектору та компаній з іноземним капіталом на МСФЗ. Це регулює відповідно до статті 12-1 Закон № 996. Починаючи з 2012 р. складати фінансову звітність за міжнародними стандартами зобов'язані публічні акціонерні товариства, банки, страховики, а також підприємства, які проводять господарську діяльність за видами, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України [4]. Разом з тим, як зазначається у Законі, підприємства, крім вище вказаних самостійно визначають доцільність застосування міжнародних стандартів для складання фінансової звітності. Єдине, що потрібно для них інформувати у встановленому порядку органи державної статистики про складання ними фінансової звітності та консолідованої фінансової звітності за міжнародними стандартами [1].

Процес законодавчого закріплення і впровадження вже пройшов певну адаптацію і, на основі аналізу процесу використання МСФЗ в практиці роботи підприємств, організацій і установ, можна стверджувати про наявність проблем методологічного та організаційного характеру. та їх вирішення [2].

Основними перевагами для підприємств, що перейшли на міжнародні стандарти стали:

1. можливість одержати кредити у іноземних банках;
2. можливість залучення до бізнесу постачальників-нерезидентів;
3. функціонувати у складі транснаціональної компанії;
4. можливість одержання кредитного рейтингу від спеціального агентства;

5. можливість залучення закордонних клієнтів;
6. доступність до інформації та прозорість суб'єктів ринку;
7. вдосконалюється контроль з боку органів нагляду за фінансовим станом і діяльністю організацій;
8. можливість порівнювати компанії одна з одною [3].

Проблеми з якими зіткнулася Україна перейшовши на Міжнародні стандарти фінансової звітності:

• Відсутня законодавча регламентація прямого застосування МСФЗ як офіційно визнаних вимог до побудови методології бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності в кредитних спілках.

1. Діюча нормативно – правова база щодо визнання, класифікації, оцінки фінансових інструментів та складання звітних даних для подання їх до Нацкомфінпослуг конфліктує з МСФЗ.

2. Відсутня законодавча регламентація організації та ведення бухгалтерського обліку з врахуванням вимог МСФЗ (інструкції, положення) щодо: плану рахунків; організації бухгалтерського обліку та операційної роботи; документування операцій; форм фінансової звітності.

3. Відсутня єдина методика бухгалтерського обліку фінансових інструментів, капіталу та інших операцій кредитних спілок з врахуванням вимог МСФЗ [3].

До недоліків міжнародних стандартів відносять те, що вони багато в чому покладаються на професійне судження укладача звітності. Відсутність досвіду використання професійного судження у спеціалістів, які складають звітність, а також багатоваріантність вибору внутрішніх і зовнішніх джерел інформації для прийняття рішень спричиняють непорозуміння серед бухгалтерів-практиків і дослідників. [1]

Отже, переглянувши переваги та недоліки міжнародних стандартів обліку і фінансової звітності в Україні можна сказати, що навіть частково перейшовши на єдиний міжнародний стандарт обліку, сподівання України здебільшого не виправдалися, іноземні інвестиції поступають не в значних обсягах до секторів економіки України. Встановлені квоти євроринку не дозволяють розкрити експортний потенціал країни, оскільки ЄС ідентифікує значну частину ринку.

Значним недоліком у запровадженні МСФЗ є проблема у забезпеченні рівня підготовки фахівців з обліку та підвищення кваліфікації практикуючих бухгалтерів. Завдання полягає в тому, щоб всебічно удосконалювати систему підготовки облікових кадрів на базі сучасних інформаційних технологій, передового зарубіжного досвіду ведення бухгалтерського обліку, нормативно-правового регулювання облікової політики держави і суб'єктів господарювання на прикладі країн ЄС.

Список використаних джерел:

1. Швець В. До питання нормативно-правового забезпечення бухгалтерського обліку та фінансової звітності в умовах МСФЗ// Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка.10(175), - 2015. –С. 60- 69
2. Жолнер І. В. Фінансовий облік за міжнародними та національними стандартами: Навч. посіб. — К.: НУХТ, 2012. — 335 с.
3. УКРКС. ІНФО. Проблеми впровадження МСФЗ в Україні [Електронний ресурс] krks.info/news/vse-pro-mizhнародni-standarty-zvitnosti-v-spetsintervyyu-z-natalijeyu-timush.html
4. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні», ВРУ, 16 липня 1999 року, №1996-14 із змінами та доповненнями //Міністерство фінансів України. - Режим доступу <http://minfin.gov.ua>.

Науковий керівник: Швець В.Г., доктор економічних наук, професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ПРОБЛЕМАТИКА ОЦІНКИ ПОТОЧНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПРИ ЇХ ВІДОБРАЖЕННІ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

Мосійчук Інна Богданівна

студентка спеціальності «Облік і аудит», Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне, Україна

В умовах сучасності ефективна фінансова діяльність підприємства не можлива без його зобов'язань перед іншими суб'єктами господарювання. Використання такого позикового капіталу як зобов'язання дозволяє суттєво розширити об'єми господарської діяльності підприємства, забезпечити більш ефективне використання власного капіталу, прискорити формування різних цільових фінансових фондів, і врешті – підвищити ринкову вартість підприємства.

Значну частину у загальній структурі зобов'язань займають саме поточні зобов'язання. У процесі функціонування суб'єктів господарювання важливу роль відіграє облік поточних зобов'язань. Оскільки повна та достовірна інформація щодо цього виду заборгованості необхідна для здійснення ефективного контролю за розрахунками із зовнішніми контрагентами. Необхідною умовою достовірного відображення поточних зобов'язань у обліку та звітності є правильна оцінка їх суми. Тому, питання оцінки поточних зобов'язань є важливим та актуальним.

Оцінка - це процес визначення грошових сум, за якими мають визнаватися і відображатися елементи фінансових звітів в балансі та в звіті про прибутки та збитки [1].

Поняття «оцінка» в ЗУ «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [2] використовується у тлумаченнях принципу бухгалтерського обліку, сутності активів, зобов'язань, доходів і витрат, змісту облікової політики, а також фігурує у формулюванні принципів бухгалтерського обліку.

В Україні правила оцінки зобов'язань, в тому числі і поточних, визначаються головним чином П(С)БО 11 «Зобов'язання» [4].

Згідно з П(С)БО 11, поточні зобов'язання відображаються в балансі за сумою погашення [3]. Це означає, що у фінансовій звітності в розділі IV пасиву балансу «Поточні зобов'язання» відображаються суми, які будуть фактично сплачені при погашенні таких зобов'язань за їх видами.

У П(С)БО 11 не конкретизується спосіб оцінки для кожного виду поточних зобов'язань. Зазначається, що всі поточні зобов'язання оцінюються за сумою погашення, але, наприклад, поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з оплати праці відображається в обліку та звітності за нарахованою сумою. Також певні неточності виникають і при оцінці короткострокових кредитів банків.

Положення (стандарт) бухгалтерського обліку розроблялися на основі МСБО, проте у П(С)БО не чітко сформульовані норми, що стосуються оцінки як поточних зобов'язань, так і зобов'язань загалом. У вітчизняному законодавстві у сфері бухгалтерського обліку немає документу, який чітко регламентує положення щодо оцінки активів, пасивів та зобов'язань. Отож, необхідно удосконалювати нормативне підґрунтя для оцінки об'єктів бухгалтерського обліку, у тому числі поточних зобов'язань.

Список використаних джерел:

1. Концептуальна основа фінансової звітності: Стандарт, Міжнародний документ, Концепція від 01.09.2010 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_009/page
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: закон України від 16.07.1999 № 996-XIV (з чинними змінами та доповненнями). Редакція від 03.01.2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/>
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання»: наказ Міністерства фінансів України від 31.01.2000 за № 20 (з чинними змінами та доповненнями)/[Електронний ресурс]// Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>

4. Жолнер І. В. Фінансовий облік за міжнародними та національними стандартами. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.

ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКИЙ КОНТРОЛЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ІНТЕГРОВАНИХ АГРОФОРМУВАНЬ

Чередніченко М.Г.

студентка 2 курсу магістратури, Кіровоградський національний технічний університет, Україна

При будь-якому способі виробництва контроль є об'єктивно необхідною складовою господарського механізму. На рівні управління економічною одиницею розрізняють зовнішній контроль, який здійснюється зовнішніми по відношенню до підприємства суб'єктами управління (державними органами, контрагентами за фінансово-господарськими договорами, споживачами, громадськістю), і внутрішній контроль, який здійснюється суб'єктами самого підприємства та повинен бути попереджувальним, своєчасно оцінювати якість управлінських рішень. Необхідність у його проведенні зумовлюється тим, що органи управління вищої ланки безпосередньо не займаються контролем повсякденної діяльності.

На сучасному етапі розвитку аграрної економіки України, що характеризується консолідацією капіталу та створенням інтегрованих агроформувань, освоєння менеджерами системи раціональної організації функціонування господарських суб'єктів і економічних відносин всередині підприємства, вивчення побудови внутрішнього економічного механізму, особливостей планування, контролю й оцінювання діяльності підрозділів, матеріального стимулювання колективів набувають особливого значення [1]. При формуванні в інтегрованому аграрному підприємстві системи внутрішніх економічних відносин значна увага повинна надаватися застосуванню ефективно функціонуючих методів накопичення інформації, що є реальною основою підвищення ефективності функціонування системи внутрішньогосподарського контролю на підприємстві.

Внутрішньогосподарський контроль включає контрольні функції, які забезпечуються керівниками (власниками) підприємств, організацій, установ, концернів, асоціацій відповідно до діючого законодавства [3, с. 6]. Він являє собою систему безупинного спостереження за ефективністю використання фінансових та майнових ресурсів, інвестованих в діяльність господарюючого суб'єкта, законністю і доцільністю господарських операцій і процесів, збереженням грошових коштів і матеріальних

цінностей. У той же час цей контроль є складовою частиною внутрішнього економічного механізму, одним із прийомів перевірки виконання прийнятих управлінських рішень, найважливішою функцією управління підприємством.

Система внутрішньогосподарського контролю дає змогу з'ясувати, наскільки діяльність підрозділів усіх ієрархічних рівнів відповідає чинному регламенту, установленим завданням і наскільки вона ефективна. У процесі контролю збирається й аналізується необхідна інформація, виявляються відхилення фактичних показників від установлених та їх причини. Внутрішньогосподарський контроль, як функція управління, є засобом зворотного зв'язку між об'єктом управління й органом управління, інформуючи про дійсний стан об'єкта і фактичне виконання управлінських рішень.

Внутрішній контроль є процесом, який забезпечує відповідність функціонування конкретного об'єкта прийнятими управлінськими рішеннями та спрямований на успішне досягнення поставленої мети. Основною його метою є об'єктивне вивчення фактичного стану справ у суб'єкта господарювання, виявлення та попередження тих факторів і умов, які негативно впливають на виконання прийнятих рішень, досягнення поставленої мети та доведення необхідної інформації до органу управління. Внутрішній контроль за діяльністю внутрішньогосподарських формувань проводиться в суб'єктах господарювання їх керівниками та спеціалістами при виконанні ними своїх функціональних обов'язків, а також штатними контролерами, ревізорами та аудитором [1; 2, с. 68].

В основу ієрархічної побудови системи внутрішньогосподарського контролю покладено організаційну структуру інтегрованого агроформування. Кожна функція управління, а саме: планування, організація, облік, аналіз, контроль і регулювання, характеризується як процес, який є послідовністю операцій аналізу і синтезу, які переплітаються і безліч разів повторюються. Зміст кожної функції визначає спосіб збору інформації, її обробки та ухвалення на цій основі управлінських рішень. Це дозволяє охарактеризувати облік, аналіз і контроль як організаційні й інформаційні системи зі збору, зберігання, накопичення, пошуку, аналізу, обробки і передачі результативних даних у вигляді різних зведень, звітів, які входять в систему більш високого рівня, утворюючи підсистеми технологічного характеру [1].

Отже, внутрішньогосподарський контроль відіграє важливу роль в ієрархічній системі управління і займає власне місце в цій системі. Відсутність або слабкість його організації в інтегрованому агроформуванні є однією з причин зниження прибутковості, платоспроможності та фінансової стійкості.

Список використаних джерел:

1. Галич О.А. Внутрішньогосподарський контроль в системі управління аграрних підприємств. / О.А. Галич [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.3/26.pdf>.
2. Гуцаленко Л.В. Поліпшення якості та прогнозованості облікової інформації для забезпечення прибутковості підприємства. / Л.В. Гуцаленко // Економіка АПК. – 2010. – № 7. – С. 67-71.
3. Дікань Л.В., Шульга Н.М. Внутрішньогосподарський контроль: Конспект лекцій / Харківський національний економічний ун-т. – Х. : ХНЕУ, 2005. – 60 с.

Науковий керівник: Лисенко А.М., кандидат економічних наук, доцент,
Кіровоградський національний технічний університет

**MARKET PRICE OF RISK AND A NEW APPROACH OF ITS ESTIMATION /
ОСОБЛИВОСТІ ПОКАЗНИКА “РИНКОВОЇ ЦІНИ ЗА РИЗИК” ТА НОВИЙ ПОГЛЯД
НА ЙОГО ОЦІНКУ**

Shmatko A.V. / Шматько А.В.,

Taras Shevchenko National University of Kyiv

студентка кафедри “Фінансів”, КНУ ім. Т. Шевченка

There is a growing body of literature that recognises the importance of the market price of risk estimation. It is sometimes referred to as the ‘most important number’ in the financial industry, because it determines the realised returns associated with risky investments. In a more precise economic sense it can be interpreted as the rate of return above the risk-free rate, per unit of risk, where risk is usually characterised by the asset volatility (see, e.g., Hughston & Hunter 1999). It follows that the market price of risk can play a significant role in addressing the issue on how investors should make investment decisions in financial markets. One of the main obstacles in determining the market price of risk is to reach a consensus on how it should be computed. Indeed, it is a great theoretical as well as practical issue that has dominated financial economics for many years. Although extensive research has been carried out on how to estimate the market price of risk, there is no unique technique to determine it. For instance, in the report by J. P. Morgan (2008), four different approaches to the market price of risk estimation are represented, in particular, estimations based on (i) dividend discount model, (ii) historical average of realised returns, (iii) yield method, and (iv) bond-market implied risk premium. The estimated mean values fall within a range of 3% ~ 13% whereas, but in fact, it might fluctuate within a much wide range of -200% ~ +200%.

In a recent publication by Brody & Hughston (2013), a new method for the estimation of the realised market price of risk has been proposed within the context of a single-asset single-factor setup. A key aspect of the this new approach is the introduction of an ‘information process’ that models the market flow of information concerning the hidden value of the market price of risk. It has been shown, in particular, that provided that the knowledge concerning the probability distribution of the hidden market price of risk is available, then the realised value of the asset return becomes measurable with respect to the information associated with the price dynamics. A drawback of this method, however, is that it is only applicable to a market consisting of only a single risky asset; whereas for a practical application of the theory, with the view towards its implementation, a multi-asset extension is crucial. With this in mind, the present thesis represents the theory to accommodate multi-factor

multi-asset setup. The key to our approach is to rotate the volatility vectors for the given set of correlated risky assets to generate a family of independent portfolios. The method of Brody & Hughston (2013) can then be applied individually to these portfolios, because they are independent. Having obtained the market prices of risk for these portfolios, those for the original assets can be recovered by means of a reverse rotation.

For the purpose of estimation of the market price of risk for different market sectors, let us begin by considering a two-factor, two-asset model, which will be sufficient to illustrate the approach that we will be proposing in this thesis. Since the number of assets agrees with the number of factors, market completeness is assumed in this setup. We let the price processes of the two assets be given respectively by $\{S_t^1\}$ and $\{S_t^2\}$, both driven by two-factor Brownian motions. The dynamics of these price processes are given by

$$\begin{aligned}\frac{dS_t^1}{S_t^1} &= \mu_t^1 dt + \sigma_{1t}^1 dB_t^1 + \sigma_{2t}^1 dB_t^2, \\ \frac{dS_t^2}{S_t^2} &= \mu_t^2 dt + \sigma_{1t}^2 dB_t^1 + \sigma_{2t}^2 dB_t^2,\end{aligned}$$

where $\{B_t^1\}$ and $\{B_t^2\}$ are two independent Brownian motions, and the differential equations represent the dynamics of daily price changes. The corresponding rates of return are given by

$$\mu_t^1 = r_t + \lambda_t^1 \sigma_{1t}^1 + \lambda_t^2 \sigma_{2t}^1 \quad \text{and} \quad \mu_t^2 = r_t + \lambda_t^1 \sigma_{1t}^2 + \lambda_t^2 \sigma_{2t}^2.$$

Observe that the risk premium vector $\vec{\lambda}_t$ consists of two components $(\lambda_t^1, \lambda_t^2)$, representing the level of compensation per risk associated with the two independent uncertainties ($\{B_t^1\}, \{B_t^2\}$) driving the market. The final objective is to determine the aggregate risk premium for each assets. This can be explained as follows. If we define Σ_t^1 and Σ_t^2 according to the relation

$$\Sigma_t^1 \equiv \sqrt{(\sigma_{1t}^1)^2 + (\sigma_{2t}^1)^2} \quad \text{and} \quad dZ_t^1 = \frac{\sigma_{1t}^1 dB_t^1 + \sigma_{2t}^1 dB_t^2}{\Sigma_t^1},$$

then $\{Z_t^1\}$ is a standard Brownian motion, and we can write

$$\frac{dS_t^1}{S_t^1} = (r_t + \Lambda_t^1 \Sigma_t^1) dt + \Sigma_t^1 dZ_t^1$$

and similarly for $\{S_t^2\}$. But because $\Lambda_t^1 \Sigma_t^1 = \lambda_t^1 \sigma_{1t}^1 + \lambda_t^2 \sigma_{2t}^1$, we deduce that

$$\Lambda_t^1 = \frac{\lambda_t^1 \sigma_{1t}^1 + \lambda_t^2 \sigma_{2t}^1}{\Sigma_t^1}$$

and again similarly for $\{S_t^2\}$. Thus it will be the scalar risk premium $\Lambda_t^k, k = 1, 2$, for each asset, that will be determined. If there is only one asset $\{S_t^1\}$ involved, then we may apply the result of the single asset to determine $\{\Lambda_t^1\}$. However, here we have two assets whose price processes are dependent of each other (i.e. they are correlated). Our strategy is therefore to rotate the dynamics of the two assets in such a way as to create two fictitious assets, or portfolios, called $\{V_t^1\}$ and $\{V_t^2\}$, whose dynamics will be independent of one

another. Having made this rotation, we can then apply the extended form of the single-asset method of Brody & Hughston (2013) to determine the risk premiums for the two portfolios. The results are then determined, upon reversal rotation, the pair $\{\lambda_t^1\}$ and $\{\lambda_t^2\}$, from which we can then determine Λ_t^1 and Λ_t^2 given in the form of

$$\Lambda_t^1 = \frac{\tilde{\lambda}_t^0(\sigma_{1t}^1 Y - \sigma_{2t}^1 X) + \lambda_t^0(\sigma_{2t}^1 Y + \sigma_{1t}^1 X)}{\sqrt{((\sigma_{1t}^1)^2 + (\sigma_{2t}^1)^2)(X^2 + Y^2)},}$$

$$\Lambda_t^2 = \frac{\tilde{\lambda}_t^0(\sigma_{1t}^2 Y - \sigma_{2t}^2 X) + \lambda_t^0(\sigma_{2t}^2 Y + \sigma_{1t}^2 X)}{\sqrt{((\sigma_{2t}^1)^2 + (\sigma_{2t}^2)^2)(X^2 + Y^2)},}$$

where

$$X = S_t^1 \sigma_{1t}^1 + S_t^2 \sigma_{1t}^2 \quad \text{and} \quad Y = S_t^1 \sigma_{2t}^1 + S_t^2 \sigma_{2t}^2,$$

$$\lambda_t^0 = \frac{X\lambda_t^1 + Y\lambda_t^2}{\sqrt{X^2 + Y^2}} \quad \text{and} \quad \tilde{\lambda}_t^0 = \frac{Y\lambda_t^1 - X\lambda_t^2}{\sqrt{X^2 + Y^2}}.$$

References:

1. D. C. Brody & L. P. Hughston (2013) Lévy information and the aggregation of risk aversion . In: Proc. Roy. Soc. Lond. 469.
2. E. Elton, M. Gruber, S. Brown & W. Goetzmann (2014) Modern Portfolio Theory and Investment Analysis. Ninth Edition (New Jersey: Wiley).
3. L. P. Hughston & C. J. Hunter (1999) Financial Mathematics: An introduction to derivative pricing.
4. J. C. Hull (2015) Options, Futures, and Other Derivatives (Boston: Pearson Education, Inc.).
5. R. Litterman & K. Winkelmann (1998) Estimating Covariance Matrices. In: Risk Management Series (R. A. Krieger, eds), New York: Goldman Sachs & Co.
6. D. Ruppert (2004) Statistics and Finance: an Introduction.

