

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

# Економіка України: сучасний стан та перспективи розвитку

*Збірник тез  
міжнародної науково-практичної  
інтернет-конференції*

*21 лютого 2013 р.*



Тернопіль  
2013

"Економіка України: сучасний стан та перспективи розвитку" : матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування. - Тернопіль, 2013. - 142 с.

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей економічної наукової інтернет-конференції «Економіка України: сучасний стан та перспективи розвитку», які оприлюднені на інтернет-сторінці [www.economy-confer.com.ua](http://www.economy-confer.com.ua)

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

<b>Бакай Інна Вікторівна ОСОБЛИВОСТІ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>8</b>
<b>Винниченко Анна Євгенівна МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ.....</b>	<b>9</b>
<b>Голишевська Лариса Віталіївна, Вольський Ігор Сергійович РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....</b>	<b>11</b>
<b>Домінська Ольга Ярославівна СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....</b>	<b>12</b>
<b>Йовенко Наталія Василівна ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ КРИЗОЛОГІЇ, ІДЕНТИФІКАЦІЯ КРИЗ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....</b>	<b>15</b>
<b>Лукаш Софія Валеріанівна, Боровик Оксана Несторівна ЕФЕКТИВНІСТЬ ЕКОНОМІЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ЕКОЛОГІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ.....</b>	<b>17</b>
<b>Маршалок Ольга Степанівна СТРАТЕГІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....</b>	<b>19</b>
<b>Мельничук Ганна Сергіївна ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ І КЛАСИФІКАЦІЇ ПОДАТКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>22</b>
<b>Мечкало Оксана Ярославівна ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В ГАЛУЗІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ (НА ПРИКЛАДІ ПАТ «РІВНЕНСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА».....</b>	<b>25</b>
<b>Мягких Ірина Миколаївна ОСНОВНІ ЗАСАДИ ДІАГНОСТИКИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....</b>	<b>29</b>
<b>Пастошук Олександр Васильович ПОБУДОВА СТРАТЕГІЧНОЇ КАРТИ ДЛЯ ЦІЛЕЙ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>32</b>
<b>Пастошук Олександр Васильович МЕТОДИКА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ КОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....</b>	<b>34</b>

**Росенко Елена Юрьевна ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО  
КОМПЛЕКС И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ.....36**

**Сачовський Ігор Михайлович ДО ОСОБЛИВОСТЕЙ ДИНАМІКИ  
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА В ІВАНО-  
ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....39**

**Тарасенко Олександр Русланович СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА  
СТАНОВИЩЕ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В  
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ КОМПЛЕКСІ.....42**

**Форкош Максим Васильович СУЧАСНА ПРОБЛЕМАТИКА  
ПІДТРИМКИ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....44**

### Менеджмент. Маркетинг

**Сегеда Ірина Василівна ОСОБЛИВОСТІ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ.....47**

**Вороніна Алевтина Вікторівна, Дашевська Дарина Андріївна  
УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН НА  
ПІДПРИЄМСТВІ.....49**

**Вороніна Алевтина Вікторівна, Нечесенко Тетяна Сергіївна  
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ КРИЗИ.....51**

**Вороніна Алевтина Вікторівна, Рудіш Вікторія Олександрівна  
ФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....53**

**Вороніна Алевтина Вікторівна, Смірнов Павло Костянтинович  
СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ  
ПІДПРИЄМСТВА.....56**

**Карімов Геннадій Іванович, Огурцова Ольга Юрїївна АРМ МЕНЕДЖЕРА  
ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ  
ПІДПРИЄМСТВОМ.....58**

**Корчинський Андрій Вікторович ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ НА  
РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ.....61**

**Кравчук Наталія Валеріївна КЛАСТЕРНА ПОЛІТИКА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....64**

**Місіченко Ольга Олександрівна КОМУНІКАТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В ІНТЕРНЕТ.....66**

**Осінкіна Ірина В'ячеславівна МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ М.ОДЕСИ.....68**

**Сорочак Марія Олегівна ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ У ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ.....69**

**Філатова Ольга Євгенівна МАРКЕТИНГОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ ПІДПРИЄМСТВ ПОБУТОВОЇ ХІМІЇ.....73**

#### Облік, статистика і аудит

**Алпатова Дар`я Артеміївна ОБЛІК ТОРГІВЕЛЬНОЇ МАРКИ.....75**

**Захарків Христина Іванівна ОБЛІК ВИТРАТ ТА БЮДЖЕТУВАННЯ НА АВТОДОРОЖНЬОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....77**

**Кобець Оксана Іванівна ОСОБЛИВОСТІ ГАЛУЗІ ЗВ'ЯЗКУ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ОРГАНІЗАЦІЮ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЗВ'ЯЗКУ.....79**

**Міхненко Аліна Андріївна МЕТОДИЧНІ СУПЕРЕЧНОСТІ СТОСОВНО АСПЕКТІВ ОБЛІКУ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ, УТРИМУВАНИХ ДЛЯ ПРОДАЖУ, В УМОВАХ НАЦІОНАЛЬНОЇ ОБЛІКОВОЇ ПРАКТИКИ.....80**

#### Економічний аналіз. Економіко-математичне моделювання

**Ротанов Геннадій Миколайович МОДЕЛЮВАННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ.....86**

#### Банківська справа. Фінанси, грошовий обіг та кредит

**Анцупова Олена Юрійівна ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОТЕЧНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ.....88**

<i>Задорожний Артем Олександрович</i> ЗОВНІШНЯ ЗАБОРГОВАНІСТЬ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФІНАНСОВУ БЕЗПЕКУ УКРАЇНИ.....	91
<i>Козуб Наталя Олександрівна</i> ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ РЕФЛЕКСИВНОСТІ В ІНВЕСТУВАННІ.....	93
<i>Курило Євген Юрійович</i> ОЦІНКА ПРИВАБЛИВОСТІ СИСТЕМИ ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГУ .....	95
<i>Макар Роман Вікторович</i> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ.....	97
<u>Податкова система. Бюджетна система.</u> <u>Правові відносини в економічній системі</u>	
<i>Голошук Ірина Олексіївна, Голишевська Лариса Віталіївна</i> ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА В УКРАЇНІ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЇЇ РЕГУЛЮВАННЯ.....	99
<i>Дерваль Юлія Миколаївна</i> ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ПЛАНУВАННЯ ВИДАТКІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ.....	100
<i>Завгородня Людмила Анатоліївна</i> ПОДАТКОВИЙ КОНТРОЛЬ В УКРАЇНІ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ.....	103
<i>Колісник Марія Ігорівна</i> ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РЕФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ.....	105
<i>Пльонсак Тетяна Леонідівна, Голишевська Лариса Віталіївна</i> ШЛЯХИ ТА ПРОБЛЕМИ ПОДАТКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ ТА ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	108
<i>Пророчук Ольга Леонідівна, Голишевська Лариса Віталіївна</i> СУТЬ АКЦИЗНОГО ПОДАТКУ ТА ЙОГО ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	109
<i>Сулова Ірина Юрійівна</i> ЗАСТОСУВАННЯ АКЦИЗУ В УКРАЇНІ.....	111
<i>Федорова Катерина Вікторівна</i> УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНУ.....	113
<i>Ціпотан Вікторія Сергіївна</i> ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ УКРАЇНИ.....	115

## Інвестиційно-інноваційні процеси в економіці

***Беляєва Анастасія Володимирівна* ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ В БУДІВЕЛЬНУ ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ.....118**

***Корсак Віктор Іванович* АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ ФАКТОРІВ, ЯКІ ЗДІЙСНЮЮТЬ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РОЗДРІБНИХ ТОРГІВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ.....121**

***Мартиняк Ольга Ігорівна* РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ НА ОСНОВІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ КЛАСТЕРНИХ СТРУКТУР.....125**

***Пелінас Аліна Вячеславівна* ВТІЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....128**

## Світова економіка та міжнародні відносини

***Дашкучев Магомед Ахмедович* ЛОГІСТИКА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМИ.....133**

***Реджей Аль Хадж Мустафа* СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ МИГРАЦИИ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ.....138**

***Серьожкін Антон Сергійович* МІГРАЦІЯ: ЧИ ПЕРЕТНУЛА УКРАЇНА КРИТИЧНУ МЕЖУ?.....140**

## ОСОБЛИВОСТІ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ

*Бакай Інна Вікторівна*

аспірант Подільського державного аграрно-технічного університету

Стан і тенденції розвитку пенсійної системи України тісно пов'язані з усіма суспільними процесами, що відбуваються в країні: соціальними, економічними, політичними та демографічними. Саме тому питання пенсійного забезпечення громадян належать до найскладніших і потребують невідкладного вирішення.

Пенсійна система України – це сукупність створена в державі правових, економічних, організаційних інститутів і норм, метою яких є надання громадянам матеріального забезпечення у вигляді пенсії, тобто грошової допомоги, яку щомісяця отримують особи, які досягли пенсійного віку, мають інвалідність або втратили годувальника.

Система пенсійного забезпечення в Україні складається з трьох рівнів: І рівень – солідарна система загальнообов'язкового державного пенсійного страхування; II рівень – накопичувальна система загальнообов'язкового державного пенсійного страхування; III рівень – система недержавного пенсійного забезпечення.

На сьогоднішній день в Україні діє лише I рівень пенсійної системи, тобто солідарна система. Пенсійне забезпечення в Україні є державною системою, яка є основною складовою системи соціального захисту населення.

Нині діюча в державі пенсійна система не виконує своїх основних завдань, оскільки пенсійні витрати щороку зростають. Так, у 2012 році пенсійні виплати становили 19,897 млрд. грн., що є найвищим показником серед країн Європи.

Основними проблемами у системі пенсійного страхування є: нестабільність у сфері пенсійного забезпечення; пенсійне навантаження на роботодавців; дефіцит Пенсійного Фонду України; низький рівень життєдіяльності пенсіонерів.

Зважаючи на усі ці проблеми в Україні потрібно: збільшити кількість платників податків; зменшити рівень безробіття; обов'язково ввести накопичувальну систему. Загальнообов'язкова накопичувальна система охоплює всі верстви населення, тобто обов'язок сплачувати страхові внески і відрізняє її від недержавного пенсійного забезпечення [1, с. 232].



Отже, запровадження другого рівня пенсійного страхування дозволить: збільшити загальний розмір пенсійних виплат завдяки отриманню інвестиційного доходу; посилити залежність розміру пенсії від трудового вкладу особи, а отже, посилити зацікавленість громадян та їх роботодавців у сплаті пенсійних внесків [2].

Дослідивши стан пенсійного страхування в Україні можна зробити висновок, що наявна система пенсійного страхування не виконує належним чином свого головного завдання.

Тому, на мою думку для того щоб покращити ситуацію в нашій державі, потрібно перш за все вдосконалити солідарну систему, запровадити накопичувальну систему, внески, якої сплачуватимуться до Накопичувального фонду, вкладатимуться в різноманітні інвестиційні проекти, що сприятиме піднесенню економіки, а також вдосконалити подальший розвиток системи недержавного пенсійного забезпечення.

### **Список використаних джерел:**

1. Мельников С.А. Розвиток системи пенсійного страхування України // Актуальні проблеми економіки – 2008. - №5. – С. 231 – 237.
2. Чеберяко О.В., Капушак Т.С. Запровадження накопичувальної системи загальнообов'язкового державного страхування // Економічний вісник Донбасу. – 2010. - № 2(20). – С. 135 – 138.
3. Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування Закон України від 9 липня 2003 р. // Відомості Верховної Ради України – 2003. - № 49.

## **МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ**

***Винниченко Анна Євгенівна***

студентка Дніпропетровської державної фінансової академії

Жодна система управління не стане ефективно функціонувати, якщо не буде розроблена ефективна модель мотивації, тому що мотивація спонукає конкретного індивіда й колектив у цілому до досягнення особистих і колективних цілей[1]. Визначимо методи мотивації праці (рис. 1).

Основними завданнями мотивації можна вважати такі: формування в кожного співробітника розуміння сутності і значення мотивації в процесі праці; навчання персоналу і керівного складу психологічним основам внутрішньо фірмового спілкування; формування в кожного керівника демократичних підходів до керування персоналом із використанням сучасних методів мотивації[2, с. 306].

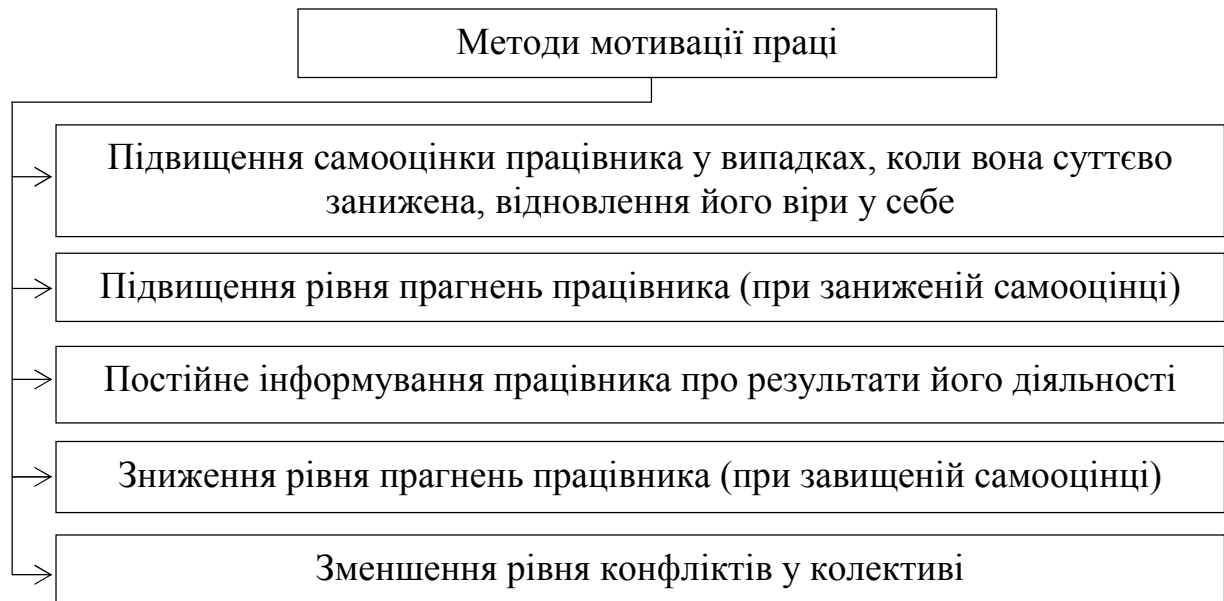


Рис 1. Методи мотивації праці. Складено на основі [1]

Існують такі методи мотивації результативності діяльності:

1. Економічні прямі: відрядна оплата; почасова оплата; премії за раціоналізацію; участь у прибутках; оплата навчання; виплати за максимальне використання робочого часу (немає невиходів на роботу).

2. Економічні непрямі: пільгове харчування; доплати за стаж; пільгове користування житлом, транспортом та ін.

3. Негрошові: збагачення праці; гнучкі робочі графіки; програми підвищення якості праці; просування по службі; участь у прийнятті рішень [3].

В останній час поряд з такими поширеними стандартними методами мотивації, як заробітна плата, премії, подяки постають інноваційні, так би мовити, нестандартні методи мотивації. До нестандартних видів мотивації праці можна віднести такі як: позитивний психологічний клімат в компанії; сприятливі фізичні умови роботи (напр. чистота в офісі, комфортне робоче місце, сучасна техніка тощо); зручне розташування офісу; оплачувані обіди; більш короткий робочий день; надання можливості навчатися і підвищувати свою кваліфікацію, внутрішньо корпоративні тренінги; можливість кар'єрного росту в компанії; наявність кар'єрного плану для співробітників; вітання від компанії: офіційні свята, дні народження і т.п.; регулярне проведення конкурсів найкращого працівника у своїй галузі тощо [2, с. 306].

Отже, без вірної мотивації праці жодне підприємство не зможе функціонувати повноцінно та мати перспективи у майбутньому. В наш час існує дуже багато різних стандартних методів мотивації праці, але поряд з ними широкого поширення набувають, також, нестандартні методи мотивації.

### **Список використаних джерел:**

1. Лепьохіна І.О. Методи мотивації в управлінні підприємством / Часопис економічних реформ. – 2011. – №4. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Cher/2011\\_4/Lepetchina.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/Cher/2011_4/Lepetchina.pdf)
2. Докторук Є.В. Застосування нестандартних методів мотивації / Інноваційна економіка. – 2012. – №7. – С. 306-308.
3. Закаблук Г.О. Тарифна система, моделі та методи мотивації праці. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Dtr\\_ep/2012\\_3/files/EC312\\_32.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/Dtr_ep/2012_3/files/EC312_32.pdf)

## **РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

### ***Голишевська Лариса Віталіївна***

асистент кафедри обліку та аналізу, Вінницький національний аграрний університет, ННІ Аграрної економіки

### ***Вольський Ігор Сергійович***

студент факультету менеджменту, Вінницький національний аграрний університет, ННІ Менеджменту, адміністрування та права

Сучасна теорія державного регулювання розвитку сільськогосподарських підприємств активно досліджується у наукових працях таких вчених, як В. М. Геєць, Б.М. Данилишин, О.М. Онищенко, А.П. Макаренко, П.Т. Саблук, В.В. Юрчишин, М.Д. Янків та інших.

Державна аграрна політика – це комплекс заходів, які в законодавчому порядку повинні регулювати та визначати політику кожного сільськогосподарського підприємства. Їх розвиток залежить від ефективно побудованої аграрної політики держави.

У європейських державах 90% цін на сільськогосподарську продукцію підпадають під державне регулювання субсидуванням аграрників через встановлення досить високих цін на засоби виробництва. Так, наприклад, у КНР щороку пільгове кредитування відбувається на рівні 3%, а у США дотації аграрної галузі становлять 100 млрд. дол. У країнах ЄС підтримка аграрників здійснюється видачею дешевших кредитів, встановленням фіксованих цін та проведенням безпосередніх виплат [2].

В Україні державне регулювання агропромислового комплексу здійснюється за такими напрямками: застосування спеціальних механізмів пільгового оподаткування; проведення фінансування сільськогосподарських підприємств за рахунок бюджетів різних рівнів;

пільгове кредитування; лізинг; спрощення системи ціноутворення; антимонопольна політика; розвиток спеціальних цільових програм.

На сучасному етапі розвитку ринкового виробництва державне регулювання діяльності сільськогосподарських підприємств потребує нового механізму планування роботи системи управління на всіх рівнях. Діяльність органів виконавчої влади потрібно спрямовувати на планування, розробку пріоритетних напрямів розвитку галузі та обґрунтування необхідності у фінансових коштах. Пріоритетними напрямками державного регулювання діяльності сільськогосподарських підприємств є пряма державна підтримка; законодавче регулювання; удосконалення системи матеріально-технічного забезпечення; фінансування регіональних програм розвитку соціальної сфери села. Державне регулювання діяльності сільськогосподарських підприємств необхідно удосконалювати.

Так лише розвиток регіональних цільових програм стимулює ефективність виробництва сільськогосподарської продукції, підвищення рівня доходів працівників, які задіяні у сільському господарстві, захист вітчизняного сільськогосподарського товаровиробника від недобросовісної конкуренції, покращання продовольчого забезпечення як регіону, так і країни загалом.

#### **Список використаних джерел:**

1. Шпак Ю. В., Державне регулювання аграрної політики України / Ю. В. Шпак // Економіка та держава. – 2009. – № 11. – С. 212-214.
2. Шкуратова І. І., Економічна сутність механізму державного регулювання АПК України / І. І. Шкуратова // Економіка та держава. – 2009. – № 11. – С. 215-217.
3. Супіханов Б. К., Розвиток державної аграрної політики у підвищенні ефективності сільськогосподарського підприємства / Б. К. Супіханов // Економіка АПК. – 2007. – № 8. – С. 3-36.

## **СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

*Домінська Ольга Ярославівна*

здобувач Львівського Національного Аграрного Університету

Сільське господарство та розвиток села є інтегральними важливими компонентами сталого розвитку. Стале сільське господарство включає в собі основні три складові – економічну, соціальну та екологічну. Ми не можемо розглядати сільські господарства як поодинокі системи, діяльність

котрих націлена на збільшення виробітку сільськогосподарської продукції, а також збереження природної ресурсної бази. На практиці концепції сталий розвиток, стале сільське господарство та забезпечення продовольством пересікаються. Забезпечення продовольством та сталий розвиток у сільському господарстві мають спільні цілі.

Погоджуючись з українськими дослідниками, що аграрна сфера має розвиватися інноваційним шляхом, хоча територіальний чинник істотно ускладнює формування інноваційної моделі розвитку агровиробництва та аграрного ринку України. Над аналогічною проблематикою працювали такі вітчизняні дослідники як: О.В. Березін, В.Я. Месель-Веселяк, П.Т. Саблук, А.Д. Шеремета, В.В. Юрчишин та багато інших.

Україна за природно-ресурсним та аграрним потенціалом посідає провідне місце у світі. На жаль, цей потенціал використовується неефективно, а агропромисловий комплекс України за рівнем розвитку відстає від передових країн світу. Основні проблеми полягають у:

- низькій конкурентоспроможності продукції та її невідповідності санітарним стандартам якості й безпеки;
- низькому рівні інвестицій і зростанні залежності від державного рівня розвитку (від 3,3 млрд их. у 2004 р. до 11,2 млрд их. у 2008 р.);
- низькій економічній ефективності сільськогосподарського виробництва порівняно з іншими країнами, використанні застарілих технологій;
- домінуванні в структурі експорту продукції з низьким рівнем перероблення;
- зниженні родючості ґрунтів і зростанні їх ерозії.

Основною причиною відставання галузі є низька інвестиційна привабливість аграрного сектору. Серед основних причин дослідники відзначають: непередбачуваність адміністративного регулювання цін і обмежень експорту; неефективні механізми державної підтримки сільгоспвиробництва, що охоплюють захист внутрішнього ринку від імпорту низькоякісної продукції, систему стандартизації, а також санітарних заходів, систему субсидування та інших фінансових інструментів підтримки; відсутність ринку землі сільськогосподарського призначення [3].

Сучасний стан регіонального розвитку потребує удосконалення всіх складових частин господарського механізму, що містить такі елементи, як інноваційне оновлення, інформаційне забезпечення, виважену інвестиційну політику, екологічну рівновагу та оптимізацію демографічної ситуації [1, с.28].

Оскільки с/г виробництво має переважно сезонний характер, то нормальне функціонування галузі вимагає раціонального й

обґрунтованого співвідношення між власними та залученими коштами. Тому зростає необхідність пошуку зовнішніх джерел, найбільш розповсюдженим серед яких є кредити. Банківські позики допомагають розвиватися промисловості, малому підприємництву та сільському господарству але для забезпечення сталого розвитку потрібні передусім середньо та довгострокові кредити. Короткострокове кредитування розв'язує проблему отримання відповідних ресурсів для проведення польових робіт, а довгострокове кредитування є передумовою розширення та оновлення виробничих фондів. Характерною ознакою сучасного стану кредитування с/г підприємств України є домінування короткострокових кредитів. За даними Міжнародної фінансової корпорації 77% сільськогосподарських товаровиробників використовують кредити для закупівлі паливно-мастильних матеріалів, 48% - на закупівлю засобів захисту рослин 36% - на придбання посівного матеріалу. Тільки 13% підприємств використовують кредити на технологічне оновлення виробництва а 6% - на його розширення [2].

До числа країн з найвищою питомою вагою позичкових коштів у аграрному капіталі належить Англія і Німеччина — близько 50%, Франція — понад 40%, Італія і Бельгія — більш як 30%. У країнах ЄС 40% господарств перебуває в повній залежності від залучення позичкових коштів і лише 25% фермерських господарств не використовують банківські кредити

Важливо розвивати інноваційні технології. Інноваційними у сфері сільського господарства вважаються технології отримання біопалива, що ґрунтуються на переробленні сировини, яка не створює конкуренції продовольчій. Як сировину можна використовувати відходи сільськогосподарського виробництва і побічну продукцію продовольчих виробництв. За рахунок перероблення біомаси, яка зараз є найвагомим джерелом альтернативної енергії, Україна, за висновками експертів, може на 30-40 % скоротити споживання природного газу. Так, у Данії біомаса на 52 % замінює вугілля і мазут, у Швеції 50 % енергосистеми працює на торфі і біомасі [4].

#### **Список використаних джерел:**

1. Березін О.В. Ефективне функціонування сільського господарського виробництва /О.В. Березін // Економіка АПК. – 2010. – № 2. – С. 26-31
2. [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) – Офіційний сайт Державного комітету статистики України
3. З Програми Економічних Реформ на 2010-2014 рр. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.agroconf.org/content/z-programi-ekonomichnih-reform-na-2010-2014-rr-pro-rozvitok-silskogo-gospodarstva>.

4. Украина ищет альтернативу газу. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.openbiz.com.ua>.

## **ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ КРИЗОЛОГІЇ, ІДЕНТИФІКАЦІЯ КРИЗ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

***Йовенко Наталія Василівна***

студентка Київського національного торгово-економічного університету

Доповідь присвячено проблемі окреслення теоретичних аспектів кризології. Актуальність цієї роботи пов'язана з необхідністю теоретичного осмислення і дослідження кризи як економічної категорії та системно-управлінського підходу в кризології.

В останні десятиріччя загострення політичної та макроекономічної нестабільності, навіть у розвинених країнах з традиційно стабільною економікою, значно ускладнили умови функціонування всіх суб'єктів господарювання та зумовили наростання невизначеності зовнішнього середовища. Так як кризологія знаходиться в стадії формування необхідно окреслити контури глобальної кризології, введення в кризологію передбачає виявлення обсягу знань, накопиченого глобальним експертним співтовариством у даній сфері. [1]

Питанням дослідження науки кризології займалися ряд зарубіжних та вітчизняних вчених – Г. Хаберлер, М. Кондратьєв, Дж. Сорос, Х. Макрей, М.Хазін, В. Глущенко та інші. На даний період наука про кризи (кризологія) знаходиться в стадії розробки і становлення, розробляються понятійний апарат і положення науки про механізм криз і антикризовому управлінні – кризології.

Кризологія – це наука, що має комплексний характер та спрямована на дослідження виникнення та розвитку кризових явищ на різних рівнях, в т.ч. підприємстві. Ця наука є унікальною, тому що поєднує в собі такі науки як економіка, психологія, управління підприємством тощо, без вивчення яких ми не зможемо досягнути бажаного результату. Для уникнення або виходу із кризового становища, дослідниками розроблена науково-методична база, яка охоплює інструментарій раннього попередження кризових явищ, діагностування їх наявності та обґрунтування переліку антикризових заходів.

Незважаючи на численні публікації та значні досягнення у теорії і практиці кризологія як наука знаходиться ще на стадії формування, необхідним є виділення об'єкта, предмета, призначення, функцій кризології, поняття кризи. Існує низка невирішених питань, які й досі

залишаються об'єктом активних дискусій серед зарубіжних так і вітчизняних вчених.

Зокрема, процеси діяльності підприємств в умовах кризи розглянуто в працях таких авторів як О.В. Василенко, А.Д. Чернявський, Л.О. Лігоненко, А.Г. Грязнова, Р.А. Попов, В.Г. Кошкін, З.Є. Шершньова, Е.А. Татарніков та інші. В сучасній літературі відсутнє універсальне визначення категорії «криза». Воно є доволі складним явищем і включає в себе багато різноманітних аспектів.

Сутнісні характеристики кризи, які вперше було запропоновано Л.О.Лігоненко та зараз повторюється багатьма авторами:

1. може виникати на різних стадіях життєвого циклу підприємства;
2. має циклічний характер;
3. на процес виникнення кризи впливають як внутрішні, так і зовнішні фактори;
4. закономірність виникнення на різних етапах життєвого циклу підприємства;
5. проявляє себе протягом певного періоду. [2]

Сьогодні для України проблема збитковості та банкрутства залишається надзвичайно актуальною, адже в умовах кризового стану економіки загалом, більшість підприємств працює збитково, а також є велика частка тих, що знаходяться на межі банкрутства або на стадії порушення кредитором справ про банкрутство боржників у суді.[3]

Дискусійним є неминучість кризи в процесі розвитку підприємства. Адже виходячи з сутності циклу, жодне підприємство не може розпочати підйом, не пройшовши кризи. Проблема – чи є криза неминучою в розвитку підприємства пов'язана з дилемою конструктивного-деструктивного характеру в природі кризи на підприємстві. Варто відзначити посилення акценту на конструктивних складових кризи в сучасній зарубіжній економічній науці. [4]

Змістовне тлумачення поняття «діагностика кризових явищ» потребує подальшого розвитку; переважна більшість авторів прирівнює його до аналізу, що є не коректним. Діагностика є передумовою якісного антикризового управління, передбачає ідентифікацію показників-індикаторів стану та життєздатності підприємства; виявлення симптомів та факторів, що можуть вплинути чи вплинули на появу кризи; визначення стадії кризи; виявлення сильних та слабких сторін підприємства, можливостей та загроз які можуть виникнути.

Визначено перелік об'єктів спостереження, моніторинг який дозволить ідентифікувати виникнення певного типу криз.

Розроблено систему оцінювання стану підприємства на основі експертно-бальної оцінки його потенціалу. Запропоновано оціночну



систему, яка включає фінансові та не фінансові показники, в розрізі складових (підсистем) - операційного менеджменту, фінансового управління, маркетингу та управління персоналом.

### **Список використаних джерел:**

1. Глущенко В.В. Введение в кризисологию. Финансовая кризисология. Антикризисное управление. - г. Москва: ИП Глущенко В.В., 2008. – 88 с. ISBN 978-5-9901406-2-2
2. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: Підручник .- К: Київ.нац.торг.-екон. Ун-т, 2005-824с.
3. Деякі проблеми моделювання діагностики банкрутства підприємства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvnltu/15\\_2/291\\_Czernyszko\\_15\\_2.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/15_2/291_Czernyszko_15_2.pdf)
4. Причини виникнення кризових явищ на етапах життєвого циклу підприємства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/5\\_SWMN\\_2012/Economics/10\\_101763.doc.htm](http://www.rusnauka.com/5_SWMN_2012/Economics/10_101763.doc.htm)

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ЕКОНОМІЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ЕКОЛОГІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ**

***Лукаш Софія Валеріанівна***

кандидат економічних наук, доцент Львівської державної фінансової академії

***Боровик Оксана Несторівна***

асистент Національного університету «Львівська політехніка»

Сьогодні в ринкових умовах Україна повинна побудувати нову модель реалізації господарських відносин, відкинувши застарілі та неефективні принципи регулювання суспільно-економічними взаєминами. Модернізація вітчизняної економічної системи має бути направлена на екологічну сферу. Роль фінансово-економічних підойм є найбільш значимою у процесі формування та реалізації національної екологічної політики.

Екологічно спрямовану політику національного господарського середовища необхідно проводити в напрямку глобалізації світогосподарських процесів в межах міжнародної природоохоронної співпраці. Світовий досвід вказує на те, що сьогодні у межах

впровадження державної стратегії екологізації господарського середовища можуть застосовуватися найрізноманітніші підходи.

Початковим елементом державного регламентування процесів екологізації господарських відносин являється чітко сформована фіскальна модель державного природоохоронного менеджменту, що в сукупності з фінансово-економічними важелями та інструментами виступає цілісною системою екологічного оподаткування.

У національній системі екологічних важелів та інструментів основними виступають фіскальні екологічні платежі такі як: екологічний податок, штрафи за адміністративні правопорушення в галузі охорони природи та штрафні компенсаційні платежі за позовами про заподіяння збитків довкіллю. Зазначені екологічні платежі направлені на підвищення рівня бюджетних доходів, проте, основним напрямком мала б бути мінімізація екологічно деструктивного господарювання. Це свідчить про недовіру таких платежів на рівні екологічної політики.

У 2011 році підприємствам, організаціям, установам за забруднення навколишнього природного середовища і порушення природоохоронного законодавства пред'явлено екологічних платежів на загальну суму 2122,8 млн.грн., з них екологічний податок за викиди в атмосферне повітря від стаціонарних та пересувних джерел становив 67,7%, за розміщення відходів – 23,2%, за скиди забруднювальних речовин у водойми – 2,8% та 6,3% – штрафні санкції за порушення природоохоронного законодавства.

Характеристикою процесів функціонування екологічного податку за забруднення навколишнього природного середовища є рівень його фактичної сплати. Тому що, фактично сплачений екологічний податок у порівнянні з пред'явленим відображає не лише ступінь податкової дисципліни, але й віддзеркалює екологічну відповідальність суб'єктів господарювання.

Ще одним фіскальним інструментом, в основі якого закладено обмеження екологічно небезпечної господарської діяльності є штрафи за адміністративні правопорушення в галузі охорони природи. Проте, їх важко назвати ефективними засобами впливу на господарюючих суб'єктів з метою підвищення ступеня їхньої екологічної свідомості, адже штрафні санкції здебільшого розглядаються як формальний платіж, який потрібно сплатити аби надалі продовжувати ті чи інші господарські процеси. Вони не виконують жодної стимулюючої функції, а навпаки, суб'єктам підприємництва здебільшого більш вигідно заплатити штраф за порушення природоохоронних вимог і стандартів, а ніж вдатися до введення певних природозахисних технологій або ж відповідним чином модернізувати виробничо-господарський процес.

В Україні здебільшого домінують традиційні підходи до мінімізації екологічно деструктивного господарювання, які характеризуються посереднім ступенем ефективності. Виникає необхідність трансформації діючого в Україні економічного інструментарію природоохоронного спрямування та налагодження тісного взаємозв'язку між господарським середовищем, екологічними вимогами суспільного розвитку та дієвою системою державного економічного забезпечення організації господарських відносин екологічного спрямування.

### **Список використаних джерел:**

1. Боровик О. Н. Економічні інструменти екологізації господарських процесів із врахуванням оцінки їхньої ефективності / О.Н. Боровик // Економічні науки (Серія «Економічна теорія та економічна історія») : збірник наукових праць Луцького національного технічного університету. – Випуск 9 (36). – Луцьк : Навчально-науковий відділ ЛНТУ. – 2012. – С. 20 – 29.
2. Быстряков И. К. Эколого-экономические проблемы развития производительных сил (теоретические и методические аспекты) / И. К. Быстряков : под ред. чл.-кор. НАН Украины С. И. Дорогунцова. – К. : Междунар. фин. агентство, 1997. – 380 с.
3. Гринів Л. С. Концептуальні засади просторової парадигми екологічно збалансованої економіки / Л. С. Гринів // Регіональна економіка. – 2001. – № 4. – С. 54-63.
4. Довкілля України : стат. зб. за 2011 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.

## **СТРАТЕГІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

*Маршалок Ольга Степанівна*

студентка Прикарпатського інституту МАУП ім. М. Грушевського

Розробка прогнозів і програм становить особливий механізм державного регулювання. Об'єктами програм та прогнозів є як країна в цілому, так і окремі галузі економіки і соціальної сфери, регіони, а також певні напрями діяльності (залучення в економіку іноземних інвестицій, приватизація, зайнятість тощо).

Розробка прогнозів та програм соціально-економічного розвитку здійснюється і в країнах з розвиненою ринковою економікою. Проте в

період переходу до ринку значимість цього методу регулювання економіки особлива, оскільки саме при розробці прогнозів і програм визначаються стратегічні і тактичні цілі та завдання розвитку, етапи і заходи для їх досягнення, необхідні кошти для їх реалізації [2].

Стратегічні засади соціально-економічного розвитку країни були чітко окреслені у 2002 р. Посланням Президента України до Верховної Ради України. Стратегічна ціль соціально-економічних процесів на найближчі роки відповідно полягала у забезпеченні європейських інтеграційних процесів в Україні.

Стратегічними пріоритетами нового етапу розвитку України були визначені:

- створення реальних передумов для набуття Україною повноправного членства в Європейському Союзі;
- забезпечення сталого економічного зростання;
- утвердження України як високотехнологічної держави;
- соціальна переорієнтація економічної політики [3].

Для реалізації стратегічних цілей та пріоритетів необхідні серйозні інституційні перетворення та дієві стратегічні кроки в сфері макроекономічної політики, розвитку внутрішнього ринку та реального сектора економіки, інвестиційної та структурно-інноваційної діяльності, доходів і соціальної політики, зовнішньоекономічних процесів, регіональної політики, економічної та екологічної безпеки.

Слід зазначити, що задекларовані Президентом України завдання не є простими. Для їх вирішення потрібно, щоб діяльність уряду, парламенту, Національного банку України була одно векторною і неавтономною. Окрім того, для досягнення поставленої стратегічної цілі необхідно, щоб у країні були створені реальні передумови.