ДЕРЖАВНЕ БЮДЖЕТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Бобух Сергій Олександрович

аспірант кафедри фінансів, банківської справи та страхування
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький ДПУ імені Григорія Сковороди»

Державне бюджетування – це система (комплекс) заходів щодо визначення напрямів можливих обсягів акумулювання доходів бюджету та витрачання бюджетних ресурсів, їх коригування, що відбуваються (повинні відбуватися) на кожному з етапів бюджетного процесу, а також співставлення цих показників та визначення їх структури, з врахуванням певних чинників фінансово-економічного розвитку, соціальних потреб суспільства, національних економічних інтересів [1].

Значний внесок у розробленні теоретичних і методологічних основ системи бюджетування внесли такі зарубіжні вчені, як К. Друрі, Р.С. Каплан, Дж. Сігел, Дж. Фостер, Р.В. Хілтон та інші.

Серед вітчизняних вчених питання бюджетування розглядають у своїх працях А.М. Герасимович, С.Ф. Голов, Л.В. Нападовська, М.С. Пушкар, І.О. Бланк, М.Г. Чумаченко, В.Г. Швець, В.О. Шевчук та ін.

Державне бюджетування є безперервним і комплексним процесом, який полягає у встановленні методів та критеріїв відбору інформації, яка береться до уваги при складанні бюджету, методів аналізу та прогнозування, на основі яких визначаються основні соціально-економічні тенденції. На основі цих тенденцій формується уявлення про економічну ситуацію, яка очікується у бюджетному періоді та обсяги і структура фінансових ресурсів держави (доходна частина), якими вона може розпоряджатися у цей період. Також з огляду на виявлені тенденції та проголошений курс держави, визначаються та коригуються орієнтири та пріоритети бюджетної політики, з огляду на які визначаються основні напрями витрачання державних ресурсів задля задоволення суспільних інтересів (видаткова частина) [1].

Як стверджує К. Коваленко, державне бюджетування необхідно розглядати як процес планування, складання, коригування, балансування доходів та видатків державного бюджету відповідно до цілей бюджетної політики, фінансових можливостей держави, економічних умов та потреб суспільства на певному етапі соціально-економічного розвитку [2, с. 3].

Головними перешкодами на шляху повноцінного запровадження технологій бюджетування в Україні є: відсутність загальнодержавних і регіональних стратегічних орієнтирів розвитку, а також якісного та зрозумілого стратегічного планування на рівні головних розпорядників

бюджетних коштів; неререформованість більшості галузей економіки, що ускладнює застосування прогресивних технологій бюджетування; недостатня обізнаність фахівців провідних державних установ та органів місцевого самоврядування з надбанням світової фінансової теорії і практики, української фінансової науки; недосконалість управління державними і місцевими бюджетами, форм та методів бюджетного менеджменту, відсутність реального планування і прогнозування бюджету на середньо- й довгостроковий періоди на основі новітніх світових бюджетних технологій, які досить успішно застосовуються у Західній Європі [3].

Список використаних джерел:

1. Варналій З.С. Державне бюджетування та фінансова безпека України – Матеріали XIII Міжнародної науково-практичної конференції «Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи України» – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/science/conferences/2016/WTPDFSU/Proceedings.pdf>.
2. Коваленко К.В. Зовнішній державний фінансовий контроль у підвищенні ефективності бюджетування України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд.: спец. 08.00.08. «Гроші, фінанси і кредит» / К.В. Коваленко. – Київ, 2015. – 20 с.
3. Кульчицький М.І. Проблеми та перспективи бюджетування в Україні – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1211>.

Науковий керівник: Тропіна Валентина Борисівна, доктор економічних наук, ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»

АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ДЕПОЗИТНОЇ БАЗИ БАНКУ

Гувернат Анастасія Василівна

студентка, Університет Державної фіскальної служби України,
Навчально-науковий інститут фінансів, банківської справи, м. Ірпінь

Банківська система – це важливий елемент будь-якої країни. Тому ефективною повинна бути діяльність банків, так як вона пов'язана із усіма галузями господарства і секторами. На сьогодні Україна перебуває у часі фінансових труднощів, через неефективне управління ресурсами.

Формування депозитної бази банків є важливою економічною основою діяльності банківських установ, оскільки здійснення господарських операцій вимагає наявності певної суми грошових коштів, тобто ресурсів; від оптимальної роботи банків щодо формування депозитної бази залежать важливі показники діяльності кредитних установ, такі як рентабельність та ліквідність.

Питання ціноутворення, а саме ціна, як один із ключових факторів, визначають взаємовигідну співпрацю клієнта і банку та безпосередньо впливають на рентабельність останнього. Основні труднощі у вирішенні завдання ціноутворення – визначення собівартості банківського продукту. Методи її розрахунку ґрунтуються на визначенні складу витрат на надану послугу, а основні питання полягають у виборі як способів обліку прямих і непрямих витрат, так і відведення непрямих витрат на конкретні послуги (продукти).

Важливим аспектом при вирішенні задачі формування депозитного портфеля є планування роботи по залученню депозитних ресурсів. Для забезпечення планування і управління роботою по залученню клієнтів банку необхідно оцінити можливу величину залишку грошових коштів, яку можуть забезпечити потенційні та наявні клієнти [1].

Проаналізувавши діяльність банків та розглянувши в цілому банківську систему України, було виявлено такі проблеми залучення депозитів в Україні та запропоновано шляхи їх вирішення:

1) розробка депозитної політики, привабливої для клієнтів з одного боку та прибуткової для банків з іншого. Вирішенням цієї проблеми може бути розробка простих і зрозумілих споживачеві депозитних продуктів, які б не потребували значних витрат з боку банку;

2) формування довіри у потенційного клієнта. Цю проблему можна вирішити лише формуванням бездоганної ділової репутації банку, забезпеченням фінансової стійкості та надійності банку, а також ретельним та постійним вивченням інтересів і запитів вкладників-юридичних та фізичних осіб, наданням найзручніших форм депозитного обслуговування;

3) підвищення зацікавленості індивідуальних осіб у розміщенні своїх коштів на вкладних рахунках можна забезпечити шляхом переорієнтації депозитної політики на нові джерела ресурсів, її модернізації та перегляду цілей, запровадженням новітніх організаційних форм ведення депозитних рахунків населення.

Таким чином, запропоновані рекомендації дозволять удосконалити депозитну політику банків та підвищити її ефективність [2].

Отже, можна зробити висновок, що актуальною залишається проблема ефективного використання ресурсної бази банків і вона потребує подальшого дослідження. Подальшими напрямками дослідження

у цій сфері для мене є вдосконалення інструментів залучення вкладів на основі впровадження нових, нетрадиційних операцій і послуг у депозитній діяльності.

Список використаних джерел:

1. Гарбар Ж.В. «Особливості формування депозитного портфеля.»[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua>
2. Чернишова А. В. «Аналіз формування а використання депозитної бази.»[Електронний ресурс].–Режим доступу: <http://www.repository.hneu.edu.ua/>.

Науковий керівник: Татяніна Світлана Михайлівна, старший викладач, заступник завідувача кафедри з навчально-методичної роботи, Університет Державної фіскальної служби України

СТРАХОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Гувернат Анастасія Василівна

студентка, Університет Державної фіскальної служби України,
Навчально-науковий інститут фінансів, банківської справи, м. Ірпінь

Страховий ринок – особлива сфера грошових відносин, де об'єктом купівлі-продажу виступає специфічна послуга — страховий захист, формується пропозиція і попит на неї [1].

Проблемам формування та розвитку страхування та страхового ринку в Україні присвячено ряд наукових праць, зокрема таких відомих науковців, як: В. Алешіна, В. Базилевича, В. Фурмана, С.Осадця, Р. Пікус, З. Шелудько, О.Філонюка та інших вітчизняних та іноземних економістів.

Страховий ринок в Україні все ще перебуває на початковому етапі розвитку, окремі його сегменти стрімко розвиваються, проте рівень страхового покриття залишається на низькому рівні [2].

Можна виділити наступні проблеми подальшого розвитку страхового ринку: *економічного характеру* - низький платоспроможний попит на страхові послуги; невеликі обсяги та недосконала структура капіталу страховиків; відсутність надійних інвестиційних інструментів для довгострокового розміщення страхових резервів; *організаційно-правового характеру*: відсутність цілеспрямованої державної політики у сфері страхування; недосконалість нормативно-правової бази; *функціонального характеру* - низька прибутковість окремих видів страхування; низька конкурентоспроможність страховиків у порівнянні з

банками в боротьбі за залучення вільних коштів юридичних і фізичних осіб; відсутність довіри населення і господарюючих суб'єктів до страхових компаній; *інформаційно-аналітичного характеру* – інформаційна закритість страхового ринку, низький рівень впровадження в страхову практику сучасних інформаційних технологій; відсутність рейтингів страхових компаній; непрозорість даних про структуру власності вітчизняного страхового ринку.

Значна кількість наявних проблем розвитку страхового ринку України пояснюються передусім прагненням страхових компаній максимізувати прибуток, незважаючи ні на довгострокові інтереси галузі, ні на професійну етику.

Для удосконалення та подальшого ефективного розвитку страхового ринку України необхідно здійснити ряд першочергових заходів: підвищити захист споживачів страхових послуг; збільшити капіталізацію страховиків та конкурентоспроможність національного страхового ринку; підвищити прозорість діяльності учасників страхового ринку; впорядкувати страхове законодавство в цілому та окремих його положень, і привести їх у відповідність до існуючих економічних реалій; відмінити непотрібні бар'єри, перепони та регулювання на ринку, що гальмують його розвиток та залучення іноземних інвестицій; обґрунтування й досягнення оптимальної структури між різними формами страхування; розробити ефективні механізми захисту інтересів страхувальників.

Отже, страховий ринок України вже пройшов стадію формування і знаходиться на етапі розвитку. Він набув певного рівня розвитку, але не став реальним чинником стабільності і за своїми характеристиками не відповідає завданням випереджального розвитку української економіки та тенденціям світових страхових ринків. Це зумовлює його суттєве відставання у глобальному процесі формування світової фінансової системи.

Список використаних джерел:

1. Воробйов Ю.Н., Воробйова Є.І., Ворошило В.В. Страхування в Україні: тенденції й особистості розвитку // *Економіка и управление*. - № 2-3. - С. 20-25.
2. Стан і розвиток страхового ринку України [Електронний ресурс] – Режим доступу: [//http://www.dfp.gov.ua/fileadmin/downloads/straxuvanja](http://www.dfp.gov.ua/fileadmin/downloads/straxuvanja).

Науковий керівник: Тат'яніна Світлана Михайлівна, старший викладач, заступник завідувача кафедри з навчально-методичної роботи, Університет Державної фіскальної служби України

НАПРЯМКИ ПОДОЛАННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

Гуменюк Владислав

студент магістратури спеціальності «Фінанси, банківська справа і страхування» Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Кризові явища, притаманні банківському сектору України, потребують трансформації підходів до регулювання та нагляду, а також – посилення довіри суспільства до банків. Одними з основних причин ліквідації тієї чи іншої банківської установи є недостатня ресурсна база, що не дає змоги банку здійснювати активні операції та отримувати прибуток, непрозора структура власності, здійснення занадто ризикових операцій, що перешкоджають його діяльності. Тому серед найважливіших завдань будь якого банку, особливо в умовах виходу економіки країни з кризи, – стабільне і невпинне поповнення ресурсів. Цьому істотно можуть сприяти додаткові гарантії вкладів населення в банках з боку держави[1].

При цьому слід зазначити, що більшість заходів, які вживаються світовою спільнотою являють собою реакцію на негативні процеси, які відбуваються як у окремих країнах так і в усьому світі взагалі. Особливої актуальності при цьому набуває проблема на макрорівні, що виражається у пошуку ефективних шляхів покращення фінансового стану банків другого рівня, розробці ефективних програм фінансового оздоровлення, підвищення їх платоспроможності, конкурентоздатності, а також фінансової стійкості.

Забезпечення повноцінного виконання банківською системою свого функціонального призначення, зокрема фінансового забезпечення поступального соціально-економічного розвитку та збільшення добробуту населення неможливе без підвищення безпеки функціонування окремих банків країни. Аналіз тенденцій розвитку вітчизняного банківського сектору в посткризовий період дозволить чітко уявити його потенціал та попередити подальшу появу негативних чинників фінансової кризи. Дослідження зміни пріоритетів розвитку банківської діяльності України дасть змогу виявити потенційні можливості зміцнення позицій банківського сектору в найближчій перспективі [2].

Слід зазначити, що аналіз динаміки основних показників банківського сектору в Україні свідчить про волатильність кількості банківських установ в країні. До 2014 року кількість банків, які перебували у стадії ліквідації коливалася від 13 до 24 одиниць, але при

цьому слід зазначити, що їх частка в середньому становила більше 10%, та не була досить значною. На початок 2014, в Україні було 180 банків. Більшість із них не розкривали реальних власників, а звітність не відображала реального стану справ. Навіть аудиторські висновки не гарантували об'єктивної оцінки. На ринку активно працювали такі банки як: «банки-пральні», «пилососи», «зомбі-банки» та створені для вигідного продажу «бебі-бумери»[3].

У результаті рішучих дій з боку Національного банку України за три роки з фінансового сектору України було виведено 87 неплатоспроможних банків. При цьому один з найбільших банків України «Приват банк» було націоналізовано з метою недопущення колапсу усієї банківської системи.

Наслідком таких дій стало отримання у січні 2017 року платоспроможними банками 338 млн. грн. чистого прибутку. За аналогічний період минулого року банківська система отримала чистий збиток у розмірі 890 млн. грн.[4].

Прибутковість банківської системи у січні 2017 року була забезпечена насамперед зростанням чистого процентного доходу на 29.5% (в порівнянні з аналогічним періодом 2016 року) до 4 131 млн. грн, чистого комісійного доходу – на 24.8%, до 2 078 млн. грн. Це стало можливим через зниження вартості фондування, в першу чергу, депозитів населення, а також відновленню попиту на банківські послуги[4].

Список використаних джерел:

1. Васильєва, Т. А. Тимчасові адміністрації як інструмент антикризового управління банківською системою України / Т. А. Васильєва, О. О. Котенко // Механізм регулювання економіки. – 2010. – № 3. – С. 18-23.
2. Міщенко, В. І. Банківський нагляд : підручник / В. І. Міщенко, С. В. Науменкова. – К. : Центр наук. досліджень, Ун-т банк. справи НБУ, 2011. – 498 с.
3. Про систему гарантування вкладів фізичних осіб : закон України від 23.02.2012 р. № 4452-VI. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws>
4. Банківська система у січні 2017 року працювала прибутково [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=45156284&cat_id=55838

ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДО-РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ: ФІНАНСОВИЙ АСПЕКТ

Поривай Артем Олександрович

студент, Університет митної справи та фінансів

Бодня Дмитро Андрійович

студент, Університет митної справи та фінансів

Вітчизняна економіка, яка характеризується зношеними ресурсномісткими основними фондами та застарілими технологіями, вже давно потребує процесу модернізації основних фондів та розробки напрямів більш ефективнішого використання ресурсів у виробництві. Найвний зараз розвиток ринкових відносин в Україні сприяє появі нових підприємств, посиленню спеціалізації та конкуренції у різних галузях, а отже стимулює впровадження нових ресурсозберігаючих технологій у виробництво. Проте на даний момент в більшості галузей народного господарства й досі спостерігаються значні втрати окремих видів ресурсів, які нераціонально використовуються, займають великі території і забруднюють навколишнє природне середовище. Тому питання ресурсозбереження в економіці і розвитку господарства є актуальним.

У сучасних умовах господарювання процес ресурсоспоживання в Україні характеризується таким станом: а) більшість видів природних ресурсів є невідтворюваними, а динаміка їх споживання в останні роки свідчить про негативний процес прискорення вичерпання розвіданих запасів цих ресурсів; б) велику залежність національної економіки від зовнішніх джерел енергопостачання, яка залишається високою. Це є однією з причин утворення дефіциту платіжного балансу, що веде до зростання зовнішньої заборгованості.

в) використовувані в господарському обігу паливно-енергетичні ресурси призводять до погіршення екологічної ситуації, яка в сучасних умовах вкрай складна і вимагає негайного здійснення радикальних заходів; г) вихід вітчизняної економіки з кризи і її інтеграція в європейську і світову економічні системи неможливі без досягнення якісно нового рівня ресурсоспоживання.

Також на сьогоднішній день спостерігається незадовільний стан державного нагляду у сфері екології та використання природних ресурсів, адже відсутність потужного кадрового потенціалу у тісному зв'язку із зниженням і без того неналежного рівня матеріально-технічного, організаційного та методологічного забезпечення державного

природоохоронного органу провокує високий рівень корумпованості сфери екологічного нагляду [1, С. 103].

Загалом розвиток процесу економного використання природно-ресурсного потенціалу можна забезпечити такими організаційно-економічними та виробничо-технічними заходами, які зображені на рисунку 1.



Рис. 1. Джерела економії природно-ресурсного потенціалу України (Побудовано авторами за даними [2])

Нині одним з найдієвіших напрямів удосконалення ресурсозбереження є розробка та реалізація дієвої державної фінансової політики стимулювання ресурсозбереження, охорони навколишнього природного середовища та умов життєдіяльності людей.

Держава повинна широко задіяти весь можливий фінансовий інструментарій, зокрема, механізм оподаткування (платності природокористування та екологічного оподаткування забруднення довкілля для забезпечення виконання екологічними податками та зборами не лише компенсаційної, але і регулюючої функції, запровадження пропорційного оподаткування в залежності від зростання або скорочення концентрацій шкідливих речовин, підвищення ставок екологічного податку та його індексація залежно від темпу інфляції) з метою зменшення рівня антропогенного навантаження на ресурсний потенціал, екосистему та населення регіону. Одним із основних заходів забезпечення

реалізації державних програм ресурсозбереження є налагодження міжнародного партнерства, спрямованого на залучення зарубіжного досвіду та фінансових інвестицій, необхідних адміністративно-територіальним утворенням для реалізації державних програм ресурсозбереження [3].

Загалом удосконалення раціонального використання ресурсів посприє підвищенню надходжень до бюджетів та збільшить їх можливості у аспекті реалізації програм охорони навколишнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Піменова М.М. Фінансове забезпечення охорони навколишнього природного середовища України / М.М.Піменова // П'ятнадцяті економіко-правові дискусії : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. – Львів, 2016. – С. 102-104.
2. Воляк Л.Р. Ресурсозбереження як передумова підвищення конкурентоспроможності підприємства / Л.Р. Воляк // Сталий розвиток економіки. - 2013. - № 2. – С. 115-119.
3. Піменова М.М. Удосконалення фінансового забезпечення державних програм ресурсозбереження в Україні / М.М.Піменова // Вісник Дніпропетровської державної фінансової академії: Економічні науки. – 2015. – № 1(33). – С. 188-195.

Науковий керівник: Піменова Марія Михайлівна, кандидат економічних наук, старший викладач кафедри фінансів, Університет митної справи та фінансів

ДЕЯКІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СИРОВИННОЇ БАЗИ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Самарічева Тетяна Анатоліївна

старший викладач кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування, Хмельницький університет управління та права

В сучасних умовах розвитку молокопереробної галузі України великого значення набуває ефективна взаємодія виробників молочної сировини та молокопереробних підприємств, оскільки від обсягу та якості продажу молока на переробку залежить конкурентоспроможність готової продукції як на вітчизняному, так і зарубіжному ринках та продовольча безпека країни загалом. Одним із дієвих чинників, що впливають на процеси реалізації є адекватне встановлення закупівельних цін на молоко.

Проте низька рентабельність виробництва молочної сировини та недостатній обсяг фінансових ресурсів, спонукає до вивчення існуючих проблем формування сировинної бази молочного підкомплексу переробної промисловості та пошуку напрямів їх вирішення.

Проведеним аналізом встановлено, що за останні 5 років спостерігається тенденція зниження виготовленого молока всіма категоріями господарств на 470,6 тис. т. в 2015 р., порівняно з 2011 р., що відбулось за рахунок зменшенням обсягів виробництва молока господарствами населення на 893,9 тис. т., адже вони займають найбільшу частку у даному виробництві (75 % в 2015 р.). Основною причиною такої тенденції є скорочення поголів'я корів у особистих селянських господарствах за аналогічний період на 17 %. Поряд з цим обсяги виробництва молочної сировини як сільськогосподарськими підприємствами, так і фермерськими господарствами зросли в 2015 р. порівняно з 2011 р. на 423,3 тис. т. та 54,4 тис. т. відповідно.

Характеризуючи взаємодію молокопереробних підприємств та виробників молочної сировини, слід відзначити, що основними їх партнерами є сільськогосподарські підприємства – виробники молока та господарства населення. Причому за останні 5 років частка останніх знизилась від 46,7 % до 31,7 %, або на 15 %, а частка закупівлі сировини у сільськогосподарських виробників зросла від 44,0 % до 56,8 %, або на 12,8 %.

Разом з цим для сільськогосподарських підприємств переробні підприємства є основними партнерами, оскільки їх частка у загальному обсязі продажу молока на переробку за 2011-2015 рр. складала 90 %, крім 2014 р., в якому 92 % виготовленого молока було продано на переробку. Що не характерно для господарств населення, які в 2011 р. продавали на переробку 24 % виготовленої продукції, а у 2015 р. – 17 %, що на 7 % менше порівняно з базовим періодом. Якщо характеризувати всі категорії господарств, то слід відзначити низький рівень продажу молока на переробку в загальній структурі його виробництва та реалізації. Так, у 2011 р., 2012 р., 2014 р. на переробку надійшло 41 % виготовленого молока, в 2013 р. – 40 %, а в 2015 р. найнижчий показник – 39 %. Це свідчить про низький рівень переробки молочної сировини в Україні та потенційну можливість збільшення її бази.

Ситуація коли більша частина виробленого молока залишається у особистих селянських господарствах для власного споживання та для продажу на стихійних ринках, спричинена тим, що їм не вигідно продавати сировину молокопереробним підприємствам. Адже рівень закупівельних цін на молоко хоч і за останні 3 роки зростає, проте все ж залишається низьким. Так, середня ціна закупівлі молока переробними

підприємствами у 2015 р. порівняно з 2011 р. зросла на 37,8 % і склала 3770,9 грн. за т. [4].

Водночас закупівельні ціни для господарств населення значно нижчі ніж для сільськогосподарських підприємств – виробників молока. Дана різниця в ціні за останні 5 років зростала і найбільшого значення досягла у 2015 р. та становила 1375,1 грн. за т. або 33 %, для порівняння в 2011 р. вона дорівнювала 25 %. Таке розходження в ціні можна пояснити різницею в якості молочної сировини, яка надходить на молокопереробні підприємства від сільськогосподарських підприємств та господарств населення. Адже сільськогосподарські підприємства – виробники молока продають на переробку переважно молоко вищого та І гатунку, а господарства населення – II гатунку. Крім того слід відмітити, що за останні 5 років частка проданого молока сільгоспвиробниками екстра гатунку зросла на 4,7 % в 2015 р. порівняно із 2011 р., вищого гатунку – на 2,3 %, що відбулось в основному за рахунок зменшення частки молока I гатунку на 7,4 %. У процесі продажу молочної сировини домогосподарствами на переробку спостерігається зворотна тенденція, а саме зростання частки продажу молока нижчої якості. Так, у 2015 р. порівняно із 2011 р. частка продажу молока I гатунку знизилась на 15,2 %, водночас за цей же період підвищилась частка молока II гатунку на 13,4 % та негатурного – на 5,8 %. В цілому випуск молочної сировини низької якості створює несприятливі передумови функціонування молокопереробних підприємств.

Доречно відзначити, що рівень закупівельних цін на молочну сировину безпосередньо впливає на рентабельність його виробництва. Так, зниження ціни на молоко у 2012 р. порівняно із 2011 р. на 12,8 % спричинило зниження рентабельності за аналогічний період на 16,7 %. Рівень закупівельних цін не сприяє розвитку виробництва сировинної бази молочного підсектору переробної промисловості України та зумовлює формування низької рентабельності сільськогосподарського виробництва молока в Україні.

Державна фінансова підтримка виробників молочної сировини за останні 5 років в переважній частині формувалась за рахунок дії спеціальних режимів оподаткування: 1) режиму акумуляції коштів ПДВ (діяв до 1 січня 2017 р.); 2) виплати за рахунок коштів ПДВ переробних підприємств сум дотацій за реалізовані сільгосптоваровиробниками молоко (діяв до 1 січня 2015 р.). Питома вага державної підтримки виробників молока за рахунок коштів ПДВ в рази перевищує підтримку за рахунок дотацій.

Таким чином процес формування сировинної бази молокопереробної промисловості на сучасному етапі характеризується цілою низкою проблем, це: незначний ступінь надходження молочної сировини на

переробку, незадовільна його якість, низький рівень заготівельних цін, що стає чи не основною причиною низької рентабельності виробництва молока, дефіцит коштів для впровадження прогресивних технологій, тощо. Все це спричинено різними факторами, проте основним із них є обмеженість фінансових ресурсів. Тому пріоритетним напрямом дослідження даної проблеми є пошук альтернативи непрямій державній фінансовій підтримці.

Список використаних джерел:

1. Надходження продукції тваринництва на переробні підприємства за 2014 рік: статистичний бюлетень / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2015/bl/02/bl_nptpp_2014_xl.zip.
2. Надходження продукції тваринництва на переробні підприємства за 2012 рік: статистичний бюлетень / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2013/bl/02/bl_npt_12.zip.
3. Надходження продукції тваринництва на переробні підприємства за 2011 рік: статистичний бюлетень / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2012/bl_npt_2011.zip.
4. Надходження продукції тваринництва на переробні підприємства у 2015 році: статистичний бюлетень / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2016/bl/02/bl_npt15_xl.zip.
5. Надходження продукції тваринництва на переробні підприємства України за 2013 рік: статистичний бюлетень / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2014/bl/02/bl_nad_2013.zip.
6. Сільське господарство України за 2015 рік: статистичний збірник / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2016/zb/09/zb_agriculture_2015pdf.zip.
7. Тваринництво України 2015: статистичний збірник / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2016/zb_tu2015.xl.zip.

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»

Сергієнко Вероніка Сергіївна

студентка Київського національного університету технологій та дизайну

Конкурентні переваги лежать у основі забезпечення конкурентоспроможності банківської установи. Одним із найважливіших завдань діяльності ПАТ КБ «ПриватБанк» є досягнення та утримання ним

такого рівня конкурентоспроможності, який дозволяє зайняти стійку конкуренту позицію на ринку і здійснити мету та місію, що плануються банком на даному етапі його розвитку.

Конкурентні переваги ПАТ КБ «ПриватБанк» являють собою особливості у сфері надання фінансових послуг, що дає йому здатність витримувати конкуренцію, щодо задоволених наявних потреб на споживчому цільовому ринку.

ПАТ КБ «ПриватБанк» здійснює свою діяльність відповідно до банківської ліцензії №22 від 05.10.2011 р., має розгалужену мережу філій, що дозволяє здійснювати швидкий доступ клієнтів до послуг банку.

За класифікацією НБУ ПАТ КБ «ПриватБанк» є одним з трьох системно важливих банків в Україні у 2016 році.

ПАТ КБ «ПриватБанк» є одним з найбільш інноваційних банків світу. Наприклад, понад десять років назад банк став одним із перших у світі, що почав використовувати одноразові SMS-паролі. До останніх інновацій, які отримали визнання по всьому світі, належать такі продукти, як платіжний міні-термінал, вхід в Інтернет-банкінг через QR-код, онлайн-інкасація, а також десятки різноманітних мобільних додатків.

ПАТ КБ «ПриватБанк» має ряд позитивних факторів комплексу маркетингової банківської установи, що забезпечує йому довгостроковий імідж, що позитивно оцінюється споживачами банківських послуг. ПАТ КБ «ПриватБанк» впізнаваний та найпопулярніший банківський бренд України, що слугує йому ефективно рекламою.

За даними НБУ станом на 01.10.16 ПАТ КБ «ПриватБанк» має 20282 банкоматів і терміналів самообслуговування та 2240 відділень по всій території України. Порівняно з ПАТ КБ «ПриватБанк» його основні конкуренти мають меншу кількість банків, терміналів та філій.

ПАТ КБ «ПриватБанк» має безперечну конкурентну перевагу в таких видах послуг, як: поштомати, екстрені гроші, еквайрінг, страхування та online-інкасація. В асортименті банків-конкурентів подібні аналоги банківських послуг відсутні.

ПАТ КБ «ПриватБанк» має висококваліфікований персон та постійну систему підвищення кваліфікації персоналу.

Виявлені вище конкурентні переваги ПАТ КБ «ПриватБанк», який 24 роки функціонує в Україні й забезпечують йому лідируючу позицію на ринку банківських послуг.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт НБУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/control/uk/index>
2. Офіційний сайт ПАТ КБ «ПриватБанк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://privatbank.ua>

3. Офіційний сайт РЮРІК [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://rurik.com.ua>

Науковий керівник: Здір Віктор Анатолійович, кандидат економічних наук, доцент кафедри бізнес-економіки Київського національного університету технологій та дизайну

СТРАТЕГІЧНИЙ ОБЛІК В УПРАВЛІННІ БЮДЖЕТНИМ ПРОЦЕСОМ: ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЛІКОВИХ ІНЖИНІРИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ

Богма Олена Сергіївна

кандидат економічних наук, доцент, Запорізький національний університет

З урахуванням численних проблем, які наявні на всіх стадіях вітчизняного бюджетного процесу, на сьогоднішній день існує необхідність забезпечення ефективного обліково-контрольного супроводу діяльності з управління ним, що, на нашу думку, є цілком можливим на основі використання стратегічного обліку. Концепція побудови стратегічного обліку в управлінні бюджетним процесом виходить з розуміння необхідності забезпечення повною, достовірною, своєчасною та релевантною інформацією процесу ухвалення управлінських рішень щодо формування бюджетної стратегії України. Своєю чергою, така інформація може бути отримана шляхом складання похідних балансових звітів, які виступають обліковими інжиніринговими інструментами.

Так, як відзначає Р.Ф. Бруханський, система стратегічного обліку забезпечує генерування облікової інформації, необхідної для прийняття стратегічних управлінських рішень, при цьому в якості методологічної основи системи стратегічного обліку, яка вивчає об'єкти внутрішнього та зовнішнього середовища і орієнтована на майбутнє, слід застосовувати бухгалтерський інжиніринг, побудований на основі використання інжинірингової архітектури – набору інжинірингових інструментів, які стосуються всіх стадій облікового процесу і містять облікові агрегати, структурований план рахунків, коригуючі, інжинірингові, стратегічні та гіпотетичні бухгалтерські записи, похідні балансові звіти тощо [2, с. 27].

Отже, ґрунтуючись на наукових працях [1, 2, 3], розглянемо детальніше види та зміст облікових інжинірингових інструментів, запропонованих до використання у концепції стратегічного обліку в управлінні бюджетним процесом:

– нульовий похідний балансовий звіт – в основу його складання, що здійснюється з метою визначення реальності виконання державного бюджету, має бути покладено визначення реальної можливості покриття визначених статей витрат бюджету за рахунок дохідних статей з урахуванням їх обсягу й термінів надходження, а також можливості залучення наявних фінансових резервів;

– дисконтований похідний балансовий звіт – передбачає порівняння доходів і витрат бюджету з урахуванням часової визначеності подій та забезпечується використання методу дисконтування;

– імунізаційний похідний фінансовий звіт – дає можливість провести аналіз рівня рівноважності бюджету шляхом порівняння чистих доходів та чистих витрат на будь-яку дату;

– хеджований похідний фінансовий звіт – представляє собою баланс доходів і витрат бюджету з урахуванням відповідних агрегатів резервної системи, що визначає необхідний рівень його резервного захисту. Згідно цього методу управління ризиком здійснюється шляхом порівняння чистих доходів з чистими витратами бюджету на певну дату з урахуванням відповідних агрегатів резервної системи на ту саму дату;

– похідний балансовий звіт інтегрованого ризику – передбачає визначення та облік прогнозованих ризикових доходів бюджету та порівняння чистих ризикових доходів бюджету з його хеджованими доходами;

– облік зовнішніх факторів впливу на реалізацію бюджетної стратегії забезпечується на основі складання стратегічного, віртуального та фрактального похідних балансових звітів:

а) фрактальний похідний балансовий звіт – складається у розрізі внутрішніх та зовнішніх сегментів бюджету в балансовій і реальній вартості статей бюджету залежно від завдань, що вирішуються;

б) стратегічний похідний балансовий звіт – формується з метою оцінювання впливу параметрів зовнішнього та внутрішнього середовища на обрану бюджетну стратегію країни у показниках балансової та реальної вартості статей бюджету;

в) віртуальний похідний балансовий звіт – формується з метою визначення необхідного обсягу зростання чистих доходів або чистих витрат бюджету в умовах невизначеності та відображається у прогнозних оцінках.

Відзначимо, що використання вказаних інструментів дає можливість виявити й оцінити нові можливості та альтернативи пріоритетних напрямів бюджетної політики держави.

Список використаних джерел:

1. Болдуєв М.В. Врахування фракталів простору та часу при складанні похідного балансового звіту / М.В. Болдуєв, Л.Н. Сергєєва // Економічний аналіз. – 2012. – Вип. 10, Ч. 3. – С. 112–115.
2. Бруханський Р.Ф. Аналіз підходів до побудови моделей бухгалтерського інжинірингу / Р.Ф. Бруханський // Вісник ЖДТУ. – 2014. – № 3 (69). – С. 27–33.
3. Криштопа І.І. Похідні балансові звіти як інструмент стратегічного

обліку [Електронний ресурс] / І.І. Криштопа // Проблемы материальной культуры. Экономические науки. – Режим доступа к ресурсу : <http://dspace.nbuv.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/92356/25-Kryshtopa.pdf?sequence=1>.

БЮДЖЕТНЕ ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

Бодня Дмитро Андрійович

студент, Університет митної справи та фінансів

Поривай Артем Олександрович

студент, Університет митної справи та фінансів

Сьогодні розвиток економічних відносин характеризується використанням дієвих механізмів стратегічного управління державними фінансами, що створюють країні конкурентні переваги на міжнародній економічній арені. Реформи у бюджетно-фінансовій сфері мають спрямуватися на забезпечення переходу у середньостроковій перспективі на принципово сучасний етап розвитку бюджетної системи України за зразком систем, притаманних країнам з розвинутою економікою. Сучасне бюджетне планування має являти собою розробку середньострокових та довгострокових параметрів формування та спрямування державних фінансів на стратегічні завдання соціально-економічного розвитку держави.

Регулювання державною економічної та соціальної політики базується на використанні бюджетного механізму, який охоплює перерозподіл нагромадженого ВВП та вплив на розвиток соціально-економічної сфери. За функціонування системи з управління бюджетом і бюджетного планування відповідає бюджетний механізм. Важливою складовою бюджетного планування є ті механізми, за допомогою яких здійснюється процес планування.

Механізм бюджетного планування – інструмент бюджетного планування, що складається з відповідних підсистем, які забезпечують складання та затвердження бюджетного плану, його розподілу, формування доходів, здійснення видатків та міжбюджетного розподілу бюджетних ресурсів, що забезпечуються зв'язками управління між підрозділами апарату бюджетного планування [1].

Рівень бюджетного планування визначається такими основними чинниками:

- правильне формування цілей і завдань, які має вирішити держава;
- достовірність інформації, що використовується при плануванні;

➤ застосування перевірених методів і прийомів тощо.

Державне регулювання соціально-економічного сектору економіки залежить від використання ефективної бюджетної програми. Одним із ключових методів бюджетного регулювання соціально-економічних процесів в державі має стати комплексне бюджетне прогнозування. Тому що саме від бюджетного прогнозування залежить якість і своєчасність рішень щодо формування дохідної частини бюджету, проведення зваженої фіскальної політики, державних видатків та міжбюджетних відносин, а й відповідно це вплине на збалансованість бюджету країни та ефективність бюджетного регулювання економіки.

Основними методами та прийомами бюджетного прогнозування є [2]:

- ✓ екстраполяція наявних тенденцій на майбутні періоди;
- ✓ розробка економіко-математичних моделей, фінансових явищ і процесів та використання цих моделей для визначення основних показників бюджету при очікуваних значеннях;
- ✓ експертні оцінки основних бюджетних показників.

Чинна система бюджетного планування та прогнозування має бути реформована, так як без її удосконалення неможливо буде змінити структуру бюджетних видатків та оптимізувати її у відповідності з стратегічними пріоритетами розвитку національної економіки, тому що існуюча система планування та прогнозування не відповідає наявним потребам в управлінні державними видатками. У зв'язки з цим зростає необхідність вдосконалення методів та прийомів бюджетного планування та прогнозування. Короткострокові фінансові плани та прогнози не дають можливості комплексного аналізу і обліку наслідків фінансової політики уряду. Тому зростає актуальність середньострокових фінансових планів та прогнозів (до трьох років). Довгострокові фінансові плани складаються за дуже агрегованими показниками, що не мають широкого практичного використання [1].

Планування більшості бюджетних видатків в Україні має здійснюватися через використання програмно-цільового методу (ПЦМ), що є в сучасних умовах одним з найбільш ефективних форм бюджетування як на державному рівні, так і на місцевому. Перевагою ПЦМ є передбачення результативних показників виконання бюджетної програми та комплексна оцінка використання бюджетних коштів. Але застосування даного методу знаходиться на початковій стадії і фактично застосовується лише частково [3].

Одним з недоліків процесу бюджетного планування та прогнозування є те, що кожен бюджет є практично новим документом, який складається виходячи з реальної ситуації в державі та не враховує стратегії розвитку національної економіки.

Отже, бюджетне планування в Україні має певний ряд недоліків, а саме застаріла методологічна база, використання нормативно-статистичного методу планування, що базується на фактичних даних за

попередній рік і частину поточного року за прогнозними макроекономічними показниками, які вже не відповідають сучасним світовим параметрам розвитку національної економіки.

Список використаних джерел:

1. Бюджетне планування як елемент управління бюджетом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oaji.net/articles/2016/1900-1469376748.pdf>
2. Про бюджетне планування і прогнозування розповіла Тетяна Бутурлакiна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mediacenter.uzhnu.edu.ua/news/pro_bjudzhetne_planuvannja_i_prognoz_uvannja_rozgovila_tetjana_buturlakina/2014-05-29-1149
3. Середньострокове бюджетне прогнозування як складова бюджетного процесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2011/05/5.pdf>

Науковий керівник: Сальникова Тетяна Валеріївна, кандидат економічних наук, старший викладач кафедри фінансів, Університет митної справи та фінансів

МІСЦЕВІ ПРОГРАМИ СТИМУЛЮВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ДОБРОБУТУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Вівчар Олександра Йосипівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів Національного університету «Львівська політехніка»

Гандзюк Юрій Олександрович

студент Національного університету «Львівська політехніка»

Із прийняттям у грудні 2014 року змін до Бюджетного та Податкового кодексів України розпочався новий етап бюджетної децентралізації, метою якої є розширення прав органів місцевого самоврядування та підвищення рівня самостійності місцевих бюджетів [1]. Відповідно до цього, саме на місцеві органи влади відтепер покладаються основні обов'язки щодо забезпечення умов, необхідних для економічного та соціального розвитку територіальних громад [2]. Це, зокрема, передбачає стимулювання зайнятості населення та розвитку місцевого малого та середнього бізнесу. Подібну роль органів місцевого самоврядування також підкреслюють і зарубіжні вчені, стверджуючи, що існує щільний зв'язок між місцевим підприємництвом та місцевим розвитком [3], а отже, інститути місцевої влади повинні активно стимулювати підприємництво у своєму регіоні з метою підвищення рівня

життя місцевого населення, що є надзвичайно актуальним для сучасної України.

Метою дослідження є обґрунтування необхідності здійснення українськими органами місцевого самоврядування (ОМС) заходів щодо стимулювання розвитку малого та середнього підприємництва, а також обґрунтування процесу впливу ОМС на розвиток малого та середнього підприємництва в умовах децентралізації.

Експерти, представники бізнес-асоціацій та науковці не мають на сьогодні певної однозначної думки щодо напрямку впливу (позитивний чи негативний) децентралізації на мале та середнє підприємництво в Україні. З одного боку, децентралізація може сприяти покращенню умов для малого та середнього бізнесу, оскільки реформа підвищує зацікавленість органів місцевого самоврядування в наповненні місцевих бюджетів, а отже, й стимулюванні діяльності підприємництва. Проте з іншого боку, зосередження влади на місцевому рівні може спричинити зростання рівня корупції в органах місцевого самоврядування та посилення регуляторного впливу [4]. Тому для того, щоби реформа децентралізації мала позитивний вплив на розвиток малого та середнього підприємництва на місцях, необхідно розробити способи ефективної взаємодії органів місцевого самоврядування та суб'єктів малого та середнього бізнесу.

Завдяки збільшенню частки податкових доходів, що спрямовуються до місцевих бюджетів, зростають обсяги коштів, що є в розпорядженні ОМС. Ці кошти можуть бути спрямовані на розвиток територіальних громад, зокрема покращення інфраструктури, розвиток культури та покращення умов життя населення. На нашу думку, одним із пріоритетних напрямів використання додатково отриманих унаслідок бюджетної децентралізації коштів місцевих бюджетів є стимулювання малого та середнього бізнесу (рис. 1).

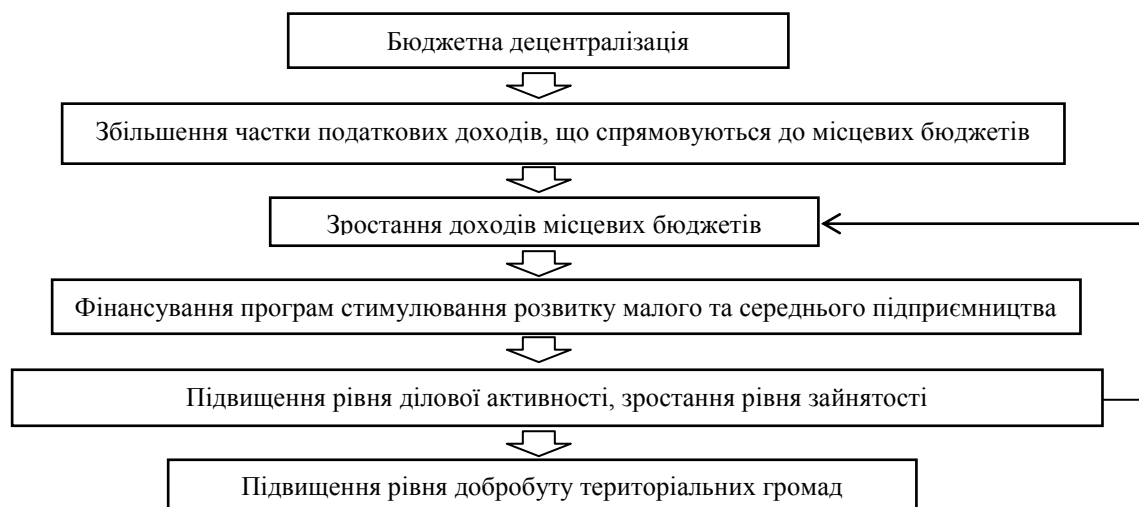


Рисунок 1. Процес стимулювання органами місцевого самоврядування розвитку малого та середнього підприємництва в контексті реформи децентралізації

Джерело: авторська розробка.