Аналіз соціально-економічного розвитку, з'ясування реальних передумов дає підстави для таких узагальнюючих висновків щодо міжнародної інтеграційної стратегії:

1. Україна за досягнутим рівнем економічного розвитку не може бути активним учасником міжнародних інтеграційних процесів у найрозвинутіших геоekonomічних сегментах – Європейському Союзі.

2. Неготовність до широкомасштабної міжнародної інтеграції не означає відмови від курсу на інтеграцію з Заходом, а передбачає збереження ефективних зв'язків в усіх напрямках.

3. Україна може прискорити створення передумов для ефективної міжнародної інтеграції економіки шляхом концентрації ресурсів на пріоритетних напрямках розвитку світової економіки, формування механізмів випереджального розвитку в сфері науково-технічної, інноваційної, інформаційної, освітньої діяльності.

4. Слід здійснити переорієнтацію державного управління з монетарно-стабілізаційного на інституційний розвиток, на створення державних і ринкових інститутів з генерування та розповсюдження інновацій, розвиток людського капіталу, рівноправних умов для конкуренції у відкритому конкурентному середовищі.

5. Нестача ресурсів для різкого економічного розвитку унеможлиблює конкурентоспроможність вітчизняної економіки. Тому потрібно зосередити зусилля на пріоритетних напрямках, галузях, для успішного функціонування яких в країні створені найкращі умови – аерокосмічній, електронній, електротехнічній, фармацевтичній, виробництві нових матеріалів тощо, і які вже сьогодні демонструють високий технологічний рівень та здатність до міжнародної конкуренції.

6. Ефективна міжнародна інтеграція можлива за умови гармонізації українського законодавства з правовою системою ЄС та нормами економічного регулювання і соціального розвитку суспільства. Це достатньо складні завдання, вирішення яких може здійснюватися поступовою, еволюційною адаптацією вітчизняного законодавства, норм і стандартів до системи міжнародних норм і правил [1].

Світ навколо України стрімко і суттєво змінюється. В умовах глобальних трансформацій відбуваються масштабні зсуви у сучасних міжнародних відносинах. Колишні орієнтири міжнародної політики змінюються під впливом потужних і водночас дедалі менш передбачуваних факторів. Такою ж динамічною як сучасний світ, спрямованою у майбутнє, а не в минуле, повинна стати і стратегія економічного та соціального розвитку України, яка, у свою чергу, потребує постійного перегляду.

#### **Список використаних джерел:**

1. Державне регулювання економіки: Навчальний посібник / Швайка Л. А. – К.: Знання, 2006. – 435 с.
2. Старостенко Г. Г. Національна економіка: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Г. Г. Старостенко; Мін. освіти і науки України, Національний ун-т податкової служби України. – К.: Ліра-К, 2011. – 429 с.
3. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004 – 2015 роки) «Шляхом європейської інтеграції» / Авт. кол.: А. С. Гальчинський, В. М. Геєць та ін.; Наук. ін-т стратег. дослідж.; Ін-т економіки та прогнозування НАН України, М-во економіки та з питань європ. інтегр. України. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. – 416 с.

## ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ І КЛАСИФІКАЦІЇ ПОДАТКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

*Мельничук Ганна Сергіївна*

кандидат економічних наук, Національний університет ДПС України

Податковий потенціал є невід'ємним елементом економічного потенціалу підприємства та характеризує можливості, ресурси останнього виконувати покладені на нього податкові обов'язки. Не зважаючи на те, що вітчизняна економічна наука досить ґрунтовно висвітлює різноманітні проблеми, пов'язані зі сплатою податків підприємством, проте питання, пов'язані з визначенням сутності поняття «податковий потенціал підприємства» та класифікації його видових проявів залишається не достатньо висвітленим, а тому потребує поглибленого дослідження. Більшою мірою у наукових працях розкрито сутність категорії «податковий потенціал регіону» та проблеми, пов'язані з його формуванням і нарощуванням. Над дослідженням даної проблематики працювали такі науковці як, О. І. Демкова, В. Ігнатенко, С. В. Каламбет, Я. Я. Калустян, Н. В. Кашина, А. Л. Коломієць, Л. М. Левченко, А. Д. Мельник, А. С. Окунь, Н. Є. Опихан, В. М. Панасенко, Н. С. Педченко та ін.

Вважаємо, що дослідження податкового потенціалу підприємства є важливим з тих міркувань, що податковий потенціал визначає майбутні податкові платежі підприємства, сплата яких спричиняє зниження чистого прибутку підприємства та впливає на його фінансове становище. Тому керівництво підприємства економічно не зацікавлене у його нарощуванні. Однак, для того, щоб здійснювати заходи, спрямовані на мінімізацію обсягу податків і зборів, які підприємство повинно сплачувати до бюджету, насамперед необхідно достовірно визначити сукупний податковий потенціал підприємства та його окремі складові.

Беручи за основу трактування сутності категорії «податковий потенціал регіону» вітчизняними та зарубіжними науковцями [1, с. 189; 2, с. 229], поняття «податковий потенціал підприємства» можна визначити як:

– частину ресурсів (фінансових, матеріальних, трудових, інформаційних) і фінансових результатів діяльності, які відповідно до чинного податкового законодавства являють собою потенційно можливу суму баз оподаткування, що є основою для нарахування всієї сукупності податків і зборів підприємства;

– фактичний обсяг податкових платежів підприємства до бюджету при використанні наявних ресурсів в умовах чинного податкового законодавства;

– максимально можливу суму податків і зборів, що може бути сплачена підприємством до бюджету, розраховану за нормами чинного законодавства, за умов оптимального використання всіх наявних ресурсів і розширеного відтворення економічного потенціалу підприємства.

За ступенем реалізації податковий потенціал підприємства можна поділити на три види: фактично реалізований, прихований та перспективний. Фактично реалізований податковий потенціал підприємства являє собою прогнозований максимальний обсяг податків, які сплачуватиме підприємство до бюджету, виходячи із фактично наявної бази та об'єктів оподаткування.

Прихований податковий потенціал підприємства – це потенційні податкові ресурси підприємства, які не надходять до бюджету по наступним причинам:

– використання підприємством законних способів зменшення своїх податкових зобов'язань (податкових пільг, певного типу облікової політики, розробки контрактних схем для оптимального податкового режиму тощо);

– переведення частини операцій та доходів підприємства у тіньовий сектор економіки;

– неправомірне використання податкових пільг;

– несвоєчасна або неповна сплата податків.

В свою чергу, перспективний податковий потенціал підприємства являє собою потенційні податкові платежі підприємства, що можуть збільшувати його фактичний потенціал і формуватися за рахунок:

– погашення боргових зобов'язань підприємства (якщо такі існують);

– трансформації прихованого потенціалу у явний;

– розширення бази оподаткування підприємства внаслідок розгортання його діяльності та (або) підвищення її ефективності; зміни податкового законодавства в частині введення нових податків на об'єкти, наявні на підприємстві, включення до переліку нових об'єктів оподаткування;

– підвищення ставок податків на об'єкти, наявні на підприємстві тощо.

Якщо структурно аналізувати податковий потенціал підприємства, то у його складі варто виділити потенціал прямих, непрямих, майнових та інших груп податків. Окрім того, доцільно проводити аналіз потенціалу кожного окремого податку з урахуванням їх взаємного впливу та

особливостей стягнення для підприємства. Пов'язано це з тим, що різні податки і збори мають загальні елементи об'єктів і баз оподаткування. Зокрема, один об'єкт оподаткування може утворювати кілька баз для різних податків, конкретна характеристика певного об'єкта може бути базою оподаткування для різних податків [7]. Окрім того, самі податкові платежі можуть включатися до об'єкта оподаткування з інших податків і зборів.

За ознакою джерела формування податковий потенціал підприємства можна поділити на ресурсну та результатну складову. Ресурсна складова охоплює ту частину податкового потенціалу, яка формується за рахунок ресурсів підприємства, що є основою баз оподаткування, а результатна – за рахунок результатів діяльності (дохід (прибуток) або його частина, обороти з реалізації товарів, операції з постачання товарів), що підлягають оподаткуванню.

Вважаємо, що достовірна оцінка сукупного податкового потенціалу підприємства та його окремих видів має стати основою податкового планування на підприємстві. В кінцевому результаті це дозволить визначити таку максимально можливу сума податків і зборів, сплата якої підприємством до бюджету не здійснюватиме негативного впливу на діяльність підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Податкова політика України: стан, проблеми та перспективи: Монографія/ П. В. Мельник, Л. Л. Тарангул, З. С. Варналій та ін.; За ред. З. С. Варналій. – Київ: Знання, 2008. – 675 с.
2. Педченко Н. С. Податковий потенціал як основна складова бюджетних можливостей регіону (на прикладі Полтавської області) / Н. С. Педченко, В. Ю. Ігнатенко // Сталий розвиток економіки. – С. 298–303. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [dspace.uccu.org.ua/bitstream/123456789/1009/1/](http://dspace.uccu.org.ua/bitstream/123456789/1009/1/)
3. Білюк А. В. Формування податкового механізму стимулювання інноваційної активності як елементу державної політики економічного зростання // Держава та регіони. – Серія: Державне управління. – 2010. – № 2. – С. 102–106.
4. Левченко Н. М. Дефініція поняття «податковий потенціал регіону» / Н. М. Левченко, В. М. Помулева, А. Г. Дорошенко // Сталий розвиток економіки. – 2012 (12). – № 2 – С 81–85.
6. Калустян Я. Я. Теоретичні підходи до визначення податкового потенціалу регіону / Я. Я. Калустян. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/EkBud/2011\\_3/st-05.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/EkBud/2011_3/st-05.pdf)



7. Податковий кодекс України. – К. : ДП «ІВЦ ДПА України», 2010. – 336 с.

## **ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В ГАЛУЗІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ (НА ПРИКЛАДІ ПАТ «РІВНЕНСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА»)**

*Мечкало Оксана Ярославівна*

студентка Національного університету водного господарства та природокористування  
м. Рівне

В умовах трансформаційних змін економіки України ключовим фактором завоювання та утримання позицій на ринку є конкурентоспроможність підприємства. Інструментом для вирішення стратегічних завдань підвищення конкурентоспроможності підприємницького потенціалу підприємства слугує економічна діагностика, яка набуває все більшого поширення в Україні та відіграє важливу роль у підвищенні ефективності використання активів підприємств.

Аналіз конкуренції в галузі проводиться в два етапи. На першому етапі дається загальна характеристика конкуренції, аналізується рівень конкуренції на ринку, розглядаються різні показники інтенсивності конкурентної боротьби. На другому етапі аналізується структура виробничо-збутових показників діяльності конкурентів. У підсумку проводиться зіставлення ключових факторів успіху підприємства, що є об'єктом дослідження, з ключовими факторами успіху його конкурентів. В результаті чітко окреслюється положення підприємства на ринку збуту та в галузі. Виявлені переваги та недоліки дають можливість сформулювати комплекс заходів щодо покращення діяльності підприємства на ринку [1, с.30].

Об'єктом дослідження обрано публічне акціонерне товариство «Рівненська кондитерська фабрика», засноване Установчим договором від 20 січня 1994 року і зареєстроване як юридична особа розпорядженням міського голови м. Рівне від 19 квітня 1994 року за № 472-Р. Місце знаходження товариства: Україна, м. Рівне вул. Хмільна, 30. Основними видами діяльності підприємства є: виробництво і реалізація кондитерських виробів та інших продуктів харчування; вирощування і придбання

сільськогосподарської продукції, її переробка та реалізація; створення мережі торгівельних точок і магазинів.

Кондитерська галузь – одна з найбільш розвинених галузей харчової промисловості України. Виробнича потужність галузі становить 1,5 млн т., що дозволяє повністю забезпечити потреби внутрішнього ринку та експортувати значні обсяги продукції закордон. Українські кондитерські підприємства споживають близько 600 тис. т цукру на рік. Кондитерська промисловість України представлена підприємствами, які входять до системи Державного департаменту продовольства України. При цьому майже чверть обсягів кондитерського виробництва зосереджена на 28 фабриках «Укркондитер», заводах продтоварів «Укрпродсоюзу», у цехах і на підприємствах громадського харчування системи «Укрхліб» [2].

В Україні працюють майже 800 компаній-виробників кондитерської продукції. При цьому 5 компаній-лідерів займають понад 60 % у структурі національного виробництва, що свідчить про високу концентрацію на цьому ринку. Між першими 12–15 найбільшими компаніями конкуренція зберігається на досить високому рівні – як за ціновими, так і за неціновими (якість, упаковка тощо) параметрами та ринкова частка становить від 4 до 26%, виробляють до 72% загального обсягу продукції. Найбільшими виробниками кондитерських виробів в Україні є компанії: Roshen, ЗАТ «АВК», ЛКФ «Світоч», ЗАТ «Крафт Фудз Україна», ЗАТ ВО «Київ-Конті» [3, с.74].

Для оцінки сили конкуренції на ринку певного продукту або в галузі застосовуються різні методики. Дані про основних виробників кондитерських виробів та обсяг виробництва продукції України у 2010 році наведено у таблиці 1 [3, с.70].

Таблиця 1

Основні виробники кондитерських виробів України у 2010 році

Назва компаній	Обсяг виробництва в 2010 році, тис. тонн	Частка підприємства ( $q_i$ )	$q_i^2$
Корпорація «Рошен»	279,9	0,3150	0,0992
Компанія «АВК»	128,9	0,1450	0,0210
ЗАТ ПО «Київ-Конті»	169,4	0,1906	0,0363
ЗАТ «Бісквіт-Шоколад»	64,2	0,0722	0,0052
АТВТ «Полтавакондитер»	30,9	0,0348	0,0012
ЗАТ «Житомирські ласощі»	56,6	0,0637	0,0041
ПАТ «Харківська бісквітна фабрика»	16,4	0,0185	0,0003

Продовження таблиці 1

ЗАТ «Львівська КФ «Світоч»»	17,5	0,0197	0,0004
ЗАТ «Одеса»	18,0	0,0203	0,0004
ЗАТ «Крафт Фудз Україна»	18,6	0,0209	0,0004
ВАТ «Шоколадна фабрика «Україна»»	14,7	0,0165	0,0003
ТзОВ «Світ Ласоців»	17,5	0,0197	0,0004
ПАТ «Рівненська кондитерська фабрика»	11,3	0,0127	0,0002
ТОВ «Ккондитерська фабрика «Лагода»»	9,4	0,0106	0,0001
Херсонська кондитерська фабрика	13,1	0,0147	0,0002
Інші виробники	22,3	0,0251	0,0006
Разом	888,7	1	0,1704

У вітчизняній і світовій практиці для оцінки рівня конкуренції в галузі застосовують метод розрахунку частки фіксованого числа підприємств на ринку (індекс концентрації - сума часток найбільших трьох підприємств в галузі):

$$CR = \sum_{i=1}^3 q_i, \quad (1.1)$$

де  $CR$  - індекс концентрації найбільших трьох підприємств в галузі, %;  
 $q_i$  - частка продажу  $i$ -го підприємства, %.

При цьому вважається, якщо сукупна ринкова частка 3-ьох підприємств  $CR < 45\%$  – ринок концентрований;  $45\% < CR < 70\%$  – ринок помірно концентрований;  $CR > 70\%$  – ринок висококонцентрований (монополізований) [1, с.17].

Розрахуємо індекс концентрації підприємств в кондитерській галузі:

$$CR = 0,3150 + 0,1906 + 0,1450 = 0,6506$$

Оскільки  $CR = 65,06\%$ , ринок кондитерських виробів помірно концентрований.

Отримані результати проведеного дослідження оцінки конкурентоспроможності ПАТ «Рівненська кондитерська фабрика» необхідно врахувати при розробці конкурентної стратегії підприємства.

До резервів підвищення рівня конкурентоздатності ПАТ «Рівненська кондитерська фабрика» слід віднести, по-перше, проведення реорганізації відділу маркетингу та збуту ПАТ «Рівненська кондитерська

фабрика». Проведення відділом маркетингу та збуту раціоналізації поточного асортименту продукції шляхом налагодження процесу випуску нової та елімінації застарілої продукції, яка не відповідає вимогам споживачів. Тобто, служба маркетингу повинна провести ретельний аналіз вимог та побажань споживачів з метою визначення тих видів продукції, які користуються попитом. Адже відсутність інформації про ринок призводить до не сфокусованого виробництва та неспроможності задовольнити попит на ринку. Єдиним шляхом для постійного задоволення попиту споживачів є створення внутрішньої системи планування та прогнозування.

По-друге, для успішної реалізації товару на ринку необхідне розумне поєднання усіх засобів впливу комплексу маркетингових комунікацій: реклама, зв'язки з громадкістю та стимулювання збуту. Завдяки продуманій і грамотній стратегії просування товару на ринок і завоювання великої прихильності споживачів, можливо досягти високих економічних результатів. По-третє, підтримка високого рівня платоспроможності та фінансової стійкості підприємства, що є основою успішної реалізації конкурентної стратегії, шляхом прискорення ліквідності всіх активів підприємства; залучення стратегічних інвесторів з метою збільшення обсягу власного капіталу та продаж (або здача в оренду) не використовуваних видів основних засобів.

Сучасні ринкові умови розвитку економіки України потребують, щоб при розробленні та подальшому впровадженні управлінських рішень враховувалося також конкурентне середовище, в якому перебуває підприємство. Конкурентне середовище характеризується комплексом взаємопов'язаних факторів, кожний з яких діє не ізольовано, а в тісному взаємозв'язку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Горбачук Ю. А., Кушнір Н. Б. Економічна діагностика: інтерактивний комплекс навчально-методичного забезпечення. – Рівне: НУВГП, 2007-с. 174.
2. Основні показники роботи кондитерської галузі за січень – жовтень 2012 року [Електронний ресурс]/Асоціація УКРКОНДТОР. Режим доступу: <http://ukrkondprom.com.ua/statistika>.
3. Лазебна І. Ринок кондитерських виробів України / І.Лазебна // Товари і ринки. - 2011.- №31.-с. 67-76.

## ОСНОВНІ ЗАСАДИ ДІАГНОСТИКИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

*Мягких Ірина Миколаївна*

кандидат економічних наук, доцент, докторант Національного авіаційного університету

м. Київ

Нові економічні умови становлення ринкового механізму в перехідний період дозволили отримати не лише позитивні результати, але і призвели до того, що більше половини всіх підприємств України внаслідок загальноекономічної кризи виявилися неспроможними в економічному відношенні та постали перед необхідністю примусової санації. Підставою для виникнення такої ситуації частіше за все стають прорахунки в стратегічних планах і в наборі тактичних заходів, які не повною мірою дозволяють підприємству знайти успішний вихід з кризової ситуації [6].

Актуальність проблеми антикризового управління призвела до появи наукових досліджень в цій галузі. На сучасному етапі як у вітчизняній, так і в зарубіжній теорії та практиці існують різні методи прогнозування неплатоспроможності та банкрутства, які є апогеєм розвитку кризи на підприємстві.

Діагностика кризи розвитку підприємства - система ретроспективного, оперативного і перспективного цільового аналізу, спрямованого на виявлення ознак кризового стану підприємства, оцінку загрози його банкрутства та (або) подолання кризи [2, с.55].

В світовому досвіді при обґрунтуванні необхідності розробки теоретико-методологічних та практичних засад антикризового управління на підприємстві виходять із твердження про кризу як нормальну стадію розвитку підприємства та одночасно відмічають її катастрофічне значення для кожної окремої фірми. Фахівці часто під антикризовим управлінням розуміють або управління в умовах кризи, або управління, спрямоване на вихід підприємства з кризового стану, у якому воно вже знаходиться. Ці напрямки найшли відображення у багатьох публікаціях вітчизняних та зарубіжних вчених: Е.І. Альтмана, Д.Дж. Майерса, Т.С. Петерса, Р.Дж. Капонінго, І. Ансоффа, Т. Таффлера, І. Адізеса, Ст. Фінка, Р. Зузака, М. Хаммера, Д. Чампі, Є.М. Андрущака, В.Г. Балашова, В.І. Гусева, Г.П. Іванова, Е.М.Короткова, О.О. Беляєва, Д.В. Валового, Н.І. Глазунової, А.Г. Грязьової, Р.Г. Афанасьєва, Т.С. Клебанової, О.М. Бондара, О.В. Мозенкова та ін.

Політика антикризового фінансового управління є частиною загальної фінансової стратегії підприємства, що полягає в розробці та використанні системи методів попередньої діагностики загрози банкрутства та механізмів фінансового оздоровлення підприємства, що забезпечують його захист від банкрутства [5].

Основними видами діагностики кризи розвитку підприємства є [2, с.57]:

- внутрішня, яка здійснюється з ініціативи керівництва підприємства та його власників. Метою її проведення є сканування внутрішнього та зовнішнього оточення підприємства, виявлення проблем розвитку, створення інформаційної бази для розробки антикризової програми;

- зовнішня, ініціатором проведення якої можуть бути як кредитори підприємства, так і потенційні санатори (інвестори), для яких проведення діагностики є необхідною складовою обґрунтування доцільності участі в санації підприємства.

Методи оцінки кризового стану підприємства включають [ 1, с.75]:

- методи прогнозування банкрутства;
- методи рейтингової оцінки;
- методи комплексного аналізу стану підприємства.

Етапи проведення діагностики кризи розвитку підприємства включають [2,с.56]:

1 етап. Створення інформаційної бази дослідження.

2 етап. Діагностика кризового стану та загрози банкрутства підприємства.

3 етап. Прогнозування наслідків виникнення ситуації банкрутства підприємства.

4 етап. Дослідження та оцінка потенціалу виживання підприємства.

5 етап. Узагальнення результатів діагностики кризи розвитку підприємства.

У теорії менеджменту до методів прогнозування банкрутства традиційно відносяться методи дискримінантного аналізу та методи нечітких множин, а також більш сучасний підхід, що полягає у застосуванні методу нейронних мереж [1, 3].

Дослідження показали наявність різних трактувань антикризового управління: Антикризове управління - сукупність форм і методів реалізації антикризових процедур стосовно до конкретного підприємства. Антикризове управління - це управління, здатне зм'якшувати кризи, а також утримувати функціонування підприємства в режимі виживання в даний період і виводити його з кризового стану з мінімальними втратами. Антикризове управління - це сукупність форм та методів реалізації

антикризових процедур по відношенню до конкретного підприємства-боржника. Антикризове управління - це система організаційно-економічних заходів з діагностики, упередження, нейтралізації і подолання кризових явищ та їх причин виникнення в економічних системах на всіх рівнях економіки. Антикризове управління - спеціальний, комплексний процес моніторингу впливу негативних факторів на діяльність підприємства з метою забезпечення його постійного функціонування у зоні економічної безпеки, вжиття заходів щодо попередження переходу підприємства до кризової зони, а у критичних випадках з метою його максимально швидкого та ефективного виходу з кризової зони. Антикризове управління - це спеціальним чином побудована система управління, націлена на найбільш оперативне виявлення ознак кризового стану та створення відповідних передумов для їх своєчасного подолання з метою забезпечення виживання та відновлення життєздатності окремого суб'єкта господарювання, недопущення виникнення ситуації його банкрутства. Антикризове управління - це управління в кризових умовах, засноване на стратегічному менеджменті, реструктуризації, розробці маркетингової політики і політики управління людськими ресурсами. Але подібні трактування сутності антикризового управління послаблює його запобігальну, випереджальну спрямованість.

**Висновки.** Таким чином, невирішеним є питання розгляду антикризового управління як процесу запобігання кризи. Тому необхідно зробити акцент у системі антикризового управління саме на передкризову (докризову) підготовку підприємства, профілактичну роботу з недопущення кризи. Реалізація набору антикризових процедур, а саме передкризова підготовка, дозволить знизити ймовірність виникнення кризових ситуацій і банкрутства, підвищити таким чином ефективність діяльності підприємства та економіки в цілому. Бракує системного підходу до ідентифікації загрози неплатоспроможності, розробки та впровадження ефективних заходів щодо запобігання банкрутству підприємств.

#### **Список використаних джерел:**

1. Антонова О.В. Управление кризисным состоянием организации (предприятия) [Текст] /О.В. Антонова. Уч. пособие под ред. проф. В.А. Швандера. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - 141с.
2. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством [Текст] / Л.О. Лігоненко, М.В. Тарасюк, О.О. Хіленко. К.:КНТЕУ, 2005.
3. Фінансовий менеджмент [Текст] /Підручник. Під ред. А.М. Поддєрьогіна. К.: КНЕУ, 2005.- 536с.
4. Altaiap, Edward I., «Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy» Journal of Finance (September 1968): pp. 589- 609.

5. Терещенко О.О. Фінансова санація та банкрутство підприємств. [Текст] / О.О. Терещенко. Навч. Посібник. – К.: КНЕУ. 2000. – 412с.
6. Третяк О.М. Про проблему банкрутства підприємств [Текст] / О.М. Третяк //Економіка України. 2000. - №2. –С 46-49

## ПОБУДОВА СТРАТЕГІЧНОЇ КАРТИ ДЛЯ ЦІЛЕЙ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

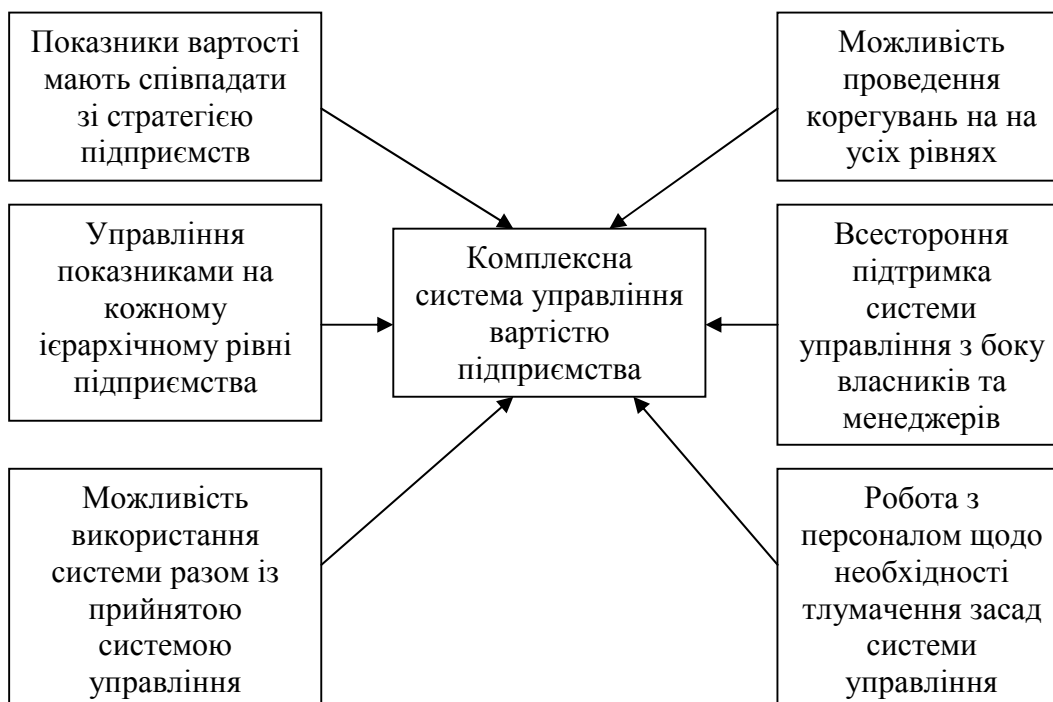
**Пастошук Олександр Васильович**

асистент кафедри «Економіки підприємств» Приазовського державного технічного університету

Методики розрахунку ринкової вартості підприємства є лише методами оцінки ефективності діяльності підприємства, а не механізмами управління вартістю підприємств. Тобто за даними методиками ми можемо обчислити вартість об'єкту, а не отримати можливість управління нею.

Одним з можливих варіантів вирішення даної проблеми є створення та використання комплексної системи управління підприємством, яка б давала змогу задіяти усі організаційні одиниці до роботи направленої на досягнення головної стратегічної мети – підвищення вартості підприємства.

Для забезпечення виконання усіх складових комплексної системи, що в свою чергу збільшить величину вартості підприємства, необхідне виконання на рівні підприємства наступних умов.





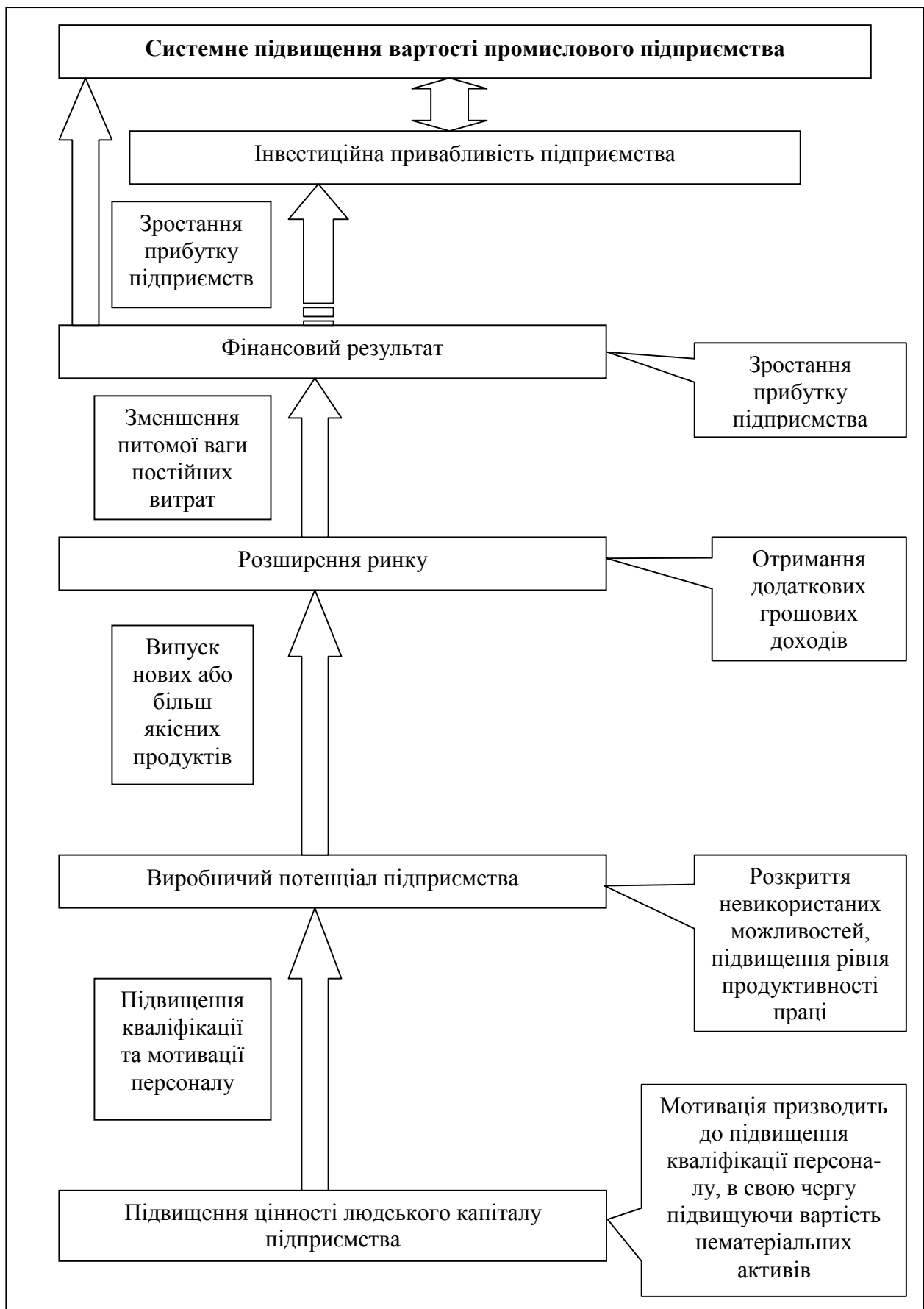


Рис.2 Типова стратегічна карта цілей при управлінні підприємством.

Головною проблемою при виборі показників для системи управління ефективністю є труднощі вибору таких для окремої організації. Одним з критеріїв вибору таких показників є освідомлення менеджментом граничності використання ресурсів. Тобто при виборі показника менеджер спирається на ті альтернативи використання ресурсів, які найбільшою мірою співпадають зі стратегією підприємства по максимізації своєї вартості.

Доказом необхідності введення системи управління вартістю на підприємстві можуть бути дослідження проведені Р. Капланом та Д.Нортоном, які засвідчили той факт, що в основному компанії орієнтуються на фінансові показники своєї діяльності, керуючись принципом підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок зниження витрат на підвищення кваліфікації робочих кадрів, скорочення витрат на проведення маркетингових заходів, обслуговування клієнтів та інше. Проводячи таку політику менеджери досягали збільшення фінансових показників у короткостроковій перспективі, нехтуючи стратегічним розвитком підприємства. Також слід зауважити, що співробітники багатьох підприємств не були ознайомлені зі стратегією компанії, тому не розуміли своєї ролі у самому процесі реалізації стратегії. З цього виходить що співробітники не мають мотивації в підвищенні ефективності виконання стратегічних планів.

Для вирішення цих проблем пропонується система управління вартістю підприємства, яка б дозволила розділити стратегію підприємства на конкретні цілі та показники, створити прямі зв'язки між управлінською та тією, якою керують, структурою, декомпонувати стратегічні цілі підприємства в окремі процеси та дії, які б були зрозумілі кожному співробітнику, відслідковувати зміни навколо підприємства, контролювати виконання розробленої стратегії.

Розробку стратегії підприємства слід розпочати з побудови стратегічної карти – графічної інтерпретації стратегії підприємства у вигляді взаємопов'язаних, послідовних цілей.

## **МЕТОДИКА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ КОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

***Пастошук Олександр Васильович***

асистент кафедри «Економіки підприємств» Приазовського державного технічного університету

За останній час все частіше виникають проблеми пов'язані із корпоративним менеджментом, що в свою чергу породжує більшу увагу

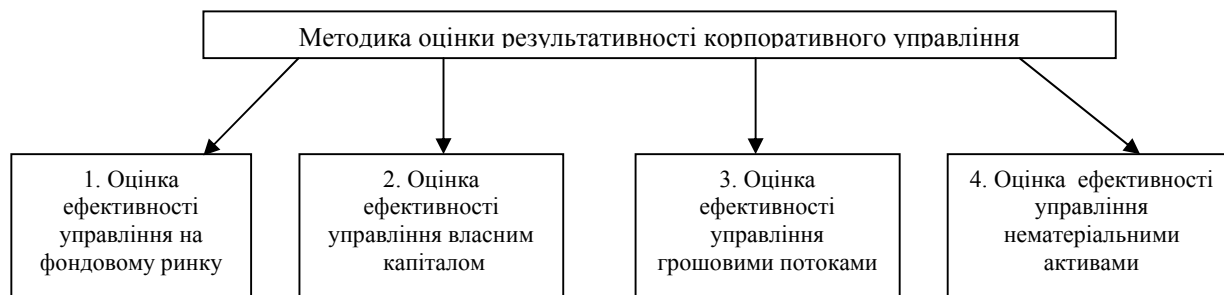
до цієї проблеми з боку вітчизняних та зарубіжних науковців у галузі управління підприємством. Розвиток теорії фінансів призвів до того, що виникла необхідність оцінювання не тільки наявних факторів роботи підприємства, а й не фундаментальних, таких як вплив організаційних моделей управління на ефективність діяльності підприємства щодо відносин між менеджерами та власниками підприємств.

У рамках дохідного підходу щодо вартості об'єкту оцінки вартість активу це дисконтована вартість вільних грошових потоків, які власник може використовувати за власними потребами. Відштовхуючись від цього, можна упевнено констатувати що вартість підприємства залежить від операційної ефективності (рівень виробництва, рівень продажу товарів та послуг), інвестиційної ефективності (рівень освоєння інвестицій), фінансової ефективності (структура капіталу).

Однак, при використанні найманої праці менеджерів (корпоративне управління) у власників виникає ризик, по-перше, неможливості прямого управління компанією, по-друге, власник, у разі банкрутства підприємства є останнім у черзі повернення коштів. Саме тому корпоративне управління підприємством (менеджмент) необхідно вважати одним із факторів створення вартості і включити її в загальну стратегію та систему управління вартістю. Проблемою ж постає інструментарій оцінки вкладу корпоративного управління в загальну ринкову вартість.

Тому, основною метою наукового дослідження є створення єдиного механізму, який би забезпечував виконання цілей як власників так і цілей найманих менеджерів. Єдиним показником, який би об'єднував і власників, і найманих працівників є показник вартості підприємства, адже власники зацікавлені у максимізації вартості свого підприємства (збільшується вартість частки акціонера, адже вартість частки кореляційно пов'язана із вартістю підприємства) як можливості продати його за максимальну ціну на ринку і отримати більше коштів, з другого боку топ-менеджери, показник вартості використовують як результативність та позитивну динаміку своєї праці.

Для максимізації вартості підприємства менеджери та власники фокусуються на управлінні капіталом підприємства, нематеріальними активами, грошовими потоками, вартістю акцій на фондових ринках. Тому при розрахунку ефективності діяльності корпоративного управління слід звертати увагу на дані напрями діяльності. Методика оцінки корпоративного управління на підприємстві зводиться до:



1. Оцінка ефективності управління на фондовому ринку є, на нашу думку, найбільш показовим вимірником ефективності управління підприємством з боку управлінців, тому що саме ринок відображає ті зміни які проходять на підприємстві, за рахунок коливання цін на акції.

2. Оцінку ефективності управління власним капіталом слід проводити на основі розрахунку рентабельності управління власним капіталом.

3. Оцінка ефективності управління грошовими потоками зводиться до розрахунку вартості підприємства на основі доходного підходу, тобто якщо розрахована ринкова вартість підприємства збільшується від періоду до періоду, то й ефективність діяльності менеджерів є позитивною.

4. Оцінку ефективності управління нематеріальними активами пропонується проводити на принципах порівняльного підходу при оцінці вартості бізнесу.

Дана методика має служити відправною точкою у процесі формування нової корпоративної культури на підприємстві, яка не базується лише на виконанні поставлених фінансових цілей та показників, а насамперед, ґрунтується на виконанні основної мети підприємства – виробництво якісної продукції для задоволення потреб споживачів.

## ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ

*Росенко Елена Юрьевна*

аспирантка Европейского Университета

**Актуальность темы выражена** развитием рекреационной деятельности, связанной непосредственно с производством курортно-туристических услуг, что в настоящее время является важнейшим и преуспевающим сектором экономики развитых стран. Туристско-рекреационный комплекс является многоотраслевой сферой экономической деятельности, что определяет его, как особый объект экономического исследования. В его состав целесообразно включать такие подотрасли, как туризм, санаторно-курортное обслуживание, образование

и культуру. Туристско-рекреационный комплекс охватывает широкое разнообразие предприятий и учреждений коммерческого и некоммерческого, прибыльного и бесприбыльного характера, действующих на рыночных принципах и на основе бюджетного финансирования, объединенных осуществлением сходных функций в процессе удовлетворения потребностей населения.

Все туристско-рекреационные предприятия можно разделить на две группы:

- предприятия прямого обслуживания (размещения, питания, торговли и т.д.);

- предприятия косвенного обслуживания (коммунального хозяйства, бытового обслуживания, науки, системы образования и т.д.). Без взаимодействия двух этих составляющих ТРК невозможно создание качественного полноценного туристско-рекреационного продукта.

Рассматривая состав и структуру национального и региональных ТРК, можно сделать вывод о том, что их роль и значение состоят в том, что они:

- создают материальную основу для отдыха, туризма, оздоровления и лечения отечественных и иностранных граждан;

- способствуют развитию и совершенствованию материально-технической базы, техники и технологии отраслей, прямо и косвенно связанных с обслуживанием туристов и рекреантов;

- обеспечивают рост занятости населения регионов, принимающих и обслуживающих туристов и рекреантов;

- расширяют возможности формирования доходной базы бюджета страны, ее регионов и территорий; повышают уровень благосостояния населения страны и создают ресурсы потребления и накопления на общенациональных и региональных уровнях.

Если одна часть подсистемы ТРК создает условия для отдыха и повышения качества жизнедеятельности человека, то есть предпосылки для роста человеческого капитала, то вторая ее подсистема - реализует эти условия, увеличивая собственно человеческий капитал. Особенности РТК как объекта регулирования указывают на то, что эта отрасль совершенно не похожа на другие, и поэтому механически перенести наработки или модели управления из других сфер трудовой деятельности в сферу туризма невозможно. В связи с этим можно выделить следующие черты, характерные для регулирования рекреационно-туристским предприятием:



Рис. 1.1. Виды туристско-рекреационной деятельности

- при планировании рекреационно-туристской деятельности во главу угла должны ставиться нужды, потребности и желания конечных потребителей, в связи с этим дислокация рекреационно-туристского предприятия определяется, с одной стороны, месторасположением основного контингента потребителей РТП, а с другой – месторасположением РТР, которые являются практически основным фактором рекреационно-туристской отрасли;

- непервичность РТП: хотя в современном мире значение туризма как средства восстановления сил и здоровья огромно, РТП не стал еще товаром первой необходимости, а также на РТП больше, чем на прочих платных услугах, сказывается изменение покупательской способности населения;

- в РТК большое значение имеет хорошо налаженная система маркетинга; кроме того, в связи с непостоянством качества услуги, возникает необходимость ее постоянного контроля, т.е. эта функция менеджмента приобретает особую значимость; в этой связи менеджмент в туризме должен быть сосредоточен в направлении создания системы СОРИ (система сбора, обработки и распространения информации);

- рекреационно-туристский продукт уникален. [3, с.120].

Одним из принципиальных моментов в регулировании рекреационным комплексом является его привязанность к конкретным

регионам, розполагаючим конкретними умовами і обстановкою, в якій може здійснюватися рекреаційна діяльність. В сучасних умовах не викликає сумнівів той факт, що туристсько-рекреаційний комплекс має величезний потенціал розвитку і адаптації до змінюваної кон'юнктури. Потреба прослідкувати відбуваючі зміни і перетворення в цій сфері діяльності, а також їх вплив на загальноекономічне розвиток країни і її регіонів обумовлює необхідність в аналітичних і практичних розробках і зокрема в сфері економіки. Це дозволить виявити тенденції і закономірності в розвитку ТРК, оцінити вплив на інші соціально-економічні явища, а також визначити перспективи його подальшого розвитку.

### **Література:**

1. Донец О.В. «Аналіз передумов розвитку сільського зеленого туризму в Автономній Республіці Крим». – Симферополь, 2009. – 92с.
2. Дурович А. П., Копанев А.С. «Маркетинг в туризмі». – М.: Економікпресс, 2005. – 145с.
3. Жукова, М.А. «Менеджмент в туристському бізнесі: навчальний посібник» М.: КНОРУС, 2006. – 192 с.

## **ДО ОСОБЛИВОСТЕЙ ДИНАМІКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

*Сачовський Ігор Михайлович*

кандидат економічних наук, доцент кафедри теоретичної і практичної економіки Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника

Агропромисловий комплекс Івано-Франківщини є органічною складовою частиною народногосподарського комплексу України, його специфіка визначається природокліматичними умовами, характером виробництва, що склався історично, віковою структурою населення, його світоглядом і т.д. В той же час необхідно зауважити, що в цілому динаміка розвитку сільськогосподарського виробництва на Івано-Франківщині відображає ті ж тенденції, що мають місце в аграрному секторі економіки України на сучасному етапі.

В 2005 році загальний обсяг валової продукції сільського господарства в Івано-Франківській області склав 4 млрд. 251 млн. 900 тис. грн., в тому числі в господарствах населення – 3 млрд. 833 млн. 100 тис. грн., в сільськогосподарських підприємствах – 369 млн. 500 тис. грн., у

фермерських господарствах було вироблено продукції на суму 49 млн. 300 тис. грн. Більш ж повне уявлення про специфіку сільського господарства Івано-Франківщини, особливості його розвитку за останні 7 років дають дані табл.1 (див. табл. 1)<sup>1</sup>.

Таблиця 1.

Особливості динаміки сільськогосподарського виробництва в Івано-Франківській області

(в % до підсумку)

	Роки						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Сільське господарство в цілому.....	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
рослинництво.....	43,1	41,4	40,1	37,4	42,4	40,1	44,4
тваринництво.....	56,9	58,6	59,9	62,6	57,6	59,9	55,6
в тому числі:							
- господарства населення.....	90,1	87,6	84,9	80,7	81,1	79,1	72,1
рослинництво.....	42,1	41,2	41,0	35,5	42,1	41,4	45,4
тваринництво.....	57,9	58,8	59,0	64,5	57,9	58,6	54,6
- сільськогосподарські підприємства...	8,7	11,0	13,5	17,4	17,1	19,0	25,5
рослинництво.....	49,7	41,4	48,4	40,9	39,2	30,2	37,2
тваринництво.....	50,3	58,6	51,6	59,1	60,8	69,8	62,8
- фермерські господарства.....	1,2	1,4	1,6	1,9	1,8	1,9	2,4
рослинництво.....	79,5	80,1	80,5	85,9	84,5	81,8	88,7
тваринництво.....	20,5	19,9	19,5	14,1	15,5	18,2	11,3

Вже побіжний аналіз приведених даних дає змогу зробити ряд важливих висновків.

По-перше, суттєва зміна співвідношень в загальних обсягах виробництва питомої ваги господарств населення і сільськогосподарських підприємств: частина перших з них скоротилася з 90,1% у 2005 році до 72,1% у 2011-у за рахунок відповідного зростання питомої ваги сільськогосподарських підприємств (з 8,7% до 25,5% за вказаний період). В контексті приведенного з певною долею умовності особливістю можна вважати й те, що питома вага фермерських господарств за розглядуваний період не зазнала суттєвих змін і знаходилася у межах 1,2-2,4% загальних обсягів виробництва.

По-друге, слід окремо виділити те, що якщо за вказаний період спостерігалася відносна стабілізація пропорцій продукції рослинництва і тваринництва як в цілому по сільському господарстві області (відповідно у межах 37,4%-44,4% і 56,9%-62,6%), так і в такому його підвиді як господарства населення (у межах 35,5%-45,4% і 54,6%-57,9%), то в сільськогосподарських підприємствах в цілому мала місце досить-таки чітко виражена тенденція зменшення в загальних обсягах виробництва

<sup>1</sup> Тут і надалі використано дані Івано-Франківського обласного управління статистики



господарств вказаного виду питомої ваги рослинництва (з 49,7% у 2005 році до 37,2% у 2011-у) за рахунок відповідного зростання питомої ваги тваринництва (з 50,3% до 62,8% у зазначені роки). В контексті вищесказаного не можна не відмітити, що у фермерських господарствах, незважаючи на їх, по суті, незначну питому вагу в загальних обсягах сільськогосподарського виробництва в цілому по області, має місце діаметрально протилежна тенденція: зростання питомої ваги в загальних обсягах валової продукції господарств вказаного підвиду продукції рослинництва – з 79,5% у 2005 році до 88,7% у 2011-у за рахунок відповідного зниження частини продукції тваринництва – з 20,5% до 11,3% за вказані роки, що, з врахуванням всього вищесказаного може бути предметом окремого розгляду.

Розглянута на базі табл. 1 специфіка сільськогосподарського виробництва на Івано-Франківщині, вважаємо, була б недостатньо повною без врахування темпів зростання (зниження) обсягів валової продукції як в розрізі основних видів господарств, так і в таких його складових як рослинництво і тваринництво в кожному з них:

Таблиця 2.

Темпи зростання (зниження) обсягів сільськогосподарського виробництва на Івано-Франківщині

( %)

	Роки						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Сільське господарство в цілому.....	100,0	101,2	105,7	97,9	106,6	107,4	121,7
рослинництво.....	100,0	99,4	98,3	84,9	104,7	99,7	125,3
тваринництво.....	100,0	105,6	111,3	107,9	108,0	113,3	119,1
в тому числі:							
- господарства населення.....	100,0	98,4	99,6	87,6	95,8	94,3	97,3
рослинництво.....	100,0	97,0	97,1	74,0	96,0	92,9	105,1
тваринництво.....	100,0	99,8	101,4	97,6	95,7	95,2	91,7
- сільськогосподарські підприємства...	100,0	163,4	165,2	196,3	210,0	235,3	356,9
рослинництво.....	100,0	157,6	160,5	161,5	165,4	142,7	267,1
тваринництво.....	100,0	165,4	170,3	231,5	254,6	328,0	447,2
- фермерські господарства.....	100,0	129,7	134,5	159,8	167,5	170,8	259,4
рослинництво.....	100,0	134,6	136,2	172,7	178,1	175,7	289,5
тваринництво.....	100,0	125,4	127,7	109,1	126,7	151,5	142,5

Тут найбільш очевидними є такі висновки:

По-перше, в цілому по сільському господарству Івано-Франківської області за період 2005-2011 роки спостерігалася тенденція зростання загальних обсягів виробництва (за вказаний період воно становило 121,7%), причому темпи зростання обсягів продукції рослинництва випереджали темпи зростання продукції тваринництва (зростання відповідно становило 125,3% і 119,1% за вказані роки).

По-друге, зазначені темпи зростання обсягів сільськогосподарського виробництва на Івано-Франківщині досягнуті, в основному, за рахунок стрімкого зростання обсягів валової продукції сільськогосподарських підприємств: по господарствах вказаного виду зростання склало у 2011 році 356,9% у порівнянні з 2005р., причому, що цікаво, темпи зростання обсягів продукції рослинництва у сільськогосподарських підприємствах області, навпаки, значно поступилися темпам зростання обсягів виробництва у тваринницькій галузі (відповідно 267,1% і 447,2% у зазначений період). В контексті і з врахуванням всього вищесказаного напрашується узагальнюючий висновок, що сільськогосподарські підприємства області в своїй діяльності дедалі частіше починають спеціалізуватися на виробництві продукції тваринництва, що, само по собі, багато про що говорить. Аналогічні, відносно високі темпи зростання обсягів виробництва мали місце і в такому підвиді господарств, як фермерські (259,4% у 2011 році у порівнянні з 2005), хоча динаміка розвитку в них таких складових як рослинництво й тваринництво в цілому відображає ті ж тенденції, що спостерігаються по аграрному секторі Івано-Франківщини в цілому.

Такі найважливіші характеристики особливостей динаміки сільськогосподарського виробництва в Івано-Франківській області на сучасному етапі розвитку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гончаров В. М., Зличенко Н.В. Шляхи підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва // Економіка АПК – 2012 – №2 – с.18-21.
2. Паленичак О. В. Раціональне землекористування в умовах збалансованого розвитку агропромислового виробництва // Економіка АПК – 2012 – №2 – с. 27-32.

### **СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА СТАНОВИЩЕ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ КОМПЛЕКСІ**

***Тарасенко Олександр Русланович***

студент Вінницького торгівельно-економічного інституту КНТЕУ

На сьогодні в Україні складається критична ситуація економіки, а саме виробництва, малого бізнесу та сільськогосподарського комплексу. Виходячи із статистичних даних можна стверджувати, що виробництво та сільськогосподарський сектор прямує до розрухи. Чому ж так

відбувається? Чому інвестори не вкладають кошти у вітчизняне виробництво? На ці питання відповіді може кожен але вдіяти з цим державі, в особі можновладців не до снаги. Головними факторами є нестабільне політичне становище, частота зміни законодавства, відсутня стабільність та інше. Починаючи із не ефективного управління держави та секторів економіки, за всі роки незалежного рівня життя в Україні. На даний час в Україні занепад економіки яка має 379,6 млрд. грн боргу, щоб погасити заборгованість продає збанкрутілі державні підприємства (на даний час продано близько 80% залишилося по Україні лише 4500 тис. підприємств), піднімає податкові збори, щоб збільшити надходження до державного бюджету. Що ж відбувається продавши підприємства, виробництва, фермерські господарства? Держава втрачає власність та виробництво, тобто стає менше виробляти, що в свою чергу знижує заробіток. А держава що не виробляє не може стати провідною країною.[1] Виходячи з цього посадові особи кожного року збільшують податки, митні збори для покриття боргу та збереження на певний час власного виробника. Але до чого це призведе? Існує два варіанти 1) збільшення оподаткування призведе до неможливості сплачування підприємством зборів, підвищення цін, скорочення робочих місць, неможливість оновлення технічного стану виробництва, збільшення безробіття. Надалі крах виробництва, малому бізнесу, що і відбувається в Україні. Виходячи з цього через певний період суб'єктів, яких можна оподатковувати стане менше. Інший варіант 2) рекомендований та застосовується у багатьох країнах з розвинутою економікою. Які в свою чергу сприяють та допомагають розвитку малого бізнесу (який є рушійною силою у розвитку економіки України) середнього бізнесу, виробництва, сільськогосподарського комплексу. Чому ж немає сприяння зі сторони держави людям які фактично проявили ініціативу допомогти країні (відновити виробництво, фермерські господарства, в подальшому сплачувати помірні податки, збільшити кількість робочих місць та підняття рівня економіки в цілому). Тобто зі сторони держави було б доцільно проводити лояльну політику оподаткування та сприяння на початкових стадіях розвитку малого бізнесу. Тому що чим більше на ринку з'явиться підприємства. Виробництво тим краще конкурентне середовище, тобто постійна боротьба призведе до удосконалення, інновацій у виробництві, зникнення монополістів на ринку. В подальшому краща якість товарів, зменшення ціни та інші позитивні сторони. Для держави яка знищила власні виробництва або довела їх до низького технічного стану. Це певний шлях покращення рівня життя людей та збільшення кількості підприємств за умов помірною оподаткування, також є вірогідність виходу із тіні певної кількості підприємців.[2] Отже

краще оподатковувати велику кількість підприємств помірним податком. А ніж малу кількість великими податковим збором. В цьому випадку я, як студент та маю бажання щоб моя держава розвивалась можу порадиити уповноваженим особам нашої країни розробити програму розвитку сільськогосподарського комплексу або села в цілому за підтримки підприємців, активістів та просто небайдужих людей це може стати реальністю.

### **Список використаних джерел:**

1. Зличенко Н.В. Шляхи підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва // Економіка АПК – 2012 – №2 – с.19-20.
2. Пушак Я. Я. Місце та роль промислового комплексу України // Вісник економічної науки України 2008- №2-с.130-135.

## **СУЧАСНА ПРОБЛЕМАТИКА ПІДТРИМКИ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

***Форкош Максим Васильович***

студент економічного факультету Ужгородського національного університету

На сьогодні у всьому світі питання щодо розвитку та підтримки малого підприємництва стають все більш актуальними та обговорюваними, адже відіграють важливу роль в економічному зростанні розвинених країн та впровадженні нових технологій, що дають змогу забезпечити високий рівень конкурентоспроможності економіки та зайняти міцні позиції на міжнародній економічній арені. Як свідчить світовий досвід, однією з найбільш важливих та стійких особливостей сучасної політики у галузі підприємництва є її базування на практиці цілеспрямованої державної підтримки, а особливо малих форм господарювання.

Державне регулювання та підтримка розвитку малого підприємництва в Україні здійснюється відповідними загальнодержавними, регіональними та місцевими органами влади з метою узгодження інтересів держави і сектору малого підприємництва [4, с.87].

В Україні сьогодні життєво важливим є включення розвитку малих підприємств до загальної стратегії структурної реконструкції регіональної економіки, адже саме ця ланка господарювання виступає тією рушійною силою на шляху раціоналізації, модернізації виробництва та як наслідок – процвітання держави в майбутньому, адже ефективна політика розвитку

малого підприємництва, з одного боку, сприяє створенню нових робочих місць та отримання доходів, з іншого, – вирішенню таких важливого соціального питання як безробіття шляхом залучення громадян до підприємницької діяльності.

Державна підтримка малого підприємництва на місцевому рівні здійснюється в рамках впровадження регіональних і місцевих програм відповідно до Закону України «Про державну підтримку малого підприємництва» [1].

Новий етап в історії впровадження регіональних програм пов'язаний із затвердженням постановою Кабінету Міністрів України Державної стратегії регіонального розвитку від 21.07.2006 року на період до 2015 року, що стало поштовхом для розробки стратегій соціально-економічного розвитку окремих регіонів України. Підтримка розвитку малого підприємництва повинна носити

регіональний характер та враховувати рівень розвитку підприємництва в окремих районах та видах економічної діяльності. При розробці регіональних програм підтримки необхідно враховувати економічну спеціалізацію того чи іншого регіону, рівень його виробничого потенціалу та наявність відповідної сировинної бази [2, с.182].

Безперечно, успішність та дієвість регіональних програм розвитку малого підприємництва визначається наявністю необхідного обсягу фінансових ресурсів, передбачених для їх реалізації, тому важливо проаналізувати фінансування відповідних заходів з метою виявлення реального стану виконання затверджених регіональних та місцевих програм підтримки малого підприємництва. Як свідчить аналіз, впродовж останніх трьох років ситуація щодо рівня фактичного фінансування заходів регіональних програм підтримки малого підприємництва в регіонах дещо стабілізувалась. Отже, в Україні сьогодні регіональні програми підтримки малого підприємництва є головним інструментом забезпечення розвитку регіональної економіки, проте у здійсненні сучасної державної політики існують значні недоліки, спричинені головним чином фінансовими проблемами у забезпеченні цих заходів, які в свою чергу унеможливають повну реалізацію відповідних складових таких програм. Тому подальший розвиток малого підприємництва можливий лише за умов раціонального поєднання дієвих методів і засобів державного регулювання й підтримки, головними серед яких є:

- державна підтримка виробництва і реалізації продукції, що передбачає надання державних замовлень, сприяння експорту товарів і послуг;

- фінансово-кредитна підтримка, що передбачає розробку пільгових програм кредитування, бюджетне фінансування галузей економіки у відповідності з пріоритетами економічної політики держави;

- інформаційно-консультативна підтримка створення і розвитку малого підприємництва, навчання спеціалістів та підвищення кваліфікації робітників за рахунок державних коштів у спеціально створених центрах. Дедалі чіткіше проявляється необхідність в удосконаленні відомих на сьогодні і розробленні нових рішень теоретичного та прикладного характеру, спрямованих на забезпечення високої ефективності аналітичної й управлінської діяльності підприємств в ринкових умовах, а також недостатньо дослідженими залишаються питання вдосконалення механізмів державного регулювання розвитку малого підприємництва.[3, с.368].

#### **Список використаних джерел:**

1. Закон України N 2063-III від 19 жовтня 2000 року Про державну підтримку малого підприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2063-14>.
2. Методи і моделі оцінювання розвитку малого бізнесу: мезо- та макрорівень : монографія Т.В. Уманець, Ю.О. Ольвінська, О.В. Лукачова; за ред. Т.В. Уманець. – Донецьк: «ВІК», 2010. – 280 с.
3. Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.17 Національний лісотехнічний університет України 375 с.
4. Цегелик Г.Г. Державна підтримка розвитку малого підприємництва в Україні / Г.Г. Цегелик, М.Я. Квик // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. Т.2. – № 1.

## ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ

*Сегеда Ірина Василівна*

асистент кафедри туризму та готельного господарства Харківської національної академії міського господарства

Конкурентоспроможність - багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки за своїми якісними, економічними, технічними, естетичними, ергономічними характеристиками, але і за комерційними та іншими умовами його реалізації (терміни постачання, ціна, канали збуту, сервіс, реклама тощо).

За даними Всесвітнього Економічного Форуму 2011 р. [1] в рейтингу конкурентоспроможності Україна посідає 82 місце серед 142 оцінюваних країн, піднявши свої показники на сім позицій, в порівнянні з попереднім 2010 р. Перед Україною - Тринідад і Тобаго (81 місце), а відразу за нею Намібія та Гватемала (83 і 84 місця відповідно). Лідирують: Швейцарія, Сінгапур, Швеція. У 2010 р. Україна займала 89 позицію з 139 країн, а в 2009 р. - 82 з 133 обстежених країн (рис.1).

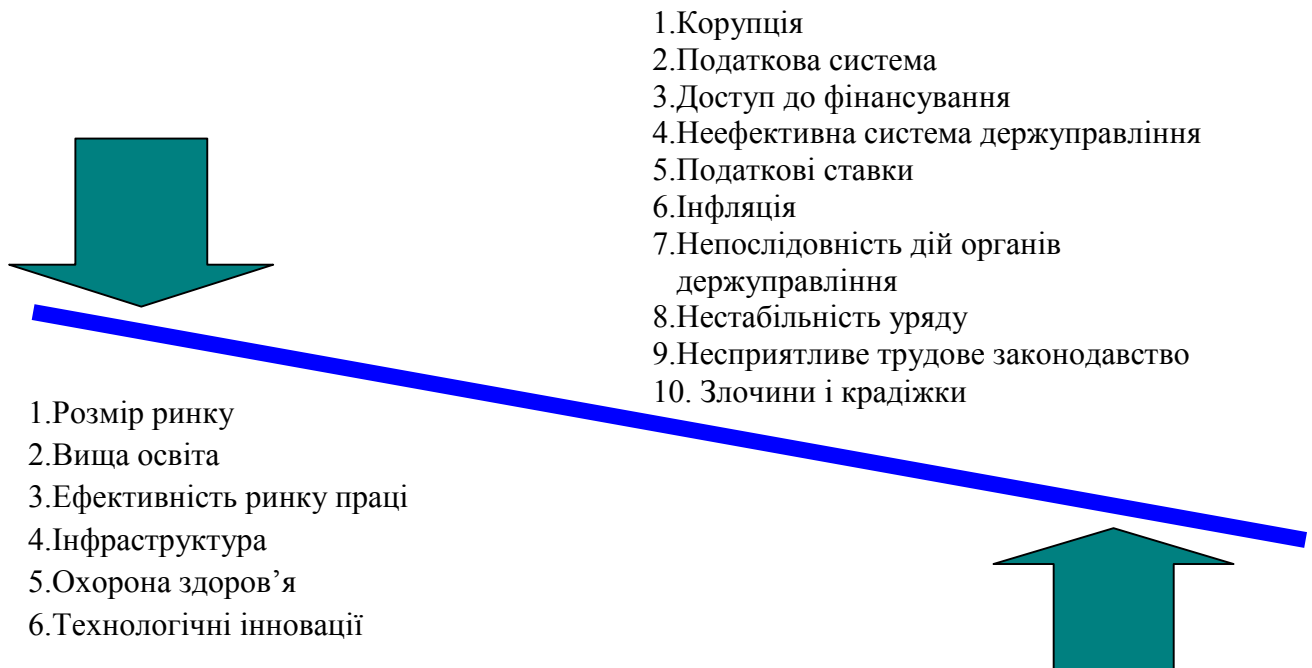


Рис.1. Переваги та перешкоди конкурентоспроможності України

Згідно з Фондом «Ефективного управління» [2] Харківська область за 2011 р. суттєво покращила свої позиції і піднялась на третє місце з сьомого в рейтингу конкурентоспроможності регіонів України.

Конкурентоспроможність послуг готельного господарства - це синтетичний показник, що відображає ступінь ефективності зовнішніх і внутрішніх факторів, на перший план серед яких виходять: ціна, якість, новизна, наукоємність та інтелектомісткість послуги, та впливає на успішність функціонування будь-якого підприємства готельної індустрії (рис. 2).

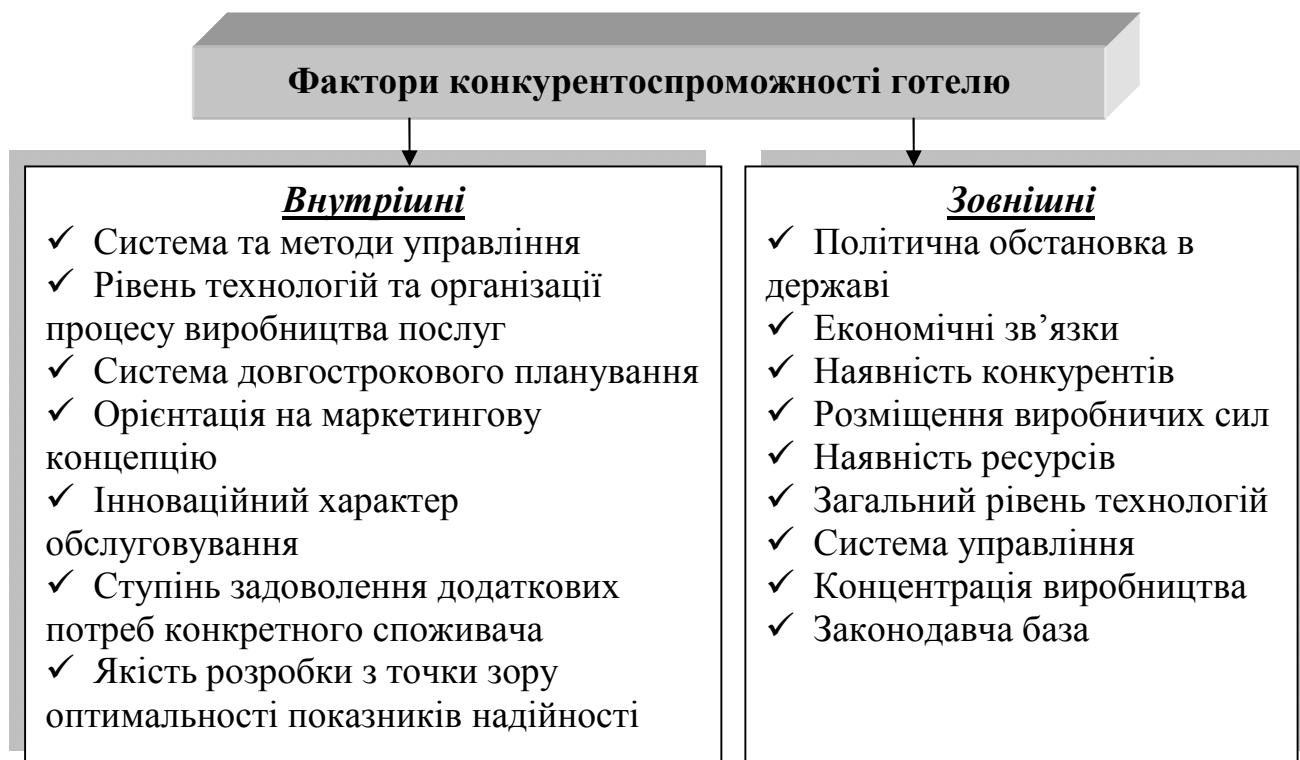


Рис. 2. Фактори конкурентоспроможності підприємства

Оцінка ступеню конкурентоспроможності будь-якого підприємства полягає в виборі базового об'єкта для порівняння, тобто підприємства-лідера за допомогою кластерного аналізу. В залежності від рівня розвитку готельної індустрії України множиною ознак для аналізу, наприклад, можуть бути: кількість засобів розміщення; місткість; кількість номерів; житлова площа номерів; середня площа одного номеру; коефіцієнт завантаження; кількість обслугованих приїжджих, у тому числі іноземців; загальний час перебування приїжджих, у тому числі іноземців; доходи від основного виду діяльності; доходи від надання додаткових послуг; інші доходи; операційні витрати; інші витрати; обсяги експорту послуг; середньооблікова кількість штатних працівників.

Самий поверхневий аналіз діяльності найбільш розповсюджених засобів розміщення - готелів показує, що на якомусь етапі їх розвиток не



відповідав вимогам дійсності і вони задовольнялися станом, який колись дозволяв їм отримувати позитивні фінансові результати. Але в сучасних умовах, коли склався і працює ринок готельних послуг, який розбитий на сегменти і всередині кожного йде жорстка конкуренція, для збереження конкурентоспроможності необхідно розвиватися, причому безперервно.

Основної переваги готель домагається тоді, коли він ефективно використовує номерний фонд і в той же час пропонує такий набір додаткових послуг, що враховує потреби як клієнтів, які проживають в готелі, так і клієнтів з вулиці. Необхідність безперервного розвитку всіма готелями сприймається як аксіома і здійснюється відповідно до фінансових можливостей кожного з них.

Для підвищення рівня конкурентоспроможності готелі повинні постійно вводити інновації, щоб залишатись провідними в своєму сегменті та бути на два кроки попереду конкурентів. Щоб забезпечити такий розвиток підприємство повинно мати власні основні й оборотні кошти. В цьому плані готельна діяльність характеризується рядом особливостей, що впливають на формування їх ціни: собівартість послуги, рівень цін на аналогічні послуги у конкурентів, співвідношення попиту і пропозиції, рівень заробітної плати персоналу, якість обслуговування, рівень конкурентоспроможності регіону, країни в цілому.

#### **Список використаних джерел:**

1. Звіт про глобальну конкуренцію [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.weforum.org/>
2. Щорічне дослідження конкурентоспроможності регіонів України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.feg.org.ua/news/>

## **УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ**

### ***Вороніна Алевтина Вікторівна***

кандидат економічних наук, доцент кафедри «Менеджмент організацій і адміністрування» Дніпродзержинського державного технічного університету

### ***Дашевська Дарина Андріївна***

студентка спеціальності «Менеджмент організацій і адміністрування» Дніпродзержинського державного технічного університету

На підприємстві будь-якої галузі визначне місце займає питання управління процесами організаційних змін, оскільки підприємствам дуже важливо швидко адаптуватися до змін, які відбуваються і впливають на їх функціонування. Тому організація, що хоче бути лідером серед

конкурентів і досягати постійного прогресу, повинна реагувати на зміни шляхом ефективного впровадження організаційних змін.

Питання управління організаційними змінами, їх процеси планування та реалізації, є предметом наукових досліджень зарубіжних та вітчизняних вчених, таких як: Дж. Брайт, Дж. Вебер, М. Портер, П. Друкер, Єрмошенко М.М., Кател Р., Клімов С.М., Козаченко С.В., Кондратьєв М.Д., О. Бесєдін, Є. Бойко, О. Кузьмін, Кулік В.А., Лузіна А.Є., Мазура І.І., Панченко Є.Г.

Процеси управління організаційними змінами на підприємствах України досліджені недостатньо, відсутня досконала загальна методика управління організаційними змінами, яка б комплексно вирішувала проблеми, що виникають на підприємствах в умовах ринку та підвищувала конкурентоспроможність продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках.

На наш погляд, процес управління організаційними змінами повинен включати такі етапи:

- а) аналіз сприйняття персоналу до майбутніх змін;
- б) вибір тактики проведення організаційних змін;
- в) визначення можливості змін;
- г) створення умов для здійснення змін;
- д) вибір підрозділу, що буде здійснювати зміни;
- е) вибір методу здійснення організаційних змін;
- є) здійснення перетворень.

Головним засобом підвищення конкурентоспроможності та забезпечення успішної діяльності підприємства є застосування нових ефективних методів управління процесом організаційних змін, таких як: метод орієнтований на людей та культуру організації, метод орієнтований на завдання технологію, метод орієнтований на структуру та стратегію, дегрисяний метод або проектний метод. Процес перетворень і методів їх здійснення повинні бути узгоджені один з одним, а також із повсякденною діяльністю організації і системою управління нею.

Організаційні зміни відіграють одну з провідних ролей на підприємстві, адже їх послідовність, логічність, адаптивність та цілеспрямованість дають змогу покращувати ринкові позиції підприємств та оперативно реагувати на проблеми, тому необхідно проводити організаційні зміни задля виживання і швидкого реагування на ринкові умови, підвищення стійкості, подолання відставання в розвитку техніки, забезпечення високої якості продукції, що випускається або наданих послуг підприємства.

### **Список використаних джерел:**

1. Стеців С. Р. Сутність та етапи управління змінами на підприємстві // С. Р. Стеців // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Management/2011\\_714/25.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Management/2011_714/25.pdf)
2. Фединець Н. І. Управління змінами в організації / Н.І. Фединець // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.15. – С. 292-298.
3. Жаворонкова Г. В., Дяченко О.О. Управління організаційними змінами сучасних підприємств / Г.В. Жаворонкова, О.О. Дяченко // Наука й економіка. – 2010 р. - №3. – С. 69-72.

## **УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ КРИЗИ**

### ***Вороніна Алевтина Вікторівна***

кандидат економічних наук, доцент кафедри «Менеджмент організацій і адміністрування» Дніпродзержинського державного технічного університету

### ***Нечесенко Тетяна Сергіївна***

студентка спеціальності «Менеджмент організацій і адміністрування» Дніпродзержинського державного технічного університету

Сучасний економічний стан характеризується загальноекономічним спадом, невизначеністю і мінливістю зовнішнього середовища. В таких умовах, підприємствам необхідно швидко реагувати на зміни що стосуються їх, підлаштовуючи під них свою діяльність. Все ж нерідко внаслідок негативного впливу зовнішнього середовища підприємства стикаються з кризою. Тому особливої актуальності, в умовах спаду економічного зростання, набуває процес розробки та використання ефективних методів і форм здійснення антикризового управління підприємством.

Підприємства як економічні суб'єкти перебувають у постійному розвитку, тому спираючись на концепції життєвого циклу, криза є цілком природнім явищем, що може привести до подальшого розвитку або до занепаду.