Можливими заходами стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу можуть бути: 1) співпраця ОМС із комерційними банками з метою створення доступних кредитних програм для малого та середнього бізнесу; 2) здійснення диференційованої політики щодо оподаткування, зокрема встановлення на визначений проміжок часу нульового рівня оподаткування для сільських та депресивних територій; 3) спрощення відносин між малим і середнім бізнесом та фіскальними органами; 4) розвиток на регіональному рівні спеціалізованих лізингових компаній, що би надавали послуги малим та середнім підприємствам на більш вигідних умовах; 5) подолання корупції всередині ОМС та забезпечення прозорості програм підтримки малого та середнього бізнесу [3, 4, 5].

Як висновок, підвищення рівня добробуту територіальних громад можливе шляхом спрямування частини додаткових коштів, отриманих органами місцевого самоврядування в результаті бюджетної децентралізації, на програми стимулювання малого та середнього підприємництва. Подальших досліджень потребує обґрунтування найбільш ефективних програм щодо стимулювання малого та середнього підприємництва, а також розробка методології розрахунку оптимальних обсягів їх фінансування.

Список використаних джерел:

1. Фурдичко Л. Є. Децентралізація: фінансова незалежність місцевих бюджетів України / Л. Є. Фурдичко. // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2015. – №5. – С. 39–42.
2. Біла С. О. Вплив децентралізації на стимулювання економічного зростання територіальних громад в Україні / С. О. Біла. // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. – 2015. – №27. – С. 60–65.
3. Paul Pounder. Expanding entrepreneurship opportunities through local governance: the case of Barbados / Paul Pounder. // Commonwealth Journal of Local Governance. – 2015. – №16. – С. 137–149.
4. Розвиток малого і середнього підприємництва в Україні: проблеми, потреби, перспективи. – К.: Центр громадської експертизи, Центр міжнародного приватного підприємництва, 2015. – 44 с.
5. Безус А. М. Розвиток підприємств малого бізнесу в Україні / А. М. Безус, К. В. Шафранова. // Вісник КНУТД: Проблеми розвитку економіки. – 2016. – №3. – С. 7–17.

МІСЦЕВІ БЮДЖЕТИ В УМОВАХ ФІСКАЛЬНОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Сарнецька Яна Анатоліївна

аспірантка спеціальності “Фінанси, банківська справа та страхування”,
ДВНЗ “Київського національного економічного університету імені
Вадима Гетьмана”

Розпочатий в Україні процес децентралізації влади, що здійснюється шляхом розподілу повноважень між центральними і регіональними органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування, охоплює перш за все питання фінансового забезпечення органів місцевого самоврядування в умовах реформи міжбюджетних відносин, адже саме на них покладається велика відповідальність щодо створення умов для розвитку господарської, соціальної та культурної діяльності, підвищення життєвого рівня територіальних громад, що можливе за наявності міцної фінансової бази місцевих органів та здатності ефективно управляти нею. Разом з тим однією з найважливіших проблем залишається низька фінансова спроможність не лише сільських, а й міських територіальних громад.

За останній час у літературі більше уваги приділяється питанням фінансової децентралізації, що пов'язана з визначенням власної податкової політики, з передачею частини доходів до структури доходів бюджетів органів місцевого самоврядування, а також встановлення податків та місцевих зборів. М.Деркач, у своїх роботах, аналізуючи сучасні моделі фінансової децентралізації, говорить про те, що фінансова децентралізація є однією із сучасних тенденцій розвитку національних фінансових систем і що країни, які стали на цей шлях, у тому числі Україна, можуть ефективніше проводити цей процес і будувати оптимальні моделі децентралізації влади на своїх територіях [1, с. 60].

Фінансова децентралізація є своєрідним мірилом: рівня демократичності та компетентності місцевих органів влади та рівня довіри до них; адекватності політичної системи до суспільних очікувань; якості контролю у публічній сфері та відповідальності. Вона надає певні можливості для зміцнення влади на місцевих органах, розвитку самоуправління громадян. За умов децентралізації громадяни країни матимуть більше можливостей контролювати свої уряди, які, у свою чергу, ефективніше управлятимуть соціально- економічними процесами.

В Україні проблема фінансової децентралізації вирішувалась в основному за допомогою передачі місцевим бюджетам окремих видів доходів, питома вага яких їх у загальній структурі надходжень не могли змінити реальний стан забезпеченості місцевого самоврядування. Прийняті зміни до Податкового та Бюджетного кодексів значно

розширили фінансові можливості місцевого самоврядування. Починаючи з 2015 року, джерела наповнення місцевих бюджетів було розширено за рахунок передачі з державного бюджету на місця цілої низки податків, а також запровадження нових зборів. Зокрема, тепер місцева влада буде збирати 100% плати за надання адміністративних послуг, 100% державного мита, 10% податку на прибуток підприємств. Крім того, їхні доходи поповняться податком на нерухомість, яким відтепер оподатковується і комерційне (нежитлове) майно, податком на автомобілі з великим об'ємом двигуна, 80% екологічного податку (замість 35%) та 25% плати за надра. Разом з тим, у місцеві бюджети надходитимуть збори з роздрібного продажу підакцизних товарів (пива, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, нафтопродуктів) за ставкою 5% вартості реалізованого товару. [2].

Таким чином, можна сказати, що в Україні і досі існує централізована модель формування місцевих бюджетів, та попри численні нововведення і законодавчі зміни процес бюджетної децентралізації просувається надто повільно.

В Україні можливо забезпечити розвиток фіскальної децентралізації здійснивши реформи в різноманітних напрямках роботи органів місцевого самоврядування. Це насамперед, посилення бюджетно-податкової децентралізацію, яка має враховувати наступне:

- розділення доходів між рівнями бюджетної системи на основі єдиних принципів і підходів, що забезпечує зацікавленість місцевих органів влади у формуванні сприятливих умов для економічного розвитку і нарощування податкового потенціалу відповідних територій;

- власні доходи місцевих органів влади повинні стати основним ресурсом для ефективної реалізації закріплених за ними видаткових повноважень, включаючи вирівнювання бюджетної забезпеченості територіальних утворень. Виходячи з практики економічно розвинених країн ЄС, у нашій країні необхідне створення фондів місцевого розвитку. Через ці фонди необхідно здійснювати залучення тимчасово вільних коштів інвесторів, з метою реалізації інфраструктурних проектів.

Створення фондів фінансової та інвестиційної підтримки на рівні територіальних утворень сприятиме зниженню необгрунтованого розподілу централізованої фінансової допомоги, забезпечить ефективність реалізації інвестиційних проектів на рівні територіальних утворень [3, с.4].

Список використаних джерел:

1. Деркач М.І. Теоретичні аспекти формування сучасної моделі фіскальної децентралізації/ М.І.Деркач // Вісник Дніпропетровського університету.

Серія "Економіка". Вип.4(2).2010. – С.60-66. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vestnikdnu.com.ua/archive/201042/60-66>.

2. Сайт Національної ради реформ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://reforms.in.ua>.

3. Усков І.В. Розвиток місцевих фінансів в умовах проведення бюджетно-податкових реформ // Економіка, фінанси, право. – 2014. - № 5. – С.3-7.

Науковий керівник: Опарін Валерій Михайлович, доктор економічних наук, професор, ДВНЗ “Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана”

СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ГРОМАДЯН: НАПРЯМИ РЕФОРМУВАННЯ

Федосова Вікторія Едуардівна

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Об’єктивним чинником деструктивного впливу на економічну систему є низька платоспроможність громадян, у сфері як поточного споживання, так і заощаджень. Дефіцит грошових ресурсів домогосподарств та їх низька купівельна спроможність провокують системні ризики для багатьох сфер суспільного життя.

Йдеться, насамперед, про споживчий ринок, ємність якого має тенденцію до звуження внаслідок низької купівельної спроможності населення, що, у свою чергу, негативно позначається на рівні ділової активності, зайнятості, та, зрештою, на формуванні доходної частини бюджетів.

Банківська система відчуває значні проблеми з формуванням ресурсної бази, що суттєво звужує спроможність банків щодо належного виконання функцій із забезпечення економіки фінансовими ресурсами у довгостроковому періоді. З огляду на те, що в загальному обсязі банківських депозитів майже 40% (за підсумками 2016 р.) припадає на депозити домогосподарств, їх вплив на інституційну спроможність банків виявляється досить вагомим.

Низька платоспроможність домогосподарств зумовлює відволікання значної частини бюджетного ресурсу на підтримання їх платоспроможності у сфері оплати за спожиті житлово-комунальні послуги через систему бюджетного субсидування, який цілком міг б бути використаний на підвищення рівня заробітної плати в бюджетній сфері та реалізацію важливих соціально-економічних програм. Так, «станом на початок листопада субсидії отримувало 5.5 мільйонів сімей, на що в

бюджеті 2016 року передбачено 40.3 млрд. грн. Наступного року кількість отримувачів, за попередніми оцінками уряду, може зрости до 8.5 млн. домогосподарств, а в бюджет на їх фінансування закладають 47.1 млрд. грн. Таким чином, на субсидії через бюджет у 2016 та 2017 роках буде перерозподілено майже 2% ВВП щороку, хоча раніше ці суми не перевищували 0.5% ВВП». [1]

Про позитивний бік такої системи субсидування можна говорити лише в частині підтримання певного рівня платоспроможності відповідної категорії громадян у сфері поточного споживання, але виключно в частині споживання товарів першої необхідності, оскільки загальні грошові доходи цих громадян – отримувачів субсидій де-юре є невисокими. При цьому саме до такого рівня поточного споживання в умовах високих тарифів на житлово-комунальні послуги наближаються і категорії громадян – представники так званого (з огляду на критерії, які офіційно застосовуються при кваліфікації відповідного об'єкта) «середнього» класу, які зазначених субсидій не отримують. Залишок вільних грошових ресурсів у цих громадян після сплати вартості спожитих ними житлово-комунальних послуг, який може бути використаний у сфері поточного споживання та на заощадження, залишається незначним.

Ситуація ускладнюється запровадженням нових, у першу чергу, майнових податків, жодним чином не ув'язаних з доходами громадян (йдеться про податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки), що прямо порушує один з основних принципів податкового законодавства – соціальної справедливості, який встановлює вимогу «установлення податків та зборів відповідно до платоспроможності платників податків». [2]

Загалом в Україні сформувалася вкрай негативна тенденція зростання частки домогосподарств, змушених «позичати чи витратити власні заощадження для того, аби профінансувати поточне споживання. ... Схильність населення до заощаджень залишається низькою. За результатами опитування компанії GfK Україна, у III кварталі (2016 р. – добавлено В.Е.Федосовою) частка домогосподарств, яким бракує доходів навіть на забезпечення поточного споживання або вистачає лише на нього, становить 49%. ... тільки 17% населення мало змогу заощаджувати, не обмежуючи споживання. Це свідчить у цілому про нестійку позицію домогосподарств як кредитора економіки ...». [1]

Розв'язання зазначених проблем вбачається, насамперед, в проведенні дієвої політики доходів громадян, невід'ємною складовою частиною якої є політика їх оподаткування. Якісна трансформація системи оподаткування доходів громадян на основі формування нової парадигми, яка забезпечувала б органічне поєднання її стимулюючої, регулюючої та фіскальної функцій, що сприяло б належному балансуванню

загальносуспільних та індивідуальних інтересів, розглядається нами в якості одного з перспективних, з точки зору очікуваного результату, шляхів подолання зазначених вище негативних тенденцій. При формуванні перспективної моделі оподаткування доходів громадян вбачається доцільним орієнтуватися, принаймні, на такі наступні її основні елементи.

Така модель, у першу чергу, з нашої точки зору, повинна передбачати можливість застосування як індивідуального, так і спільного (виходячи із сукупного доходу сім'ї, домогосподарства) оподаткування. При цьому вибір способу оподаткування платником (платниками) податку має бути добровільним, виключно за заявницьким принципом.

Невід'ємним елементом такої моделі має бути неоподатковуваний мінімум, встановлений на рівні реального прожиткового мінімуму. При спільному оподаткуванні розмір такого неоподаткованого мінімуму має становити суму прожиткових мінімумів, встановлених для відповідних соціальних і демографічних груп населення, з розрахунку на кожного члена таких сім'ї чи домогосподарства. Потреба у застосуванні саме реального значення прожиткового мінімуму зумовлена, передусім, самою сутністю цього поняття, яке представляє собою вартісну величину достатнього для забезпечення нормального функціонування організму людини, збереження його здоров'я набору продуктів харчування, а також мінімального набору непродовольчих товарів та мінімального набору послуг, необхідних для задоволення основних соціальних і культурних потреб особистості [3]. Крім того, на сьогодні ні фактичний розмір прожиткового мінімуму (який використовується лише для «спостереження за динамікою рівня життя в Україні»), ні розмір, який затверджується щорічно законом України про Державний бюджет України, не відображають його реальну величину (яка, наприклад, розраховується Федерацією професійних спілок України [4]) та не виконують функцію базового державного соціального стандарту, на основі якого мали б визначатися державні соціальні гарантії та стандарти, в тому числі у сфері доходів населення, як це, власне, передбачено Законом України «Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії» [5]. Запровадження у сферу оподаткування доходів громадян неоподаткованого мінімуму у вигляді реального прожиткового мінімуму дозволить значною мірою за рахунок упорядкування податкових інструментів переорієнтувати особистий дохід на дієвий важіль зростання рівня життя громадянина та членів його сім'ї, підвищення платоспроможності індивідуума у сферах поточного споживання, приватного інвестування та заощаджень.

З останнім безпосередньо пов'язана дієва система податкових преференцій, як індивідуальних, так і групових, яка має здійснюватися, на нашу думку, в кількох напрямках:

удосконалення діючих преференцій, зокрема, тих, що спрямовані на: підвищення рівня доступу громадян до системи освіти, охорони здоров'я, іпотечного кредитування, підвищення стимулюючої ролі податку на доходи громадян в частині здійснення останніми заощаджень, в тому числі шляхом інвестування в різноманітні фінансові інструменти, розміщення коштів у вигляді депозитних вкладів у фінансових корпораціях тощо;

розширення асортиментної структури податкових преференцій (йдеться, передусім, про податкові преференції так званого енергетичного спрямування, інфраструктурного типу – в процесі реалізації програм енергоефективності будівель, придбання електротранспорту, встановлення енергоефективного обладнання в системах життєзабезпечення будівель, здешевлення вартості приєднання до систем енергопостачання, компенсація витрат на будівництво автомобільних доріг, прокладання ліній електро-, газо-, водопостачання та водовідведення, в тому числі шляхом взаємозаліку по податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, тощо).

Ще один аспект проблеми, на якому варто, як вбачається, акцентувати увагу, полягає в оцінці сукупного податкового навантаження на доходи громадян при запровадженні податків, джерелом сплати яких виступають не доходи, отримані від використання об'єктів, з яких сплачуються такі нові податки, а поточні (або ж навіть заощадження, тобто доходи, отримані в попередні періоди) доходи громадян. Таким, насамперед, є податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, в частині нерухомості, яка використовується в якості основного місця проживання платника податку та членів його сім'ї. Річ у тому, що зазначений податок поширюється на нерухомість, яка не приносить доходу (більш того, збудована чи придбана на кошти, з яких вже сплачений податок). Отже джерелом сплати відповідного майнового податку виступає виключно поточний доход, а у випадку недостатності такого – доход, сформований у попередні періоди, або ж кредитні ресурси. Відтак, недостатність коштів на сплату відповідного майнового податку містить значний ризик втрати житла (що, до речі, передбачено чинним податковим законодавством).

При запровадженні подібного податку на відповідний об'єкт нерухомості вбачається доцільним, по-перше, здійснення його значної диференціації в залежності від типу нерухомості (такої, що використовується в якості основного місця проживання, а всередині такої – з диференціацією податкових ставок в розрізі житлової та нежитлової

площі, господарських будівель; іншої житлової нерухомості, що є у власності платника податку та теоретично може приносити доход від здачі її в оренду тощо, комерційної нерухомості), по-друге, запровадження так званої «лінії відсікання», за якої сукупне фіскальне навантаження на платника податку в частині стягнення з отриманого протягом звітного періоду (року) доходу не перевищувало б певну величину (виключно у випадку оподаткування домоволодіння, яке використовується платником податку в якості основного місця проживання), або ж залишок доходу (в середньомісячному обчисленні) після сукупного оподаткування був не меншим за величину, кратну певній кількості реальних прожиткових мінімумів.

Підсумовуючи, зазначимо, що процес оновлення системи оподаткування доходів фізичних осіб має передбачати комплекс якісних трансформаційних змін, спрямованих на побудову нової моделі оподаткування особистих доходів. Основна мета таких змін – через посилення стимулюючої та соціальної функцій податків на доходи підвищити індивідуальну платоспроможність в сегментах поточного споживання, інвестицій та заощаджень, зменшити контингент суспільства, залежного від бюджетного ресурсу у вигляді різноманітних соціальних допомог, житлових субсидій тощо. Це відповідало б, загалом вірній, на нашу думку, в концептуальному плані, ідеї (сформульованої І.Лютим, Д.Осецькою), за якою «для соціального розвитку суспільства досить важливим є стабільність і підтримання на безпечному рівні необхідних для існування соціуму суттєвих параметрів, що відображені у системі соціальних стандартів рівня та якості життя населення» [6].

Список використаних джерел:

1. Звіт про фінансову стабільність, (2016) (Національний банк України. Випуск 2, грудень). Офіційний сайт Національного банку України. <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=40819104>.
2. Податковий кодекс України (2010) (Верховна Рада України). Офіційний сайт Верховної Ради України. <http://zakon0.rada.gov.ua/rada/show/2755-17/print>.
3. Закон України «Про прожитковий мінімум» 1999 (Верховна Рада України). Офіційний сайт Верховної Ради України. <http://zakon0.rada.gov.ua/rada/show/966-14> (2017, січень, 14).
4. Прожитковий мінімум в цінах липня 2016 року. Офіційний сайт Федерації профспілок України, <http://www.fpsu.org.ua/napryamki-diyalnosti/sotsialnij-zakhist/10742-prozhitkovij-minimum-v-tsinakh-lipnya-2016-roku> (2017, січень, 17).

5. Закон України «Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії», (2000) (Верховна Рада України). Офіційний сайт Верховної Ради України. <<http://zakon0.rada.gov.ua/rada/show/2017-14>>.
6. Лютий, І., Осецька, Д. (2014). Соціальні пріоритети фіскальної політики в посткризовий період. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 1 (154), 28-33. < <http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2016/04/154.pdf>> (2017, січень, 10).

ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ В УКРАЇНІ: ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ

Йосипенко Олександр Анатолійович

аспірант кафедри політичної економії КНЕУ ім. В.Гетьмана

Глобалізація світової економіки стала поштовхом суттєвих трансформацій в економіці України, яка обрала курс інноваційного розвитку. Темпи економічного зростання нашої країни до сьогодні багато в чому визначалися розмірами надходжень в економіку країни іноземних інвестицій. Дана практика є поширеною у світі, адже в залученні іноземних інвестицій зацікавлені не тільки розвинені країни, але і країни, що розвиваються. Роль та значення іноземних інвестицій для нашої країни неоціненні, адже вони дозволяють Україні вийти на якісно новий рівень розвитку продуктивних сил в умовах нестачі власного капіталу.

В цілому, за роки незалежності України, у найкращі її часи інвестування здійснювали резиденти 133 країн (у 2016 році - 125 країн світу). У ТОП-10 найбільш впливових країн-інвесторів для України за підсумками 6 міс. 2016 року входили: Кіпр, Нідерланди, Німеччина, Австрія, Велика Британія, Віргінські Острови, Франція, Швейцарія, Італія, а також РФ. Інвестування здійснювалося у вигляді участі в акційному капіталі (купівля інвестором акцій); реінвестуванні доходів (пропорційність до частки акцій); внутрішньо-фірмових позик або боргових трансакцій (коротко- або довгострокові позики).

Переходячи безпосередньо до вивчення ситуації із залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України, варто відзначити, що Україна (до кризового 2013 р.) декілька років поспіль залишалася досить привабливою для міжнародних інвестицій. Після хвилі світової кризи 2008 р. наша країна знов набрала необхідних темпів залучення іноземного капіталу і вийшла майже на «до кризовий» рівень (рис.1).