Кризу можна охарактеризувати наявністю небезпеки, яка загрожує найбільш важливим цілям та цінностям організації, дефіцитом часу на її врегулювання, та раптовістю і тиском зовнішніх, й внутрішніх факторів на осіб, які відповідальні за її подолання.

Для подолання кризи слід використовувати сукупність заходів управлінського впливу, що спрямовані на ліквідацію наслідків кризи з

мінімальними втратами і створення умов для її невникнення надалі. Інакше кажучи, звертатися до заходів антикризового управління.

Сутність антикризового управління можна виразити у наступних положеннях:

- кризу можна передбачати, очікувати і викликати;
- до кризи необхідно готуватися;
- кризу у визначеній мірі можна прискорювати, випереджати, відсувати;
- управління в умовах кризи вимагає особливих підходів, спеціальних знань і досвіду;
- кризові процеси можуть бути до визначеної межі керованими.

Для підвищення ефективності антикризового управління на кожному підприємстві потрібно розробляти антикризову програму, яка буде представляти собою систему комплексних заходів по виходу підприємства з кризи, що передбачає пом'якшення, попередження чи подолання негативних тенденцій розвитку підприємства.

Для ефективного вирішення завдань антикризового управління на підприємстві програма антикризового управління повинна складатися з заходів, що будуть охоплювати всі напрями діяльності підприємства, а саме: фінансове управління, інвестиційна політика, маркетингова політика, управління персоналом та організаційне управління і операційний менеджмент.

Отже, своєчасна підготовка програми антикризових заходів дозволить мінімізувати негативний вплив кризових явищ на підприємство і дозволить йому бути конкурентоздатним в умовах кризи.

#### **Список використаних джерел:**

1. Василенко В. О. Антикризове управління підприємствам / В. О. Василенко - Київ: ЦУЛ, 2003. – 504с.
2. Джалал А.К. Теоретические основы антикризисного управления предприятий. / Джалал А.К., Жаринова Н.И. // Наукові праці ПФ НУБіП «КАТУ»: Економічні науки». – 2012. – Вип. 141. – с. 314.
3. Гаврилко Т. О. Антикризове управління підприємством. / Гаврилко Т. О., Лабунський Д. О// Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. Збірник наукових праць. Київ: НАУ, 2010. Вип. 26. – 270 с.
4. Н. В. Ляшенко. Причини виникнення, функції та вплив кризових явищ на управління підприємством./ Н. В. Ляшенко. // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". 2012.

## ФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

### *Вороніна Алевтина Вікторівна*

кандидат економічних наук, доцент кафедри «Менеджмент організацій і адміністрування» Дніпродзержинського державного технічного університету

### *Рудіш Вікторія Олександрівна*

студентка спеціальності «Менеджмент організацій і адміністрування» Дніпродзержинського державного технічного університету

Розробка податкової стратегії у процесі формування довгострокових цілей розвитку підприємства з урахуванням можливих змін податкового законодавства, державної економічної політики та інших факторів зовнішнього середовища є частиною загальної стратегії розвитку підприємства. Разом з тим, що податкове прогнозування виступає вторинним по відношенню до загальної стратегії розвитку підприємства, податкові прогнози мають суттєвий вплив і вносять корективи у її формування, тому особливо актуальним в цьому відношенні є виявлення можливостей оптимізації податків у межах податкового законодавства.

За своєю сутністю податкова стратегія являє собою сукупність правил, якими керуються підприємства під час прийняття управлінських рішень. Разом з тим, податкову стратегію можна розглядати як загальний комплексний план податкових платежів, який призначений для того, щоб забезпечити досягнення фінансово - господарських цілей організації.

Формування податкової стратегії - це одна з функцій управління, що є процесом вибору цілей організації і шляхів її досягнення [1-7].

Існує безліч визначень податкової стратегії, але їх можна звести до одного: податкова стратегія - це встановлена на досить тривалий час сукупність норм, орієнтирів, напрямків, способів і правил діяльності підприємства в сфері оподаткування, які забезпечують зростання і високу конкурентну спроможність організації, зміцнюють позиції на ринку та підвищують здатність до виживання в конкретній ситуації.

Податкова стратегія виступає не тільки як інструмент обґрунтування, розробки і реалізації довгострокових цілей і задач виробничого, науково-технічного, економічного, організаційного і соціального характеру, не тільки як фактор, що регулює діяльність організації доти, поки намічені цілі і задачі не будуть досягнуті, але одночасно і як засіб зв'язку підприємства з зовнішнім ринковим середовищем.

Таким чином, податкова стратегія є детальним всебічним комплексним планом податкових платежів, який призначений для того, щоб забезпечити здійснення місії організації і досягнення її цілей.

На підставі податкового планування на підприємстві необхідно розробляти податкова стратегія підприємства, яка є найбільш ефективним заходом управління податковими платежами на підприємстві.

Процес формування податкової стратегії рекомендується здійснювати за наведеними на рис. 1 етапами.

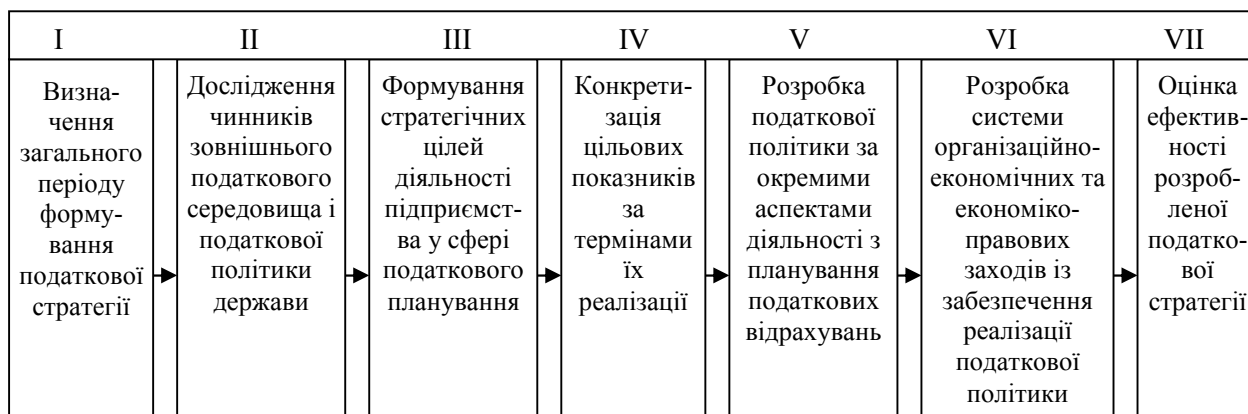


Рис. 1. Етапи формування податкової стратегії підприємства

В межах формування податкової стратегії слід враховувати такі заходи як оптимізація податкового середовища, оптимізація економіко-організаційного процесу оподаткування підприємств, оптимізація податкового портфеля. Так, оптимізація податкового портфеля дає підприємству нові інструменти і методи прийняття управлінських рішень щодо легального зменшення податкових зобов'язань. Одним з таких інструментів є матриця БКГ, за допомогою якої підприємство може визначити, на які податки у податковому портфелі треба зосереджувати більше уваги, розділивши їх на певні групи тощо.

На етапі прогнозування актуальною є проблема виявлення можливостей легальної оптимізації податкових платежів. Проте за сучасних умов функціонування податкової системи нашої країни податкове прогнозування на підприємстві можна визначити як цілеспрямовану діяльність, орієнтовану на максимальне використання всіх особливостей і прогалів чинного законодавства, з метою зменшення платежів до бюджету. Натомість твердження «чим менші податки – тим більший прибуток» далеко не завжди є правильним, оскільки не виключено, що зменшення розміру сплати одних податків призведе до збільшення розміру сплати інших, а також до фінансових санкцій зі сторони контролюючих органів [2]. Тому найефективнішим способом

збільшення прибутковості є не тотальне скорочення всіх податків, а побудова ефективної системи управління податковими платежами. Іншими словами, орієнтуватися потрібно не на тактику скорочення податків, а на стратегії оптимального управління оподаткуванням. Особливу небезпеку для податкових стратегій, що прогножуються, становить непередбачуваність і нестабільність норм податкового законодавства та перманентний характер податкових нововведень.

Для досягнення оптимальної податкової стратегії рекомендуємо проводити наступні заходи:

- нормативно-договірну оптимізацію (на основі особливостей взаємодії із суміжними галузями права);

- спеціальні методи оптимізації (заміна відносин, відстрочка податкового платежу, пряме скорочення об'єкта обкладання, метод офшору) застосування податкових пільг;

- перенесення бази оподаткування, яке передбачає наявність двох і більше підприємств, одне з яких має з певних податків менші ставки, ніж інші, або нульові ставки. Між цими підприємствами фінансово-господарські відносини потрібно організовувати таким чином, щоб база оподаткування зменшилася у підприємства з більшими ставками оподаткування;

- розробка системи рішень, що враховують специфіку діяльності підприємства та дозволяють знизити податковий тягар і податкові ризики.

### **Список використаних джерел:**

1. Економічна безпека підприємств. Організацій та установ: навч. Посіб. Для студ. Вищ. Навч. Закл. /В.Л. Ортинський, І.С. Керницький, З.Б. Живко та ін.- К.: Правова єдність, 2009.- 544 с.
2. Вахновська Н.А. Корпоративний податковий менеджмент у системі управління підприємством // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/en\\_oif/2007\\_4\\_1/zbirnuk\\_O\\_FN\\_4has\\_1\\_38.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/en_oif/2007_4_1/zbirnuk_O_FN_4has_1_38.pdf)
3. Солодухін С.В., Хорошун В.В. Система підтримки прийняття рішень щодо політики оподаткування підприємств // [Електронний ресурс].- Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Dtr\\_ep/2009\\_4/files/EC409\\_39.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2009_4/files/EC409_39.pdf)
4. Державна підтримка та податкове регулювання підприємницької діяльності в Україні: монографія / Б.М. Данилишин, О. М.Кондрашов. – Донецьк, 2010. – 296 с.
5. Лисовская И.А. Стратегия налоговой оптимизации как компонент стратегического управления финансами предприятия // Российское предпринимательство. — 2008. — № 9 Вып. 1 (118). — с. 78-82 //

[Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.creativeconomy.ru/article/s/5206/>

6. Александров І.М. Податки й оподаткування: підручник: [за напрямом 521600 "Економіка" і екон. спеціальностями] / І.М. Александров. - Вид. 5-е, перероб. і доп .. - М.: Дашков і Ко, 2008 .- 317 с.

7. Івах Г.В. Податкові стратегії як інструментарій стратегічного управління. 2011// [Електронний ресурс].-

Режим доступу: <http://libfor.Com/index.php?newsid=7>

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

### ***Вороніна Алевтина Вікторівна***

кандидат економічних наук, доцент кафедри «Менеджмент організацій і адміністрування» Дніпродзержинського державного технічного університету

### ***Смірнов Павло Костянтинович***

студент спеціальності «Менеджмент організацій і адміністрування» Дніпродзержинського державного технічного університету

У сучасних умовах при наявності високої невизначеності та динамізму ринкового середовища економічний та соціальний розвиток неможливий без впровадження стратегічних напрямів в управлінні персоналом, що дасть можливість забезпечити ефективне досягнення перспективних цілей промисловими підприємствами на основі утримання конкурентних переваг та відповідного реагування на зміни зовнішнього середовища.

Стратегічне управління персоналом підприємства – це багатогранний процес, здійснення якого дозволить забезпечити підприємство висококваліфікованими та конкурентоспроможними працівниками, створити умови для більш повного розкриття їх потенціалу та ефективного його використання, забезпечити умови для продуктивної праці, мотивації, розвитку всіх працівників, збалансувати інтереси підприємства та працівників, що, в свою чергу, дозволить об'єднати всю кадрову роботу для реалізації конкурентної стратегії підприємства, істотно підвищити ефективність господарювання та досягти конкурентних переваг.

Стратегічне управління і концепція управління персоналом можуть підвищити конкурентоспроможність підприємства, створити його додаткові цінності, сформулювати ефективне управління підприємством.



Стратегічна мета системи управління персоналом полягає в забезпеченні розвитку підприємств за рахунок ефективного використання людського капіталу. При формуванні стратегії управління персоналом основним завданням стає визначення й урахування майбутніх змін і тенденцій, обґрунтування змін, що сприяють стійкому його розвитку.

Стратегія управління персоналом підприємства дає змогу пов'язати численні аспекти управління персоналом з метою оптимізації їх впливу на персонал підприємства, в першу чергу на трудову мотивацію працівників та їх освітньо-професійні характеристики.

Стратегічне планування персоналом підприємства є одним з найважливіших етапів стратегічного управління персоналом, оскільки саме на цьому етапі встановлюються цільові орієнтири в сфері управління персоналом на довгостроковий період, вибирається кадрова стратегія підприємства, організаційне забезпечення досягнення встановлених стратегічних цілей з управління персоналом.

Необхідність зміни загальної парадигми управління персоналом дає можливість зробити висновок про те, що вирішення найважливіших завдань кадрової політики (відбір, підготовка працівників, оплата праці) в сучасних умовах неможливе в рамках традиційних уявлень. Концепція стратегічного менеджменту персоналу передбачає управління колективом підприємства, яке спирається на людський потенціал як основу розвитку підприємства.

Стратегія управління персоналом підприємства як функціональна стратегія має формуватися з урахуванням стратегічних цілей розвитку підприємства. При цьому формування стратегічних цілей управління персоналом визначається організаційним оточенням, особливостями дії чинників зовнішнього середовища і тенденціями розвитку ринку праці, можливостями ресурсного забезпечення кадрових заходів. Цілі стратегії управління персоналом, у свою чергу, впливають на реалізацію заходів кадрової політики підприємства.

Формування стратегії управління персоналом підприємства повинні базуватися на оцінці досягнутого стратегічного рівня управління підприємства. На основі аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства визначаються критерії бажаного стану підприємства, який знаходить своє вираження в системі стратегічних цілей управління персоналом підприємства і формуванні на їх основі стратегічних напрямів управління персоналом підприємства.

Для вдосконалення процесу стратегічного управління персоналом необхідно забезпечити комплексне бачення проблем і цілісний підхід до людських ресурсів у взаємозв'язку зі стратегічними установками підприємства та створення корпоративної культури інноваційного типу.

Необхідна подальша розробка теоретико-методологічного забезпечення та формування системи управління персоналом яка буде містити комплекс взаємопов'язаних та взаємодіючих елементів з урахуванням конкурентної позиції персоналу. Таким чином головним результатом реалізації стратегії управління персоналом організації має бути формування та ефективне використання його кадрового потенціалу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бузько І. Р. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах сучасного розвитку ринку праці: монографія / І. Р. Бузько, О.В. Вартанова, Г.О. Надьон та ін. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2009. – 304 с.
2. Балабанова Л. В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки: монографія / Л. В. Балабанова, О. В. Стельмашенко. – Донецьк: [Дон НУЕТ], 2010. – 238 с.

### **АРМ МЕНЕДЖЕРА ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

#### ***Карімов Геннадій Іванович***

кандидат економічних наук, доцент кафедри «Менеджмент організацій і адміністрування» Дніпродзержинського державного технічного університету

#### ***Огурцова Ольга Юрївна***

студентка спеціальності «Менеджмент організацій і адміністрування» Дніпродзержинського державного технічного університету

Автоматизоване робоче місце (АРМ) є робочим місцем персоналу автоматизованої системи управління, обладнане засобами, що забезпечують участь людини в реалізації функцій управління. Стосовно вимог систем організаційного управління автоматизоване робоче місце (АРМ) можна визначити як комплекс інформаційних ресурсів, програмно-технічних і організаційно-технологічних засобів індивідуального або колективного користування, об'єднаних для виконання певних функцій професійного працівника управління [1,ст.162].

Для забезпечення ефективного функціонування АРМ необхідно забезпечити три складові, такі як: програмно-технічні засоби, інформаційна база, організаційна структура.

Інформаційне забезпечення АРМ передбачає організацію його інформаційної бази, регламентує інформаційні зв'язки і передбачає склад і вміст всієї системи інформаційного відображення. Рішення про

інформаційне наповнення АРМ може бути прийняте лише на основі попереднього визначення кола користувачів і з'ясування суті вирішуваних завдань.

Для вирішення завдань управління на підприємстві формуються відповідні бази даних (БД): зовнішні (нормативно-законодавча, підприємства – конкуренти, галузеві наукові організації, ринки збуту продукції, макроекономічні показники національної економіки, підприємства-підрядники, організації та фахівці з експертизи інноваційних проектів, вищі навчальні заклади та інші наукові організації, регіональні торгово-промислові палати, галузеві показники економічної ефективності та інші) та внутрішні (загальні відомості про організацію, інформація про фінансово-економічну діяльність, кадрова політика і система підвищення кваліфікації, форми звітності, внутрішня нормативна документація, власні науково-дослідні роботи, контракти, техніко-технологічне забезпечення процесів управління, документообіг, міжнародні зв'язки та інші) [2, ст. 111].

На рисунку 1 наведено структуру АРМ управління промисловим підприємством з точки зору координації процесів управління підприємством в загальній схемі автоматизованих робочих місць управлінської служби підприємства на основі потужної інформаційної бази, яка постійно оновлюється відповідними відділами.

Інформаційна система, яка здійснює процес підтримки прийняття рішень менеджерами, повинна забезпечити реалізацію цілей їх діяльності. Однією з найбільш поширених форм реалізації є система взаємопов'язаних та взаємодіючих АРМ, в тому числі керівника та підлеглого. Керівнику потрібна узагальнена, достовірна і повна інформація, яка дає можливість приймати правильні рішення, а також засоби аналізу і планування різних сфер діяльності господарського суб'єкта.

Викладений вище підхід до формування обліково-інформаційної структури засобів менеджменту поєднує науково обґрунтовані методи обліку і програмного забезпечення з метою ефективного і оперативного обґрунтування управлінських рішень. Для ефективного інформаційного забезпечення АРМ необхідно керуватися методичною єдністю проектування інформаційної системи, забезпеченням сумісності її елементів, уніфікацією і структуризацією форм обміну інформацією, інтеграцією обробки даних. Реалізація пропозиції зі створення нової структури АРМ для управління промисловими підприємствами і використання запропонованої комплексної методики аналізу і контролю фінансових ресурсів полегшить роботу менеджерів усіх керівних ланок структури підприємства.

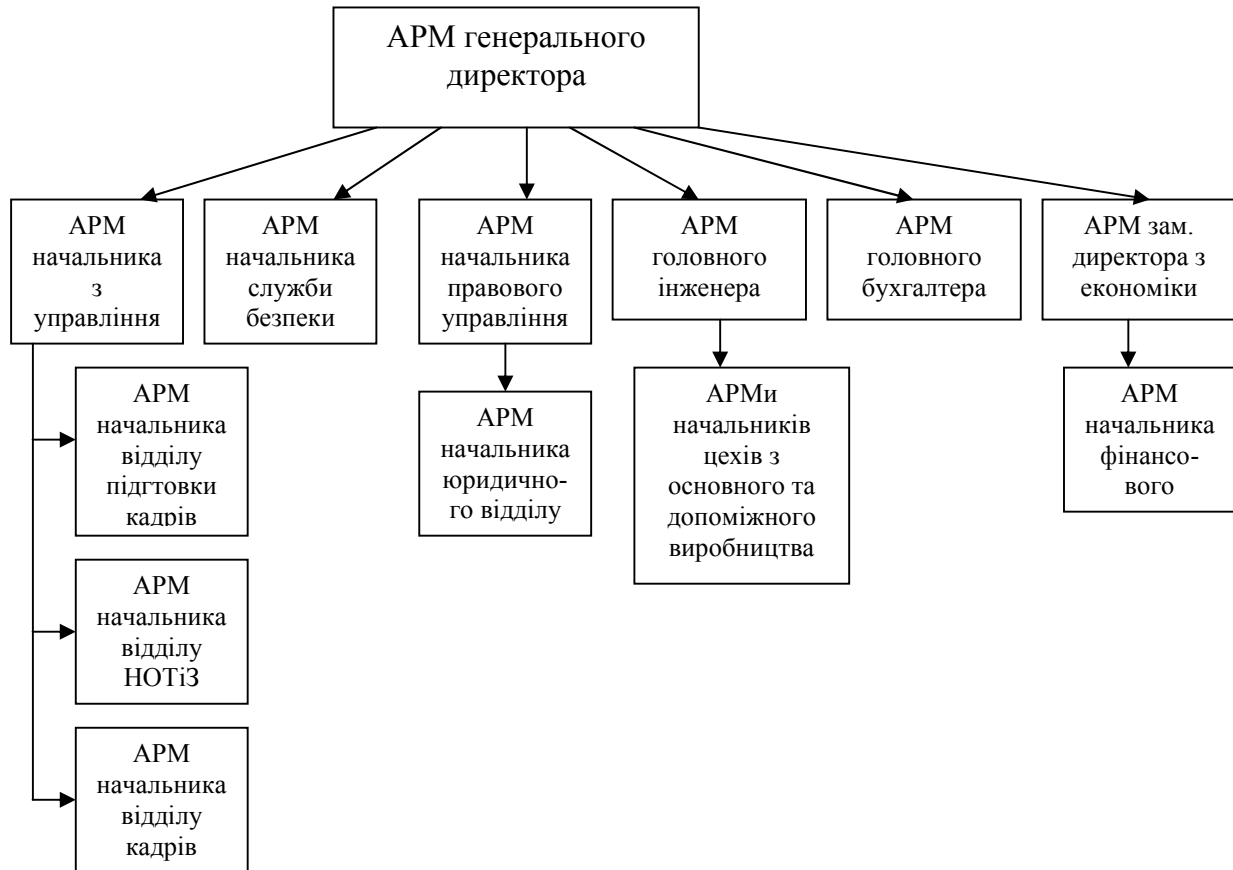


Рис. 1. Структура організаційної структури АРМ управління промисловим підприємством, що пропонується

Таким чином, запропоновані підходи до створення інформаційної комп'ютерної системи управління підприємством на базі використання комплексу взаємопов'язаних АРМ, які визначають розташування АРМ окремих фахівців, тобто відповідних робочих місць управлінців підприємства в умовах створення загальної управлінської інформаційної системи.

#### Список використаних джерел:

1. Скороходов В. А. Автоматизоване робоче місце менеджера: Навчальний посібник. / В. А. Скороходов, І. М. Худякова - К.: Видавничий дім Професіонал, 2008. - 416 с.
2. Зиновьев Ф.В. Управленческое консультирование: Монография. / Ф.В. Зиновьев, Н.И. Лобанов, В.Н.Тебенко – С.: Таврия, 2000. – 154 с.

## ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ

*Корчинський Андрій Вікторович*

аспірант Київського національного економічного університету  
ім. Вадима Гетьмана

Існуюча ситуація на ринку кондитерських виробів свідчить про те, що вітчизняний ринок кондитерських виробів в Україні є ринком, який динамічно розвивається. Представлена характеристика ринку кондитерських виробів обумовлює потребу розгляду чималого діапазону питань, починаючи від якомога повнішого аналізу ринку кондитерських виробів аж до формування стратегії поведінки ринкових гравців по відношенню до боротьби за споживача.

Сьогодні український ринок кондитерських виробів майже нічим не відрізняється від європейського, так як асортимент налічує близько однієї тисячі найменувань, при чому 90 % його належить продукції вітчизняного виробника [4, с. 20]. Виробники пропонують покупцям нові товари, вигідні цінові пропозиції, незвичні способи розповсюдження, а також застосовують різноманітні інструменти маркетингових комунікацій для донесення споживачам інформації про зміни, що відбуваються. Вдале поєднання різних інструментів маркетингових комунікацій дозволяє компаніям збільшувати кількість лояльних споживачів та підтримувати імідж на ринку [5, с. 158]. З погляду теорії поведінки споживача, ухвалення рішення про покупку і споживання кондитерського товару є складним процесом руху споживача через різні етапи: усвідомлення проблеми, пошук інформації, оцінка альтернатив, рішення про покупку, реакція на покупку [1, с. 47]. Поведінковий аспект даного процесу проявляється через реальну поведінку споживача, що піддається формальному опису та аналізу. Для реалізації мети та завдань даного дослідження нами запропоновано системно-поведінковий підхід до аналізу поведінки споживача на місці продажу кондитерської продукції (рис. 1).

Можна зауважити, що найважливішими елементами системи, що визначають споживацьку поведінку в кондитерському магазині і в кінцевому результаті таки впливають на технології продажу є «Оцінка альтернатив» і «Рішення про покупку». Тому, основний вплив зовнішніх факторів вивчалоя нами саме на цих стадіях ухвалення споживацького рішення [3, с. 71].

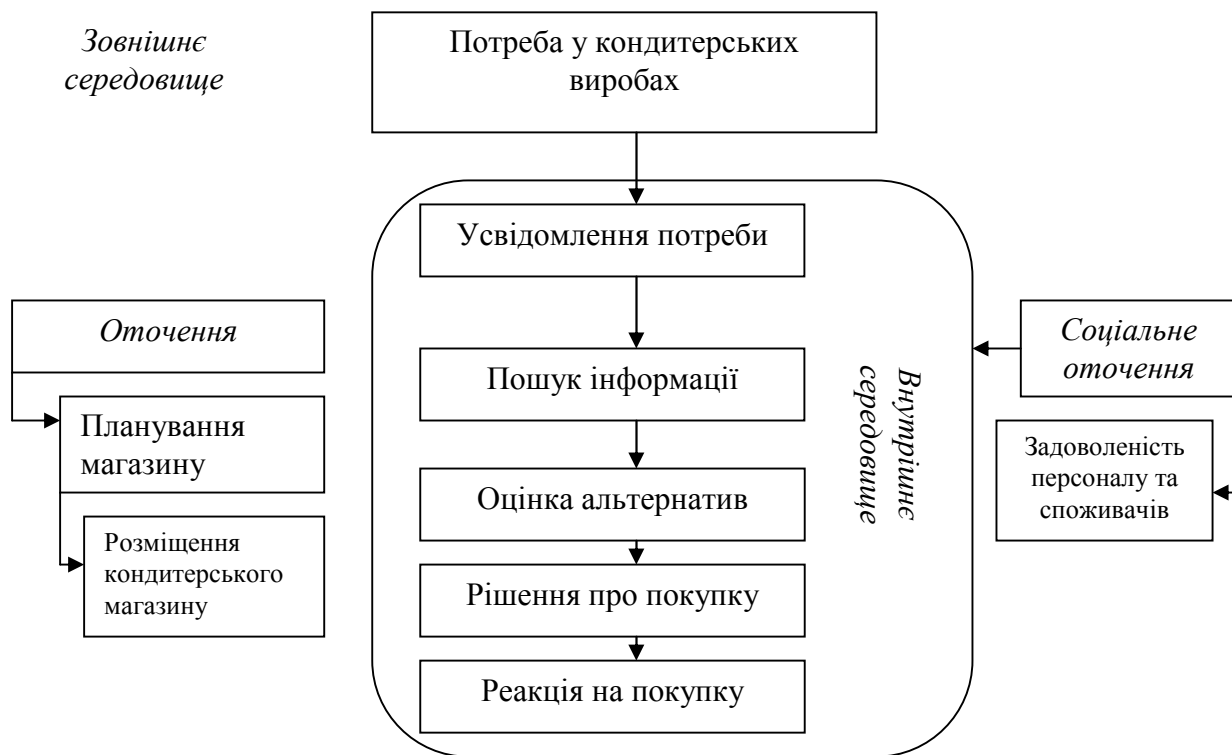


Рис. 1. Алгоритм системно-поведінкового підходу до аналізу поведінки споживача на місці продажу кондитерської продукції

Серед сучасних тенденцій змін пріоритетності цінностей споживачів кондитерських виробів слід виділити:

1) забезпечення зручності з урахуванням того, що підвищується увага споживача до упаковки виробів, яка, крім того, має відповідати вимогам «харчування на ходу»;

2) отримання задоволення від їжі, що виявляється у підвищенні вимог споживачів до смакових якостей продукції;

3) прагнення до здорового способу життя, що стає головним аспектом у піраміді тенденцій в розвитку цінностей [2, с. 23].

Сучасний українець бажає купувати продукцію з додатковими цінностями, в красивій і зручній упаковці. Особливим попитом користуються вироби, які здатні підкреслити стиль та індивідуальність покупця, допомагають його самовираженню в соціумі. Деякі кондитерські продукти навіть стали статусним товаром, здатним виразити заможність і смак споживача. Причому в Україні це стосується не тільки товарів преміум-сегменту, але й виробів середнього цінового сегменту. Адже «клас» і якість продукту визначаються не стільки його вартістю, скільки комплексною оцінкою споживача (візуальні, тактильні, смакові враження тощо). Особливо це характерно для тих компаній, які визначають такі цінності, як корисність і натуральність своїми стратегічними пріоритетами (наприклад, продукція

компанії «Nestle», лінії продуктів для здорового харчування компаній «Домінік», «Бісквіт-шоколад») [4, с. 21].

Доцільно провести дослідження показника, що характеризує співвідношення «ціна–якість». Респондентам було запропоновано виставити оцінки за п'яти – бальною шкалою кожному із виробників, що користуються найбільшим попитом (5–висока ціна/якість, 1–низька ціна/якість). Результати проведеного дослідження представлено в табл. 1.

Таблиця 1.

Співвідношення ціни і якості продукції основних виробників кондитерських виробів протягом серпня 2012 р.

Назва торгової марки	Середня оцінка ціни	Середня оцінка якості
1	2	3
«Конті»	3,92	4,08
«АВК»	3,81	3,82
«Світласоців»	4,31	4,48
«Roshen»	4,24	4,71

Як свідчать результати таблиці 1, відповідно до визначення найпривабливішого виробника за ціною – найбільший бал отримала «Світ ласоців» (4,3), а за якістю перше місце належить ТМ «Roshen». Однак, комплексне порівняння отриманих оцінок вказує на те, що ТМ «Roshen» отримала найкраще співвідношення показників «ціна – якість», адже за умови достатньо високих оцінок її продукція має найвищу якість і найбільшу розбіжність між якістю й ціною.

Здійснивши всі необхідні дослідження, можна зробити висновок, що вітчизняний ринок кондитерських виробів має перспективи розвитку, які підтверджуються позитивними тенденціями за останні роки. Про українських виробників кондитерської продукції добре обізнані споживачі, а також довіряють їм. Слід зазначити, що всі споживачі при здійсненні свого вибору найбільше звертають увагу на смакові якості кондитерської продукції, ціну та репутацію виробника, а переважну більшість споживачів спонукає до покупки поради друзів та знайомих.

#### Список використаних джерел:

1. Матюшин В. Психология стимулирования потребителя / В. Матюшин // Маркетинговые коммуникации. – 2004. – №1. – С. 46-52.
2. Галушко О.С. Тенденції розвитку ринку кондитерських виробів та особливості трансформації у системі цінностей його учасників / О. С. Галушко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1. – С. 15-21.
3. Погорелова О.О., Бушуєва І.В. Обґрунтування схеми системно-поведінкового підходу щодо дослідження поведінки споживачів на місці

продажу фармацевтичного товару / О.О. Погорєлова, І.В. Бушуєва // Актуальні питання фармацевтичної і медичної науки та практики. – № 1 (випуск ХХІІІ). – 2010. – С. 70-72.

4. Ткаченко О. Перспективи вітчизняної кондитерської промисловості після вступу України до СОТ / Ольга Ткаченко // Економіст. – 2010. – № 3. – С. 20-21.

5. Усик С. П. Маркетингові комунікації на ринку кондитерських виробів / С.П. Усик // Вісник Київського Національного університету технологій та дизайну. – 2011. – № 3 (59) – С. 158. -166.

## **КЛАСТЕРНА ПОЛІТИКА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

***Кравчук Наталія Валеріївна***

аспірант Львівського національного університету ім. Івана Франка

У період зростання ризиків «другої хвилі» світової фінансової кризи та посилення світової конкуренції особливого значення для України набуває питання розвитку привабливих галузевих кластерів, підвищення рівня конкурентоспроможності економіки, налагодження господарських зв'язків між регіонами, стимулювання співробітництва регіонів у межах країни. На основі проведеного детального аналізу потенційних пріоритетних кластерів нашої держави можна виділити один із ключових кластерів, що в короткій перспективі сприятиме економічному зростанню України – це кластер Туризму.

На сьогоднішній день, державна влада на декларативному рівні визначила туристичну галузь – як одну із пріоритетних галузей країни. Проте, в процесі формування та реалізації національних маркетингових стратегій вона розглядає туризм як сферу, в якій функціонують окремі суб'єкти господарювання без поєднання їх у цілісну систему. На нашу думку, одним з найбільш ефективних засобів підвищення результативності таких стратегій та активізації розвитку галузі туризму є застосування кластерного підходу організації діяльності, який дозволяє об'єднати у межах кластерів ресурси та компетенції, недоступні для окремих турпідприємств. Як свідчить зарубіжний досвід, механізми кластерної політики активно використовуються багатьма розвиненими країнами світу. Так, кластерна політика є важливою складовою національних маркетингових стратегій розвитку Німеччини, Данії, Норвегії та Фінляндії [1]. Згідно з дослідженнями датських експертів, компанії, які стають учасниками кластерів, мають вчетверо більше можливостей підвищити розвиток галузей в яких вони функціонують, ніж



ті, що розвиваються поза межами мережевих об'єднань, таким чином відіграючи роль точок економічного зростання в країні [2].

На нашу думку, ключовими перевагами реалізації кластерної політики як складової національної маркетингової стратегії розвитку туризму в Україні є:

- зростання економічної активності туристичних підприємств завдяки розвитку кооперації між державним та приватним секторами, залученню висококваліфікованих кадрів через розширення зовнішніх зв'язків підприємств, розвитку аутсорсингу та зростанню інвестиційної привабливості підприємств-членів мережевих структур [3];

- структурна перебудова туристичного сектору, активізація розвитку малого підприємництва, створення додаткових робочих місць;

- швидке поширення цінного досвіду;

- активізація інноваційної діяльності в туристичній сфері України [4];

- усунення диспропорцій у соціально-економічному розвитку туристичних регіонів України та розвиток міжрегіональних зв'язків через забезпечення державної підтримки в процесі створення та розвитку регіональних та міжрегіональних кластерів у туристичній галузі, які мають найвищий потенціал [3];

- створення позитивного туристичного іміджу України;

- організація підготовки та перепідготовки кадрів з організації та ведення туристичного, готельного, ресторанного бізнесу [4];

- покращення стану об'єктів туристичної інфраструктури, вжиття заходів щодо реконструкції та збереження пам'яток культури, створення інформаційної бази регіонів України з визначенням можливих туристичних маршрутів, місць відпочинку, транспортної системи тощо.

Однією з найважливіших передумов розвитку туристичного кластеру в рамках національної маркетингової стратегії є державна підтримка, яка полягає у наступному[2]:

- розроблення та затвердження законодавчої та нормативно-правової бази;

- розроблення ефективних механізмів взаємодії туристичних підприємств, науково-дослідних, освітніх організацій та органів державної влади, у т. ч. через систему електронного урядування та створення онлайн-послуг;

- сприяння розвитку туристичної інфраструктури, створення або призначення організацій, відповідальних за реалізацію кластерної політики держави;

- здійснення досліджень перспектив розвитку кластерів та розроблення на їхній основі кластерних програм та систем оцінювання результатів функціонування кластерів.

Підводячи підсумки проведеного аналізу важливості кластерної політики в рамках формування національних маркетингових стратегій в галузі туризму, ми можемо констатувати, що на даний момент в Україні залишається незатвердженою розроблена центральними органами державної влади нормативно-правова база формування засад державної кластерної політики. Проте, розвиток кластерів в тому числі і туристичного стає одним з пріоритетів економічної політики у регіонах України. Також слід відмітити, що спільними зусиллями облдержадміністрацій, бізнесу та неурядових організацій розпочалася реалізація кластерних ініціатив в декількох туристичних регіонах України.

#### **Список використаних джерел:**

1. Innovation Union Scoreboard. European Commission [Електронний ресурс] – 2011. – Режим доступу:  
[http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/ius-2011\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/ius-2011_en.pdf)
2. T. Alslev Christensen, G. zu Kocker, T. Lammer-Gamp, M. Thomsen, K. Olesen Cluster and Network Policy Programmes in Europe [Електронний ресурс] – 2011. – Режим доступу: <http://files.conferencemanager.dk/medialibrary>
3. Аналітична записка щодо державної політики підтримки розвитку інноваційних кластерів у промисловості України [Електронний ресурс] / А.В. Шевченко. – Режим доступу:  
[http://www.niss.gov.ua/articles/1069/#\\_ftn4](http://www.niss.gov.ua/articles/1069/#_ftn4)
4. Кластерна модель розвитку туризму як інноваційний механізм використання наявних ресурсів та об'єднання зусиль для розв'язання проблем регіону. [Електронний ресурс] / Л.Н. Федорець, – 2011. – Режим доступу: <http://www.municipal.gov.ua/878>.

### **КОМУНІКАТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В ІНТЕРНЕТ**

*Місіченко Ольга Олександрівна*

студентка Одеського національного політехнічного університету

За оцінками компанії Internet World Stats, у 2011 р. число Інтернет-користувачів наблизилося до цифри 1,5 млрд. чол. Отже, за період з 2007 по 2011 р. кількість користувачів збільшилася приблизно на 0,5 млрд. чол. [1]. Найбільші темпи зростання кількості користувачів показали країни Середнього Сходу, Африка і Латинська Америка. За даними Vigmir-Internet, що спеціалізується на проведенні досліджень українського

Інтернету, у липні 2010 р. кількість користувачів в Україні склала більш ніж 11 млн.чол. [2].

Однією з форм представлення промислового підприємства у віртуальному середовищі є корпоративний сайт. Ця форма є найбільш ефективною для комунікації з внутрішніми і зовнішніми аудиторіями. Важливу роль у комунікативній Інтернет-діяльності відіграє контент сайту. У фаховій літературі пропонуються ознаки, що визначають ефективність контенту сайту промислового підприємства (табл.1) [4]. Інформаційна природа Інтернет призвела до виникнення нового виду посередництва, яке не пов'язано з переміщенням товарних потоків — віртуальних посередників, що надають власний простір для розміщення маркетингової інформації про підприємства. Використання віртуальних посередників в діяльності промислових підприємств дозволить підвищити ефективність здійснюваних комунікацій.

До носіїв Інтернет-реклами промислових підприємств відносяться: банери, веб-сайти, електронна пошта, списки розсилання, блоги, реєстрація в пошукових системах і каталогах, реклама за допомогою електронної пошти, конференції, електронні засоби масової інформації, портали, безкоштовні поштові сервіси, тематичні сайти, торговельні системи, пошукові системи і каталоги, банерні мережі, поштові розсилки, спливаючі вікна.

Таблиця 1

### Критерії ефективності контенту сайту

Ознаки	Пояснення
Інформація про підприємство	Має бути надана достатня кількість інформації, яка дозволить ознайомитися з діяльністю промислового підприємства
Можливість подання інформації на інших мовах	
Розгорнутий каталог продукції	Зручність навігації по товарному асортименту, графічне зображення продукції, дані щодо державних стандартів, особливостях застосування продукції, терміни виготовлення, дані про дистриб'юторів тощо
Прайс-лист	Наявність оновлюваного прайс-листа. Можливість перегляду або завантаження на комп'ютер користувача цієї інформації
Зворотній зв'язок	До механізмів зворотного зв'язку можна віднести розділи <i>FAQ</i> , службу <i>ICQ</i> , інтерактивну форму для повідомлень, <i>e-mail</i> співробітників підприємства тощо
Оновлювання інформації, стрічка новин	Слугують показниками динамічної діяльності підприємства
Корисна інформація	Новини галузі, додаткова інформація для різних груп користувачів, посилання на супутні ресурси, рекомендації партнерів, інформація про специфіку вітчизняної сертифікації і стандартизації

Сайти підприємств є основним джерелом інформації для журналістів. Проте у теперішній час більшість українських промислових підприємств не використовують власні корпоративні ресурси як джерело PR-інформації, тим самим істотно обмежуючи комунікативні можливості Інтернет. Хоча, одним з критеріїв, який дозволяє оцінити потенціал ресурсу для здійснення комунікативної діяльності в Інтернет є наявність інформації про підприємство, контактна інформація.

### **Список використаних джерел:**

1. Глобальная статистика украинского Интернета за март 2010 г. Загл.с экрана. Режим доступа <http://bigmir-internet.com.ua/news/986/>
- 2 Исследования украинской аудитории Интернет. Загл.с экрана. Режим доступа: <http://www.gemius.com.ua/>
3. Медіа-дослідження української аудиторії Інтернету. Загл.с экрана. Режим доступа: [http://www.gfk.ua/public\\_relations/useful\\_info/index.ua.html](http://www.gfk.ua/public_relations/useful_info/index.ua.html)
4. Ботушан М. І. Маркетинговая модель коммуникации на промышленном рынке / М. І. Ботушан // Науковий вісник Одеського державного економічного університету. — №12 (90). — 2009. — С. 74-85.

## **МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ М.ОДЕСИ**

***Осінкіна Ірина В'ячеславівна***

студентка Одеського національного політехнічного університету

Одеська область, володіючи унікальними рекреаційними ресурсами, займає з 3-го по 8-е місце в загальноукраїнському рейтингу за основними показниками туристичної діяльності серед 27 підрозділів українського туристичного ринку. Однак питома вага Одеської області наближена до середньостатистичної (3,7%), що вказує на суттєві недоліки у роботі місцевих туроператорів і турагентів, а також на існуючий потенціал у розвитку туристичної сфери [1]. На ринку туристичних послуг м.Одеси було проведено маркетингове дослідження фахівцями відділу маркетингу туристичного оператора «Туртесс Тревел» для туристичної агенції «Меридіан» в рамках проекту «Туртесс Партнери» методом напівстандартизоване інтерв'ю «face-to-face». Обсяг вибірки склав 26 експертів, які представляли туристичні агенції. Оцінюючи в цілому ринок туризму м. Одеси (зміст, якість і т.д.), представники туристичних агентств вважають ситуацію на ньому досить позитивною (середня оцінка 4,35 по 7-ми бальній шкалі).

В результаті досліджень було виявлено наступне: туристична галузь потребує підтримки органів державної та місцевої влади; якість турпродукту та сервіс відіграють вирішальну роль при виборі компанії. Рекомендації колег, друзів, орієнтація всієї діяльності на клієнта впливають на вибір компанії, які надають туристичні послуги; найбільшу спонтанну популярність у регіоні мають такі компанії як: Пілот, Вівал тур, Експо-тур, Меридіан і Дискавері-тур.

За результатами аналізу конкурентної ситуації на ринку туристичних послуг Одеського регіону сучасного стану туристичної активності турфірм Одещини [1], зроблено висновок, що серед проблем, розв'язанню яких варто приділити першочергову увагу, є наступні: створення системи постійних статистичних спостережень у сфері туризму; створення потужного Інтернет-ресурсу, який висвітлюватиме всі події відносно розвитку туризму в регіоні як для туристів, так і для професіоналів турбізнесу; залучення державної підтримки для популяризації регіонального турпродукту на світовому туристичному ринку; стимулювання туристичних підприємств, які створюють привабливі для іноземних туристів турпродукти; оптимізація структури туристопотоку по цілях подорожей; удосконалювання екскурсійної діяльності тощо. На нашу думку, запропоновані заходи вдосконалення діяльності турфірм Одеської області здатні вирішити низку проблем і підвищити конкурентоспроможність даного регіону на туристичному ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Аналітична довідка про роботу туроператорів та турагентів України за 2007 – 2010 роки. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>.

## **ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ У ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ**

***Сорочак Марія Олегівна***

студентка НУ «Львівська політехніка»

Сучасний маркетинг розвивається в умовах соціально-економічних змін, що характеризуються динамізмом, високим ступенем невизначеності навколишнього середовища, суттєвими технологічними перетвореннями, які в значній мірі впливають і на маркетинг. Вказані процеси обумовлюють характер та закономірність його розвитку в усіх галузях економіки та економічних структурах країни.

Стрімкий розвиток Інтернету і його проникнення практично у всі сфери людської діяльності зніціював формування інтернет-економіки, яка стрімко розвивається, тобто розвиток бізнесу в Інтернеті.

Інтернет-маркетинг – це комплексне застосування складових класичного маркетингу з метою реклами в Інтернеті.

Інтернет-маркетинг потрібно розглядати як новий вид маркетингу, який передбачає застосування традиційних та інноваційних інструментів і технологій у мережі Інтернет для визначення і задоволення потреб та запитів споживачів шляхом обміну з метою отримання товаровиробником прибутку чи інших вигод.

Метою інтернет-маркетингу є досягнення максимального ефекту від потенційної аудиторії інтернет-ресурсу. Інтернет-реклама завжди входить в рекламну компанію провідних компаній. Без інтернет-маркетингу підприємство вважається нерозвинутим й застарілим, тому що цей спосіб є дешевим та ефективним для просування товару.

Інтернет-маркетинг на сьогодні набирає обертів і, безсумнівно, має неабиякі перспективи.

Перевагами інтернет-маркетингу є:

- зручність;
- мінімум затрат часу;
- доступ до порівняльної інформації;
- організація безпосереднього контакту продавця і покупця;
- можливість зменшення цін на продукцію та підвищення рентабельності торгівлі;
- безперервна можливість внесення корективів у свою діяльність;
- здатність охоплювати значні територіальні відстані.

Недоліками інтернет-маркетингу є:

- обмеженість доступу покупців;
- розгляд його як спаму;
- хаотичність та інформаційне перенавантаження;
- низька гарантія безпеки.

Інтернет-маркетинг – це набір інструментів, методик і практик, досвіду, який допомагає використовувати Інтернет як канал залучення клієнтів (див. рис. 1). При цьому не існує чітких правил, що робити конкретній компанії, що саме для неї буде правильним. Необхідно експериментувати і робити висновки, залишати найбільш ефективні інструменти. Важливо професійно і комплексно займатися інтернет-просуванням, а не частково і як-небудь.



Рис. 1. Сучасні інструменти інтернет-маркетингу

*Медійна реклама* – являє собою анімаційні та мультимедійні банери, які спрямовані на візуальне сприйняття користувачів.

*Контекстна реклама* – заснована на відповідності змісту рекламного матеріалу контексту (утримання) інтернет-сторінки, на якій розміщується рекламний блок. Носієм реклами може бути текстово-графічне оголошення або рекламний банер.

*Пошуковий маркетинг* (SEM – Search engine marketing) – комплекс заходів, спрямований на збільшення відвідуваності сайту його цільовою аудиторією з пошукових машин. Пошукова оптимізація сайту (SEO – search engine optimization) – заходи спрямовані на оптимізацію сайту для пошукових систем, виведення його на перші позиції за ключовими пошуковими запитами залучення цільової аудиторії з пошукових систем.

*Просування в соціальних мережах: SMO* (social media optimization) – оптимізація сайту, орієнтована на те, щоб статті і замітки найчастіше цитували в соціальних мережах, блогах і форумах, залучаючи на сайт відвідувачів звідти; *SMM* (Social media marketing) – це ефективний інструмент, за допомогою якого відвідувачі залучаються на сайт з соціальних мереж, спільнот, блогів, щоденників і форумів.

*Прямий маркетинг* – це індивідуальне спілкування рекламодавця з клієнтами з метою здійснення продажу.

*Вірусний маркетинг* – загальна назва різних методів поширення реклами, де головним розповсюджувачем інформації є самі одержувачі інформації, шляхом формування змісту, здатного залучити нових одержувачів інформації за рахунок яскравої, креативної, незвичайної ідеї або з використанням природного або довірчого послання.

*Партизанський маркетинг* – мистецтво досягати цілей рекламних кампаній за рахунок оригінальних ідей при мінімальному бюджеті.

Усі ці інструменти покликані створити попит, мотив, прагнення придбати товар та скористатися послугами, які пропонуються. Кожен з них є дієвим, а при правильному комбінуванні можна отримати неочікувано високі результати продажу.

Інтернет є не просто новим каналом збуту або маркетингових комунікацій, а новим ринком, на якому представлені поряд з реальними, фізично існуючими товарами електронні продукти – товари та електронні послуги з обробки інформації. Електронні продукти мають подібні риси, що дозволяють говорити про них як про особливий тип товару. Їх можна класифікувати у три категорії:

- інформаційні та розважальні продукти (ЗМІ; інформація про продукти – специфікації, інструкції, матеріали для підготовки торгових агентів; графічні матеріали – фотографії, листівки, календарі, карти, аудіо матеріали – музичні записи, промови та виступи; відеоматеріали – кінофільми, телевізійні програми);

- символи, концепції, жетони (квитки і купони замовлень авіаквитків, місць у готелях, квитки на концерти, спортивні заходи; фінансові сертифікати – чеки, електронні засоби оплати, кредитні картки);

- процеси та послуги (офіційні форми та платіжні квитанції державних органів; електронні послання – листи, факси, телефонні дзвінки; бізнес-процеси, що створюють споживчу цінність, замовлення, бухгалтерські проводки, облік запасів, контракти; аукціони та електронні ринки; дистанційне навчання, надання медичних та інших інтерактивних послуг; інтерактивні види розваг).

Отже, інтернет-маркетинг став популярним з розширенням доступу до Інтернету і являє собою невід’ємну частину будь-якої маркетингової кампанії. Він забезпечує всебічне і багатоаспектне просування сайту певної продукції або фірми в такій області, як Інтернет, тому значно зростає число залучених потенційних клієнтів. Інтернет маркетинг є надзвичайно результативним і економічно вигідним вкладенням коштів, причому невеликих.

### **Список використаних джерел:**

1. Мороз Л.А., Чухрай Н.Т. Маркетинг. – 2-е вид. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка», 2002. – 244 с.
2. Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг: Підручник. – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.



## МАРКЕТИНГОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ ПІДПРИЄМСТВ ПОБУТОВОЇ ХІМІЇ

*Філатова Ольга Євгенівна*

студентка Одеського національного політехнічного університету

Індустрія товарів побутової хімії та засобів гігієни почала розвиватися в Україні наприкінці 1990-х років. З 2000 року серед замовників вітчизняних виробників крім українських і закордонних клієнтів почали з'являтися і торгові мережі, які прагнуть розробляти власні торгові марки. Основними тенденціями, що визначають перспективи розвитку ринку є зростання доходів населення та розвиток роздрібною торгівлі. Україна є привабливий ринком збуту для товарів побутової хімії завдяки майже 46 мільйонам споживачів і підвищенню обсягів споживання побутової хімії на одну особу.

На думку більшості операторів, на сьогодні ринок побутової хімії в Україні фактично сформований. На ринку працюють близько 25 вітчизняних виробників і біля 50 великих імпортерів. На українському ринку зараз працюють "Jonson @ Jonson", "Procter & Gamble", "Benskiser", "Evypar", "Baser", "Colgate-Palmolive", "Gillette", "Sc Jonson", "Unilever", "Wella Profi", "L'oreal", "Henkel", "Schwarzkopf", "Nivea", "Florena", "Cussons", "Londa", "SmithlineBeecham", "Silka", "Rivoli", "Lab.Garnier", "Червоні Вітрила", "Свобода", "КАЛИНА", "Невський косметика", "Онікс", "Слобожанський Миловар" та інші. Крім них, на українському ринку багато дрібних гравців, проте кожен з них окремо не має достатньо вагової частки. Домінантними представниками ринку є іноземні виробники. П'ятірку лідерів складають P & G, Henkel, SC Johnson, Benskiser та Amway. Вони займають 75% ринку України [1].

На території України спільні підприємства з іноземними інвестиціями виникли нещодавно, проте вже встигли розгорнути свою діяльність, що призвело до зниження частки місцевих підприємств.

В останні роки спостерігалася явна тенденція переходу процесів купівлі побутової хімії, засобів гігієни та косметики до організованого роздробу. Споживачі за покупкою засобів побутової хімії звертаються найчастіше до супермаркетів або спеціалізовані магазини. Проте, в кожній товарній групі частка продукції, реалізованої через торговельні мережі, відрізняється. Так, у побутовій хімії велика частка припадає на супермаркети, де люди роблять сімейні покупки, але в придбанні косметики супермаркети значно поступаються спеціалізованому роздрібу і це абсолютно логічно. Приплив споживачів на відкриті ринки відбудеться, якщо базари запропонують настільки вигідні ціни, що покупець буде готовий проміняти комфорт, до якого він вже звик.

Що стосується просування продукції, то аналітики рекомендують використовувати інтернет-рекламу, зовнішню і рекламу на постерах у магазинах і торгових центрах. «Активна» ж реклама (радіо і ТБ) лише дратує цільову аудиторію. Найбільш успішними для просування продукції побутової хімії будуть «послання» у пресі, включаючи як ділові та глянцеві журнали, так і щоденні газети.

На сьогоднішній день конкуренція на ринку побутової хімії України достатньо сильна у всіх цінових нішах і у всіх категоріях товарів, як між виробниками, так і між імпортерами. Найсильніша конкуренція в середній ціновій групі таких товарів як пральні порошки, шампуні, рідке мило. Перед усім конкурують іноземні компанії зі світовими брендами. У цій ситуації головним інструментом завоювання ринку стає реклама товару та торгової марки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Електронний ресурс. Режим доступу: [www.minfin.gov.ua](http://www.minfin.gov.ua) – офіційний сайт Мінфіну України.

## ОБЛІК ТОРГІВЕЛЬНОЇ МАРКИ

*Алпатова Дар`я Артеміївна*

студентка Миколаївського політехнічного інституту  
м. Миколаїв, Україна

**Актуальність теми.** Питання місця та значимості торгових марок в системі бухгалтерського обліку на сьогодні залишається досить проблемним. Відомо, що торгові марки як об'єкти обліку відображаються у складі нематеріальних активів підприємства. Однак існують певні розбіжності у поглядах стосовно того, яке саме місце посідає торгова марка у їхній структурі.

**Виклад основного матеріалу.** Активи, за якими споживачі дізнаються і відрізняють фірми, - це торговельна марка. Її облік ведеться на рахунку 123 "Права на знаки для товарів і послуг". Це рахунок нематеріальних активів, на якому показується вартість придбаних (отриманих) прав на користування знаками, під якими випускається (реалізується) продукція підприємства.

У бухгалтерському обліку згідно з п. 9 П(С)БО 8 витрати на створення торгових марок (товарних знаків) не визнаються активом, а підлягають відображенню у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені. Звернемо увагу, що в п. 9 П(С)БО 8 мова йде лише про створення. Тобто торгові марки, які створюються і реєструються підприємством самостійно (на відміну від тих, що придбаваються на умовах договору про передачу виключних майнових прав) у бухгалтерському обліку не визнаються нематеріальними активами, а вартість їх створення списується відразу на витрати періоду. Це ж підтверджується і МСБО 38 «Нематеріальні активи», де зазначено, що витрати на «внутрішнє генерування» торгові марки по своїй суті не можна відокремити від витрат на розвиток усього підприємства; таким чином, такі об'єкти не визнаються нематеріальними активами.

Такі витрати доцільно відображати на рахунку 93 «Витрати на збут», адже метою виробництва продукції під певною торговою маркою є, насамперед, успішне просування на ринку.

Потрібно розуміти, що об'єктом обліку є не торгові марки, а права на них. А витрати на створення торговельної марки ніякого відношення до прав не має. Адже можна створити торгову марку і не зареєструвати.

Згідно О.П. Гавриленко основною особливістю бухгалтерського обліку інтелектуальної власності є те, що обліку підлягають не самі об'єкти інтелектуальної власності, а майнові права на них. Документальне підтвердження прав інтелектуальної власності дає змогу реально контролювати частку ринку, а також створює можливості для використання права на торгову марку як на об'єкт купівлі-продажу, оренди. Відповідне документальне забезпечення надає також виключне право використання даної торгової марки та її юридичного захисту.

Нематеріальні активи згідно з пунктами 10 та 11 П(С)БО 8 зараховуються на баланс підприємства за первісною вартістю, що складається з:

- вартості придбання;

- мита;

- суми непрямих податків, які не підлягають відшкодуванню (наприклад, сума ПДВ при придбанні неплатником ПДВ);

- інші витрати, безпосередньо пов'язані зі створенням нематеріальних активів і доведенням до стану, в якому вони придатні для використання за призначенням.

Щодо торговельної марки, то її первісна вартість міститиме:

- суму зборів, сплачених при реєстрації;

- суму держмита при одержанні свідоцтва;

- вартість послуг патентного повіреного;

- вартість послуг різних фахівців (плата рекламному агентству за розробку, послуги дизайнерів тощо).

Збираємо всі понесені витрати на 154 «Придбання (створення) нематеріальних активів», а потім переносимо на 123 "Права на знаки для товарів та послуг". Після отримання Свідоцтва про реєстрацію амортизуємо протягом певного строку.

Право власності на торговельні марки, як й інші нематеріальні активи, підлягає амортизації. Згідно з пунктами 25–31 П(С)БО 8 підприємство самостійно встановлює строк корисного використання нематеріальних активів, ураховуючи такі фактори:

- строки використання подібних активів;

- моральний знос, що передбачається;

- правові або інші подібні обмеження щодо строків використання;

- очікуваний спосіб використання нематеріального активу підприємством;

- залежність строку корисного використання нематеріального активу від строку використання інших активів підприємства.

В обліку товарних знаків є одна невизначеність. Якщо права на користування торговими марками придбані підприємством на

документально визначений термін, то в зв'язку з цим і термін "корисного використання" цих нематеріальних активів буде цілком визначеним. Цього не можна сказати про термін "корисного використання" торгових марок, право на які підприємство придбало в результаті здійснення власної поточної діяльності.

Навряд чи можна сказати, що придбані в довгострокове або безстрокове користування торгові марки згодом втратять свою початкову вартість. Цього, як правило, не відбувається. Очевидно, це той самий випадок, коли за умовами П(С)БО 8 амортизація нематеріальних активів повинна нараховуватися протягом терміну, визначеного підприємством, але не більше 20 років. Але ж і через 20, і через 40 років торгова марка підприємства (яке весь цей час безперервно діє і не думає припинити свою діяльність) ще в силі.

**Висновок.** Питання місця та значимості торгових марок в системі бухгалтерського обліку на сьогодні залишається досить проблемним. Відомо, що торгові марки як об'єкти обліку відображаються у складі нематеріальних активів підприємства. Однак існують певні розбіжності у поглядах стосовно того, яке саме місце посідає торгова марка у їхній структурі.

#### **Список використаних джерел:**

1. «Вісник податкової служби України», серпень 2009 р., № 30 (554), с. 22.
2. <http://dtkk.com.ua>

## **ОБЛІК ВИТРАТ ТА БЮДЖЕТУВАННЯ НА АВТОДОРОЖНЬОМУ ПІДПРИЄМСТВІ**

**Захарків Христина Іванівна**

студентка Національного університету «Львівська політехніка»

Основним видом діяльності автодорожніх підприємств є: ремонт, реконструкція та утримання доріг; комплексний благоустрій вулиць, прибудинкових територій та місць відпочинку; виробництво будівельних матеріалів (вібропресовані бетонні вироби, асфальтобетон, щербенево-мастичний асфальтобетон).

На автодорожньому підприємстві витрати виражаються в натуральній і грошовій формах. Для оцінки результатів основної діяльності найважливішим є грошове вимірювання витрат, оскільки воно виражає вартість виконаних робіт, наданих послуг [2, с.35].

Бухгалтерський облік в автодорожніх підприємствах має ряд особливостей:

1. Наявність великої питомої ваги в основних засобах рухомого складу — спеціальних машин для ремонту доріг (бульдозери, вантажні машини та ін.), а також необхідність постійного обліку і контролю їх технічного стану.

2. На балансі підприємства знаходяться специфічні запаси: паливно-мастильні матеріали, щебінь, шини, запасні частини й агрегати та витрати, пов'язані з їх зберіганням. Тому, до завдань обліку належить ретельне ведення синтетичного й аналітичного обліку по кожному виду ТМЦ [1, с.220].

Бюджетування – це процес планування майбутніх операцій підприємства, зокрема і витрат. Цей процес охоплює всі функціональні сфери діяльності підприємства: маркетинг, адміністрування, управління персоналом, виробництво, закупівлі, контроль якості, дослідження, продаж.

Вибір підприємством методу досягнення збалансованого рішення в процесі складання бюджету не є жорстко регламентованим. Номенклатура і кількість окремих планових форм – локальних бюджетів, сукупність яких визначає бюджет підприємства, самостійно формується фінансовими менеджерами. Масштаби автодорожнього підприємства та характер виконуваних ним робіт є істотними умовами, які впливають на прийняте рішення. Для успішного впровадження бюджетування на автодорожніх підприємствах необхідним є: розробка і затвердження єдиних умов, на підставі яких будуватиметься система бюджетування; розробка та впровадження управлінських процедур, за допомогою яких реалізується система бюджетування; автоматизація процесів бюджетування [3, с.150].

Отже, особливості діяльності підприємств різних сфер по своєму впливають на облік витрат діяльності. Адже, ресурси, які необхідно затратити на виробництво продукції чи надання послуг, відрізняються залежно від виду діяльності підприємства. Необхідно впроваджувати систему бюджетування на підприємствах для виявлення внутрішніх резервів зниження витрат, обґрунтування оптимального рівня витрат фінансових коштів, удосконалення системи управління підприємством.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бутинець Ф. Ф. та ін. Бухгалтерський управлінський облік. Навчальний посібник для студентів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит»/Ф. Р. Бутинець, Л. В. Чижевська, Н. В. Героасимчук. – Житомир: ЖІТІ, 2008.– 448с.
2. Догадайло Я. В., Догадайло О. О. (Укл.) Методичні вказівки до

практичних занять: Економіка підприємства дорожнього господарства.- Харків: ХНАДУ, 2011. – 68 с.

3. Лень В. С. Управлінський облік: Навч. посіб.- 2-ге вид. випр.- К.: Знання-Прес 2009.-317с.

## ОСОБЛИВОСТІ ГАЛУЗІ ЗВ'ЯЗКУ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ОРГАНІЗАЦІЮ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЗВ'ЯЗКУ

**Кобець Оксана Іванівна**

студентка Національного університету “Львівська політехніка”

Галузь зв'язку є однією з основних галузей економіки країни й в умовах бурхливого розвитку науки і техніки безпосередньо впливає як на розвиток державної сфери економіки, так і на успіх приватних підприємств. Ринок послуг зв'язку розвивається на конкурентних засадах, що проявляється у збільшенні кількості нових послуг. Галузь зв'язку поділяється на два сегменти: електрозв'язок та поштовий зв'язок. На рис.1. наведено основні напрями галузі зв'язку.

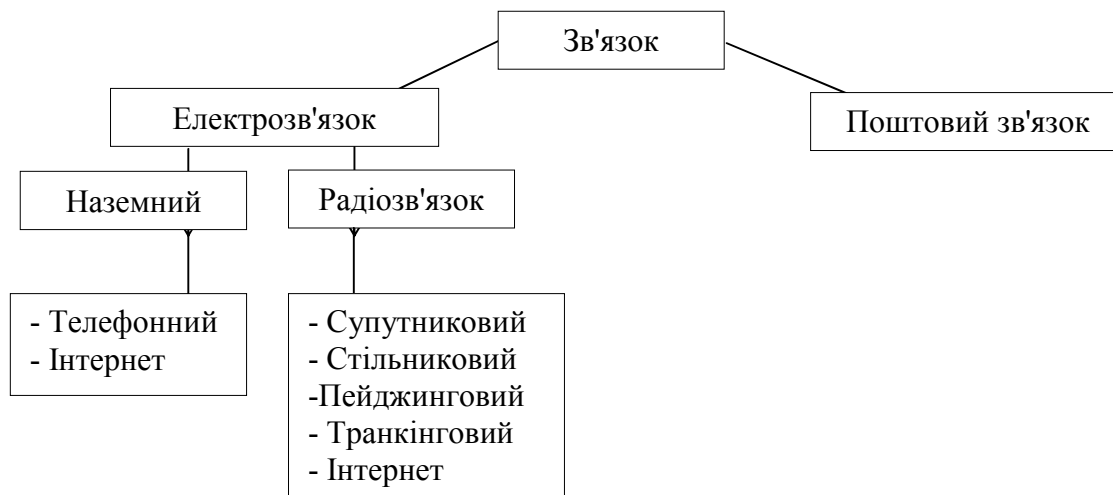


Рис. 1. Основні напрями галузі зв'язку

Для підприємства зв'язку необхідним є визначення особливостей галузі, що впливають на організацію та методіку обліку витрат.

Продукцією в галузі зв'язку є послуги пов'язані з розповсюдженням та отриманням інформації. Першою особливістю є нематеріальний характер кінцевого продукту, що вказує на відсутність у виробничому процесі сировини й матеріалів, що в сукупності впливає на структуру виробничих витрат підприємств зв'язку [1, с. 65].

Наступною особливістю є суміщення у часі процесу надання та споживання послуг зв'язку. Особливо чітко це спостерігається у телефонному зв'язку, де процес передавання телефонної інформації і процес надання послуг відбувається за участі споживача. Тому кінцевий результат надання послуг не може зберігатися на складі, а також вилучатися або надходити до сфери обігу для реалізації.

Одна із особливостей зв'язку полягає в тому, що процес передавання інформації завжди двосторонній, тобто відбувається між відправником і власником інформації. Оскільки передавання інформації виникає між абонентами, що знаходяться в різних населених пунктах, то виникає необхідність у створенні надійної і розгалуженої мережі зв'язку. В процесі обміну інформацією одночасно беруть участь декілька підприємств зв'язку, що вказує на незакінченість виробничого процесу в межах одного [2, с. 34].

Отже, галузь зв'язку характеризується значним рівнем проникнення на український ринок та швидкими темпами зростання. Вивчення особливостей є важливим етапом для підприємства, оскільки визначення витрат та організація їх обліку здійснюється виходячи із специфіки галузі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Захарченко А. А. Управління витратами в галузі зв'язку: навч. посіб. / А. А. Захарченко, І. В. Яцкевич, Ю. О. Жадинова, К. В. Захарченко. – 2-е вид., доп. та перер. – Одеса: ВМВ, 2012. - 300 с.
2. Методика та програма розрахунку витрат на послуги поштового зв'язку / Н. О. Князева, Л. В. Кузнецова, С. І. Діденко, Н. М. Стужнева. – К: УДППЗ “Укрпошта”, 2003. – 50 с.

### **МЕТОДИЧНІ СУПЕРЕЧНОСТІ СТОСОВНО АСПЕКТІВ ОБЛІКУ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ, УТРИМУВАНИХ ДЛЯ ПРОДАЖУ, В УМОВАХ НАЦІОНАЛЬНОЇ ОБЛІКОВОЇ ПРАКТИКИ**

*Міхненко Аліна Андріївна*

студентка Миколаївського політехнічного інституту  
м. Миколаїв, Україна

**Вступ.** В останні роки Україна прагне увійти до Євросоюзу, для чого гармонізує національну облікову систему із світовою шляхом розробки національних П(С)БО на основі МСФЗ. Останні нововведення в П(С)БО призвели до виникнення нових проблемних питань, зокрема з обліку реалізації основних засобів, які зумовлені несумісністю вимог



застосування певних бухгалтерських рахунків при відображенні операцій вибуття необоротних активів і порядку формування інформації для її розкриття у фінансовій звітності.

**Метою статті** є висвітлення методичних суперечностей стосовно аспектів обліку необоротних активів, утримуваних для продажу, в умовах національної облікової практики.

**Виклад основного матеріалу.** Одним із завдань, що виконує сучасний бухгалтерський облік, є надання користувачам повної, правдивої та неупередженої інформації про господарські процеси, які відбуваються на підприємстві, фінансові результати його діяльності та, зокрема, про наявність і структуру необоротних та оборотних матеріальних активів. Для того, щоб інформація була вірною, необхідно чітко розмежовувати поняття оборотних і необоротних матеріальних активів, щоб користувач бухгалтерської інформації мав можливість оцінити доходи і фінансові результати від основної та інших видів діяльності підприємства.

Основні засоби є важливою умовою забезпечення безперервного функціонування кожного суб'єкта господарювання. Підприємства повинні в обов'язковому порядку здійснювати контроль за ефективністю їх використання, що відповідає потребам управління виробничою діяльністю. На даний час перед бухгалтерами більшості підприємств України постають питання пов'язані з особливостями облікового відображення операцій з передачі основних засобів іншим особам. А саме продаж, внесок до статутного капіталу іншого підприємства, обмін на інші активи, вилучення засновником, безоплатна передача. Обрана система облікового відображення даних операцій має значний вплив на результати діяльності підприємств.

Вибуття основних засобів може проводитися шляхом списання (ліквідації) через невідповідність критеріям визнання активом та передачі іншим фізичним або юридичним особам. До передачі юридичним або фізичним особам відносять: продаж, внесок до статутного капіталу іншого підприємства, обмін на інші активи, вилучення засновником, безоплатну передачу. Якщо вибуття основних засобів відбувається внаслідок продажу, слід враховувати вимоги П(С)БО 27.

П(С)БО 27 «Необоротні активи, утримувані для продажу, та припинена діяльність» передбачає виділення в окрему класифікаційну групу тих необоротних активів, балансову вартість яких буде відшкодовано шляхом продажу, а не шляхом подальшої експлуатації. Це положення розроблено на основі Міжнародного стандарту фінансової звітності 5 «Непоточні активи, утримувані для продажу, та припинена діяльність». Згідно з П(С)БО 27, сукупність активів, які плануються до

продажу або відчуження в інший спосіб однією операцією, та зобов'язання, які прямо пов'язані з такими активами, що будуть передані (погашені) в результаті такої операції, складає групу вибуття.

Відповідно до П(С)БО 27, необоротний актив та група вибуття визнаються утримуваними для продажу у разі, якщо: економічні вигоди очікується отримати від їх продажу, а не від їх використання за призначенням; вони готові до продажу у їх теперішньому стані; їх продаж, як очікується, буде завершено протягом року з дати визнання їх такими, що утримуються для продажу; умови їх продажу відповідають звичайним умовам продажу для подібних активів; здійснення їх продажу має високу ймовірність.

Ведення обліку необоротних активів, що вибули з активного використання у звітному періоді, на рахунку 10 «Основні засоби» до моменту реалізації буде суперечити П(С)БО 7 «Основні засоби», з якого вилучено вимогу списання з балансу об'єкта основних засобів у разі його вибуття внаслідок продажу (Об'єкт основних засобів вилучається з активів (списується з балансу) у разі його вибуття внаслідок безоплатної передачі або невідповідності критеріям визнання активом.). Тобто об'єкти, що утримуються для використання (дія П(С)БО 7), продажу підлягати не можуть. Реалізувати можна тільки ті об'єкти, що утримуються для продажу (дія П(С)БО 27). Отже, вимога перекласифікації у необоротні активи, утримувані для продажу, є очевидною. Але виникає питання, на якому саме рахунку вести облік цих необоротних активів.

Для того, щоб визначити, на рахунку якого класу слід вести облік необоротних активів, утримуваних для продажу, необхідно визначити їх економічну суть. Інструкцією про застосування Плану рахунків передбачено, що для узагальнення інформації про наявність і рух основних засобів та інших необоротних матеріальних активів, призначений 1 клас рахунків. Але після прийняття рішення про реалізацію, необоротний актив перестає відповідати критеріям визнання таким в обліку. Адже, відповідно до П(с)БО 7, необоротні активи – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік). Навіть якщо основні засоби чи інші необоротні активи підприємство очікує продати протягом 12 календарних місяців, тобто вони мають довгостроковий характер, їх облік на рахунках 1 класу суперечить П(с)БО 7, так як утримуються вони для продажу.

Необоротні активи, які утримуються з метою подальшої реалізації, відповідають критеріям визнання в обліку оборотних активів. Відповідно до П(с)БО 2, оборотні активи – грошові кошти та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців з дати балансу.

Враховуючи вищезазначене, вважаємо доцільним обліковувати необоротні активи, які підлягають продажу, на рахунку класу 2 «Запаси». П(с)БО 9 передбачено, що активи, які утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності, є запасами. Отже, облік необоротних активів, утримуваних для продажу, на рахунку 2 класу є раціональним.

Чинним Планом рахунків для обліку необоротних активів, утримуваних для продажу, введено субрахунок 286 «Необоротні активи та групи вибуття, утримувані для продажу». Ми вважаємо, що віднесення непоточних активів, утримуваних для продажу до складу товарних запасів є суперечливим. Згідно Інструкції про застосування Плану рахунків на рахунку 28 «Товари» здійснюють облік руху товарно – матеріальних цінностей, які надійшли на підприємство з метою продажу. Пропонуємо вести облік необоротних активів, утримуваних для продажу, на рахунку 29, при цьому назвавши його «Оборотні активи, утримувані для продажу». Для того щоб довести раціональність цієї пропозиції, можна провести аналогію продажу необоротних активів з реалізацією запасів. Згідно з П(с)БО 9, запаси є активом, якщо існує імовірність того, що підприємство отримає в майбутньому економічні вигоди, пов'язані з їх використанням, та їх вартість може бути достовірно визначена. Ще раз наголосимо на тому, що економічні вигоди очікується отримати від використання, а не від продажу. При цьому, після прийняття рішення про реалізацію запасів, переведення їх в іншу класифікаційну групу (наприклад, на рахунок 28) не відбувається. Отже, якщо необоротні активи планується продати, необхідно перевести їх до складу оборотних, при цьому виділивши для них окремий рахунок 29 «Оборотні активи, утримувані для продажу».