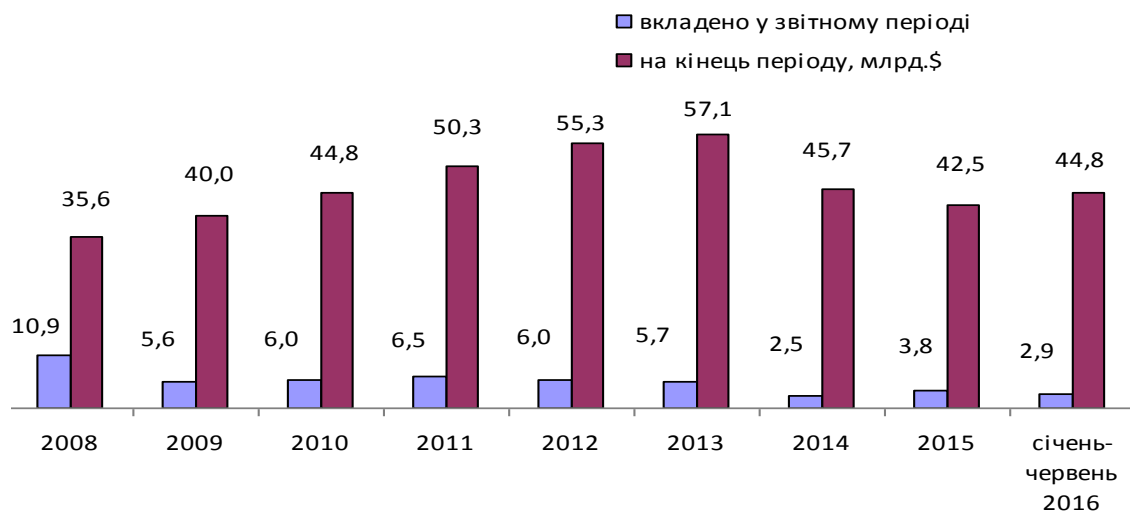


Рис. 1. Динаміка прямих іноземних інвестицій в Україну (2008 – 2016 р.), млрд. дол. США [3]

За п'ять «до кризових» років (2008 – 2013 р.) Україною додатково було залучено ПІІ на суму 21,5 млрд. дол. США. І причина цьому була простою: більш-менш стабільна політична ситуація в країні, обґрунтована політика уряду щодо залучення ПІІ, Євро-2012 та ряд інших сприятливих моментів.

Після 2013 р. нашу країну не покидають негативні тенденції не тільки в економіці, але й у суспільно-політичному житті. Наразі триваюча військова агресія, поглиблення «переддефолтних» тенденцій в економіці, недовіра до діючої системи державного управління, висока корупційність, – все це вказує на обрання інвесторами політики «вичікування». Звісно, щоб досягти рівня 2013 р. (розмір ПІІ 57,1 млрд. дол. США.) знадобиться деякий час. Хоча, можна сподіватися, що інвестиційну «прірву» 2015 р. (42,5 млрд. дол. США) Україна вже подолала, про що свідчать показники залучення ПІІ за 6 місяців 2016 року (44,8 млрд. дол. США) [3]. Темпи залучення ПІІ дещо відновилися, і, на нашу думку, будуть зберігати таку тенденцію, передусім завдяки змінам у вітчизняному законодавстві, а саме спрощенню процедури залучення іноземних інвестицій.

Висновки. На сьогоднішній день процеси іноземного інвестування в Україні протікають в досить складних та суперечливих умовах, під тиском глобалізації та інтернаціоналізації, із порушенням макростабільності на зовнішніх ринках. В даний час в економіці України проявляються розбіжності як політичних, так і економічних інтересів країн ЄС, США та, особливо, РФ. Також ситуація із іноземними інвестиціями ускладнюється за рахунок загострення військово-політичної ситуації між Україною та РФ.

Тому, вважаємо, що у найближчій перспективі з метою активізації інвестиційного клімату в Україні повинні бути реалізовані ряд заходів:

забезпечення публічності інвестиційної політики із боку держави; створення комфортних умов іноземним інвесторам; зняття бар'єрів входу на ринок капіталів; послаблення режиму втручання та тиску на бізнес; усунення колізійних протиріч у вітчизняному інвестиційному законодавстві; лібералізація інвестиційного ринку.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо скасування обов'язковості державної реєстрації іноземних інвестицій» від 31.05.2016 № 1390-VIII // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2016, N 1
2. Статистика зовнішнього сектору: міжнародна інвестиційна позиція (2016) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?showHidden=1&art_id=65613&cat_id=44446#3
3. <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Науковий керівник: Студінський Володимир Аркадійович, кандидат економічних наук, доцент, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ВПЛИВ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ

Литвяков Андрій Андрійович

студент, Інститут післядипломної освіти Київського національного університету імені Тараса Шевченка

На сучасному етапі розвитку економіки, надходження іноземних інвестицій для будь-якої країни є позитивною тенденцією, що сприяє розвитку країни та вказує на покращення її статусу і сприяє її успішному входженню до світової спільноти. Для України такі надходження є вкрай важливими у зв'язку зі змінам у роботі економічних механізмів та необхідністю пошвидшення переходу до ринкової економіки.

Досить часто від українських підприємців можна почути скарги на недостатність коштів для розвитку. У той же час закордонні інвестори говорять про неможливість роботи та вкладання коштів через відсутність «адекватних» умов роботи.

Незважаючи на досить несприятливі умови на Сході України та складну економічну ситуацію в країні в цілому, в дослідженні Світового банку Doing Business-2017 наша країна за останній рік змогла піднятися на одну сходинку, зайнявши 80 позицію [2]. І хоча позитивні зрушення

відзначаються тільки в 2 компонентах з 10 основних, а саме «Забезпечення виконання контрактів» та «Захист прав міноритарних інвесторів», вони все одно наявні.

Однією з причин зрушення є набуття чинності Закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо захисту прав інвесторів», що дає змогу інвесторам, навіть з незначною часткою акцій (~10%), захищати свої інтереси, доносити думку з приводу стратегій захисту інтересів товариства та посилення відповідальності керівників підприємств перед акціонерами.

На сам перед говорячи про вплив закордонних інвестицій на розвиток економіки України неможливо не зазначити, що велику частку інвестицій складають загарбницькі пакетні інвестиції, які відображаються у викупі вже існуючих підприємств та можливій їх модернізації або створенні спільних чи дочірніх підприємств, але ніяк не у введенні інновацій та впровадженні новітніх технологій.

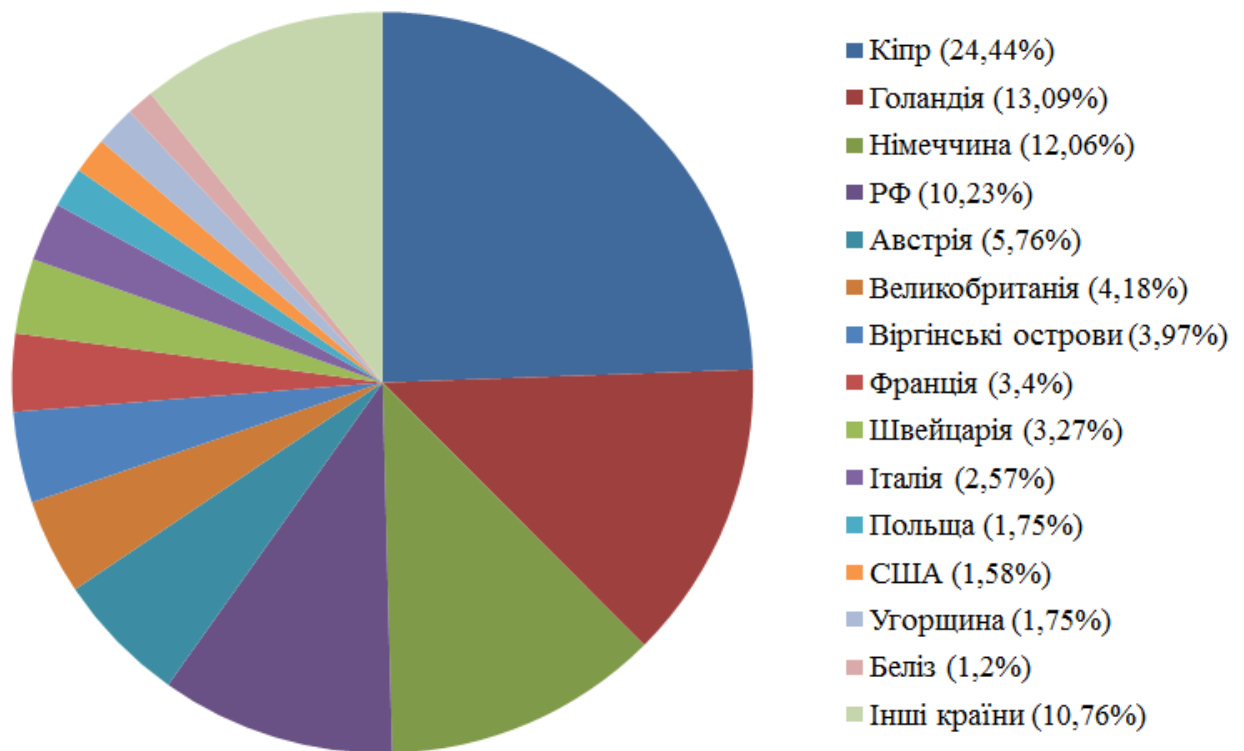
Що ж до більш вигідних прямих інвестицій, які сприяли б покращенню загального стану економіки та її оновленню, то їх кількість значно менша від пакетних, а ті, що все ж таки надходять до України, не завжди мають позитивний вплив на економіку, оскільки велика їх частина надходить з офшорних зон.

Незважаючи на певну позитивну тенденцію у 2016 році (Табл. 1), статистичні дані вказують, що більша частина загального об'єму прямих інвестицій приходить на одні й ті самі країни: Кіпр, Голандія, Німеччина, Росія, Віргінські острови, Великобританія, Швейцарія, Австрія, Італія, Франція (Діаграма 1). Це свідчить про досить розвинену схему відмивання капіталів та інших махінацій з грошовими коштами.

Рік	2012	2013	2014	2015	2016
Об'єм (млн. дол. США)	54 462,40	58 156,90	45 916,00	43 371,40	44 790,70
Темп приросту (%)	10,33	6,78	-21,05	-5,54	3,27

Табл. 1 Надходження прямих іноземних інвестицій за 2012-2016 рр.[1]

В Україні іноземне інвестування має ще одну дуже вагому особливість – досить велика частка надходжень має пострадянське, і якщо розглядати більш детально - українське та російське походження. Це вказує на те, що навіть ті вкладники, що могли б напряму інвестувати кошти у підприємства, вважають за потрібне перестраховувати себе.



Діаграма 1. Структура прямих іноземних інвестицій в Україну (станом на 01.10.2016 року) [1]

Проте, прямі інвестиції навіть із пострадянських республік можуть нести позитивні зміни для економіки України. Адже у більшості своїй власники таких інвестицій набагато краще орієнтуються в вітчизняній економіці, специфічних галузях (наприклад, сільське господарство, сталеваріння) та мають досвід роботи з підприємствами в подібних умовах. Іноземні інвестори, не маючи подібного досвіду, початково орієнтуються на вихід на світовий ринок, не маючи бажання довгострокового аналізу місцевої специфіки, і в більшості випадків поверхнево незадоволені місцевими ринками збуту.

Незважаючи на вище зазначене Україна й надалі лишається інвестиційно-привабливою, у першу чергу за рахунок своїх сировинних баз для традиційних галузей економіки, таких як аграрна, хімічна і харчова промисловість, металургія, машинобудування, хімічна промисловість та інші. Одночасно з тим наявний потужний потенціал для зацікавлення в інвестуванні в новітні сфери, такі як ІТ-розробки, вітроенергетика, високі технології, виробництво біопалива, тощо.

На сьогодні Україна повільними темпами інтегрується в європейську та світову економічну спільноту. Основними кроками до прискорення таких процесів є припинення військового конфлікту на Сході України, подолання корупції, позбавлення від тіньового бізнесу, перегляд рівнів податкового тиску на підприємців (введення прогресивної системи

оподаткування), розвиток системи страхування, законодавче гарантування безпечності приватних капіталовкладень, розробка інструментів, норм та правил інформаційної інфраструктури, тощо.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Економічний дискусійний клуб [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://edclub.com.ua/>
3. Лендел О. М., Іноземні інвестиції як фактор розвитку економіки держави [Електронний ресурс] / Лендел О. М. // Ефективна економіка : електр. наук. фах. вид. —2016. —№ 9. — Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5156>
4. Софієнко О., Вплив іноземних інвестицій на розвиток економіки України [Електронний ресурс] / Софієнко О., // Ефективна економіка : електр. наук. фах. вид. —2016.—№ 9. — Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5162>

РИНОК ЦІННИХ ПАПЕРІВ ЯК ДОДАТКОВЕ ДЖЕРЕЛО ДОХОДІВ ГРОМАДЯН

Литвяков Андрій Андрійович

студент, Інститут післядипломної освіти Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Ринок цінних паперів безперервно зростає та змінюється, відповідаючи тим самим на зміни світової економіки. Його поява була викликана потребами підприємств, оскільки без можливості залучення приватних коштів, за допомогою випуску облігацій та акцій, створення нових організацій та динамічний розвиток галузей стає на сьогодні майже неможливим. У той же час сучасний ринок цінних паперів, відповідаючи на зміни, грає роль додаткового пасивного джерела доходів громадян. Без участі населення, як інвестора, неможливий подальший природний розвиток ринку цінних паперів будь-якої країни.

Ринок цінних паперів України не є виключенням з цього правила. Активна боротьба за грошові активи населення на фондовому ринку починається лише з другої половини 1990-х років, а з 1999 року посилюють свою присутність на ринку приватні пенсійні фонди. До цього періоду ринок цінних паперів України задовольняв, головним чином, потреби підприємств [1].

На початку 2000-х років відбулися масові приватизаційні процеси, у результаті яких українське суспільство розділилося на дві групи: великомасштабних власників – утримувачі капіталу (головні акціонери) та маломасштабні власники, які не були значними гравцями на ринку цінних паперів [1]. Це дало поштовх до створення великої кількості інвестиційних компаній, брокерських фірм, чекових інвестиційних компаній, тощо, діяльність яких була направлена на залучення коштів населення.

Проте, відсутність знань з основ інвестування у населення призвели до масових втрат коштів. Наприклад, кожен мав право на частку державної власності, маючи приватизаційний чек та повну свободу дій. Однак, не володіючи знаннями, щодо роботи з приватизаційними чеками, населення зверталось до різноманітних установ. Незважаючи на динамічний їх розвиток, більшість з цих установ зазнали краху, маючи при цьому як потенційні можливості розвитку, так і кошти населення. Крім того з'явилася велика кількість фінансових пірамід та формальних учасників ринку. Більшість власників, не маючи знань щодо того як обрати надійного учасника ринку та визначити шахрая, втрачало свої кошти. А невідповідність законодавства та державного регулювання темпам росту ринку цінних паперів призводило до банкрутств величезної кількості фінансово-інвестиційних структур. Як наслідок цього, відбулася втрата довіри населення до інвестування, що є однією з причин низької активності фізичних осіб на ринку цінних паперів України, незважаючи на те, що населення є одним з основних інвесторів у країнах з розвинутою економікою.

Незважаючи на те, що сьогодні запроваджена досить ефективна система захисту прав усіх інвесторів, прозорі правила функціонування ринку цінних паперів, вдосконалено його нормативно-правове регулювання, реалії розвитку ринку свідчать про наявність великої кількості проблем у процесах інвестування своїх коштів населенням країни.

До головних проблем ринку цінних паперів України на сучасному етапі можна віднести суб'єктивну оцінку отримання прибутку населенням від набуття прав власності на цінні папери, неефективне використання міграційного капіталу та недосконалу систему соціального страхування. Ці недоліки значно обмежують можливості розвитку різноманітних способів мобілізації фінансових ресурсів населення України.

Обсяг міграційного капіталу за оцінками експертів у 2014-2015 роках перевищував обсяги інвестицій, які були здійснені у формі грошових переказів [2]. Більш ефективно його використання змогли б забезпечити міграційні облігації. Поширення такої практики страхування як Unit-linked, сутність якої полягає у накопичувальному страхуванні

життя людини, на базі її інвестиційних внесків, значно б розширило можливості населення на ринку цінних паперів.

Також доцільно приділяти значну увагу використанню на ринку різноманітних новітніх технологій. Практичним досвідом розвинених країн є заохочення населення до більш активної участі в інвестиційних операціях на ринку цінних паперів. Для українського ж ринку цінних паперів досить тривалий час був властивий незадовільно низький рівень використання цих технологій та механізмів. Тільки у 2009-2010 роках активізувалася технологізація біржової торгівлі [3].

Зазначені або інші рішення наведених проблем можуть спричинити значний позитивний вплив на розвиток ринку цінних паперів України, залучаючи фінансові ресурси у продуктивній формі. Але низький рівень довіри населення, який спричиняє відмову від інвестування, знищує ці можливості.

Сприятливі зростання довіри населення та активізації його участі на ринку цінних паперів можуть різноманітні заходи забезпечення фінансової грамотності та формування довіри до приватних та державних емітентів, популяризація регульованого інтернет-трейдингу з невисоким порогом входу на ринок, подальший розвиток конкурентного ринку, де проходить поступове вилучення організацій із роздутою капіталізацією та необґрунтованим перерозподілом інвестиційного прибутку.

Також, у неповній мірі використовується система недержавного пенсійного забезпечення, що не сприяє активізації розвитку економіки України.

Не дивлячись на існування цілком достатньої кількості недержавних пенсійних фондів, лише 2% працюючого населення залучені до них. У країнах Європи, які здійснюють аналогічну перебудову своєї пенсійної системи, цей показник у десятки разів більший [4].

Серед причин незадовільного стану використання недержавного пенсійного забезпечення в Україні можна відокремити наступні: рівень доходності активів є низьким; нормативно-правова база все ще залишається недосконалою; низький рівень довіри та поінформованості населення щодо діяльності недержавних пенсійних фондів, невелика кількість фінансових інструментів, які придатні для інвестування пенсійних коштів; низький фінансовий рівень спроможності населення.

Сума зазначених вище чинників призводить до значних труднощів у залученні за допомогою недержавного пенсійного забезпечення довгострокових інвестицій, які необхідні для оздоровлення та подальшої модернізації економіки.

Лише за умови більш ефективного залучення населення до управління власними фінансовими ресурсами можливий перехід до нового етапу розвитку ринку цінних паперів України. Без таких змін

ринок цінних паперів не може здійснювати свої функції у повній мірі та є неможливим впровадження нових форм організації життя суспільства та фінансово-економічна стабільність населення.

Список використаних джерел:

1. Бусарева Т. Г. Історія розвитку та становлення ринку цінних паперів України / Т. Г. Бусарева // Агросвіт. - 2016. - № 3. - С. 20-23.
2. Бенедисюк Д. Ретроспектива становлення і пріоритети розвитку ринку цінних паперів в Україні / Д. Бенедисюк, С. Голубка // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. - 2016. - № 5. - С. 28-41.
3. Пехота А. В. Біржовий ринок цінних паперів в Україні: проблеми розвитку / А. В. Пехота // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2016. - Вип. 8(2). - С. 53-58.
4. Дороніна І. І. Недержавні пенсійні фонди в процесі становлення європейської моделі демократичної держави в Україні / І. І. Дороніна // Ефективна економіка. – 2016. – Режим доступу: № 5. <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4958>

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ ІНВЕСТУВАННЯ

Машлій Галина Богданівна

кандидат економічних наук, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя;

Мосій Олена Анатоліївна

кандидат економічних наук, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя;

Сороківська Ольга Бориславівна

доктор економічних наук, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Інвестиційні процеси відіграють надзвичайно важливу роль в економіці будь-якої країни. Саме вони забезпечують можливість економічного зростання, дозволяють втілити на інноваційних засадах завдання економічного та соціального розвитку, розв'язати необхідні екологічні проблеми. У складних умовах, в яких перебуває наша держава на сьогоднішній момент, надходження значних обсягів інвестицій є життєво необхідним. Тому перед Україною стоїть завдання створення

ефективної системи залучення та використання інвестиційних ресурсів, у чому ключову роль відіграє державне регулювання даної сфери.

Одним з лідерів на європейському ринку у сфері залучення зовнішніх інвестицій є Великобританія. З метою полегшення експорту та імпорту капіталу у цій країні відсутній контроль за рухом валютних ресурсів, а ставки оподаткування значно нижчі, ніж в інших європейських країнах. Іноземні підприємці при цьому мають право користуватися різноманітними пільгами, (безоплатні субсидії, позики на пільгових умовах, державні гарантії для одержання банківських позик, податкові знижки та інше) [1].

Корисним для України є також вивчення досвіду Франції щодо формування ефективної державної інвестиційної політики, яка передбачала заходи зі стабілізації національної грошової одиниці, подолання інфляції, надання податкових, кредитних та інших пільг інвесторам, активізації фінансового ринку.