Дискусійні питання виникають щодо правильності відображення реалізації таких активів на рахунках 943 «Собівартість реалізованих виробничих запасів» та 712 «Дохід від реалізації інших оборотних активів». Зазначені субрахунки використовуються для відображення операцій пов'язаних з операційною діяльністю підприємства, а будь-які операції пов'язані з необоротними активами відносяться до інвестиційної. МФУ ж у своєму Наказі №353 від 05.03.2008р. рекомендує для цих цілей

використовувати субрахунки 949 “Інші витрати операційної діяльності” та 719 “Інші доходи від операційної діяльності”.

У бухгалтерському обліку всі господарські операції відображаються у реєстрах лише на підставі первинних документів і не виключенням є віднесення необоротних активів до складу груп вибуття. Проте невідомо які саме документи слід використовувати для відображення виведення з експлуатації необоротних активів та зарахування їх до складу запасів. Типові форми первинних документів, призначені для обліку основних засобів передбачені Наказом Міністерства статистики № 352 були прийняті до введення в дію П(С)БО 27, а будь-які інші документи, які б враховували вимоги вказаного П(С)БО ще не затверджено. Враховуючи цю ситуацію, підприємства можуть надалі використовувати ф. ОЗ-1 для відображення вибуття основних засобів із складу необоротних активів, оскільки вона містить необхідну інформацію про актив, яка не відображається у будь-яких інших первинних документах (його опис, технічні характеристики, вартісна оцінка).

Необоротні активи, утримувані для продажу, переводяться до групи товарів. Відповідно їх оприбуткування повинно оформлятися тими ж первинними документами що і оприбуткування товарів (прибутковою накладною, актом приймання та ін.). Проте застосування цих документів не є доцільним. Це зумовлено тим, що для такого виду «товару» як, наприклад, основні засоби важливу роль відіграє їх опис із технічної та вартісної сторони, який не міститься у первинних документах, призначених для оприбуткування звичайних товарів.

Отже, для вирішення проблеми документального відображення переведення необоротних активів до груп вибуття, необхідно розробити відповідні первинні документи, які б задовольняли потреби у інформації про актив та відповідали його економічній сутності.

**Висновки.** Дискусійні питання, які виникли навколо практичного застосування П(С)БО 27 потребують врегулювання шляхом доопрацювання стандарту та узгодження з іншими нормативно-правовими актами. Запровадження оновленого П(С)БО 27 ввело у фінансовий облік нові об’єкти обліку – необоротні активи і групи вибуття. Запропоновані підходи до визнання та обліку таких активів не в повному обсязі відповідають основним принципам обліку та звітності, затвердженим П(С)БО. Тому це проблемне питання потребує глибокого вивчення і вдосконалення з урахуванням думки вітчизняних бухгалтерів і діючих нормативно-правових актів. Тому все ж таки при прийнятті нових вітчизняних стандартів бухгалтерського обліку не потрібно «сліпо» копіювати міжнародні, оскільки останні не завжди є кращими. Вітчизняним професійним бухгалтерським організаціям та науковцям слід

переконувати міжнародні інституції та наукову спільноту в окремих перевагах вітчизняного обліку і подавати пропозиції щодо використання його здобутків у міжнародних стандартах фінансової звітності.

### **Список використаних джерел:**

1. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій.
2. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: Наказ Міністерства фінансів України № 291 від 30.11.1999 р.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 27 «Необоротні активи утримувані для продажу, та припинена діяльність»: Наказ Міністерства фінансів України №617 від 07.11.2003 р. (у редакції наказу МФУ №1100 від 03.10.2007 р.).
4. Податки та бухгалтерський облік. Спецвипуск. – 2008. – № 9. – С.92-99.
5. Хома С. Особливості обліку необоротних активів, утримуваних для продажу.
6. Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 4. – С. 20-24.

## МОДЕЛЮВАННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ

*Ротанов Геннадій Миколайович*

кандидат економічних наук, доцент, декан факультету управління  
Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського

Умови господарювання сприяють розвитку ринкових процесів, формують ринок споживача і спонукають підприємства зосередитись на пошуку ефективних методів виробництва якісної продукції, створенні та підтриманні її конкурентоспроможності. Для проведення аналітичної оцінки управління якістю і конкурентоспроможністю продукції відібрано шість типових репрезентативних підприємств з десяти найпотужніших, які виробляють понад 50% продукції галузі і тривалий час (5-7 років) беруть участь у реальній конкурентній боротьбі.

Критерієм поточної конкурентоспроможності продукції є її ринкова частка. Потенційна ж конкурентоспроможність характеризується достатністю, рівномірністю розподілу між зацікавленими сторонами цінностей та тенденцією до збільшення їх обсягу. Рівномірність розподілу обмежених цінностей виключає різкі коливання рівня задоволеності зацікавлених сторін, в тому числі споживача, обумовлюючи стабільність поведінки ринкової частки продукції. А збільшення обсягу створених цінностей викликає її позитивну динаміку.

Аналіз поточної та потенційної конкурентоспроможності продукції, за даними статистичних досліджень (свідчить, що більшість продукції підприємств-лідерів галузі мають негативну динаміку поточної та недостатню потенційну конкурентоспроможність з причин зниження задоволеності свого споживача. Частина підприємств втрачає потенційну конкурентоспроможність продукції через низьку задоволеність персоналу та ігнорування інтересів держави як зацікавленої сторони.

В практиці підприємств економія витрат відбувається або за рахунок залучення дешевих ресурсів (сировини, праці, технологій та ін.), або за рахунок зменшення податкових платежів, що знижує задоволеність відповідних зацікавлених сторін (споживача та держави). Поряд з цим нами виявлені резерви збільшення ефективності використання виробничих фондів в 2-3 рази, а трудових ресурсів в 3-5 разів і показано, що компетентний і мотивований персонал здатний реалізувати ці резерви,

підвищивши якість і конкурентоспроможність продукції без залучення ресурсів споживача, отже без посилення конкуренції.

Значним бар'єром підвищення якості та конкурентоспроможності продукції є широке застосування виробниками стратегії «слідкування за лідером або постачальником», яка збіднює асортимент і примушує споживача задовольнитись типовим продуктом.

Для промислових підприємств нами розроблено методику розрахунку оптимальної потужності виробництва, що дозволяє оптимізувати витрати на транспортування. Відмінність від загальноприйнятих розрахунків полягає в тому, що витрати визначаються в точці продажу. При збільшенні потужності підприємства порівнюються темпи зростання економії на масштабі та темпи зростання транспортних витрат. Найменші сукупні витрати будуть означати оптимальну потужність.

#### **Список використаних джерел:**

1. Лепейко Т. І. Сучасні підходи до виділення підсистем підприємства / Т. І. Лепейко, А. В. Котлик // Концептуальні засади управління підприємством як економічною системою: Монографія / За заг. ред. к.е.н., доц. В. О. Коюда. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2007. – С. 26 – 47.
2. Ларка А. В. Конкурентные преимущества предприятий различной маркетинговой ориентации // Вестник Харьковского государственного политехнического университета. Вып. 7, ч.1. – Харьков: ХГПУ, 1997. – с. 71-74.
3. Ушаков Г. Г. Організаційні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємства / Г. Г. Ушаков // Стратегія економічного розвитку України: наук. зб. / голов. ред. Наливайко А. П.– К.: КНЕУ, 2004.– Вип. 15.– С.118-124

## ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІПОТЕЧНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

*Анциупова Олена Юріївна*

студентка Східноукраїнського національного університету  
імені Володимира Даля

На сучасному рівні розвитку банківських продуктів, все більшої актуальності набирають послуги кредитування, однак іпотечне кредитування користується не досить великим попитом. Це зумовлено тим, що споживачі не хочуть брати цей вид кредиту, бо їх не задовольняють умови, які пропонуються банком.

Слід зазначити, що цілком зрозумілим є те, що процес іпотечного кредитування дозволить вирішити ряд досить актуальних соціально-економічних проблем суспільства. По-перше, отримає розвиток довгострокове житлове іпотечне кредитування. По-друге, отримує рішення питання кредитних ресурсів для підприємств агропромислового комплексу. По-третє, розвиток іпотечного кредитування сприяє появі можливості суттєвих якісних зрушень в економіці держави загалом. Але на даний час в Україні залишаються не вирішеними проблеми, які знижують можливість провадження іпотечного кредитування в повному обсязі.

Окремим аспектам складної та багатопланової проблеми іпотечного кредитування присвячено праці зарубіжних та вітчизняних економістів і фінансистів. Серед іноземних вчених, які займалися вивченням проблеми, є такі як Б. Батлер, І. Бернارد, Ф. Мишкін, Р. Міллер, Л. Гіт ман, Д. Ван Хуз, Р. Страйк, Ф. Фабоці та ін. Приділяють увагу іпотечному кредитуванню такі вітчизняні дослідники, як В. Валентинов, О. Євтух, Т. Ковальчук, М. Дем'яненко, В. Кравченко, С. Кручок, Б. Луців, А. Мороз, О. Онищенко, К. Паливода, В. Радченко, П. Саблук, М. Савлук, С. Юргелевич та ін[3].

Однак, низка важливих питань теоретико-методологічного та практичного спрямування розвитку іпотечного кредитування залишаються розглянутими не сповна.

Метою роботи є дослідження проблеми іпотечного кредитування та можливі шляхи розвитку іпотечного ринку в Україні.

Система іпотечного кредитування посідає унікальне місце в національній економіці кожної країни. По-перше, сьогодні іпотечне кредитування в більшості економічно розвинутих країн є не тільки



основною формою поліпшення соціально-економічних умов життя населення, але й здійснює істотний вплив на економічну ситуацію у країні в цілому. З іншого боку, система іпотечного кредитування являє сьогодні складний механізм, який складається із взаємопов'язаних та взаємозалежних підсистем. За рахунок іпотеки здійснюється інвестування реального сектора економіки та збільшення його капіталу і внаслідок цього забезпечується стабільне зростання доходів у різних галузях економіки. Іпотека може стати одним з важливих інструментів створення національної системи заощаджень. При широкому впровадженні іпотечного кредитування в країні збільшаться бюджетні надходження, ефективніше вирішуватимуться житлові питання, зросте відтворення робочої сили та її мобільність. [2].

Сучасна модель українського ринку іпотеки характеризується такими факторами: переважно депозитна модель фінансування; домінування універсальних банків; відсутність спеціалізованих інститутів іпотечного ринку, гарантійних фондів іпотечного страхування ринкового фінансування, певної інфраструктури.

Проблеми розвитку іпотечного кредитування в Україні умовно можна поділити на такі складові: політико-правові, соціально-економічні, науково-технічні, економіко-географічні.

Політико-правовими проблемами можуть виступати: недосконалість законодавчої бази; відсутність єдиних системоутворюючих принципів, стандартизації та уніфікації процедур іпотечного кредитування; недостатня участь держави у стимулюванні іпотечного кредиту; недостатній захист прав кредитора; не вирішені питання щодо процедури виселення мешканців із житлового приміщення, що підлягає стягненню за іпотечним договором; відсутній єдиний реєстр прав на нерухоме майно; непрозорість взаємовідносин учасників ринку; незначна роль державної іпотечної установи на ринку іпотечних кредитів.

До соціально-економічних проблем відносять: загальна нестабільність економіки; інфляційні ризики; низький рівень доходів у більшості населення порівняно з вартістю нерухомості; висока ставка за іпотечними кредитами; високий рівень валютизації іпотечного ринку.

В свою чергу до науково-технічних проблем входять: нерозвиненість механізмів залучення коштів населення; не розвинута система рефінансування банківських іпотечних кредитів; низький відсоток іпотечних кредитів в кредитному портфелі банку.

Економіко-географічною проблемою виступає недостатньо розвинена інфраструктура ринку житла і житлового будівництва.

Досліджуючи проблеми іпотечного кредитування, слід зазначити, що у сучасних умовах розвиток іпотечного кредитування стає в Україні

надзвичайно важливим завданням подальшого здійснення кредитно-банківської реформи. Іпотечний кредит є важливим самостійним інститутом ринкової економіки, одночасно він сприяє виникненню і розвитку інших складових ринкової інфраструктури.

Для розвитку іпотечного кредитування необхідно:

1) удосконалення і розвиток законодавчої бази; створення системи гарантій і прозорих умов діяльності учасників іпотечного ринку; стандартизація та уніфікація процедури іпотечного кредитування;

2) розвиток системи страхування іпотечних кредитів; розвиток фондового ринку; вдосконалення інфраструктури іпотечного ринку; розвиток дворівневої системи іпотечного кредитування;

3) створення сприятливіших умов для доступу до капіталу широкого кола покупців нерухомості; зменшення відсоткових ставок на іпотечні кредити; налагодження співпраці з ріелтерськими компаніями; мобілізація фінансових ресурсів шляхом державних гарантій[2].

Формування іпотечної системи в Україні відкриє нові фінансові перспективи для розвитку національної економіки: забезпечить підвищення рівня капіталізації інвестиційних ресурсів; започаткує новий механізм ефективнішого розподілу капіталу між сферами і галузями економіки; виникне новий імпульс для суттєвого розширення фондового ринку на основі впровадження нових іпотечних цінних паперів[1].

Отже, перспективи розвитку ринку іпотеки в Україні значно залежать від економічного зростання, стабільності цін та обмінного курсу національної валюти, удосконалення фінансово-кредитної системи та ринку нерухомості. Іпотечне кредитування – це надійний і вивірений спосіб залучення приватних інвестицій іноземних та вітчизняних інвесторів. Лише надійні гарантії, зокрема застава нерухомості та емісія на її основі іпотечних цінних паперів, дозволять мобілізувати в значних масштабах заощадження населення і спрямовувати їх на інвестування перспективних секторів економіки. Лише в такому разі в Україні можлива поява зарубіжних портфельних інвесторів, які, через придбання іпотечних цінних паперів, здійснюватимуть інвестування української економіки.

### **Список використаних джерел:**

1. Андрушків Т. Криза іпотечного кредитування в Україні та шляхи її подолання // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. – 2011. — №16. – С. 3-9.
2. Жук О. В. Стан і перспективи розвитку іпотечного кредитування в Україні // Економічний простір. – 2009. - №23/1. – С. 308 – 315.
3. Любунь О. С. Іпотечне кредитування. – К.: Вид – во Європ. ун – ту, 2006. – 299 с.

## ЗОВНІШНЯ ЗАБОРГОВАНІСТЬ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФІНАНСОВУ БЕЗПЕКУ УКРАЇНИ

*Задорожний Артем Олександрович*

студент Дніпропетровської державної фінансової академії

Зовнішня заборгованість держави як невід’ємна детермінанта світової економіки і важливий аспект сучасної фінансової глобалізації є об’єктивно зумовленим феноменом державних фінансів в умовах ринкових та демократичних трансформацій.

Боргова безпека є необхідним елементом ефективної реалізації економічної стратегії країни та вирішення першочергових завдань забезпечення фінансової безпеки.

Фінансова безпека – це такий стан бюджетної, грошово-кредитної, банківської, валютної системи та фінансових ринків, який характеризується збалансованістю, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх негативних загроз, здатністю забезпечити ефективне функціонування національної економічної системи та економічне зростання.[1]

Таблиця 1

Зовнішня заборгованість України за 2008-2012рр.

Назва показника	2008р.	2009р.	2010р.	2011р.	2012р.
Зовнішня заборгованість, млрд.грн.	86,0	135,9	181,8	195,8	208,8

Починаючи з 2000 р., спостерігається тенденція до зростання зовнішнього державного боргу, значні прирости було зафіксовано у 2008 р. Аналізуючи дані табл.1, можна сказати, що загальна сума зовнішнього боргу з 2008 до 2010 рр. зростала значними темпами, цей ріст спричинила світова фінансово-економічна криза, борг різко зріс: з 53,5 млрд.грн., у 2007 р. до 208,8 млрд грн.. Після кризи національна економіка відновлюється повільними темпами, що і є причиною зростання боргу.[3]

Перспективи інтеграції національної економіки у світову залежать від спроможності країни своєчасно виконувати свої боргові зобов’язання, невід’ємною умовою чого є забезпечення фінансової стабільності. З метою визначення можливостей зовнішнього фінансування країни за наявності боргу в практиці міжнародних кредитних відносин використовують ряд показників платоспроможності та боргового навантаження на економіку. Розрахунок їх ґрунтується на співвідношенні

зовнішнього державного боргу і витрат на його обслуговування та ВВП, експорту товарів і послуг, доходів державного бюджету тощо. Розглянемо співвідношення зовнішнього державного боргу до ВВП, дані наведені у табл.2.[2]

Таблиця 2

Співвідношення зовнішнього державного боргу до ВВП

Назва показника	2008р.	2009р.	2010р.	2011р.	2012р.
Співвідношення зовн. держ. боргу до ВВП,%	13,8	24,9	29,9	27,4	28,5

Отже, проаналізувавши один з показників платоспроможності табл. 2, можна зробити такі висновки, що ситуація щодо зовнішньої заборгованості України досить складна і неоднозначна. З одного боку, незважаючи на істотне погіршення показників платоспроможності та боргового навантаження на економіку України у 2009 р., за міжнародними стандартами борговий тягар не є загрозливим для економічної безпеки країни. Тобто Україна не перебуває у стані критичної залежності від зовнішнього фінансування, вона спроможна покрити заборгованість валютними доходами від експорту та має потенціал щодо її покриття за рахунок коштів державного бюджету. Однак, з іншого боку, незважаючи на всі сприятливі умови щодо зменшення рівня зовнішнього державного боргу, його значення з кожним роком зростає і тиск на державні фінанси лише посилюється.[2]

Наслідками такої ситуації та її погіршення можуть бути: зростання інфляції, випередження цін над виплатами заробітних плат, залежність країни від кредиторів та збільшення зобов'язань України, девальвація національної валюти, значне здорожчання енергоносіїв тощо.

Необхідно в найкоротші строки розробити і затвердити стратегію боргової політики, здійснювати виплати на обслуговування державного боргу; аналізувати основні макроекономічні показниками боргової безпеки України; заохочувати інвесторів вкладати кошти в реальний сектор економіки, створити привабливі умови для ведення підприємницької діяльності (у тому числі виходу її з «тіні»), створити міцну правову базу для розвитку економіки; сприяти привабливості державних боргових інструментів тощо.

Отже, формування внутрішнього і зовнішнього державного боргу є потужним важелем макроекономічного регулювання та інструментом реалізації економічної стратегії. Здійснення нових запозичень та обслуговування боргу суттєво впливає не тільки на фіскальну й монетарну політику держави, а й на стан і розвиток економіки в цілому.

### Список використаних джерел:

1. А. І. Маренич. Про вплив боргової безпеки на фінансову безпеку України / Маренич А. І. // Вісник Університету банківської справи Національного банку України – 2011. – № 3 (12). – С.84–86
2. К. М. Філоненко. Зовнішній борг України: аналіз динаміки та структури / Філоненко К. М. // Статистика та економ аналіз – 2010. – №2. – С.34–38.
3. Офіційний Web-сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.minfin.gov.ua](http://www.minfin.gov.ua).

## ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ РЕФЛЕКСИВНОСТІ В ІНВЕСТУВАННІ

*Козуб Наталя Олександрівна*

студентка Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Мабуть, найбільш авторитетним фахівцем у спекулюванні на фінансових ринках з тих, хто скептично, хоча і в м'якій формі, відгукувався про технічний аналіз, є на сьогодні Джордж Сорос. У своїй знаменитій «Алхімії фінансів» він відзначає, що «технічний аналіз вивчає тенденції ринку, а також динаміку попиту і пропозиції цінних паперів».

На фінансовому ринку існує двосторонній зв'язок між усіма його учасниками. З одного боку, учасники ринку намагаються зрозуміти ситуацію, у якій вони беруть участь. Вони намагаються уявити картину, що відповідає реальності. Дж. Сорос називає це пасивною або когнітивною функцією. З іншого боку, учасники ринку намагаються вплинути на реальність, підлаштувати її під свої бажання. Дж. Сорос називає це активною функцією або впливаючою функцією. Ці дві функції діють у протилежних напрямках: у когнітивній функції незалежною змінною є ситуація; у впливаючій функції такою є мислення учасників. У тому випадку, коли обидві функції діють одночасно, вони взаємодіють одна з одною.

Для отримання детермінованого результату функція повинна мати незалежну змінну, але у нашому випадку незалежна змінна однієї функції є залежною змінною іншої.

Замість детермінованого результату ми маємо взаємодію, де як ситуація, так і погляди учасників є залежними змінними та первинна зміна прискорює настання подальших змін як у самій ситуації, так і у поглядах учасників. Дж. Сорос називає таку взаємодію рефлексивністю.

Використовуючи найпростішу математику, він уявляє рефлексивність як пару рекурсивних функцій:

$Y = f(X)$  – когнітивна функція;  
 $X = g(Y)$  – впливаюча функція.  
Відповідно,  
 $Y = f\{g(Y)\};$   
 $X = g\{f(X)\}.$

Дві вказані рекурсивні функції, на думку Дж. Сороса, ведуть не до рівноваги, а до постійного процесу змін, що ніколи не закінчується.

Рефлексивність ринку трактується Дж. Соросом як процес, за яким ціни на фінансові інструменти формуються головним чином згідно уявленням учасників ринку щодо тенденції їх зростання або падіння. При цьому рівень дохідностей цих фінансових інструментів або розмір активів, які вони представляють, не впливають на ціни.

Рефлексивні реакції людей відіграють важливу роль в їхній економічній діяльності. На фондових і валютних ринках суб'єкти ринку, «з одного боку, постійно розхитують систему, а з іншого – так само раптово викликають із небуття ті або інші тенденції у фінансовій сфері, як їх і нівелюють» [1].

Найважливіший ефект роботи біржі – процес формування ціни, якщо не завжди, то в більшості випадків обумовлений рефлексивними реакціями її учасників. Іншими словами, це пануючі уявлення або думки про майбутній напрямок руху цін [2].

Модель руху цін виглядає наступним чином:

- 1) неусвідомлений тренд – початок самопідсилюючого процесу;
- 2) успішне подолання коливань, зростаюча переконаність, що призводить до розходження між очікуваннями та реальністю, помилка в оцінках;
- 3) точка екстремуму;
- 4) процес, що підсилюється самостійно у зворотному напрямку.

Теорія рефлексивності допомагає у виявленні двостороннього зв'язку між котируваннями акцій та компаніями-емітентами, а також виявленні впливу зростання котирувань акцій на багатство компаній [1].

Існують особливі напрямки впливу котирувань на фондовому ринку. Це: рейтинг кредитоспроможності, ставлення клієнтури, довіра до управляючого персоналу тощо. Як показує практика, даний ефект може значно збільшити фінансові можливості компаній. Тобто рефлексивний процес зростання котирувань акцій стає життєво важливим як для поточної діяльності фірм, так і для їхнього майбутнього розвитку [2].

Таким чином, теорія рефлексивності показує, як нововизначені котирування можуть вплинути на реальну цінність акцій, яка, слідуючи принципам фундаментального аналізу, і відбивається на котируваннях.

### **Список використаних джерел:**

1. The Alchemy of Finance: Reading the Mind of the Market, George Soros, 1987р., 378с. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://books.mec.biz/tmp/pics/Q2CHGQTHLK4XKEC4NF3FHRFO1Z37T4.pdf>
2. INET Lunch, George Soros, Berlin 2012, 24с. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ineteconomics.org/sites/inet.civicaactions.net/files/Soros%20SpeechBerlin%20INET2012.pdf>

## **ОЦІНКА ПРИВАБЛИВОСТІ СИСТЕМИ ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГУ**

*Курило Євген Юрійович*

магістрант Харківського національного економічного університету

У світі комплексне обслуговування клієнтів банками відбувається за допомогою інтегрованих банківських продуктів – продуктів, які об'єднують декілька продуктів в один. Інтегровані банківські продукти є дуже мобільним та передовим інструментом банківського сектору, проте в Україні поки не має можливості впровадження даних видів банківських продуктів через такі фактори як недосконала нормативно-правова база, низький рівень розвитку банківського сектору та економіки в цілому, недостатній рівень фінансової культури та фінансової обізнаності населення [1].

Найбільш актуальним з існуючих інтегрованих продуктів для України можна визначити електронний банкінг як один з найбільш необхідних клієнтам видів комплексного обслуговування клієнтів. Електронний банкінг – система послуг, за допомогою яких клієнт банку може здійснювати всі стандартні банківські операції, за виключенням операцій з готівкою, зі свого комп'ютера, який має доступ до мережі Інтернет [2].

При виборі системи Інтернет-банкінгу клієнти звертають увагу на низку показників, наприклад, вартість обслуговування (комісії, тарифи), ступінь захищеності інформації, швидкість проведення операцій, функціональність та мобільність системи та ін.

Ієрархія систем Інтернет-банкінгу складається з трьох рівнів: на найвищому рівні даної ієрархії розташована система Інтернет-банкінгу, на другому рівні знаходяться 11 критеріїв, згідно з якими буде обрано найбільш функціональну систему, та на третьому (найнижчому) рівні знаходяться 22 альтернативи - банки, які буде оцінено по відношенню до

критеріїв другого рівня. За допомогою методу експертних оцінок було визначено пріоритети критеріїв.

Лідером на ринку Інтернет-банкінгу є система «Приват24» Приват Банку. Робота з системою «Приват24» здійснюється завдяки доступу в Інтернет. Управління рахунками можливе з будь-якого комп'ютера, який має вихід у мережу. Інструменти системи «Приват24» дозволяють здійснювати перекази коштів на карти як українських так і іноземних банків, перекази на розрахункові рахунки в українських банках, а також в системах Privatmoney, WesternUnion, SWIFT платежі.

Показниками, за якими визначено привабливість системи Інтернет-банкінгу є: вартість відкриття рахунку, вартість обслуговування в системі, вартість он-лайн-виписки, вартість обслуговування технічних пристроїв, вартість грошових переказів на рахунки, які відкрито в даному банку та на рахунки, які відкрито в інших банках.

Після проведення етапів було визначено ранги всіх банків, які надають послуги Інтернет-банкінгу, лідером серед яких став VAB Банк, який використовує нульові тарифи за всіма вищенаведеними показниками, друге місце зайняв Альфа-Банк, який стягує тарифи тільки з переказів на рахунки, відкриті в даному банку та рахунки, які відкрито в інших банках в розмірі 3%, а третє місце залишилось за Приват Банком, який також стягує тарифи тільки з переказів на рахунки, відкриті в даному банку та рахунки, які відкрито в інших банках в розмірі 0,5 грн.

Останнє ж місце зайняв Прокредитбанк, який встановив тарифи на Інтернет-банкінг найбільшими серед банків:

1. відкриття рахунку – 100 грн.;
2. обслуговування системи – 50 грн.;
3. виписка – 70 грн.;
4. обслуговування технічних пристроїв – 29,15 грн.;
5. перекази зсередини та ззовні банку – 1,5 грн.

Після аналізу декількома методами видно, що лідери у проведених дослідженнях кількісних та функціональних показників відрізняються. Це свідчить про те, що якість та вартість знаходяться в оберненій залежності одне від одного, тобто надання більшої кількості функцій в системі Інтернет-банкінгу пов'язано зі зростанням вартості обслуговування.

Таким чином, провівши результати даного дослідження, можна визначити абсолютного лідера на ринку послуг з Інтернет-банкінгу – ПриватБанк, який за методом Т.Сааті [3] очолив рейтинг банків за функціональністю системи Інтернет-банкінгу, а серед вартісних показників отримав лише третє місце. Проте якість обслуговування відповідає вартості послуг, які надаються. Продукт даного банку «Приват 24» є лідером на ринку електронних банківських послуг, оскільки при



невеликій комісії клієнт має можливість здійснити велику кількість різноманітних банківських операцій, чого на сьогоднішній день не може більше запропонувати своїм клієнтам жодна банківська установа.

### **Список використаних джерел:**

1. Войченко А. Д. Теоретичні засади організації надання інтегрованих банківських продуктів/А. Д. Войченко // Матеріали за 7-ю міжнародною науково-практичною конференцією "Найновите постиження на європейската наука". – 2011.- Том 2 Економістики.- Софія, "Бял ГРАД-БГ ОДД"
2. Система електронних платежів Національного банку України за станом на 1 січня 2011 р. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: [http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=53861&cat\\_id=78675](http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=53861&cat_id=78675)
3. Система НСМЕП [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.paysyscenter.ru/>

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ**

*Макар Роман Вікторович*

студент Тернопільського національного економічного університету

Вплив фінансів на розвиток суспільства не можна усвідомити без вивчення сутнісних засад фінансової політики. В переважній більшості випадків під нею розуміють систему заходів у сфері фінансів з метою цілеспрямованого впливу держави на побудову фінансово-кредитної системи та національної економіки загалом [1, с. 2]. Її головним завданням є пошук оптимальної моделі перерозподілу фінансових ресурсів для розвитку економічних і соціальних відносин.

Для досягнення цього завдання фінансова політика має сприяти впровадженню матеріально- та ресурсозберігаючих технологій, підвищенню продуктивності праці, побудові раціональної структури економіки. Тому першим принципом фінансової політики є забезпечення розвитку виробництва, підтримання підприємницької активності, підвищення рівня зайнятості населення. Іншим принципом є мобілізація та використання фінансових ресурсів для надання соціальних гарантій, до яких належать освіта, охорона здоров'я, культура, соціальний захист тощо [2, с. 226].

Фінансова політика держави складається з різних сегментів, які тісно переплітаються і взаємодіють між собою. Зокрема, грошово-кредитна або

монетарна політика являє собою комплекс дій і заходів у сфері грошового ринку, а її механізм засновується на пропозиції грошей та їх вартості як фінансових ресурсів. Складовою частиною цієї політики є валютно-курсова політика центрального банку, завданням якої є забезпечення стабільної зовнішньої купівельної спроможності грошей, що виражається в підтримці національної грошової одиниці [3, с. 58].

Серед видів фінансової політики необхідно також відзначити фіскальну політику, яка характеризує дії держави щодо централізації частини виробленого ВВП та її суспільного використання. Вона реалізується шляхом впровадження різноманітних методів мобілізації доходів та їх розподілу за окремими напрямками державних видатків.

Важливою складовою фінансової політики є боргова політика держави. Вона починається із визначення співвідношення між податковими та позиковими фінансами. Перші засновуються на формуванні доходів бюджету за рахунок податків й обов'язкових платежів, а другі – на використанні в певних межах державних позик. Ця політика визначає межі та умови державного запозичення, співвідношення між його формами і кредиторами держави, порядок і механізм погашення державного боргу.

Фінансова політика у сферах фондового та страхового ринків характеризується діями держави щодо їх розвитку і регулювання, створення відповідних гарантій клієнтам страхових компаній й інституційних інвесторів. Оскільки вказані фінансові інституції є комерційними структурами, держава може впливати на них, як і на інших суб'єктів підприємницької діяльності, тільки засобами регуляторної політики.

На відміну від попередніх видів політики, фінансова політика у сфері міжнародних фінансів пов'язана з налагодженням взаємовідносин держави з міжнародними організаціями і фінансовими інституціями. Зміст цього сегмента політики полягає у виробленні механізму участі в цих організаціях або інституціях і встановленні засад співпраці [4, с. 67].

#### **Список використаних джерел:**

1. Петрушевська В. В. Складові фінансової політики в системі державного регулювання економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>.
2. Кореновський О. В. Концепція сталого розвитку і фінансова політика // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.13. – С. 225-229.
3. Танклевська Н. С. Удосконалення державної фінансової політики // Інноваційна економіка. – 2011. – №4. – С. 56-61.
4. Смагін В. Л. Фінансова політика держави і розвиток фінансового ринку в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>.

## ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА В УКРАЇНІ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЇЇ РЕГУЛЮВАННЯ

*Голощук Ірина Олексіївна*

студентка Вінницького національного аграрного університету

*Голишевська Лариса Віталіївна*

асистент кафедри обліку та аналізу Вінницького національного аграрного університету

На сучасному етапі розвитку ринкової економіки використання податків як важелів ефективного державного регулювання соціально-економічних процесів набуває особливого значення. Ефективність оподаткування в державі безпосередньо залежить від особливостей реалізації податкової політики, яку розглядають як складову фінансової політики та яка повинна сприяти розвитку ринкових відносин, стимулювати ділову та підприємницьку активність і, як наслідок, забезпечувати надходження фінансових ресурсів до бюджетів всіх рівнів.

Проблематику податкової політики, а також визначення її місця в системі державного регулювання економіки досліджували і аналізували: С.В. Адонін, Н.В. Савчук, Л.К. Сало, Л.В. Трофімова та інші науковці.

Потрібно враховувати, що належно, своєчасно забезпечити конституційні права і свободи громадян держава спроможна при відповідальній владі, сумлінному виконанні кожним податкового обов'язку і науково обґрунтованій фінансовій і податковій політиці [4].

Сутність податкової політики, на погляд Н. Савчук, проявляється у методах мобілізації фінансових ресурсів та їх використання відповідно до завдань та потреб держави. Безпосередньо податкова політика справляє особливий вплив на підвищення реальних доходів населення, якості життя, соціально-економічного розвитку країни [3].

Сутність податкової політики виявляється в сукупності організаційно-правових та фінансово-економічних заходів держави у сфері регулювання податкових відносин, які спрямовані на мобілізацію та використання фінансових ресурсів в системі регулювання соціально-економічного розвитку країни [1].

Сьогодні податкова політика України потребує вдосконалення та доопрацювання системних реформ у частині більш обґрунтованого

прийняття рішення стосовно зниження чи підвищення рівня податкового навантаження суб'єктів господарювання, вдосконалення та реалізації регулятивної функції податків, покращення податкового клімату. Певною мірою доопрацювання засад Податкового кодексу повинно відбуватись на основі аналізування досвіду ведення податкової політики європейських країн, враховуючи як переваги, так і недоліки їхнього законодавства. Це дасть змогу надалі вилучити негативні наслідки та гальмівні процеси в соціально-економічному розвитку України після затвердження змін в законодавстві.

### **Список використаних джерел:**

1. Адонін С. В. Поняття державної податкової політики в Україні/ С. В. Адонін// Держава та регіони. Серія. Економіка та підприємництво. – 2011. - №5. – С. 1 – 5
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI (Редакція станом на 03.02.2013) [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>
3. Савчук Н. В. Податкова політика в системі регулювання соціально-економічного розвитку держави/ Н. В. Савчук, Л. К. Сало // Науковий вісник НЛТУ. – 2012. – Вип. 22.4 . – С.290 - 295
4. Трофімова Л. В. Податкова політика і податкова система/ Л.В. Трофімова// Фінансове право. – 2010. - № 1. – С. 364-370

## **ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ПЛАНУВАННЯ ВИДАТКІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ**

*Дерваль Юлія Миколаївна*

студентка Дніпропетровської державної фінансової академії

Бюджетне планування і прогнозування є важливими інструментами управління бюджетними коштами, які надають реальні переваги органам державної влади, оскільки підвищують ефективність прийняття фінансових рішень, сприяють відкритості процесу управління і прозорості прийняття рішень. У зв'язку з нестабільністю загальноекономічної ситуації період прогнозування об'єктивно скорочений. Тому акцент при визначенні перспектив розвитку місцевих бюджетів слід робити на задачі короткострокового й середньострокового прогнозування. Принципово змінився зміст функціональних завдань місцевих бюджетів: разом з необхідністю вирішення соціальних проблем з'явилися нові задачі, такі як прогнозування видатків місцевих бюджетів.

Однією з ключових проблем бюджетного планування в Україні є вдосконалення процесу планування бюджетів усіх рівнів, узгодження цілей економічного й соціального розвитку, виходячи з наявних фінансових ресурсів та розподілу цих ресурсів з урахуванням стратегічних і тактичних цілей державної економічної політики [5, с. 76].