Значних успіхів у залученні інвестиційних ресурсів змогла досягти Польща. Цією країною було здійснено комплекс заходів щодо покращення інвестиційного клімату, зокрема: зменшено податковий тягар, спрощено законодавчо-нормативну базу в сфері валютного регулювання, внесено зміни до закону про банкрутство, вдосконалено державне регулювання ряду галузей економіки та інші. Польща прийняла ряд податкових пільг для підприємств з іноземними інвестиціями, до яких відносяться: звільнення від сплати податків на прибуток та на власність у спеціальних економічних зонах; впроваджено інвестиційні гранти, що покривають до 50% інвестиційних витрат (70% для малих і середніх підприємств); гранти на залучення робочої сили (до EUR 5000 на одного зайнятого робітника) та на НДДКР; гранти на інші види діяльності, такі як захист навколишнього середовища, логістика, навчання, створення джерел відновлюваної енергії; продаж об'єктів і землі під інвестиції з чистого аркуша за привабливими цінами; різноманітні пільги, пов'язані з придбанням та створенням нових технологій[2]. Пільгове оподаткування підприємств з іноземними інвестиціями в Польщі сприяло подоланню диспропорцій у розвитку окремих територій, зростанню обсягів експорту, впровадженню інновацій у виробництво тощо.

Необхідно зазначити, що вивчення європейської практики залучення інвестицій та оцінка можливостей впровадження її прогресивних досягнень у вітчизняну економіку є важливим завданням, що стоїть перед нашою країною.

Список використаних джерел:

1. Стояненко І.В. Досвід державного регулювання інвестиційних процесів у розвинутих країнах та перспективи його використання в економіці

України / І. В. Стояненко, О. І. Комариста// Інвестиції: практика та досвід. – 2011. - № 24. – С. 20-23. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/24_2011/7.pdf

2. Романова Т. В. Світовий досвід формування інвестиційної політики /Т. В. Романова, В. Я. Чевганова, Р. В. Шинкаренко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. - № 3. - Т. 3.- с. 103-106.

ЕКОСИСТЕМА СТАРТАПІВ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ

Ситник Наталія Іванівна

кандидат біологічних наук, доцент, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут ім. І. Сікорського»

Одним із проявів трансформації індустріальної економіки в економіку знань є бурхливе зростання глобальної світової екосистеми стартапів. Стартапи - це нова форма ведення інноваційної діяльності, що відрізняється, насамперед, низьким порогом виходу на ринок завдяки високій інтелектуальній складовій у створюваному інноваційному продукті, здатністю до створення масштабованої бізнес-моделі та швидкими темпами зростання. Розвиток екосистеми стартапів в Україні, як і у всьому світі, характеризується позитивною динамікою. За оцінками експертів, зараз в Україні нараховується більш ніж три тисячі стартапів і 25 інвестиційних фондів [2], при цьому протягом останніх щонайменше п'яти років темпи зростання ринку стартапів становили 20-30% на рік.

Для проведення бенчмаркінгу світових екосистем стартапів, компанія Compass у 2012 р. започаткувала Глобальний рейтинг екосистем стартапів (The Global Startup Ecosystem Ranking). Рейтинги екосистем стартапів визначаються за п'ятьма оціночними критеріями: 1) ефективність використання інвестицій (діяльність), 2) доступність і обсяг венчурного фінансування, 3) можливості виходу на національні і міжнародні ринки, 4) кваліфікація і рівень зарплат учасників стартапу, 5) попередній досвід учасників у розробленні стартапів. У 2015 р. була визначена двадцятка найкращих екосистем стартапів світу, в якій перші п'ять місць зайняли Силіконова долина, Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Бостон і Тель-Авів. [5].

Лідеру рейтингу, Силіконовій долині, належить 50% найцінніших стартапів усієї світової екосистеми; 45% всього венчурного інвестування і успішних виходів на ринок. Силіконова долина має найвищу щільність стартапів і найвищий рівень досвіду участі у стартапах - 48% учасників вже працювали у стартапах раніше. У звіті Compass за 2015 р. також відзначається, що протягом 2013-2014 рр. глобальна екосистема стартапів

зросла в цілому на 95%. Найбільше зростання (на 314%) демонструють європейські екосистеми - Лондон, Москва, Париж, Амстердам, Берлін, Тель-Авів, тоді як латиноамериканська екосистема зросла на 209%, азіатська - на 99% , США - на 46 %. Всі 20 екосистем, що увійшли до рейтингу, вирости порівняно з 2012 р. за загальною кількістю стартапів і за кількістю стартапів, які отримали посівні інвестиції (в останньому випадку - на 9%) [5].

На жаль, жодне українське місто до глобального рейтингу екосистем стартапів не потрапило. В порівнянні зі світовими лідерами, українські екосистеми стартапів знаходяться на початкових етапах розвитку за обсягами інвестицій, можливостями виходу на світовий ринок та досвідом реалізації стартапів.

Обнадійливим є той факт, що лівова частка стартапів у всьому світі припадає на ІТ сектор, який в Україні розвивається досить успішно і, попри складну економічну ситуацію в країні, демонструє стійкі темпи зростання. Це створює сприятливе середовище для зростання вітчизняної екосистеми стартапів.

За даними дослідження Price Waterhouse Coopers, проведеного на замовлення ІТ-комітету Європейської бізнес асоціації, за останні чотири роки внесок ІТ у ВВП України зріс з 0,6 до 3,3% (з 1,1 млрд дол. до 2,7 млрд дол.). Це збільшення експерти пов'язують, головним чином, із зростанням загальної кількості розробників програмного забезпечення - з 42 400 до 91 700. При оптимістичному сценарії експортно орієнтована ІТ-галузь до 2020 р. може вирости в два рази за всіма показниками [4].

Кваліфікаційно-освітній рівень українських ІТ спеціалістів високий, чому сприяють досить високі стандарти підготовки спеціалістів цього профілю у вищих навчальних закладах і можливість отримання досвіду роботи у провідних ІТ компаніях світу, зокрема, завдяки розвиненій структурі аутсорсингу. Україна займає четверте місце у світі за кількістю сертифікованих ІТ спеціалістів після США, Росії та Індії. Якщо у 2015 р. до 100 кращих постачальників послуг ІТ аутсорсингу увійшли лише 4 компанії з офісами в Україні, то у 2016 р. таких компаній було вже 10 [1].

Особливість національної ІТ галузі полягає в тому, що вона з самого початку повністю знаходиться у приватному секторі і розвивається без підтримки держави. Завдяки цьому створюються можливості для відкриття міжнародними компаніями своїх центрів з розробок технологічних продуктів [3]. Наразі в Україні вже діє більш ніж 100 науково-дослідних центрів міжнародних компаній. Серед них такі відомі аутсорсингові компанії як Luxoft, EPAM, Ciklum, SystemsSoftServe, GlobalLogic.

Збільшенню інвестицій в екосистему стартапів сприяло створення наприкінці 2014 р. Української асоціації венчурного капіталу та

приватних інвестицій (UVCA), до складу якої увійшли майже всі інституціональні інвестори, що працюють на вітчизняному ринку. За даними Асоціації, інвестиції в український сектор ІТ стартапів постійно зростали протягом 2010-2013 рр. і склали у 2013 р. 89 млн дол. Після падіння у 2014 р до 39 млн дол. вони вже у 2015 р. зросли на рекордні 237%, сягнувши 132 млн дол. Ця сума в десятки разів менша порівняно із США, де інвестиції у 2015 р. становили 48 млрд дол., однак вона є найбільшою серед країн Східної Європи. При цьому майже половина інвестиційних угод (48%) була укладена за участю міжнародних фондів. Із загальної суми інвестицій 31 млн дол. були спрямовані у стартапи на пошуковій стадії, а 101 млн дол. склали інвестиції у стартапи на стадії росту [6]. При цьому, мова йде лише про приватні інвестиції. Українська держава поки що до інвестування стартапів не долучається.

Вплив загального стану вітчизняного ІТ сектору на розвиток екосистеми стартапів не є однозначним. Специфіка цього сектору полягає у тому, що він націлений, в основному, на експорт програмного забезпечення, а не на розроблення власного ІТ продукту. Можливість через аутсорсинг мати гарантовані замовлення від міжнародних компаній на розроблення програмного забезпечення є для багатьох ІТ спеціалістів більш привабливою альтернативою, ніж створення власного стартап проекту. Не всі готові приймати додаткові ризики, невизначеність і відповідальність, пов'язані із заснуванням власного бізнесу. Втім, приклад успішних українських стартапів, таких як Petcube, Looksery, Ecois.me, Augmented Pixels, Preply, Clickky та багато інших, надихає найбільш підприємницько-орієнтовану частину ІТ спеціалістів зробити кар'єрний вибір саме на користь стартап проектів.

Іншою проблемою є те, що заснування стартапів вимагає не тільки інженерно-технічних знань, а й знань з організації й управління бізнесом, маркетингових технологій, підприємництва та економіки, яких ІТ спеціалістам зазвичай бракує. Для подолання дефіциту знань необхідно впровадження таких заходів.

–Корекція навчальних програм вищих навчальних закладів, що готують спеціалістів інженерно-технічних спеціальностей для посилення економічної складової. Цей процес уже розпочався і набирає обертів.

–Формування інфраструктури підтримки стартапів. Наразі в Україні діє ціла низка бізнес-інкубаторів і бізнес-акселераторів, серед яких найбільш відомі GrowthUP, Polyteco, iHub, Voomy ІТ-парк, EuroUp.Ua, Startup Depot, IoT Hub та інші. Окрім робочого простору для стартапу, вони надають консультативну підтримку, менторство, допомагають налагодити комунікації з потенційним інвесторами, що є вкрай важливим для початківців.

–Практичний досвід роботи у стартап проектах. Швидке зростання загальної кількості українських стартапів створює платформу для набуття необхідного досвіду і водночас збільшує «критичну масу» спеціалістів, які працювали у більш ніж одному стартапі.

Отже, наразі для успішного формування екосистеми стартапів в Україні складаються певні передумови. Підґрунтям для формування такої екосистеми виступає розвиток вітчизняного ІТ сектору. Цей сектор впевнено зміцнює свої позиції в економіці країни і є джерелом цінного людського ресурсу, який може долучитися до розроблення стартапів. У фінансуванні стартапів все активнішу участь беруть приватні міжнародні та вітчизняні інституції. Зростає як загальна кількість стартапів, так і кількість успішних стартапів, що отримали світове визнання. Формується інфраструктура підтримки стартапів, збільшується загальний рівень досвіду і знань обізнаності ІТ спеціалістів щодо створення стартапів. На жаль, держава поки що залишається осторонь цих процесів.

Суб'єктам української екосистеми стартапів ще багато потрібно зробити, щоб Україна зайняла гідне місце в Глобальному рейтингу екосистем стартапів, однак високий людський потенціал ІТ сектора нашої країни, зростаючий інтерес приватних інвесторів та перші успіхи українських стартапів дають підстави сподіватися, що ця надихаюча мета буде досягнута.

Список використаних джерел:

1. 10 українських ІТ-компаній вошли в топ-100 поставщиків аутсорсингових услуг в мире – Режим доступа: http://zn.ua/TECHNOLOGIES/10-ukrainskih-it-kompaniy-voshli-v-top-100-lushih-postavschikov-autsorsingovyh-uslug-v-mire-205197_.html
2. Колодюк А. Як стати ІТ-нацією / А. Колодюк – Режим доступа: <http://biz.nv.ua/ukr/experts/kolodiuk/jak-stati-it-natsijeju-409469.html>
3. Колодюк А. Успеет ли Украина в последний вагон Четвертой технологической революции? / А. Колодюк – Режим доступа: <http://www.epravda.com.ua/rus/columns/2017/01/18/618013/>
4. Українська ІТ-галузь може вирости до 27 мільярдів гривень до 2020 року. – Режим доступа: <http://www.epravda.com.ua/news/2016/10/2/607295/5>
5. The 2015 Global Startup Ecosystem Ranking. Compass Report. – Режим доступа: <http://blog.compass.co/the-2015-global-startup-ecosystem-ranking-is-live/>
6. Ukrainian Venture Capital and Private Equity Overview 2015. – Режим доступа: <https://docsend.com/view/fzv7iwd>

СВІТОВИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ МІЖНАРОДНОГО АУТСОРСИНГУ

Бусарєва Тетяна Геннадіївна

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри міжнародної економіки, ДВНЗ “Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана”

На сучасному ринку, аутсорсинг є одним з ключових бізнес-інструментів позикових коштів більшості великих підприємств. Два десятиліття тому організації почали ініціювати загальні центри обслуговування з метою підвищення ефективності їх бек-офісних процесів. Для багатьох організацій, аутсорсинг став наступним кроком до скорочення витрат і подальшого підвищення ефективності. Аутсорсинг сьогодні більше не використовується лише розвиненими і успішними компаніями, він є популярним і серед інших, менш успішних компаній. Проте, існують відмінності в послугах для різних компаній і різних країн.[1]

Поштовхом до розвитку ринку аутсорсингу в Європі стала постійно зростаюча конкуренція на глобальному ринку. Для багатьох компаній причиною переходу на аутсорсинг стала можливість сконцентруватися на головному для своєї компанії, віддавши деяку частку завдань на аутсорсинг. Хоча не лише другорядні функції передаються на аутсорсинг, іноді компанії доручають і головні свої функції. В країнах Європи поширена офшорна форма аутсорсингу, а головними країнами-виконавцями аутсорсингу є Китай, країни Східної та центральної Європи.

Європейський ринок аутсорсингу має тенденцію до стабільного зростання, спостерігається порівняно висока динаміка ринку за рахунок розвитку офшорного аутсорсингу у таких країнах: Східна Європа, арабські країни, північно-африканські країни.

За різними підрахунками, у США послугами професійних підрядників користуються близько 60% підприємств, Серед торговельних компаній ця цифра ще вище. У США до 80% торговельних мереж передають різні функції на аутсорсинг. Найпоширенішою формою аутсорсингу є розміщення виробничих майданчиків за кордоном, потім слідує ІТ-послуги та розробка програмного забезпечення, дослідження і наукові розробки, дистрибуція та call-центри. Але не зважаючи на розвиненість ринку, у США останнім часом спостерігається скорочення кількості аутсорсингових контрактів, в основному за рахунок офшорного аутсорсингу. Економічні та геополітичні ризики змушують американські

технологічні компанії повертати замовлення на аутсорсинг в свою країну і відмовлятися від послуг індійських і китайських програмістів. Про це йдеться в результатах дослідження, проведеного консалтинговою компанією BDO Seidman.

Під час дослідження було опитано 100 фінансових директорів найбільших американських технологічних компаній. В результаті встановлено, що 62% з них користуються послугами аутсорсингу. При цьому 22% відповіли, що в наступному році планують користуватися послугами аутсорсерів з США, 16% мають намір вдатися до послуг китайських компаній, а 14% - індійських. 19% відзначили, що не зацікавлені додатково в аутсорсингу, 42% директорів вказало, що операції їхніх компаній зосереджені за межами США, в минулому році таких було більше - 79%. Близько третини відзначили, що основний стримуючий фактор для зростання на міжнародних ринках зараз це невпевненість в стабільності політичного і ділового клімату. 21% побоюється валютних ризиків, 14% - можливих порушень прав інтелектуальної власності, 10% висловили незадоволення професійною підготовкою співробітників зарубіжних компаній.[2]

За даними BDO Seidman, Індія залишається найпопулярнішим країною аутсорсингу для компаній з США, на її частку припадає 50% всіх замовлень. За нею йдуть Південно-Східна Азія, включаючи Філіппіни - частка регіону знизилася з 50% до 31% в поточному році. Також знизилася частка Китаю - 19% проти 48% в минулому році. Частка Східної Європи склала 19%. Хоча раніше, ще декілька років тому, частка Китаю становила 100%, Індії належало лише 40%, а США, Бразилію та Мексику згадали близько 50% опитуваних компаній. Найбільш поширеною формою аутсорсингу є розміщення виробничих майданчиків за кордоном, потім слідує ІТ-сервіси та розробка софту, дослідження і наукові розробки, дистрибуція і колл-центри. Компанії відзначили Китай у 100%, у той час як Бразилія, Сполучені Штати та Мексика одержали по 50%. Індія була згадана 40% респондентів, також як Великобританія, Малайзія, Канада та Чилі.

Причиною такої різкої зміни вектору Дайана Фарелл, директор Інституту глобальних досліджень McKinsey (Сан-Франциско, США), називає неможливість використовувати на свою користь низьку зарплату в країнах, що розвиваються. Зростання заробітної плати, подорожчання пального, а відтак вартості доставки, змушують шукати інші країни-постачальники або країни базування виробництва.

Також варто зазначити, що від того, що країна активно використовує послуги працівників в інших країнах, страждають її власні громадяни. Більшість робочих місць, які компанії пропонують, дістається працівникам з закордону. Яскравим прикладом є ті ж самі колл-центри. Американським

компанія набагато вигідніше платити працівникам колл-центру в Індії, а не своїм співвітчизникам. Бо, скажімо працівнику колл-центру в США треба заплатити 20\$/ год, а працівнику Індії - 12\$/. Це значна економія для компаній, але це в деякій мірі підвищує рівень безробіття.

Отже, ринок аутсорсингу в США почав сильно розвиватися через зростаючу конкуренцію на глобальному ринку, і на той час американські компанії потребували якогось нового підходу до вирішення своїх проблем. Основною причиною переходу на аутсорсинг для компаній звичайно було зниження витрат. Аутсорсинг настільки глибоко торкнувся життя американських компаній, що йому передавались не лише другорядні функції, але й головні, в тому числі виробництво та наукові розробки.

Основною формою аутсорсингу в США стала офшорна (тобто часткова передача процесів виробництва компаніям, які знаходяться в інших країнах), а також поширені зовнішні підрядники. Країнами-виконавцями для США найчастіше були Індія та Китай. Хоча вище вже зазначалось, що частка Китаю на ринку аутсорсингу США різко зменшилась. Також з написаного вище можна зробити висновок, що ринок аутсорсингу в США знаходиться в стадії спаду, а країна переорієнтовується на аутсорсинг всередині країни.

Традиційно вважають, що аутсорсинг не є широко поширеним в Азії, і що його використовують лише економічно розвинені країни, такі як Австралія і Японія, адже це допомагає їм заощадити на трудових та експлуатаційних витратах. Насправді ж, компанії таких країн як Китай та Індія також віддають на аутсорсинг деякі зі своїх бізнес-функцій. Причиною використання аутсорсингу цими компаніями є не лише вигода у вигляді скорочення витрат компанії, зараз всі вже починають розуміти, що аутсорсинг має й інші переваги, наприклад, змогу підвищити конкурентоспроможність компанії через доступ до світової практики, та можливість зосередитися на ключових моментах своєї діяльності.

Аутсорсинг в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, більш поширений, ніж прийнято думати, у багатьох азійських компаніях його застосування є досить популярним. Половина опитаних керівників (54 відсотки) говорять, що вони в даний час активно використовують аутсорсинг інформаційно-технологічних рішень (ІТ), в той час як третина (35 відсотків) покладається на аутсорсинг бухгалтерського обліку, стягнення боргів та податкової обробки. Деякі компанії також активно використовують аутсорсинг збору даних і складання звітів (26 відсотків), управління людськими ресурсами (22 відсотків) і управління поставками (19 відсотків). Аутсорсинг як бізнес-стратегія, схоже, популярний в Азії, і його використання лише зростатиме. Близько третини респондентів кажуть, що вони планують почати використовувати аутсорсинг

управління людськими ресурсами в найближчий час. А кожна чверть має намір використовувати аутсорсинг інформаційно-технологічних рішень.[3]

Аутсорсинг використовують не лише успішні компанії добре розвинених країн, але й тих країн, де експлуатаційні витрати, та витрати на робочу силу є низькими (Індія, Китай). Традиційно, аутсорсинг використовується, аби забезпечити зниження витрат на бізнес, тому зрозуміло, що більшість азіатських компаній, які використовують аутсорсинг є добре розвиненими, і компанії менш розвинені розглядаються як ті, що в аутсорсингу не зацікавлені. Проте 55 % опитаних компаній в Індії і 46 % компаній Китаю говорять, що використовують аутсорсинг вже давно. Крім того, 24 відсотка опитаних в Індії планують використовувати аутсорсинг в найближчі три роки, в той час як 30 відсотків китайських компаній говорять те ж саме.[4]

Отже, поштовхом до розвитку ринку аутсорсингу в Азії стала постійно зростаюча конкуренція в умовах глобального ринку. Головною причиною використання азійськими компаніями аутсорсингу стало бажання підвищити ефективність роботи компанії, і сконцентруватися на важливих аспектах свого бізнесу, не відволікаючись на другорядні завдання. Але на аутсорсинг в азійських компаніях віддають не лише другорядні функції, а й головні також.

В основному азійські компанії орієнтуються на аутсорсинг всередині своєї країни, але нерідко створюються дочірні підприємства і за її межами. Країнами-виконавцями аутсорсингу найчастіше є країни, де розташовані самі компанії, але нерідко саме Китай стає країною, де виконуються послуги аутсорсингу. Ринок аутсорсингу азійських країн (а особливо Японії) має тенденції до стабільного росту. Частка офшорного аутсорсингу мала, орієнтація на країни азійського регіону.

Список використаних джерел:

1. Outsourcing in Europe – EY [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ey.com/Publication/>
2. Міжнародний портал з аутсорсингу ‘Outsourcing portal international’ [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.outsourcingportal.eu>
3. ‘IT outsourcing news from Europe and Eastern Europe’ Інформаційний ресурс - Режим доступу: <http://itonews.eu>
4. ‘How Outsourcing Jobs Affects the U.S. Economy’ by Kimberly Amadeo, 2016 рік – Режим доступу <https://www.thebalance.com/>

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОФЕСІОНАЛЬНИХ ФУТБОЛЬНИХ КЛУБІВ ЄВРОПИ В РАМКАХ СИСТЕМ ЛІЦЕНЗУВАННЯ КЛУБІВ

Кошеваров Олексій Леонідович

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

Для допуску клубу до професіональних змагань з футболу національного та міжнародного рівня за ініціативою Союзу європейських футбольних асоціацій (УЄФА) та за підтримки Європейської Комісії були впроваджені системи ліцензування клубів, відповідно до яких кожен професіональний клуб має відповідати ряду контрольних критеріїв, у тому числі і фінансовим [1]. Фінансові критерії ліцензування передбачають, щоб футбольні клуби не мали простроченої заборгованості перед іншими клубами, власними співробітниками, соціальними фондами та податковими органами, а також демонстрували здатність клубу здійснювати безперервну діяльність і можливість існування в довгостроковій перспективі. Тобто клубам не забороняється мати збитки та борги, проте вони мають відповідально ставитися до планування своєї фінансової діяльності та вчасно виконувати власні зобов'язання. Основною метою системи ліцензування УЄФА є забезпечення високого рівня фінансового менеджменту на клубному рівні, забезпечення чесних і справедливих умов функціонування клубів [2, с. 1-2].

З одного боку впровадження систем ліцензування зумовлено необхідністю забезпечити, щоб всі професіональні клуби дотримувались однакових базових вимог щодо фінансового менеджменту та транспарентності, що має за мету підвищення фінансової стабільності та стимулювання стійкого розвитку європейського клубного футболу. З іншого боку системи ліцензування в положеннях про конкуренцію є бар'єрами для входу на ринок, що є типовим для спортивної індустрії, але може непрямо обмежувати вільний рух капіталів та робочої сили в професіональному футболі, а також конкуренцію між клубами [3].

Для клубів відмова у видачі ліцензії на європейські змагання УЄФА фактично не передбачає жодних дисциплінарних санкцій. В той же час клуби втрачають можливість отримати додатковий дохід від участі у турнірах Ліги Чемпіонів або Ліги Європи, а також доходи від продажу квитків на матчі таких змагань. Окрім цього клуби втрачають інвестиційну привабливість, оскільки професіональний футбольний клуб надає рекламні послуги, укладаючи контракти із титульними спонсорами (реклама на ігровій формі), технічними спонсорами (виробники спортивної форми), а в контрактах багатьох клубів передбачаються додаткові бонуси за участь у європейських змаганнях. Беручи до уваги,

що Ліга Чемпіонів є найпрестижнішим європейським турніром, то участь в такому змаганні є додатковою конкурентною перевагою для клубу у боротьбі за найкращих тренерів та футболістів, які прагнуть конкурувати на найвищому рівні. Тому кожний європейський клуб прагне відповідати критеріям ліцензування, щоб мати змогу брати участь у змаганнях УЄФА.

Для футбольних клубів країн Східної Європи доходи від участі у змаганнях УЄФА є досить вагомими. Наприклад, доходи від успішної участі у змаганнях УЄФА українського футбольного клубу «Шахтар» за 2015 фінансовий рік склали 24 млн. євро, що становить 49% операційних доходів клубу [4, с. 77]. Через низьку купівельну спроможність населення та структурно неефективний футбольний ринок українські клуби не здатні генерувати доходи від продажу прав на трансляції та проведення матчів на рівні провідних європейських країн, таких як Велика Британія, Німеччина, Іспанія, Італія, Франція, тому участь у турнірах УЄФА є одним із основних джерел доходів, беручи до уваги, що дані доходи клуби отримують в євро, що є додатковою перевагою на фоні девальвації національної грошової одиниці – гривні. Всього частка доходів українських футбольних клубів, отриманих від УЄФА становить 31% сукупних операційних доходів всіх клубів Прем'єр-ліги України [4, с. 76].

Відмова у видачі ліцензії для участі у змаганнях УЄФА може дозволити клубу змагатися лише в національній першості, оскільки критерії ліцензування для національних змагань більш ліберальні. Відмова у видачі ліцензії для національних змагань може означати припинення існування клубу. Наприклад, у 2016 році двом клубам Прем'єр-ліги України «Металісту» та «Говерлі» було відмовлено у видачі атестату (ліцензії) для змагань серед клубів Прем'єр-ліги через невиконання фінансових критеріїв, в результаті чого ці клуби втратили статус професіонального клубу і припинили своє існування, хоча ще зовсім недавно «Металіст» був одним із найбільш конкурентоспроможних клубів України та постійним учасником міжнародних змагань УЄФА. Проблема накопичення боргів є серйозною загрозою для подальшого існування клубів. За останні 5 років через недостатнє фінансування та неспроможність виконувати власні зобов'язання, окрім клубів «Металіст» та «Говерла» припинили участь в організованому професіональному футболі такі клуби Прем'єр-ліги України, як «Арсенал» Київ, «Кривбас» Кривий Ріг, «Таврія» Сімферополь, «Севастополь», «Металург» Донецьк та «Металург» Запоріжжя.

Тому виконання клубами критеріїв ліцензування, зокрема фінансових, здійснює безпосередній вплив на конкурентоспроможність клубів. Клуби мають відповідально ставитися до планування своїх витрат, які мають покриватися доходами, які генерує клуб в результаті футбольної діяльності, а також важливим аспектом управління

конкурентоспроможністю футбольного клубу є диверсифікація джерел доходів та фінансовий менеджмент. Це дозволить в разі втрати певного постійного джерела доходів клубу, продовжити вчасно виконувати власні зобов'язання і забезпечити існування клубу в довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Commission Of The European Communities, (2007), White Paper on Sport, Published 11 July 2007.
2. UEFA. Club Licensing and Financial Fair Play Regulations / UEFA. – Nyon, 2015. – 117 с.
3. Asser. Professional sport in the internal market. European Parliament's Committee on Internal Market and Consumer Protection. // Working Paper. Brussels. – 2005.
4. UEFA. The European Club Footballing Landscape. Club Licensing Benchmarking Report Financial Year 2015 / UEFA. – Nyon, 2017. – 129 с.

Науковий керівник: Антонюк Л.Л, доктор економічних наук, професор, Київський національний економічний університету ім. Вадима Гетьмана

СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Малюта Ірина Анатоліївна

кандидат економічних наук, доцент, Університет митної справи та фінансів

Коліна Альона Геннадіївна

студент спеціальності «Міжнародні економічні відносини», Університет митної справи та фінансів

Інновації в глобалізованому світі відіграють ключову роль, і, щоб побудувати інноваційну економіку, Україна повинна сприяти інноваційному розвитку під впливом високої конкуренції, що посилюється в умовах реалізації інтеграційних процесів. Яскравим прикладом зазначеного є накопичений досвід ЄС. Прагнення більш активного міжнародного наукового та технологічного співробітництва України вимагає розробки адекватної державної інноваційної політики, яка б враховувала досвід та успішні практики країн ЄС.

У березні 2010 р. було схвалено нову європейську стратегію економічного розвитку на найближчі 10 років – «Європа 2020: стратегія розумного, стійкого й всеосяжного зростання», яка передбачає досягнення високих темпів інтелектуального, стійкого та всебічного зростання

економіки, що повинно забезпечити Європі провідне становище в конкурентній боротьбі на міжнародному ринку. Оновлена програма розвитку підприємництва й інновацій, що замінила програму стимулювання конкурентоспроможності й інновацій, стане ще одним об'єднувальним механізмом, спрямованим на підтримку підприємництва й інновацій у Європі.

Нова стратегія розвитку ЄС орієнтується на три пріоритети, що взаємно підсилюють один одного:

- інтелектуальне зростання (розвиток економіки, що базується на знаннях та інноваціях);

- стале зростання (просування вперед до більш ресурсоефективної, екологічно чистої та конкурентоспроможної економіки);

- соціально інтегроване зростання (сприяння економіці з високим рівнем зайнятості, що забезпечує соціальну і територіальну згуртованість).

Для конкретизації поставлених цілей Стратегії 2020, ЄС визначає 7 пріоритетних напрямів діяльності, що передбачають поєднання вирішення економічних та соціальних завдань. Одним з головних напрямків діяльності є «інноваційний союз», який передбачає виконання таких завдань: використання інновацій для покращення споживчих якостей товарів та послуг; збільшення кількості робочих місць; посилення бази знань; підтримка соціальних інновацій; вирішення гострих соціальних проблем.

Враховуючи проведений аналіз, можна сформулювати основні необхідні напрями та механізми активізації інноваційного розвитку, які доцільно запозичити Україні:

- ефективна державна інноваційна політика, тобто вибір типу державної інноваційної політики з урахуванням стратегічних цілей держави;

- розробка національної системи впровадження науково-технічних досягнень завдяки механізму реалізації науково-технічних програм;

- розробка нормативно-правових механізмів управління інноваціями;

- подальший розвиток інноваційних структур регіонального типу і створення пільгових умов для їх функціонування.

Для реалізації інноваційної економіки в Україні головними напрями діяльності мають стати: розбудова технологічного рівня економічної системи, підвищення рівня конкурентоспроможності країни, розбудова національної інноваційної системи, визначення пріоритетних напрямів інноваційної діяльності регіонів, створення мотиваційних механізмів для ефективного використання освітнього та наукового потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Федулова Л., Андрощук Г. Особливості розвитку інноваційної політики Європейського Союзу: виклики для України// Проблеми науки. – 2014. – № 7–8. – С. 40–43.
2. Антохов А.А. Інноваційний розвиток економіки України через призму зарубіжного досвіду / А.А. Антохов // Науковий вісник МНУ ім. В.О. Сухомлинського: зб. наук. праць. – 2015. – № 2 (5). – С. 7.

СТАН ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ УКРАЇНИ ТА США

Петрова Г.Є.

кандидат економічних наук, доцент, Університет митної справи та фінансів

Денисенко Н.Д.

студент, Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро

Для визначення важливості та доцільності торговельних зв'язків України з США - одним із світових лідерів, проаналізуємо детальніше стан українсько-американських відносин в торгівлі товарами, використовуючи наступні показники : зовнішньоторговельний оборот між країнами в період з 2008 й по 2015 р. мав досить неоднозначний характер - найвищого значення досяг у 2008 році і склав 4757,3 млн. дол. США, до 2012 року мав тенденцію до зростання і досяг 3919,7 млн. дол. США, за виключенням 2009 року, який характеризується мінімальним значенням в 1536,7 млн. дол. США ,а з 2012 року спостерігається зменшення і в 2015 році склав 1961,8 млн. дол. США, що на 24,5% менше, ніж у 2014 році.

Баланс двосторонньої торгівлі товарами характеризується від'ємним сальдо за представленні роки і має суттєві коливання: станом на 2015 р. воно склало -998,2 млн. дол. США і знизилось на 20,8 % у порівнянні з 2014 р.

Розглядаючи питому вагу експорту товарів в США по відношенню до загального експорту товарів України, то слід зазначити, що найбільша частина має місце у 2008 році і складає 2,91%, а найменша – у 2009 році і дорівнює 0,63%, надалі ситуація має досить стабільний характер, у 2015 році цей показник складав 1,26%, що на 0,02% більше за 2014 рік. Питома вага імпорту товарів з США по відношенню до загального імпорту товарів України характеризується відносною стабільністю, за винятком 2013 року, де показник досяг свого максимуму і склав 3,64%, а у 2009 році –

2,83% , що є найнижчим показником за проаналізовані роки; у 2015 році маємо 3,94%, що на 0,40 % більше за 2014 рік.

Коефіцієнт покриття імпортом експорту протягом усього обраного періоду має значення менше за 100%. Станом на 2015 рік 32,55% імпорту не забезпечується експортом товарів, проте ця величина зменшилася на 2,08% у порівнянні з 2014 роком.

Експортна залежність по відношенню до США має значення на рівні менше 1% в середньому, за винятком 2008 року, де його величина дорівнювала 1,12%; станом на 2015 рік він склав 0,53%, що на 0,03% менше за попередній рік. За даними Держкомстату України маємо змогу проаналізувати дані лише за 2011-2015 роки включно. Станом на 2015 рік коефіцієнт імпортової залежності мав значення 1,88% і збільшився у порівнянні із 2014 роком на 0,28%.

Протягом усього періоду спостерігаємо значення зовнішньоторговельної квоти близько 1%, станом на 2015 рік цей показник складає 1,08%, що на 0,11% більше за 2014 рік.

За проаналізований період доля експорту товарів до США з України дорівнює менше 1 %, за винятком 2008 року, де маємо 1,28% і найнижчий показник у 2009 році – 0,29%. Станом на 2015 рік показник має значення 0,64%, що лише на 0,02% більше за попередній рік.

Розглянемо детальніше товарну структуру експорту та імпорту товарів між Україною та США за 2008-2015 роки. Головними товарними позиціями експорту є : палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки , обсяг яких впав з 6,9% у 2011 році до 0,1% у 2015 році. Продукти неорганічної хімії протягом обраного періоду мали певні коливання: у 2011 році – 18,5%, у 2013 році – 23,7%, а у 2015 році – 14,8%. Чорні метали мають незмінно лідируючі позиції – найвищого значення досягли у 2014 році, в якому їх експорт склав 48,9%, а у 2015 році - 38,2%. Наступними є вироби з чорних металів, що також займають одну з провідних позицій, станом на 2015 рік їх частина дорівнює 11,5%. Така група товарів як літальні апарати у 2011 році складала 6,9%, а у 2014 році взагалі дорівнювала 0,0%; станом на 2015 рік маємо 4,3% від загального експорту товарів України до США.

Головними товарними позиціями імпорту є засоби наземного транспорту, крім залізничних, які найвищого значення досягли у 2013 році і склали 20,1%; станом на 2015 рік маємо 13,2%. Прилади та апарати оптичні та фотографічні досить стабільні і станом на 2015 рік склали 4,2%. Реактори ядерні, котли та машини – одна з вагомих позицій в імпорті країни і станом на 2015 рік склала 15,2%. Палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки – займають провідну позицію: у 2011 році досягли максимального рівня у 33,8%, а станом на 2015 рік маємо 26,7%.

Найбільшого значення індекс перевищення товарного експорту над експортом послуг досяг у 2008 році і склав 3,51 разів перевищення експорту товарів над експортом послуг, надалі мало місце зростання до 1,57 разів, після падіння у 2009 році до 0,55 раз; станом на 2015 рік має значення 0,72 разів і це на 0,25 разів менше за 2014 рік. Найвищий показник індексу перевищення товарного імпорту над імпортом послуг спостерігався в 2012 році, де імпорт товарів перевищував імпорт послуг більше ніж у 8 разів, наразі цей індекс дорівнює 3,04 разів.

Слід зазначити, що український експорт має переважно сировинний характер (наприклад, предметами експорту є чорні метали та вироби з них; продукти неорганічної хімії та палива мінеральні тощо), який негативно впливає на стан економіки України та світове становище країни взагалі. США не є одним із провідних партнерів у торгівлі товарами, оскільки доля експорту в зовнішньоторговельному обороті країни займає менше 1% і також протягом проаналізованих років спостерігається від'ємне сальдо торгівлі, що свідчить про недоцільність такої торгівлі. Отже, можна зазначити, що Україні необхідно більше розвивати свій потенціал у сфері послуг, оскільки наразі експорт послуг переважає у декілька разів над експортом товарів.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. Режим доступу: // <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Посольство України в США. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. Режим доступу: // <http://usa.mfa.gov.ua>

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ВАЖЛИВА ПЕРЕДУМОВА ЯКОСТІ НАДАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Бабовал Надія Ростиславівна

здобувач, Тернопільський національний економічний університет

На сучасному етапі розвитку вищої освіти існує багато підходів та методів оцінки й шляхів покращення надання якісних освітніх послуг вищих навчальних закладів. Проте у кожному з них значна увага приділяється саме потенціалу забезпечення навчального закладу, що виступає головною передумовою якості його послуг.

Аналіз потреб та оцінку рівня забезпеченості ВНЗ необхідно здійснювати за такими параметрами: управлінські ресурси (здійснення адміністративним персоналом управління ВНЗ); фінансові ресурси (наявність джерел фінансового забезпечення навчального закладу); матеріально-технічні та технологічні ресурси (забезпечення ВНЗ в кількісному та якісному аспектах навчально-лабораторними й іншими приміщеннями, виробничими базами, іншим устаткуванням); інформаційно-методичні ресурси (забезпечення закладів навчально-методичною літературою, комп'ютерами тощо); кадрові ресурси (кількісна та якісна характеристика викладацького складу ВНЗ).

Важливе місце у ресурсному забезпеченні ВНЗ займає кадровий потенціал. Формування кадрового потенціалу ВНЗ потребує великих зусиль, а підготовка якісного викладацького складу займає багато часу і, безумовно, потребує підсилення мотивації до навчання та роботи. Розвиток технічного прогресу вимагає постійних змін та удосконалень у роботі науково-педагогічних працівників ВНЗ, виникає необхідність у зміні змісту навчання та появи нових напрямків підготовки. Якість кадрового потенціалу характеризується вдосконаленням навчально-методичного забезпечення, науковими дослідженнями, кількістю виданих підручників, монографій, навчальних посібників, статей; кількістю підготовлених аспірантів та докторантів тощо. Для підвищення якості науково-педагогічного персоналу, на наш погляд, необхідно розвивати систему науково-дослідної роботи та впроваджувати її у виробництво.

Матеріально-технічні та технологічні ресурси - забезпечення ВНЗ в кількісному та якісному аспектах навчально-лабораторними й іншими приміщеннями, виробничими базами тощо.

Розглянемо технологічні вимоги щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти. Так, постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. №1187 затверджено Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності закладів освіти. Ними

передбачено нормативи, яким повинні відповідати ВНЗ, для здійснення підготовки фахівців відповідних рівнів.

Отже, забезпеченню матеріально-технічної бази мають відповідати такі показники [1]:

➤ забезпечення приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів (кв. метрів на одну особу для фактичного контингенту);

➤ забезпечення мультимедійними обладнаннями для одночасного використання в навчальних аудиторіях;

➤ наявність соціально-побутової інфраструктури (бібліотеки та читального залу, пунктів харчування, актового залу, спортивного залу, спортивних майданчиків та стадіону, медичного пункту);

➤ забезпечення здобувачів вищої освіти гуртожитком;

➤ забезпеченість комп'ютерними робочими місцями, лабораторіями, полігонами, обладнанням, устаткуванням, необхідним для використання навчальних планів.

Таким чином, при ліцензуванні та акредитації, необхідно враховувати відповідні будівельні нормативи, проте у значній кількості ВНЗ, на превеликий жаль, вони не виконуються.

Фактично середня площа учбово-лабораторних приміщеннями ВНЗ III-IV рівнів акредитації складала на початок 2014/2015 навчального року 9,1 кв. м./на одного студента. Між регіонами існують значні відмінності в забезпеченні ВНЗ учбово-лабораторними площами: забезпеченість змінюється в діапазоні від 5,4 кв. м./на одного студента в Рівненській та Чернівецькій областях до 11,5 кв. м./на одного студента в Дніпропетровській області, проте, в Тернопільській обл. цей діапазон становить – 9,8 кв. м./ на одного студента.

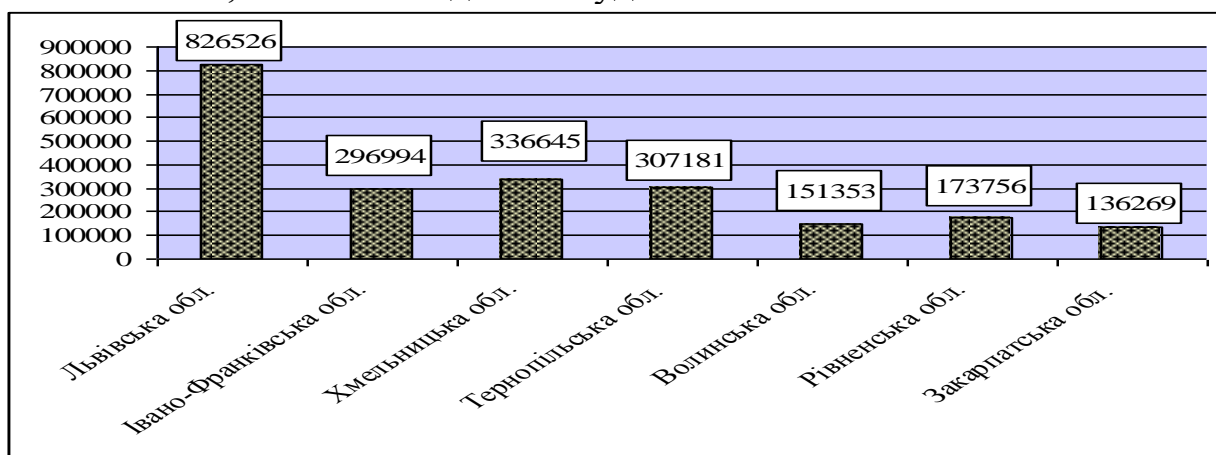


Рис.2. Загальна площа навчально-лабораторних приміщень м² ВНЗ III-IV рівнів акредитації на початок 2015/16 навчального року Тернопільської обл. та сусідніх областей

Джерело: укладено автором на основі [2]

Велике значення складають й інформаційно-методичні ресурси. Інформаційні ресурси дозволяють інтенсифікувати засвоєння матеріалу,

розвивати самостійність студентів, сприяти їх саморозвитку, надають можливість обирати індивідуальну траєкторію при засвоєнні курсу. Інформаційні ресурси створюють умови для використання додаткових послуг, надання послуг щодо використання Інтернету. Вони є фундаментом для розробки й реалізації програмних продуктів, баз даних, інформаційних систем, у тому числі комерційних, створюють можливості розв'язання організаційних та управлінських завдань на сучасному рівні [3, С.23].