Основними методами планування місцевих бюджетів є нормативний, розрахунково - аналітичний, оптимізації планових рішень, економіко-математичного моделювання. Одним із методів планування місцевих бюджетів є програмно - цільовий метод (згідно глави 4, статті 20 Бюджетного Кодексу)[1]. Програмно-цільовий метод є дієвим інструментом, який забезпечує планування та виконання бюджету на середньострокову перспективу, орієнтований на досягнення мети відповідно до встановлених пріоритетів. Бюджет складений за цим методом суттєво відрізняється від традиційного постатейного або економічного бюджетів, а саме – здійснюється фінансування програм, а не адміністративних одиниць та штатних посад. Основними компонентами програмно-цільового методу є попередній розрахунок доходів і видатків, середньострокове та стратегічне планування доходів і видатків, довгострокове планування капітальних інвестицій, розгляд, оцінка, аналіз та моніторинг виконання бюджету, прозорість і участь громадськості у бюджетному процесі та стратегічне планування. На відміну від традиційного бюджету, який приділяє увагу контролю за цільовим використанням коштів, програмне бюджетування забезпечує функцію фінансового контролю, що базується на результатах програми [3].

Розрахункові показники Міністерства фінансів України на 2011 р. виконано на 108,9% у т.ч. за видатками загального фонду – 98,5%, спеціального фонду – 245,8% , а на 2012 рік - на 91,2%, у тому числі за видатками загального фонду - 84,9%, спеціального фонду – 173,6%. Рівень виконання планових показників, затверджених місцевими радами на 2011 р. становив 95,4%, а на 2012 рік - 69,1%. [6, с. 55]. З отриманих даних бачимо, що відсоток виконання місцевих бюджетів за видатками за 2012 рік знизився, порівняно з показниками минулого року, що свідчить неефективну фінансову політику як на рівні держави, так і органів місцевого самоврядування.

Загалом, результати проведеного аналізу показали, що надмірна централізація бюджетних ресурсів, недосконалість порядку їх розподілу, незабезпечення місцевих бюджетів в повному обсязі коштами на проведення, зокрема, видатків розвитку, низька ефективність управління коштами міжбюджетних трансфертів суттєво стримують повноцінне функціонування інституту місцевого самоврядування, не забезпечують

надання населенню України якісних послуг та підвищення рівня соціально – економічного розвитку регіонів [4].

Однак все це можливо лише за умови високої якості цих процесів, коли прогнозні та планові бюджетні показники є науково та економічно обґрунтованими, інакше їх застосування не дасть бажаних результатів. Серед системних недоліків в організації бюджетного планування і прогнозування в Україні в першу чергу слід назвати слабку методологічну базу. Тому продовження дослідження в контексті пошуку методів, які б в повній мірі відповідали вимогам сьогодення, є перспективним. В цьому напрямку є доцільним вивчення і застосування зарубіжного досвіду організації та методології бюджетного планування і прогнозування. Особливу увагу слід звернути на досвід Польщі, оскільки ця країна стикається з аналогічними проблемами в сфері бюджетного планування і прогнозування, які притаманні Україні [5, с.88].

### **Список використаних джерел:**

1. Бюджетний кодекс України: Закон України від 8 липня 2010 р. № 2456-VI // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
2. Виконання Державного та місцевих бюджетів: Державна казначейська служба // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/index>
3. Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава – Програма економічних реформ на 2010 - 2014 рр.: Комітет з економічних реформ при Президентові України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.president.gov.ua/docs/Programa\\_reform\\_FINAL\\_1.pdf](http://www.president.gov.ua/docs/Programa_reform_FINAL_1.pdf).
4. Інформація про стан виконання Зведеного та Державного бюджетів України за 2011 - 2012 рр. : Міністерство фінансів України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/printable\\_article?art\\_id=324687](http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=324687)
5. Сукрушева Г. О. Необхідність прогнозування видатків місцевих бюджетів в сучасних умовах розвитку економіки України/ Г. О. Сукрушева // Вісник економіки транспорту і промисловості: - 2011. - № 36. – С.75-89
6. Щербина І. Ф., Рудик А. Ю., Зубенко В. В. Аналіз виконання бюджету за 2011-2012 рр. / І. Ф. Щербина, А. Ю. Рудик, В. В. Зубенко // Бюджетний моніторинг: – 2012. – № 4. - С. 46 - 80.

## ПОДАТКОВИЙ КОНТРОЛЬ В УКРАЇНІ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ

*Завгородня Людмила Анатоліївна*

Національний університет державної податкової служби України

Оцінка ефективності функціонування системи контролю та діяльності його апарату - вельми складна проблема. Методологічне та практичне вирішення її забезпечує основу вишукування найбільш доцільних напрямків удосконалення організації та управління діяльністю служби контролю. Важливе значення при цьому має з'ясування впливу самого контролю на кінцеві результати розвитку виробництва, оскільки у фінансово-господарському процесі взаємодіє безліч чинників. Податковий контроль, як і інші функції управління виробництвом, потребує подальшому підвищенні ефективності. Під ефективністю в широкому сенсі слід розуміти сукупну результативність роботи, дієвість, співвідношення досягнутого результату і поставленої мети, а також досягнення цього результату з меншими витратами часу, сил і засобів, дій системи заходів, що є наслідком певних матеріальних зусиль. Економічна ефективність характеризується порівнянням виробничих результатів з ресурсами, застосовуваними для досягнення цих результатів. Вона розкривається за допомогою таких понять, як результативність і економічність, хоча вони і не повністю характеризують її [1].

Податкове законодавство в кожній країні формується відповідно до цілей її економічної та фінансової політики, з урахуванням сформованої економічної структури і виражає інтереси правлячих кіл або класів. Однак в умовах демократичного суспільства податкове законодавство не може змінюватися часто і довільно, оскільки така довільність загрожує порушенням стабільності економічної системи і перешкоджає нормальному економічному розвитку. Гарантом від непередбачуваного втручання в податкове законодавство є податкова доктрина, яка являє собою узагальнене вираження основних принципів, норм і правил, які є базою в рамках прийнятої загальної фінансово-економічної політики, що зберігають свою силу при всіх поточних змінах податкового законодавства [2].

Податкова доктрина зазвичай відбивається у стабільно і довготривало обстоюваних державною владою позиціях з таких питань, як:

- роль і значення податків у фінансовій системі країни;
- частка податків у ВВП (ВВП) і в загальній сумі доходів бюджетної системи;
- співвідношення прямих і непрямих податків;

- прогресивність (регресивність) оподаткування;
- форми контролю і нагляду податкових органів за діяльністю платників податків і т. д. [3].

У вузькому розумінні податковий контроль слід розглядати як закріплені правовим чином дії держави в особі уповноважених органів та їх посадових осіб з приводу спостереження за законністю дій підконтрольних суб'єктів у сфері податкових відносин, спрямовані: на виявлення правопорушень у податковій сфері; запобігання податкових правопорушень; примус до дотримання норм податкового законодавства; відновлення порушених прав як платників податків, так і держави.

Податкове право в економічно розвинутому суспільстві слід визначати як сукупність юридичних норм, що встановлюють види податків у державі, порядок справляння і регулюють відносини, пов'язані з виникненням, зміною та припиненням податкових зобов'язань [4].

Побудова ефективної системи податкового контролю, що реалізує на практиці всі необхідні функції державного управління у сфері податкових відносин, необхідно здійснювати з урахуванням не тільки власного накопиченого історичного досвіду, але й досвіду закордонних країн, які до певного моменту сформуvalи ефективні моделі податкового контролю.

В практиці створення та функціонування ефективної системи податкового контролю західних країн чимало цінного і корисного. Але при використанні їх досвіду необхідно брати до уваги і об'єктивні умови, в яких створюється і функціонує система податкового контролю: конкретний стан економіки в кожній країні, рівень накопичених багатств і навіть психологічні установки і традиції населення.

Процес реформування податкової системи в нашій державі не завершений, і найбільш активно цей процес торкається саме системи податкового контролю. Однак, невирішеними і досить актуальними залишаються такі аспекти організації податкового контролю, як:

- вдосконалення його правового забезпечення;
- створення ефективної єдиної інформаційно-аналітичної бази платників податків і об'єктів оподаткування;
- вдосконалення системи взаємодії податкових органів з платниками податків та забезпечення ефективного зворотного зв'язку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Хосиев Б. Н. Налоговый контроль как элемент эффективности функционирования налоговой системы // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. №2, 2010.
2. Кузьми М. А. Эффективные модели налогового контроля в западных странах // ГРНТИ. №2, 2011. С.86



3. Кашин В. А. На логовая доктрина и налоговое право. URL: <http://www.lawmix.ru/comm/5907/>
4. Энциклопедический словарь экономики и права. URL: <http://dic.academic.ru/>

## ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РЕФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ

*Колісник Марія Ігорівна*

студентка Вінницького національного аграрного університету

Становлення нових економічних відносин в Україні відбувається в складних політико-економічних умовах, що утворилися в результаті розпаду СРСР, порушення міжреспубліканського поділу праці, втрати інтеграційних зв'язків, поглиблення загальної соціально-економічної кризи. Це вимагає розробки і впровадження якісно нових елементів державного управління, активізації механізму державного регулювання економіки.

Метою реформування податкової політики України є зміна податкової системи для забезпечення стабілізації економіки і насамперед матеріального виробництва, підвищення його ефективності й на цій основі забезпечення доходів державного бюджету та забезпечення соціально-культурного розвитку держави.

Виходячи з цього, можна сказати, що податкова система повинна забезпечити оптимізацію розподілу і перерозподілу національного доходу.

У більшості країн світу податки є "ефективним знаряддям державної політики" відносно життєдіяльності суспільства. Проведення ринкових реформ значною мірою залежить від стану фінансів держави та її бюджету, через який держава акумулює кошти для фінансування пріоритетних напрямів розвитку економіки, соціальної сфери, культури тощо. Проблемою реформування податкової системи України у своїх працях займалися вітчизняні фахівці права, зокрема, П. Гега, В. Федосова, В. Федоров, В. Опарін, Ю. Козак, Т. Савченко та інші.

Керівна роль держави у реформуванні податкової системи обумовлена необхідністю спрямування цього процесу у заданому напрямі та втілення в життя стратегії економічної політики, яка повинна ґрунтуватися на принципах демократії, здорового цивілізованого підприємництва та конкуренції, входження суверенної України в систему міжнародних господарських зв'язків тощо.

Забезпечення реформування податкової системи ще не гарантує її ефективне функціонування в реальних економічних умовах. Для цього

держава повинна створити, перш за все, відповідний правовий режим для регулювання відносин суб'єктів економіки та здійснити систему організаційних заходів для впровадження нової податкової системи.

Залишається невирішеною проблема комплексного, системного реформування податкового законодавства на основі нових ефективних ідей. Однією з причин цього є відсутність в Україні Податкового кодексу, який повинен відігравати роль системоутворюючого чинника податкового законодавства. Саме Податковий кодекс, який пропонується запровадити, має сформувати нову ідеологію оподаткування, забезпечити комплексний підхід у регулюванні податкових відносин, усунути недосконалість та неузгодженість податкового законодавства, забезпечити єдину і відносно стабільну законодавчу базу оподаткування, узгодити ставки податків з реальними можливостями платників, забезпечити диференційований підхід до оподаткування, усунути невідповідність актів податкового законодавства нормам інших законодавчих актів, забезпечити їх гармонізацію та взаємодію, врахувати інтереси регіонів та узгодити їх з загальнодержавними. В роботі розроблена структура Податкового кодексу та зміст кожної структурної частини.

Реформування податкової політики повинно йти через структурну перебудову економіки і фінансів. Тільки на основі цього можна досягти стабілізації і збалансованості як торгово-платіжного балансу, так і бюджету держави.

В цьому напрямі передбачаються два шляхи. По-перше, цілеспрямована підтримка структурної перебудови найбільш важливих для функціонування економіки галузей і виробництва державними коштами, кредитами, державними гарантіями державним інвесторам. По-друге, перебудова виробництва відповідно до вимог ринку за рахунок власних коштів підприємств, кредитів і позичок.

Підходи до реформування податкової системи різні. Одні пропонують провести корекції нині діючих податків. Інші - зовсім змінити модель податків.

Реформування податкової системи необхідно проводити шляхом послаблення податкового тиску щодо тих, хто платить податки і інвестує кошти у виробництво. Для цього необхідно насамперед знизити кількість податків, тому що наше податкове законодавство цим переобтяжене. З другого боку - необхідно полегшити податковий тиск.

Передбачається впровадити стимулюючу систему податків: при зростанні обсягів та рентабельності виробництва норматив сплати податків зменшується, що стимулює виробника до збільшення виробництва продукції.

Ще одним із важливих чинників економічного зростання країни є модернізація та удосконалення податкової служби України. Від технічного стану, кваліфікації фахівців та рівня комп'ютеризації служби залежить наповнення доходної частини бюджету, що є запорукою добробуту населення і держави.

Таким чином, податкова реформа поряд із зменшенням податкового тиску через зміну податкового законодавства повинна врегулювати відношення суб'єктів господарювання різних організаційно-правових форм, різних форм власності і напрямів діяльності з державою, створити для них рівні стартові можливості.

Внаслідок послідовних кроків, спрямованих на вирішення цього завдання знижено ставки основних податк\_в - ПДВ з 28 до 20% , податку на прибуток підприємств з 30 до 25%, а також запроваджено плоску шкалу оподаткування доходів громадян за ставкою 15% (з 1.01.2004 р. до 31.12.2006 р. - 13%) і зменшено нарахування на фонд заробітної плати до соціальних фондів.

У деяких країнах ЄС також здійснено перехід до пропорційного оподаткування доход\_в громадян, однак за значно вищою ставкою, зокрема, в Естонії - 24%, в Латвії - 25%, Литві - 33%, Словаччині - 19%. В результаті ставка, за якою справляється податок з доход\_в фізичних осіб в Україні, знаходиться на рівні значно нижчому, ніж у країнах - членах ЄС.

#### **Список використаних джерел:**

1. Чередніченко Ю. В. Дієвість податкової системи в економічних перетвореннях // Напрями стабілізації економічного розвитку України. Зб. наук. праць. – К.: Інститут економіки НАН України, 2002. – С. 102–108. – 0,3 д.а.
2. Чередніченко Ю. В. Економічна сутність, принципи і напрями податкової політики в трансформаційний період // Ресурсний потенціал АПК: концептуальні засади і механізми збалансованого відтворення та ефективного використання. Зб. наук. праць. – К.: Інститут економіки НАН України, 2002. – С. 151–154. – 0,2 д.а.
3. Чередніченко Ю. В. Стан економіко-математичного моделювання податкової політики // Соціально-економічні пріоритети сталого розвитку. Зб. наук. праць. – К.: Інститут економіки НАН України, 2003. – С. 67–75. – 0,3 д.а.
4. Засади формування бюджетної політики держави: Наукова монографія / М. М. Єрмошенко, С. А. Єрохін, І. О. Плужников, Л. М. Бабич, А. М. Соколовська, Ю. В. Чередніченко / За наук. ред. д.е.н., проф. М. М. Єрмошенка. – К.: Національна академія управління, 2003. – 290 с. – 1,1 д.а.

## ШЛЯХИ ТА ПРОБЛЕМИ ПОДАТКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ ТА ЇХ ВИРІШЕННЯ

*Пльонсак Тетяна Леонідівна*

Вінницький національний аграрний університет

*Голишевська Лариса Віталіївна*

Вінницький національний аграрний університет

Одним із важливих чинників економічного зростання країни є ефективна податкова система. Держава за допомогою податків здійснює вплив на економічну систему країни, отримуючи відповідну суму податкових платежів і забезпечуючи ті економічні ефекти, які обумовлені впливом податків, такі як зростання обсягів виробництва, збільшення капіталовкладень, зростання норм прибутку. Так, функції системи оподаткування спрямовані на вирішення таких глобальних завдань, як збільшення дохідної частини державних бюджетів, забезпечення стабільного зростання мікроекономічних показників стимулювання економічного розвитку. Податки – це фінансове підґрунтя існування держави, основа її можливостей у світовому економічному просторі щодо розвитку науки, освіти, культури, гарантування економічної безпеки, зростання суспільного добробуту народу.

Проблеми податкового регулювання в Україні у своїх працях висвітлюють багато вчених-економістів, зокрема такі, як: В.Федосова, В.Федоров, В.Опарін, Ю.Козак, Н.Петренко, Н.Рубан, І.Н.Стефанюк та інші.

У ринкових умовах господарювання постає проблема вдосконалення відносин між державою та платниками податків. Податки повинні слугувати не тільки джерелом отримання доходів бюджету, а й виступати найважливішим інструментом податкового регулювання економіки. Крім того, на сьогоднішній день зростає відповідальність за соціально-економічні наслідки прийнятих управлінських рішень у сфері оподаткування. Податкове регулювання цілеспрямований вплив держави на учасників економічних відносин шляхом використання засобів та інструментів податкової політики. В основу використання оподаткування як одного з найважливіших важелів економічної політики держави покладено властиву податкам і системі оподаткування в цілому – регулювальну функцію [ 1 ].

Серед важливих завдань, які можна вирішити за допомогою податкового, регулювання, виділяють такі: регулювання попиту та пропозиції; вплив на темпи інфляції; формування раціональної галузевої структури; стимулювання інвестиційних процесів; підтримка інноваційної

діяльності; збільшення обсягів діяльності й розвиток конкурентного середовища[2].

Податкове регулювання виконує не тільки поточні завдання, а може брати участь у майбутньому плануванні як окремих податків, так і цілих напрямів діяльності. Однією з найважливіших проблем для економіки є розширення інвестиційної діяльності та залучення іноземних інвестицій. Для цього потрібно створити відповідний інвестиційний клімат, насамперед податковий. Здійснюючи прямий перерозподіл результатів економічної діяльності, податкова політика безпосередньо впливає на основні пропорції економічного розвитку.[3]

Таким чином, перегляд умов членства України у СОТ стосовно рівня ставок мита варто проводити за галузевим принципом. Специфіка запропонованих заходів полягає в тому, що, не перешкоджаючи подальшій інтеграції України до світової спільноти вони дозволяють ефективніше підвищувати економічну безпеку України.

#### **Список використаних джерел:**

1. Україна розпочала перегляд умов членства у СОТ [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art>;
2. Європа окреслила чіткий напрямок дій//Урядовий кур'єр. – 2011. – 20 вересня. - №172. С.2;
3. Прем'єр-міністр закликав бізнес взяти активну участь в напрацюванні змін до угод із СОТ [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.gov.ua/control>

### **СУТЬ АКЦИЗНОГО ПОДАТКУ ТА ЙОГО ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ В УКРАЇНІ**

***Пророчук Ольга Леонідівна***

студентка Вінницького національного аграрного університету

***Голишевська Лариса Віталіївна***

асистент кафедри обліку та аналізу Вінницького національного аграрного університету

На сьогодні в Україні одним із основних джерел прибутків державної казни є акцизний податок. Реформи щодо платежу було спричинене тим, що акцизний збір не виконував повністю свої регулюючі завдання, про що свідчить панування на вітчизняному ринку контрабандних підакцизних товарів та продукції, виготовленої

підпільними фірмами без здійснення контролю її якості, а також без сплати будь-яких податків.

Серед науковців суттєві регулюючі властивості акцизного оподаткування відзначили П. Боровик, О.Покатаєва, О.Фрадинський, І.Хлебнінікова та безліч інших вітчизняних дослідників.

Нововведення у акцизному оподаткуванні полягає у теоретичному обґрунтуванні необхідності певних доопрацювань норм, що регулюють порядок притягнення до відповідальності осіб, що порушили умови розміщення підакцизних товарів у митних режимах та зміни в частині виключення обов'язку сплати податку особами, які реалізують конфісковані підакцизні товари (продукцію).

Особливістю цього податку є те, що він встановлюється на високорентабельну продукцію.

Але не дивлячись на ряд позитивних моментів, що виконує акцизний податок, існує багато питань, пов'язаних з необхідністю реформування законодавства, стосовно його справляння, існують деякі норми Податкового кодексу України, що потребують внесення змін[2, с. 746].

Проведений аналіз процесу становлення акцизного оподаткування в Україні та застосування цього податку дозволяють зробити висновок, що питання вдосконалення системи адміністрування акцизів залишається досить актуальним.

Що ж до практичних шляхів удосконалення механізму справляння акцизного податку, то ними, на нашу думку, можуть бути:

— мораторій на підвищення розмірів ставок цього платежу протягом тривалого періоду (3-5 років);

— запровадження більш захищених від підробок акцизних марок на алкогольні і тютюнові вироби;

— розширення прав та підвищення відповідальності працівників податкових та митних органів, задіяних у сфері контролю за виробництвом і обігом підакцизних товарів [3, с.115].

Підсумовуючи результати дослідження зазначаємо, що реформування механізму акцизного оподаткування призведе до формування прозорого і стабільного правового поля діяльності платників цього платежу, сприятиме становленню справедливого конкурентного середовища та, одночасно, спричинить зростання обсягів надходжень державного бюджету, що буде наслідком розширення бази оподаткування.

### **Список використаних джерел:**

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI (Редакція станом на 03.02.2013) [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>

2. Поктаєва О.В. Проблемні питання стягнення акцизного податку за Податковий кодексом України/ О.В. Поктаєва // Фінансове право. – 2011. – №2.- С.745-749.
3. Фрадинський О.А. Еволюція акцизного оподаткування в Україні/ О.А. Фрадинський// Вісник Хмельницького національного університету.- 2009.- №1 . – С. 112-115.

## **ЗАСТОСУВАННЯ АКЦИЗУ В УКРАЇНІ**

*Сулова Ірина Юріївна*

студентка Вінницького національного аграрного університету

Акциз є податковою формою, що має тривалу історію, адже цей платіж справляється в Європі та на території України уже кілька століть. Переваги механізму акцизного оподаткування констатували класики фінансової науки. Зокрема, ще у XVII столітті французький економіст Ф. Демезон вказав, що акциз здатен один принести казні стільки і навіть більше, ніж усі інші податки. Ще один, англійський вчений — У. Петті з приводу акцизного оподаткування зазначив що, по-перше, природна справедливість вимагає, щоб кожен сплачував відповідно до того, що він насправді споживає, внаслідок чого акцизний податок навряд чи нав'язується кому-небудь проти волі та його надзвичайно легко сплачувати тому, хто задовольняється предметами першої необхідності; по-друге, цей податок схиляє до ощадливості, що є єдиним способом збагачення народу; по-третє, ніхто не сплачує двічі за ту саму річ, оскільки ніщо не може бути спожите більше ніж один раз. Серед сучасних науковців, суттєві регулюючі властивості акцизного оподаткування відзначили Г. Бех, Т. Васильців , А. Дрига, С. Юргелевич ,та інші дослідники [1].

В умовах ринкової економіки податки посідають центральне місце, особливо група непрямих податків. Одним із видів непрямих податків є акцизний податок, який у розвинених країнах світу посідає переважно друге місце після податку на додану вартість[2].

Акциз ( від лат. "Accidere" – урізати) – непрямий податок, який встановлюється на високорентабельні та монопольні товари і в теорії вилучає частину надприбутків, які отримуються від продажу подібної продукції.

Акциз в Україні є непрямий податок, який вилучається в державний бюджет. Акцизне оподаткування на теренах України започаткувалося у X ст. н. е. Саме в історичних письмових джерелах цього часу

трапляється згадка про "медову" данину та "бражне" мито із солоду, хмелю та меду. Саме вони і стали першими підакцизними товарами Київської Русі. Акцизи були важливим джерелом доходу Української держави часів Богдана Хмельницького. Шинки, які знаходилися на землях Війська Запорізького давали річного доходу від продажу алкоголю сумою 1120 монет; купці, які везли транзитом через територію України біле вино та горілку, сплачували податок на користь козацької старшини та церкви – 1 монету з куфи (куфвий збір). Крім грошового акцизу, стягували цей податок і в натуральній формі.

26 грудня 1992 р. Урядом України було прийнято Декрет Кабінету Міністрів "Про акцизний збір". Загалом, еволюцію акцизного оподаткування в Україні за останні 10 років можна поділити на 3 основні етапи.

Перший етап (з 1996 по 1999 рр.) – акцизним збором обкладався широкий перелік товарів, який включав високорентабельні та монополні товари.

Другий етап (2000р.) – з переліку підакцизних виключено 14 умовних товарних груп. Система акцизів набула рис, притаманних оптимальній організації оподаткування – фактично її склад обмежився такими товарами: алкогольні напої, тютюнові вироби, нафтопродукти, автомобілі та ювелірні вироби.

Третій етап (з 2003р.) – із складу підакцизної продукції виключено ювелірні вироби – останню позицію з товарів, на які встановлено адвалерні ставки акцизного збору.

З 1 січня 2011р. в Україні діє новий Податковий кодекс, в якому "акцизний збір" було перейменовано на "акцизний податок". На сьогодні, виходячи із Податкового кодексу України, до підакцизних товарів належать [2]:

- 1) спирт етиловий та інші спиртові дистиляти, алкогольні напої, пиво;
- 2) тютюнові вироби, тютюн та промислові замітники тютюну;
- 3) нафтопродукти, скраплений газ;
- 4) автомобілі легкові, кузови до них, причепи та напівпричепи, мотоцикли.

Ставки акцизного податку встановлені у твердих сумах з одиниці товарів, що реалізовані. Ці ставки диференційовано залежно від якісних характеристик товару і визначено в гривнях (щодо тютюнових виробів) та в євро (щодо бензину, пива, алкогольних напоїв). Акцизний податок за алкогольні напої та тютюнові вироби сплачують шляхом придбання акцизних марок (знак, що наклеюють на продукт, свідчить про сплату акцизу) [1].



Що ж до практичних шляхів удосконалення механізму справляння акцизного податку, то ними, на нашу думку, можуть бути:

— мораторій на підвищення розмірів ставок цього платежу протягом тривалого періоду (3-5 років);

— запровадження більш захищених від підробок акцизних марок на алкогольні і тютюнові вироби;

— розширення прав та підвищення відповідальності працівників податкових та митних органів, задіяних у сфері контролю за виробництвом і обігом підакцизних товарів[1].

Отже, акцизне оподаткування в Україні потребує суттєвого вдосконалення, яке слід проводити шляхом унеможливлення тіньового обігу підакцизних товарів, а також забезпечення виконання цим платежем не лише фіскальних завдань, але й регулюючих функцій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Боровик М. Проблеми акцизного оподаткування в Україні/ М.Боровик, В.О.Ладиженська // Економічний вісник Донбасу, - 2011. -№3(25). - С 103-107.
2. Мединська Т.В. Особливості застосування акцизу в Україні та деяких країнах світу / Т.В.Мединська, Р.Ю.Слюсар // Науковий вісник НЛТУ України, - 2012. - №22(2). - С.206-212.

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНУ**

***Федорова Катерина Вікторівна***

студентка Дніпропетровської державної фінансової академії

Галузі, що спрямовують свою діяльність на забезпечення людського розвитку економічною наукою та практикою, традиційно об'єднуються у соціальну сферу, результати діяльності якої є суспільно значущими чи необхідними. Одним із основних джерел фінансових ресурсів соціальної сфери є бюджети різних рівнів – державний та місцеві.

Місцеві бюджети здійснюють важливу роль в процесі соціально – економічного розвитку регіону, забезпечуючи фінансування основної мережі дошкільних установ, шкіл, медичних та соціальних установ [3].

Соціальна інфраструктура є однією з найважливіших сфер у житті кожної людини. Усі її ланки мають взаємодіяти між собою і створювати всі умови для комфортного існування. До складу соціальної сфери регіону

належать установи, що сприяють відтворенню населення, установи охорони здоров'я, соціального захисту населення [4, с.15].

Актуальність даної теми зумовлена проблемами належного забезпечення бюджетного фінансування закладів системи охорони здоров'я та освіти, оскільки належна якість медичного обслуговування та рівня надання освітніх послуг залежить насамперед від фінансового забезпечення.

Вирішення соціальних проблем стає також невідкладним. Затримки по виплаті заробітної плати працівникам бюджетної сфери приводить до створення критичних ситуацій. Це набуває системного характеру, і жодні вливання коштів до місцевих бюджетів не змінюють стан справ на краще [4, с.19].

Статистичні дані свідчать, що склад і структура видатків місцевих бюджетів Дніпропетровської області на соціальну інфраструктуру мають тенденцію зростання. У структурі сукупних видатків зведеного бюджету Дніпропетровської області в 2009-2011 рр. видатки на освіту, охорону здоров'я, культуру, фізичну культуру і спорт складають понад 60%. Спостерігається тенденція зростання цих видатків у 2011 р. порівняно з 2009 р.: на освіту – в 2,4 рази, соціальний захист та соціальне забезпечення – в 3,3 рази. Видатки місцевих бюджетів Дніпропетровської області в 2011 р. у загальній структурі видатків на освіту склали 30,8%, що більше порівняно з 2010 р. на 2,6%, на соціальний захист та соціальне забезпечення – 20,4% (зростання на 1,6%). Водночас видатки на охорону здоров'я знизилися на 1,8% порівняно з 2010 р. і склали у структурі видатків 21,7%, що пов'язано з реформуванням галузі [2]. Видатки на охорону здоров'я у 2012 р. склали 2 666 822 784 грн., у 2013 р. заплановані такі показники 2 870 466 000 грн., на освіту 2012 р. – 806 030 753 грн., 2013 р. – 939 476 210 грн., соціальний захист та соціальне забезпечення 2012 р.- 149 212 763 грн., 2013 р. -222 316 326 грн. Тобто, ми спостерігаємо зростання обсягу видатків на соціальну інфраструктуру регіону [1].

Розглянута проблематика має перспективи подальших наукових досліджень, зокрема у руслі оптимізації управління державними фінансами та фінансовим забезпеченням стратегії соціального розвитку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дані Про обласний бюджет на 2013, 2012, 2011, 2010 роки // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oblrada.dp.ua/official-records/budget>
2. Статистична інформація Державного комітету статистики України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Агарков О.А. Соціальна інфраструктура як один з напрямів реалізації соціально-державного маркетингу / О.А. Агарков. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuuv.gov.ua/Portal/S2010\\_2/S-4.pdf](http://www.nbuuv.gov.ua/Portal/S2010_2/S-4.pdf).
4. Полозенко Д.В. Розвиток соціальної сфери як важлива умова економічного зростання України / Д.В. Полозенко // Фінанси України: – 2010. – № 10. – С. 15-20.

## **ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ УКРАЇНИ**

*Ціпотан Вікторія Сергіївна*

студентка Вінницького національного аграрного університету

Існуюча в Україні система оподаткування формувалася на початку 90-х років минулого сторіччя і значною мірою являла собою копію систем оподаткування країн з розвинутою ринковою економікою. Запозичення вказаного досвіду без урахування специфіки української економіки призвело до економічного пригнічення підприємств виробничої сфери, зростання цін, втрат у формуванні дохідної частини бюджету. У сфері оподаткування щорічно виявляються численні факти ухилень від сплати податків, легалізації (відмивання) доходів, отриманих злочинним шляхом, незаконного виготовлення та збуту продукції, приховування прибутків від оподаткування [ 3].

У сучасних умовах господарювання складно переоцінити значення податків. Вони забезпечують виконання державою своїх функцій, тісно пов'язані з оздоровленням фінансово-кредитних відносин, забезпеченням дохідної частини бюджету. Податки не повинні зводити нанівець зацікавленість підприємств в економічній активності. Удосконалення системи оподаткування було й залишається одним із найголовніших завдань податкової реформи [2].

Метою проведення податкової реформи є приведення податкової системи у відповідність з пріоритетами державної політики соціально-економічного розвитку, сприяння сталому економічному зростанню шляхом лібералізації податкової системи на основі виваженої інвестиційно-інноваційної політики, забезпечення достатнього обсягу сукупних податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів на основі проведення збалансованої бюджетної політики, встановлення ліберального відношення до платників, які сумлінно виконують свої податкові зобов'язання, і посилення відповідальності за несплату податків [1].

У процесі реформування системи оподаткування в Україні важливою проблемою є не лише рівень податкового тягаря, а й оптимальне поєднання прямих і непрямих податків. Необхідно докорінно змінити ставлення до місцевих податків і зборів, суттєво підняти їх значення у формуванні дохідної частини місцевих бюджетів. Найсуттєвішими вадами місцевого оподаткування є незначна фіскальна роль податків і зборів та відсутність прав у органів місцевого самоврядування запроваджувати на своїй території власні податки і збори. На місцях завжди є свої особливі об'єкти оподаткування, які можуть відчутно наповнити місцеві бюджети, а отже, дати змогу спрямувати додаткові кошти на розв'язання економічних і соціальних проблем регіонів.

Виділемо основні стратегічні цілі реформи системи оподаткування:

- підвищення конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу;
- легалізація тіньового сектора;
- активізація інвестиційних процесів в економіці;
- простота та зрозумілість податкових норм для суб'єктів господарювання;
- скорочення витрат платників на нарахування і сплату податків та держави на їх адміністрування;
- адаптація податкового законодавства України до законодавства ЄС;
- забезпечення умов для добровільного виконання вимог податкового законодавства платниками податків;
- автоматизація процесів оподаткування із застосуванням сучасних технологій.

Отже, можна виділити основні завдання реформи системи оподаткування:

- удосконалення інституційного середовища оподаткування, сприятливого для реалізації принципу рівності всіх платників перед законом, відповідального ставлення платників до виконання своїх податкових зобов'язань. Встановлення чітких правил регулювання взаємних зобов'язань держави і платників податків, дієвого контролю за їх дотриманням;
- підвищення регульовального потенціалу системи оподаткування на основі запровадження інноваційно-інвестиційних преференцій;
- поетапне зниження податкового навантаження на платників;
- стимулювання зміцнення позицій вітчизняного бізнесу в конкурентній боротьбі за рахунок зменшення частки податків у витратах;
- гармонізація податкового, валютного, митно-тарифного, зовнішньоекономічного та цивільного законодавства;

– зменшення кількості контролюючих органів з одночасним створенням єдиних правил контролю за нарахуванням та сплатою податків і зборів (обов'язкових платежів);

– забезпечення проведення заходів щодо легалізації доходів та майна, отриманих з порушенням податкового законодавства.

### **Список використаних джерел:**

1. Концепція реформування податкової системи України. Електронний ресурс: Режим доступу: <http://www.dkrp.gov.ua>

2. Лісовий А. В., Удосконалення системи оподаткування в Україні / А.В. Лісовий, С.В.Кирпа //Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право), 1(56) 2012

3. Радецька О.О., Система оподаткування в Україні : проблеми та шляхи її зниження /О.О.Радецька//Вісник Хмельницького національного університету 2010, № 5, Т. 3

## ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ В БУДІВЕЛЬНУ ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ

*Беляєва Анастасія Володимирівна*

студентка Донбаського державного технічного університету

Оскільки інвестування займає головне місце в фундаментальних процесах економіки та окремих галузях, а будівництво відіграє важливу роль у житті держави, основною метою підприємств будівельної галузі є пошук джерела надійного фінансування. Але на шляху залучення інвесторів існує ряд проблем, які гальмують прихід великих обсягів капіталу у будівництво [3]. Таким чином, актуальним питанням буде виявлення проблем будівельної галузі та знаходження ефективних шляхів їх вирішення,

Питанню о проблемах залучення інвестицій в будівельну галузь України присвячені роботи багатьох вітчизняних дослідників таких як В.С. Мірошніченко, Е.М. Чернишова, Л.О. Лігоненко, І.О. Ландаря [1- 4].

Існуючі сьогодні в Україні не стабільні економічні умови, а також не визначеність у бізнес-середовищі, не дають можливості конкретно виявити причини зменшення інвестицій в будівельну галузь України, і тому зумовлюють необхідність подальшого дослідження цієї проблеми.

Статистика свідчить [3], що в останні роки почали будувати більше, і можливо, обсяги будівництва могли бути теж вище, але для цього потрібні кошти. Державне фінансування сьогодні дуже незначно і становить всього 2%, тому Україна дуже зацікавлена в залученні як вітчизняних, так і зарубіжних інвесторів. За даними Держкомстатистики [3], загальний обсяг іноземних інвестицій, наприклад, в Київ, які були отримані за роки Незалежності України, складає понад 1,2 млрд. доларів. Це більше однієї третини інвестицій, які отримала країна за цей період. Іноземні інвестиції в ці роки надходили з 400 країн світу. Найбільш значимі інвестори: США - 22%, Кіпр - 13%, Німеччина - 11%, Австрія - 10%, Нідерланди - 10%, Великобританія - 6%. По галузях виробництва інвестиції в будівництво з цієї суми становлять 6% [4].