У ВНЗ України існують проблеми в інформаційному забезпеченні освітньої діяльності у сфері вищої освіти. Бібліотеки вищої школи мають відповідати таким нормативам: забезпеченість фондів вітчизняними та закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного профілю, в тому числі й електронному вигляді; наявність доступу до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного чи спорідненого профілю [1]. Вагомою проблемою в українських вишах є незадовільність поповнення бібліотек підручниками, навчально-методичною літературою, які видаються державною мовою.

Зазначимо, що і матеріальна база, й інформаційний потенціал відіграють значне місце у підвищенні якості кадрового забезпечення. Так, при підготовці наукових досліджень, інформаційні ресурси мають велике значення, а експериментальні дослідження потребують відповідної матеріально-технічної бази.

На якісне формування матеріально-технічної бази, інформаційного забезпечення, інфраструктурного потенціалу великий вплив має і фінансове забезпечення ВНЗ. Головними формами фінансування вищих навчальних закладів за основною діяльністю виступає державний контракт (замовлення), а також угода з юридичними та фізичними особами.

Проаналізувавши статистичні данні, за останні роки в Україні спостерігаємо зростання чисельності студентів, які навчаються за кошти державного бюджету, відносно числа фізичних осіб. Так, абсолютне значення студентів державної форми навчання за 2015/16 н. р. зріс порівняно з фізичним фінансуванням на 12113 осіб, проте, ще 2010/11 н. р. фізичне фінансування переважало над державним з показником 35829 осіб. Це є позитивним результатом для системи вищої освіти в Україні.

Фінансування ВНЗ проводиться за такими методами: бюджетне фінансування вищого навчального закладу на основі показника вартості навчання одного студента; кошторисне фінансування ВНЗ; індивідуальна оплата навчання за рахунок коштів фізичних і юридичних осіб; спонсорські внески; кредити на здобуття вищої освіти тощо.

Якість освітніх послуг ВНЗ тісно пов'язані з обсягом фінансування вищої освіти. Проведений аналіз показав низький рівень асигнувань на освіту. Держава виділяє кошти лише на покриття соціальних статей покриття: на заробітну плату викладачам, стипендію студентам та

часткове покриття витрат за комунальні послуги. Таким чином, для досягнення фінансової незалежності, ВНЗ вимушені самостійно виживати в умовах ринкових відносин та шукати додаткові джерела фінансування для власного розвитку і надання освітніх послуг відповідного рівня якості. А це залучення додаткових фінансів може бути за рахунок оренди власних приміщень, збільшення кількості іноземних студентів, які здобувають освіту в Україні тощо.

Щодо фінансування вищої освіти України, то МОН розробив проект зміни всієї системи державного фінансування ВНЗ, проте влада вже має розуміти наявність проблем та спрямовувати заходи для розв'язання їх, а не характеризувати як «декларацію про наміри в майбутньому розв'язати фінансові проблеми вищої школи». Розв'язання певних фінансових проблем вищої освіти буде обмеженим, оскільки Україна вже сьогодні витрачає на цю сферу максимум з того, що може собі дозволити її економіка.

Отже, ресурсне забезпечення ВНЗ або соціально-економічний потенціал, є важливою передумовою якості надання освітніх послуг.

Список використаних джерел:

1. Ліцензійні умови надання освітніх послуг у сфері вищої освіти. Нормативний документ Міністерства освіти і науки України.- [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://mon.gov.ua>.
2. Основні показники діяльності вищих навчальних закладів України на початок 2015/16 навчального року: Статистичний бюлетень / Державна служба статистики України, 2016. — http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2016/bl/01/BL_VNZ_15_pdf.zip.
3. Забезпечення якості освіти: теорія та практика: колективна монографія / під заг. ред. Н. В. Житник. - Дніпропетровськ: ІМА-прес, 2011. – 300 с.

Науковий керівник: Гринчуцький Валерій Іванович, доктор економічних наук, професор, Тернопільський національний економічний університет

ОБЩЕСТВЕННЫЕ БЛАГА КАК ИСТОЧНИК ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ ЭКСТЕРНАЛИЙ

Горбанев Вадим Сергеевич

аспирант, Национальный горный университет

Экономическая система, основанная на рыночных принципах, объективно сталкивается с проблемой предоставления обществу благ, которые в силу различных причин не могут быть созданы в необходимом объеме частным сектором. Образование, медицина, национальная

оборона, социальная инфраструктура, культура, искусство – это те товары, которые приобретают особое значение для экономического развития каждой национальной экономики, однако не всегда являются привлекательными для предпринимателей в плане их прибыльного производства. Данная проблема в экономическом дискурсе оформилась в теорию общественных благ, выдающимися представителями которой являются К. Эрроу, П. Самуэльсон, Дж. Бьюкенен, Г. Таллок, Э. Остром, Дж. Стиглиц. Невзирая на наличие большого числа исследований по данной проблеме, дискуссии относительно того, какие блага относить к разряду общественных и, соответственно, передавать их производство государству, не утихают по сегодняшний день и делают эту область исследований все еще актуальной для экономической науки.

Классическая и неоклассическая парадигмы подходят к выделению общественных благ из всех экономических с точки зрения их выгоды или невыгоды для производства частным сектором. Однако такой подход не позволяет строго разделить блага на частные и общественные. Как представляется, проблема с дефиницией общественного блага заключается в асимметрии информации, абстрактности и размытости приводимых примеров, на которые опираются авторы данных направлений. Возьмем один из самых ярких – национальная оборона. Утверждается, что это благо неделимо, и его влияние распространяется на всех. Нельзя не согласиться с известным примером Дж. Стиглица о ядерном потенциале США, устрашающий эффект которого косвенно дает защиту всем жителям страны [1, с. 121]. Однако, в случае войны, когда армия, являющаяся также составной частью национальной обороны, защищает граждан, человеческих жертв избежать практически невозможно. Это означает, что далеко не все люди получают обещанную государством защиту, как бы всеобъемлюще не было понятие национальной обороны.

С другой стороны, армия не всегда является инструментом защиты, так как достаточно часто государства с сильной армией вступают в войну с другими странами за материальные ресурсы или территорию. Потребности общества не учитываются, когда дается приказ о старте боевых действий против другого государства. Как правило, решение принимается только одним человеком, игнорируя мнение общества. Такой подход напоминает распоряжение частным благом, у которого есть персонифицированный владелец, а это благо может использоваться для удовлетворения частных интересов. Однако, как мы знаем, национальная оборона позиционируется как общественное благо, которое не может быть присваиваемо, но выходит, что критерии либо нестрогие, либо же вообще нарушаются. Исходя из вышесказанного, трудно отнести национальную оборону к общественным благам, как это делают Якобсон, Вэриан,

Гравель, Риз, Масгрейв и др. [2-6]. Таким образом, ситуация с разделением благ на частные и общественные намного сложнее, чем представлялась ранее.

Заметим, что ни у одного автора не возникает путаницы с тем, что такое частное благо, потому что примеров можно привести неограниченное количество, но с общественным благом все иначе – их не так много изначально. Обычно, приводятся шаблоны, фигурирующие в каждом учебнике по общественному сектору, а именно: образование, медицина, социальные выплаты и гарантии, национальная и внутренняя безопасность, поддержание чистоты окружающей среды. И вот в самих этих понятиях уже изначально заложена абстрактность и асимметричность данных. Так, например, люди заведомо не знают, кто и каким образом их будет защищать, а поэтому не представляется возможным оценить полезность услуг национальной обороны. Точно также все выглядит и с другими сферами государственного обеспечения – медициной, образованием, социальным обеспечением. Именно эта неточность и недосказанность не дает в полной мере классифицировать общественные блага и вообще заявить о том, что такие блага существуют.

Вследствие этого предлагается отойти от концепта общественного блага и оценить подобного рода блага с позиции их присвоемости и редкости как основных характеристик любых благ. Контроль процесса присвоения возникает только в тех ситуациях, когда речь идет о редких или невозпроизводимых ресурсах. Поэтому благо, обладающее возможностью приносить общественную пользу, не обязательно должно быть "общественным", оно всего лишь может быть источником полезных экстерналий. Действительно, рассматривая ядерное оружие можно сделать вывод о том, что основное его применение – уничтожение живых существ. Однако его побочная положительная экстерналия заключается в том, что на страну с ядерным потенциалом боятся нападать. Ядерное оружие на законодательном уровне принадлежит всему обществу, однако распоряжаться им могут только реальные легитимные избранные, которые продвинулись вверх по социальной лестнице – это один из видов ухищрений, придуманных для достижения своих личных целей и снятия с себя большей части социальной ответственности.

То же самое относится и к другим общественным благам, которые в конечном счете работают на отдельных лиц, в руках которых сосредоточена большая часть капитала. Школы воспитывают поколения пригодных к труду работников, медицинские учреждения в некоторой степени поддерживают здоровье общества, службы безопасности оберегают его, а социальная поддержка уменьшает вероятность бунтов и недовольства среди граждан, делая самых обеспеченных и власть имущих лиц более защищенными во всех смыслах. Поэтому полноценное

использование понятия "общественное благо", вопрос о котором поднимался неоднократно на научных диспутах, неприменимо из-за фактического владения ними верхним эшелоном власти, при котором нарушается свойство неприисвоемости. Получается, что доступ к этим благам устанавливает власть, преследуя личную выгоду, однако никто другой не сможет обеспечивать общество подобным образом, поэтому государство и является монополистом на предоставление благ, приносящих общественную пользу.

В силу вышесказанного дискурс об общественных благах должен быть перенесен в сферу институционального анализа, поскольку он выходит за рамки предметной области неоклассики, имеющей дело исключительно с проблемами максимизации личной выгоды. Как представляется, подход к выяснению того, кем будет предоставляться то или иное благо для общества должен решаться с точки зрения теории общественного выбора, конституционной экономики, теории элит и политического бихевиоризма.

Литература:

1. Стиглиц Дж. Ю. Экономика государственного сектора / Дж. Ю. Стиглиц – М.: ИНФРА-М, 1997. – 720 с.
2. Якобсон Л. И. Государственный сектор экономики: экономическая теория и политика: Учебник для вузов / Л. И. Якобсон – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 367 с.
3. Gravelle H. & Rees R. Microeconomics. Second Edition / H. Gravelle & R. Rees – Longman Group UK Limited, 1992. – 738 p.
4. Hal R. Varian Markets for public goods? / Varian Hal R. // Critical Review. – 1994. – №7 (4). – P. 539–557.
5. Musgrave R.A. The Theory of Public Finance / R.A. Musgrave. – N. Y.: McGraw-Hill, 1976. – 384 p.
6. J. M. Buchanan The Collected Works of James M. Buchanan, Vol. 3. The Calculus of Consent: Logical Foundations of Constitutional Democracy / Buchanan J. M. – Indianapolis: Liberty Fund, 1999. – 270 p.

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ

Кривцова Марина Сергіївна

кандидат економічних наук, викладач Одеського Національного Економічного Університету

Освітній процес у вищому навчальному закладі знаходиться зараз в процесі постійних змін, реформ та новацій пов'язаних в першу чергу з настанням епохи економіки знань, що висуває досить високі вимоги до

знань, вмінь та компетенцій майбутніх фахівців. Це потребує використання всього комплексу та арсеналу сучасних технологій, в авангарді яких знаходиться саме інформаційні технології.

Все більше студентів, особливо на старших курсах, починають поєднувати свою навчальну діяльність з трудовою. Це пов'язано з цілою низкою соціально-економічних причин та не в останню чергу з розвитком інформаційних технологій, які дають змогу спілкуватись з викладачам та виконувати завдання в дистанційному режимі.

В такому контексті актуальність використання ІТ-технологій в освітньому процесі не викликає сумнівів.

Сучасні студенти все більше вчать працювати самостійно і першочерговим завдання викладача стає ефективна організація самостійної роботи студента (СРС), яка передбачає самостійний пошук необхідної інформації, отримання знань, використання цих знань для вирішення навчальних, наукових і професійних питань. Така робота повинна сприяти пізнавальній діяльності студентів на лекційних і практичних заняттях, а також у позанавчальний час без безпосереднього контролю, але при постійних консультаціях викладача. Організація самостійної роботи сприяє розвитку активної діяльності і самостійної підготовки особисто кожного студента при виробленні умінь і навичок ефективно знайти потрібну інформацію.

Інформаційні технології – це перш за все використання інтернет даних та спеціальних програмних продуктів, як освітнього так і загально використовуваного профілю. У даний час самостійна робота студента тісно пов'язана з вивченням інтернет-даних, що має позитивні тенденції з огляду на зростаючу доступність в отриманні знань. Але разом з цим складніше стає контролювати самостійну роботу студентів поза освітніх закладів. Тому викладачі повинні направити самостійну діяльність студентів при роботі з інтернет-ресурсами в потрібному руслі. Для цього необхідно розробляти збудовані нестандартним чином завдання для самостійної підготовки, до складу яких входить база рекомендованих, попередньо відпрацьованих викладачем інтернет-ресурсів.

В своїй роботі ми використовуємо хмарні сховища типу GoogleDisk та віртуальний робочий стіл Symbaloo. Розглянемо більш детально можливості та переваги їх використання.

За своєю суттю Google Диск - це хмарне сховище даних, що дозволяє користувачам зберігати свої дані на серверах без застосування флеш - накопичувачів, дисків, дискет без зайняття місця в сумці, але при цьому містять файли, які можна використати в будь-якій точці міста, країни, світу, і навіть, без доступу в інтернет [1].

Хмарне сховище даних - це модель онлайн-сховища, в якому дані зберігаються на численних розподілених в мережі серверах, що надаються

в користування клієнтам, в основному, третьою стороною. Дані зберігаються і обробляються в так званій хмарі, яка являє собою, з точки зору клієнта, один великий віртуальний сервер. Сервер - комп'ютер, який надає свої ресурси іншим комп'ютерам мережі, або програма, яка обслуговує запити на доступ до ресурсів свого комп'ютера.

За допомогою даного сервера можливо:

- створювати, додавати і завантажувати файли за допомогою однієї кнопки;
- легко знаходити і додавати доступні вам файли;
- перетягувати файли і папки (це так само легко, як на робочому столі);
- ділитися файлами з іншими користувачами і дозволяти їм перегляд, коментування або редагування цих файлів;
- працювати з файлами навіть без підключення до Інтернету.

Також Google Диск пов'язаний з GoogleDrive, який розширює його можливості. Тобто, складання діаграм для аналізу будь-яких даних, складання графіків для наочного ілюстрування виконуваних робіт, а також складання календарного плану із зазначенням точних дат, часу (годину, хв, сек.) величини оплати кожного етапи роботи, розрахунок загальної трудомісткості роботи та кожного працівника індивідуально.

Google Apps - хмарні служби, що надаються компанією Google. Це Web- додатки на основі хмарних обчислень, що надають викладачам і студентам інструменти для спільної роботи і спілкування. Серед них слід вилідити:

- Gmail – поштовий клієнт з обміном миттєвими повідомленнями, голосовим і відеочатом, мобільним доступом, а також захистом від спаму і вірусів.

- Календар Google - веб-інструмент управління і планування.

- Групи Google – інструмент управління і групової роботи на основі модератії форумів і списків розсилок.

- Google Docs – це онлайнвий офіс, який включає інструменти для створення текстових документів, електронних таблиць, наочних посібників, PDF-файлів та презентацій, а також їх спільного використання і публікації в Інтернет.

- Google Диск - сервіс для зберігання документів обсягом до 15 Гбт, доступ звідки завгодно, спільна робота, безпечно зберігання даних.

- Сайти Google - це конструктор сайтів з можливістю публікації відео, зображень, документів.

- Google Відео (YouTube) - сервіс, який поєднує відеохостинг користувача відеороликів і пошукову систему за ним.

Для навчальних закладів Google надає безкоштовний пакет Google Apps Education Edition. Група студентів зможе працювати разом в

Документах Google і спостерігати зміни в режимі реального часу. У будь-який момент будь-який студент може отримати доступ до останньої версії документа, електронної таблиці або презентації, може підключатися до спільної роботи і вносити правки одночасно з іншими. За допомогою Календаря Google викладач може скласти розклад роботи над завданням, може налаштувати календар для певної групи студентів, вказати час спільної роботи або консультацій.

Онлайн-сервіси для ВНЗ мають ряд переваг, які дозволяють використовувати їх в освітньому середовищі:

- Мінімальні вимоги до інструментальних засобів;
- Мінімум витрат на програмне забезпечення;
- Можливість роботи з будь-якого сучасного пристрою;
- Підтримка різних операційних систем.

Таким чином, можна зробити висновок, застосовуючи в освітній діяльності даний сервіс Google Диск з його можливостями, студент може за короткий час розпланувати свій навчальний процес і максимально спростити підготовку до будь-яких занять, конференцій, захисту проектів. Google Диск дозволяє редагувати документи одночасно декільком користувачам в режимі online. Надає можливість кожному користувачеві мати свій щоденник, розклад і організувати зустрічі з користувачами доменної групи за допомогою сервісу «Календар». Також дозволяє обмінюватися повідомленнями між користувачами доменної групи за допомогою сервісу «Чат». Тепер студент може витратити більше часу на наукову діяльність, на соціальні проекти, спорт і інші види діяльності.

Оскільки в реальному житті робочим місцем викладача або студента в основному є робочий стіл, то природно буде в центрі персонального навчального середовища помістити відповідний віртуальний сервіс.

Серед існуючих такого роду засобів досить привабливою, на наш погляд, є система Symbaloo [2]. Головним призначенням сервісу Symbaloo є створення на його базі персонального робочого столу в мережі Internet, за допомогою якого користувачеві простіше і зручніше орієнтуватися в мережі, маючи в своєму розпорядженні візуальні посилання на корисні ресурси і сервіси. Робочий стіл користувача може містити необмежену кількість поверхонь - сторінок закладок (веб-міксів), кожна з яких містить ряд плиток – візуальних гіперпосилань, які можуть бути: пошуковими віджетами, закладками, RSS-стрічками, активними віджетами. Заслуговує на увагу те, що кожен користувач сервісу може зробити будь-яку свою сторінку закладок публічною і поділитися своїми посиланнями з іншими користувачами, а також закатити в свою персональну середу сторінки закладок створені іншими користувачами.

З методичної точки зору веб-мікс, як зручна форма зберігання знайдених посилань на різні ресурси, цікава і корисна як викладачеві, так і

студенту. Зокрема, тематичний пошук та використання веб-міксів з відповідною галереї сприяє швидшому пошуку потрібної інформації. До того ж за допомогою даного сервісу можна розвивати вміння пошуку інформації та роботи з нею. Сервіс допоможе студентам навчитися відбирати і структурувати інформаційні ресурси, планувати і представляти досить ефектно свою діяльність. Веб-мікс виявляється зручним інструментом створення інтерактивних проектів занять, організації дослідницької діяльності студентів, проведення семінарів.

Отже, сучасні інформаційні технології дають широкий простір для творчого підходу в освітньому процесі як для викладача, так і для студента. Головним стримувачем цього процесу є недосконала матеріально-технічна база ВНЗ та недостатня комп'ютерна грамотність викладачів і студентів. Вважаємо, що комп'ютерні курси для викладачів з урахуванням специфіки роботи при ВНЗ будуть сприяти більш ефективній побудові навчального процесу, підвищенню зацікавленості студентів в навчанні та формуванню у них сучасних інформаційних компетенцій.

Список використаних джерел:

1. Степанова Т.Ю. Использование облачных технологий в образовательной деятельности/ Т.Ю. Степанова Т.Ю. // Электронное учебное пособие. Хроники объединенного фонда электронных ресурсов Наука и образование. -2014. - Т. 1. - № 12 (67). - С. 138.
2. Закладки Symbaloo могут быть совсем рядом, под рукой- [Електронний ресурс] – Режим доступу:<https://kopilkasovetov.com/programmyi-servisi-prilogeniya/zakladki-symbaloo-mogut-byit-sovsem-ryadom>

Підписано до друку 23.03.2017
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Друк на дублікаторі.
Умов.-друк. арк. 4,5. Обл.-вид. Арк 4,95.
Тираж 70 прим.

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