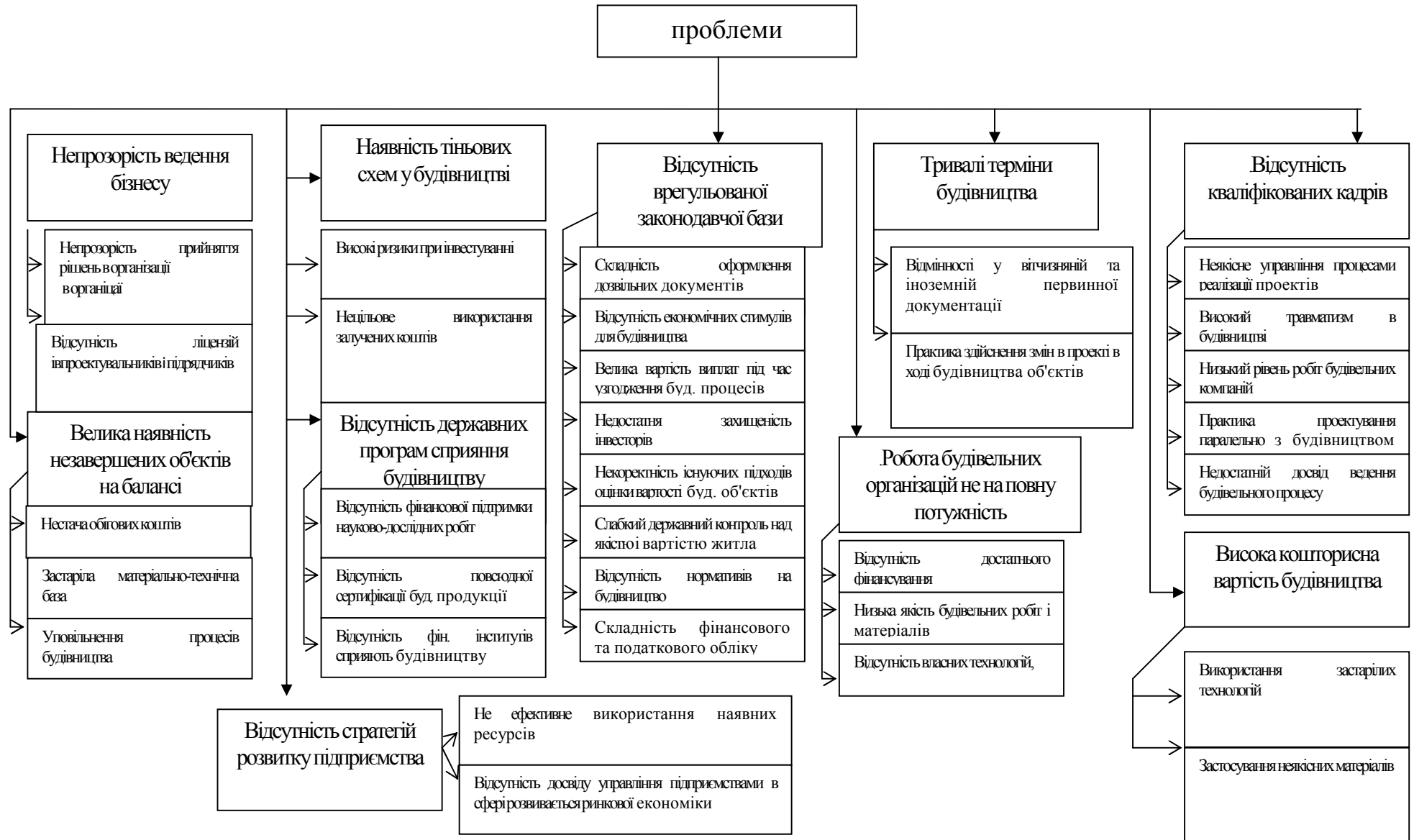


Рисунок 1- Проблеми залучення інвестицій в будівельну галузь України.

На основі проведеного аналізу діяльності будівельної галузі України можна виділити ряд проблем і підпроблем, які уповільнюють залучення інвестицій в дану галузь (рис.1).

З вищенаведеного видно, що для вирішення даних проблем необхідний комплексний підхід, так як тільки об'єднавши інтереси й зусилля зацікавлених сторін, можна ефективно розв'язати сформовану ситуацію.

Стратегічне завдання будівельної галузі полягає в тому, щоб виявити початкові і визначити діючі містоутворюючі чинники, намітити перспективи розвитку для кожного міста, сконцентрувати увагу та ресурси на завершенні забудови, привести в збалансований стан кількість й потужності об'єктів соціальної, інженерної і транспортної інфраструктури. В області промислового будівництва на діючих підприємствах проводити реконструкцію, модернізацію та переорієнтацію на випуск конкурентоспроможної продукції; новостворювані підприємства малої та середньої потужності, оснащувати сучасними технологіями, призначеними для швидкого освоєння випуску продукції, що користується підвищеним попитом [1].

Однією з умов соціально-економічного розвитку території Луганської області є ефективне функціонування регіональної інфраструктури. Сприяючи зниженню витрат, інфраструктура стимулює конкуренцію між підприємствами та створює умови для залучення інвесторів в регіон. Рівень її розвитку і якість обслуговування багато в чому впливають на стиль та спосіб життя населення території.

Що стосується іноземних інвесторів, то їх часто відлякує відсутність законодавчої бази та страхових гарантій. Вони не бачать стабільності, не відчують себе захищеними, працюючи в Україні. Наприклад, щоб домогтися дозволу на виконання будівельних робіт, потрібен як мінімум один рік від першого папірця до останнього. Доводиться роками займатися землевідведеннями, захистом проектів [2].

Таким чином, можна зробити наступні висновки:

- необхідно перехід інвестиційно-будівельної діяльності на новий якісний рівень, який повинен здійснюватися на основі науково-обґрунтованої концепції у відповідності зі спеціальними державними та регіональними програмами;

- потрібно сформувати високотехнологічний сектор економіки, який сприятиме розвитку транзитного потенціалу та транспортної інфраструктури;

- потрібно створити позитивні умови для вільної конкуренції в будівельній галузі.



Будівництво є одним з важливих регуляторів розвитку економіки, тому варто використовувати всі ефективні шляхи для залучення інвестицій в будівельну галузь.

#### **Список використаних джерел:**

1. Мірошніченко В. С., Воробйов В. С. Система раціонального управління будівельним комплексом регіону та його інфраструктурою// Будівництво, 2006 р. - № 11-12.
2. Чернишов Є. М., Акулова І. І. Науково-методичні питання системної оцінки потенціалу регіональної сировинної бази промисловості будівельних матеріалів/ Будівництво, 2006. № 2. - с. 26.
3. Владимиров С. А. Про науковому обґрунтуванні економічної ефективності стратегічної збалансованої програми державних інвестицій. Будівництво. - 2006, № 3-4. - с. 59.
4. Державний комітет статистики України // [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

### **АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ ФАКТОРІВ, ЯКІ ЗДІЙСНЮЮТЬ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РОЗДРІБНИХ ТОРГІВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ**

***Корсак Віктор Іванович***

кандидат медичний наук, Голова Ради директорів компанії «Наш Край Груп»

Відомо, що формування регіональних роздрібних мереж відбувається під впливом ряду чинників, які можна систематизувати, розділивши їх на декілька груп.

Зокрема, значний вплив на регіональну роздрібну торгівлю здійснюють наступні фактори: політичні, економічні (стан загальної ділової активності (зниження, стагнація, підйом, стабільність); інфляція, дефляція; політика цін; кредитно-грошова політика; соціальні (глибина розшарування суспільства, рівень доходів, рівень безробіття; соціальний захист; купівельна спроможність населення, законодавчі (рівень податкового навантаження); правовий захист підприємницької діяльності (законодавство: антимонопольне, про несумлінну рекламу, антидемпінгове й ін.); захист прав споживачів; законодавство з безпеки та якості товарів; з охорони праці та техніки безпеки; з охорони навколишнього середовища, інноваційні (прискорення НТП); технологічний (розвиток галузі), природні (наявність (дефіцит) сировини; зростання цін на паливо й енергію; забруднення навколишнього середовища; демографічні (зміна народонаселення, старіння суспільства,

зниження народжуваності); віковий склад, міграція населення; рід занять; рівень освіти, фактори культурного середовища: культура; субкультура [1].

На нашу думку, в останній час особливу роль у формуванні регіональних роздрібних торгівельних мереж стали відігравати інноваційні чинники, які є результатом прискореного зростання темпів науково-технічного прогресу.

Так, стрімке збільшення обсягу фундаментальних знань, наявність відповідних науково-технічних відкриттів та винаходів, господарські можливості застосування їх у роздрібній торгівлі та наявність споживчого попиту на нововведення стимулюють роздрібні торгівельні організації до активного впровадження інновацій.

Беззаперечним фактом є те, що сучасний ритейл є однією із галузей економіки, яка стоїть на вістрі інноваційного розвитку та однією із перших впроваджує в операційну діяльність найсучасніші досягнення НТП. Прикладами цього є інтенсивний розвиток електронної торгівлі, імплементація електронних засобів супроводу товарів та їх штрихового кодування, застосування клубних та дисконтних карток, ECR - систем, CPFR - технологій [2].

Вчені виділяють декілька хвиль інноваційної трансформації ритейлу. В галузі роздрібної торгівлі перша хвиля змін припала на період, коли роздрібні оператори почали впроваджувати POS - системи, які забезпечили сканування штрих-коду (UPC - Universal Product Code (універсальний код товару)). UPC сканер вперше був використаний у червні 1974 року у супермаркеті Marsh в місті Трой штату Огайо (США). Завдяки цьому компанії почали отримувати дані про покупки в режимі реального часу, а також могли точніше прогнозувати уподобання споживачів та обсяги продажів.

Наступна хвиля почалася тоді, коли ритейлери змогли відстежувати та аналізувати купівельну поведінку окремих споживачів ( 1994 рік британська мережа супермаркетів Tesco запустила проект «Clubcard», завдяки якому збільшила частку ринку з 12 до 15,6 %, обігнавши основних конкурентів). З того часу роздрібні оператори на основі отриманих даних почали реалізовувати програми лояльності для покупців із ціллю як підвищення прихильності до мережі, так і збору більш глибокої інформації про них [3].

Споживачі - учасники таких програм - ідентифікуються у торгових закладах з допомогою персональних карт лояльності. В обмін на це вони отримують знижки чи стають об'єктами інших стимулюючих заходів. Ця інформація часто використовується в поєднанні з демографічними та поведінковими відомостями, що їх компанії отримують з публічних та приватних джерел. В результаті компанії створюють профіль споживача

чи домогосподарства та історію їхніх покупок, на основі даних якого покупцям робляться персональні цінові та асортиментні пропозиції, що суттєво збільшує відвідуваність торгових закладів та розмір середньої покупки.

Сьогодні серед підприємств роздрібної торгівлі активно поширюється третя хвиля інноваційної трансформації. Її рушіями є інноваційні рішення, які дають змогу відстежувати переміщення покупців у режимі реального часу - з моменту їхнього входу в магазин, проходження різними відділами, вибору товарів, до моменту розрахунку за покупки. Таким чином нові технології допомагають фіксувати зміни споживчої мотивації як у певному часовому проміжку, так і в площині різних груп покупців, що дозволяє керувати їх купівельною поведінкою. Дана інформація використовується для прогнозування тенденцій у смаках споживачів, визначення асортименту товарів, ціноутворенні та розробці промоакцій із ціллю підвищення товарообороту торгових закладів [4].

Крім того, в результаті впровадження інновацій в останні десятиріччя у галузі відбулося успішне застосування кількох рітейл-технологій, які допомогли компаніям зменшити операційні витрати. Зокрема, технології самообслуговування під час розрахунку за покупку дали змогу зменшити чисельність персоналу, що працює в касово-розрахункових вузлах. Використання крос-докінгу знизило рівень товарних запасів, CPFR-технологія (спільне планування, прогнозування та поповнення ресурсів) призвела до скорочення витрат на постачання, а RFID-технологія забезпечила зменшення витрат на відстежування місцезнаходження товару та керування товарними запасами. За даними Sainsbury (Велика Британія), завдяки RFID-етикеткам вдалося скоротити час отримання товарів з 2,5 години до 15 хвилин.

На нашу думку, існує три ключових фактори інноваційного розвитку, які здійснюють вплив на формування регіональних роздрібних мереж (Рис.1), зокрема:

- Стрибокподібне збільшення обсягу фундаментальних знань, яке сприяє надходження у торговельну галузь базисних нововведень (ЕОМ, Інтернет та ін.);
- Наявність споживчого попиту на нововведення (дефіцит часу у споживачів стимулював впровадження POS-систем, які забезпечили можливість сканування штрих-коду (UPC), що суттєво прискорило процес здійснення покупки; постійна потреба у підвищенні операційної ефективності роздрібних операторів спричинила впровадження CPFR-технології, яка сприяє скороченню витрат на постачання, RFID - технології, яка оптимізувала управління товарними запасами);
- Ставлення держави до інноваційного розвитку економіки (фінансування фундаментальних досліджень, мотивування торговельних

організацій до прискореного впровадження світових досягнень НТП у торгівельну галузь; інфраструктурна підтримка реалізації інновацій).



Рис. 1. Фактори інноваційного розвитку, які впливають на формування регіональних роздрібних торгівельних мереж

Слід зауважити, що активізуючи та корегуючи дію цих факторів, можна впливати на темпи інноваційного розвитку регіональних роздрібних мереж.

Ми вважаємо, що особливу роль у даному процесі повинна відіграти держава шляхом:

- прямого фінансування бюджетних наукових установ на проведення досліджень та прикладних розробок;
- непрямого фінансування, скерованого на створення сприятливих умов для здійснення інноваційних проектів, за рахунок пільгового кредитування та податкових пільг (звільнення від сплати податків науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, зміни бази оподаткування, зниження ставок податків, надання податкових кредитів);
- створення сприятливого економічного і правового середовища;
- формування інноваційної інфраструктури;
- вдосконалення механізмів державного сприяння комерціалізації результатів наукових досліджень і експериментальних розробок;
- розвитку патентного права;
- розвитку і підтримки системи інноваційної освіти в країні (включення у програми загальної та вищої освіти тем із розвитку інноваційних знань, фінансування курсів із підвищення кваліфікації та тренінгів для працівників і менеджменту торгових організацій);

• створення у країні атмосфери новаторства (PR, реклама, організація конкурсів, нагородження кращих новаторів державними нагородами і т.д.).

### **Список використаних джерел:**

1. Казакова О. Б. Оцінка факторів, що впливають на розвиток роздрібно-торгівельної мережі / О. Б. Казакова // Торгівля і ринок України. темат. зб. наук. пр. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2005. –Т. 3, №19 – С. 265–270.
2. Трансформаційні процеси в торгівлі Україні в умовах інтернаціоналізації: монографія / Л.О. Лігоненко; за ред. Л.О. Лігоненко. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. - 334 с.
3. Вернер Дж. Рейнарц. Програми лояльності: у чому їх суть //Роздрібна торгівля у XXI столітті. Теперішні і майбутні тренди; пер. з англ. під редакцією Л. Савицької. - К.: Видавництво «Агенції „Стандарт”» - 2008. - 389 с.
4. Раймонд Р. Бурк. Третя хвиля прикладного маркетинг-аналізу// Роздрібна торгівля у XXI столітті. Теперішні і майбутні тренди; пер. з англ. під редакцією Л. Савицької. - К.: Видавництво «Агенції „Стандарт”» - 2008. - 121 с.

## **РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ НА ОСНОВІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ КЛАСТЕРНИХ СТРУКТУР**

*Мартиняк Ольга Ігорівна*

аспірант, кафедра прикладної статистики та економіки праці,  
Луцький національний технічний університет

В наш час для України необхідна визначена довгострокова стратегія стійкого економічного розвитку. Базовим елементом подібної стратегії розвитку в більшості країн стає реалізація кластерної політики як організаційної форми просторової інтеграції виробництва. Швидко розповсюджуване число кластерних ініціатив як в розвинених, так і країнах що розвиваються відображає їх ефективність і життєздатність по всьому світу.

Досвід США та інших країн показав, що найбільш динамічний розвиток отримують регіони, де сформувались інноваційні кластери – комплекси підприємств (промислових компаній, дослідних центрів, фінансових і наукових центрів), органів державного управління, профспілок, громадських організацій на базі територіальної концентрації мереж спеціалізованих постачальників, основних виробників та споживачів, зв'язаних технологічним ланцюгом. Основним завданням

кластерів є з забезпечення виробничо-комерційної діяльності на основі ефективного стратегічного альянсу та ділового співробітництва [1].

Майкл Портер визначає кластер, як «групу географічно сусідніх взаємопов'язаних компаній і зв'язаних з ними організацій, що діють в конкретній сфері, характеризуються спільністю діяльності та взаємодоповнюють одне одного»[2].

Актуальність теми створення кластерів в багатьох країнах визнається в якості одного з самих ефективних інструментів в конкурентній боротьбі, що призводить до підвищення продуктивності компаній, пришвидшенню реалізації нових технологічних тенденцій, ефективності уряду та інших інститутів економіки. Головна задача кластера – утримання ринків та завоювання нових. Діяти кластери можуть як у виді формальних (реєстрація керуючої компанії), так і неформальних (неформальна рада, асоціація) утворень. Існує ряд ознак для упізнання кластера серед інших некомерційних об'єднань (рис. 1).

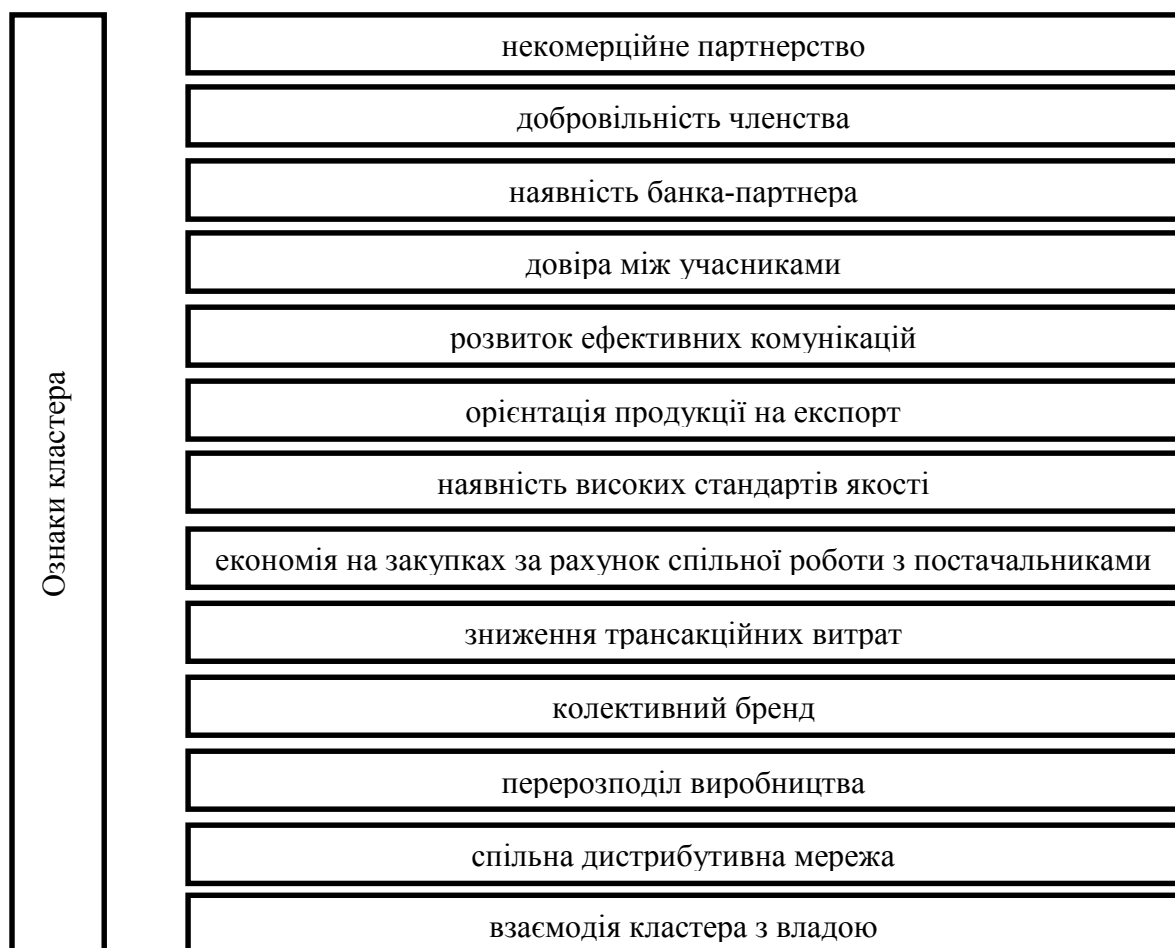


Рис. 1. Відмінні ознаки кластера

Конкуренція, кооперація та інноваційна орієнтованість є основними ознаками кластерів, які відрізняють останні від інших організаційних

форм (наприклад, територіально-виробничих комплексів). В кластерах конкуренція і кооперація доповнюють один одного. Так, взаємодія з внутрішнім споживачем кластера ґрунтується на конкуренції, із зовнішнім, навпаки, – переважно на кооперації[3].

На відміну від звичайних форм коопераційно-господарських взаємодій різних видів бізнесу, для кластерів характерні особливості:

- наявність крупного підприємства – лідера, який визначає довгострокову господарську, інноваційну стратегію всієї системи;
- територіальна локалізація основної маси учасників кластеру;
- стійкість господарських зв'язків економічних суб'єктів – учасників кластеру, домінуюче значення цих зв'язків для більшості її учасників;
- довгострокова координація взаємодії учасників кластеру в рамках його виробничих програм, інноваційних процесів, основних систем управління, контролю якості тощо.

Інноваційні кластери надзвичайно важливі для розвитку підприємництва по декількох причинах. Перш за все, вони забезпечують учасникам кластера високу ступінь спеціалізації. Це дозволяє підприємцям створювати нові фірми, що обслуговують конкретну нішу в економіці регіону. При цьому менша ступінь вертикальної інтеграції структур всередині кластера полегшує входження в кластер нових фірм. В кластерних структурах стає вільнішим доступ до ресурсів, так як географічна концентрація фірм має велику притяжну силу для кредитних організацій, що в результаті призводить до утворення так званого «суспільного капіталу». Близькість великої кількості організацій передбачає обмін ідеями та передачу інформації від спеціалістів фірм, що входять в кластер, до тих хто починає свою власну справу (пробуджує мотиви).

Конкурентоспроможність кластера визначається чотирма взаємопов'язаними силами («правило ромба») [2]:

1. Стратегія фірм, їх структура та суперництво (існуючий клімат для інвестицій, місцева економічна політика).
2. Фактори виробництва (робоча сила і капітал, природні ресурси, інформація).
3. Родинні та підтримуючі галузі (присутність конкурентоспроможних місцевих постачальників, присутність конкурентоспроможних родинних галузей).
4. Умови місцевого попиту (якісного місцевого попиту).

У всьому світі кластери формуються в результаті співпраці влади та бізнесу. Регіональний економічний розвиток на основі стимулювання кластерів передбачає ініціативу і спільні зусилля бізнесу і регіональних адміністрацій. Їх ролі в розвитку кластерів різні, але взаємодоповнюючі. Держава формує конкретні умови, в рамках яких можуть виникати стійкі

структури взаємозв'язків між адміністрацією та учасниками кластеру. Влада отримує можливість відкритої взаємодії з підприємницьким суспільством та громадськістю. Виникає механізм зворотного зв'язку, що дозволяє орієнтувати дії уряду в інтересах суспільно визнаних цілей та напрямів.

Інститути співпраці дуже важливі для створення та функціонування кластерів. Роль правління при створенні та підтримці кластерної структури складається в розробці та впровадженні економічної стратегії (програми), що передбачає процес змін, які мобілізують адміністрацію, бізнес, організації на співпрацю, а громадян – на досягнення процвітання регіону. В рамках «правила ромба» функції правління для підтримки розвитку кластерів повинні бути наступні:

- усунення бар'єрів для місцевої конкуренції;
- організація відповідних державних органів навколо кластера;
- зосередження зусиль для залучення іноземних інвестицій в кластери;
- сприяння розвитку експорту кластерів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Раевский С. В. Кластерная концепция организации структуры экономики регионов / Раевский С.В., Винокурова Ю.В. // Региональная экономика: теория и практика. – 2007. – №5. – С. 27-30.
2. Портер М. Конкуренция: пер. с англ. / М.Портер. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
3. Цихан Т. В. Кластерная теория экономического развития / Т.В. Цихан // Теория и практика управления. – 2003. – №5. – С.6-17

## **ВТІЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

*Пелінас Аліна Вячеславівна*

студентка Придніпровської державної академії будівництва та архітектури

В останні роки використання мобільного зв'язку та Інтернету постійно зростає у всіх країнах. Інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) яке, включає в себе широкий набір та інструментів і ресурсів які використовуються для: спілкування, комп'ютери, Інтернет, розмовні технології (ТБ, радіо), телефонію виробництва, поширення, зберігання і управління інформацією. Ці технології включають. Використання ІКТ стало невід'ємною частиною сучасного життя, що покращує доступ населення, бізнесу і управління до інформації. Сьогодні інформацію



розглядають як цінний актив, оскільки вона є ресурсом для освіти знань. Саме з цього більшість країн визначають пріоритетним перехід до суспільства знань. Відповідно найголовнішу мету ІКТ можна сформулювати як набуття знань та навичок не обхідних для вирішення завдань суспільства знань.

Світовий економічний форум визначає конкурентоспроможність як «набір інституцій, політик і факторів, які визначають рівень продуктивності в країні». Оскільки перелік робочих місць, які вимагають використання ІКТ, значно розширився протягом декількох років, компонент Технологічної готовності стає все більш важливим. Позиція країни за індексом Технологічної готовності сильно корелює із місцем по глобального індексу конкурентоспроможності. Серед 139 країн за глобального індексу конкурентоспроможності Україна займає 89 місце. Наша країна залишається позаду всіх країн членів ЄС та більшості країн СНД.

У багатьох країнах увагу перемістилося з питання доступу до ІКТ до проблем найбільш ефективного використання ІКТ для сприяння інновацій бізнесу, підвищення ефективності управління та соціальної згуртованості. Підключення населення, бізнесу і управління до Інтернету стає все більш важливим фактором, оскільки роль Інтернету зростає з кожним днем. Інтенсивне використання Інтернету вимагає швидкого і якісного багатоканального доступу, а також фіксованих та бездротових мереж. Уряд багатьох країн інвестують кошти в будівництво цифрових магістралей - національного швидкісного багатоканального доступу, заснованого на комбінуванні фіксованих та бездротових мереж - оскільки вони прискорюють соціально-економічний розвиток країни [2].

ІКТ породжує цілий ряд економічних ефектів, які можуть на пряму або опосередковано підвищити добробут і сприяти соціально-економічному розвитку [3].

Електронне управління (e-government) отримало значний розвиток у багатьох країнах за останні роки, хоча з різним ступенем успіху.

Електронне управління можна визначити як інструмент, який базується на інформаційно-комунікаційних технологіях і спрямований на надання кращих адміністративних послуг громадянам та бізнесу [4].

Традиційно виділяють три форми електронного урядування:

- взаємодія уряду з громадянами (G2C);
- взаємодія уряду з бізнесом (G2B);
- взаємодія різних органів державної влади між собою (G2G).

Електронне управління дозволяє громадянам та бізнесу спілкуватися і взаємодіяти з державними службовцями виключно з використанням Інтернету. Найбільш популярною формою реалізації електронного управління є створення відповідних порталів та платформ.

За умови належного використання електронне управління дозволяє громадянам та бізнесу отримувати послуги легше, швидше, прозоріше і дешевше. Однак для ефективного електронного управління необхідні зміни в організаційній структурі.

Міжнародний досвід доводить, що електронне управління може: зменшити корупцію і збільшити прозорість; збільшити ефективність і дієвість; радикально змінити доступність інформації та управління; збільшити можливості для всіх верств населення; пропонувати послуги за запитом громадян; посилити демократію.

Сьогодні системи електронного управління вже функціонують у багатьох країнах. Так, наприклад, в Анголи запустили портал, який об'єднує всю публічну інформацію та послуги уряду на єдиній платформі і надає доступ до них громадянам через Інтернет. Ангольські громадяни можуть знайти інформацію про державні програми і отримують можливість надіслати свої зауваження та коментарі уряду. Інформація про державні програми значно підвищила прозорість державних послуг. Можливості порталу дозволяють виконувати державні функції on-line і отримувати зворотні коментарі від громадян.

В Перу Голова Національної податкової адміністрації (the National Superintendent of Tax Administration), відповідальний за збір податків, ініціював створення комп'ютеризованої системи збору податків, намагаючись застосувати ІКТ для підвищення ефективності операцій. У 2003 році платежі податків почали прийматися on-line. ІКТ були також корисні для інших державних установ, крім податкових виття служби. Наприклад, вони дозволили Офісу соціального страхування та охорони здоров'я Перу передати свої функції по стягненню податків Голові податкової адміністрації. ІКТ дозволили зменшити витрати на оцифрування форм на 20%, а відповідна ефективність адміністрування податків дозволила зменшити кількість персоналу для опрацювання податкових платежів. Час кількості декларацій, які потребують перевірки і виправлення, зменшилася, а штрафи за неповне заповнення декларації були скасовані, оскільки система не приймає такі декларації [5].

Завдяки перевагам електронного управління безліч країн стали активними в цій сфері. У травні 2010 року Єврокомісія ухвалила Цифровий порядок денний для Європи (the Digital Agenda for Europe) - дорожню карту. ЄС як єдиний ринок, що включає безліч країн, підкреслює роль єдиних правил і поширення інформації, що необхідно для злагодженого електронного управління між урядами країн-членів (G2G) [6].

Міжнародний досвід підтверджує той факт, що електронне управління може зменшити черги та затримки під час подання податкових декларацій, обліку та звітності, митного оформлення вантажів, виплат

соціальної допомоги, зменшити витрати платників податків. Зменшення витрат на декларування податків та інші бюрократичні процедури для бізнесу зменшує витрати на адміністративні процедури і вивільняє кошти для розвитку. Особливо це важливо для малого та середнього бізнесу.

Оскільки електронне управління істотно зменшує кількість процедур, які вимагають особистих зустрічей державні службовців з громадянами або представниками бізнесу, корупція, як правило, зменшується.

Використання електронних послуг залежить від деяких факторів, а саме: довіри громадян і бізнесу Інтернету як інструменту обміну персональною інформацією; зручності доступу до електронних послуг та інформації; рівня інформування електронні послуги державних органів [7].

Питання реалізації електронного управління стоять перед українськими політиками протягом декількох років. У квітні 2010 року Кабінет Міністрів створив Національний центр електронного управління за підтримки Міжнародного фонду «Відродження», який фінансував проект. У проекті «Електронне урядування» взяли участь Державний комітет з питань науки та інформації, Міністерство соціальної політики, Міністерство регіонального розвитку та будівництва, Головне управління державної служби України, Державна адміністрація зв'язку, Державний комітет архівів, Пенсійний фонд, Державна податкова адміністрація, Дніпропетровська, Одеська і Рівненська обласні державної адміністрації [8].

Висновки. Для ефективного впровадження комплексної системи електронного урядування в Україні необхідно змінити філософію уряду і бюрократичні процедури на всіх рівнях державне управління. Для цього слід розробити комплексну ПРОГРАМУ електронного управління, яка дозволить забезпечити: розвиток державних електронних послуг високої якості; зниження адміністративного тиску на бізнес і громадян; розвиток кваліфікованої робочої сили; доступність електронних державних послуг для всіх верств населення і бізнесу; підвищення ефективності роботи уряду; стимулювання інновацій.

Також необхідно здійснювати моніторинг процесу реалізації Програми на кожному окремому етапі. Уряду необхідно створити єдиний урядовий портал, який би об'єднував всю державну інформацію та послуги в рамках однієї платформи і зробив би їх доступними для громадян через Інтернет. Система повинна забезпечувати використання всіх доступних on-line державних послуг та надавати інформацію про урядових програмах. Всі державні службовці повинні бути оснащені комп'ютерами з доступом до Інтернету, а їх знання та навички повинні бути на належному рівні.

Програму необхідно зосередити на таких питаннях як електронна участь, адміністративні інновації (в тому числі спрощення бюрократичних процедур) і широке використання Інтернету для надання державних послуг. Вона повинна передбачати перехід до без паперової управління роботою в галузі державного управління. Було б корисно використовувати ІКТ не тільки в галузі державного управління, а також у наданні послуг у таких державних секторах, як охорона здоров'я та освіта.

Необхідно затвердити і оприлюднити чіткий План дій по реалізації Програми. Також слід здійснювати моніторинг процесу реалізації Програми із внесенням відповідних змін у плани її впровадження на кожному окремому етапі. Для цього програма повинна містити показники розвитку для відстеження прогресу в досягненні поставлених цілей. Зокрема, документ повинен чітко визначити, які послуги повинні надаватися on-line центральними органами виконавчої влади, а також на рівні місцевих органів влади. Такий перелік може бути складений за аналогією з переліком 20 основних державних послуг, затверджених Європейською комісією. Крім того, Україні слід затвердити перелік показників для оцінки розвитку електронного урядування.

#### **Список використаних джерел:**

1. Digital economy rankings 2010: Beyond e-readiness, EIU, 2010
2. The Global Information Technology Report (GITR) 2010–2011: Transformations 2.0. 10th Anniversary Edition. INSEAD, World Economic Forum.
3. Measuring the Information Society 2010, Informational Telecommunication Union, 2010
4. European Commission Information Society, [http://ec.europa.eu/information\\_society](http://ec.europa.eu/information_society);
5. <http://www.unpan.org/DPADM/EGovernment/KnowledgeBaseofEGovernmentPractices /tabid/828/language/en-US/Default.aspx>
6. Potential savings by public service from using broadband in G2G is estimated at EUR 176 bn per year Europe (Source: The Impact of Broadband on Growth and Productivity, MICUS, A study on behalf of the European Commission (DG Information Society and Media), 2008).
7. На основі даних: Study on the Measurement of E-government User Satisfaction and Impact. European Commission study report, Deloitte Consulting and Indigov, Brussel 2008.
8. Кабінет Міністрів України; Розпорядження, від 13.12.2010 № 2250-р. Проект Конвенції був розроблений Національним центром електронного урядування в тісній співпраці та за фінансової підтримки МВФ.

## ЛОГІСТИКА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМИ

*Даишкєєв Магомєд Ахмедович*

здобувач кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Існує міжнародна система показників впливу логістичного чиннику на ефективність реалізації продукції на міжнародних ринках. Деякі з них прямо або побічно пов'язані з фінансами. Фінансові показники легко визначаються, дозволяють використовувати системний аналіз проблемам і проводити зіставлення результатів. Дуже важливим є показник споживчої доданої вартості (CVA), а також показник росту акціонерної вартості (EVA). Важливими економічними показниками результатів логістичної роботи на підприємстві є: коефіцієнт використання логістичних потужностей підприємства, загальна й часткова продуктивність логістичного устаткування, оборотність витрат. При розрахунках ефективності роботи міжнародних логістичних систем (МЛС) слід використовувати два методи оцінок витрат – дисконтовані і недисконтовані. До недисконтованих відносяться методи, які оперують даними про початкові витрати капіталу і потоки готівкових коштів, отриманих протягом життєвого циклу даного логістичного проекту. При цьому не передбачається переноси на поточну вартість майбутніх потоків грошових коштів. До цієї групи можна віднести такі показники, як: віддача від вкладеного капіталу й середня норма прибутку, строк окупності, середній рівень віддачі від вкладеного капіталу. Методи дисконтування коштів базуються на припущенні, що гроші, які будуть одержані у майбутніх періодах, будуть мати меншу цінність. Важливим при формуванні і функціонуванні МЛС є визначення оптимального матеріалопотоку, при якому підприємство здатне покрити всі витрати і одержати прибуток. Іншими словами, визначається точка беззбитковості логістичної діяльності підприємства, яка є найважливішим показником, що впливає на стратегію логістики і прийняття багатьох кардинальних рішень, включаючи питання аутсорсинга логістичних послуг [1, р.37-39].

Дослідження основних рис, особливостей і механізму функціонування МЛС, їх ролі у відтворювальному процесі, припускає аналіз витрат, пов'язаних з рухом матеріальних потоків. Скорочення загальних витрат, включаючи логістичні витрати, є однією з основних

проблем у зовнішньоекономічній діяльності фірми. Емпіричним шляхом доведено, що під час здійснення міжнародних логістичних операцій значні витрати підприємства пов'язані із транспортуванням і управлінням матеріальними запасами, на які доводиться іноді до 75-80% усіх витрат, а отже, головні шляхи оптимізації логістичної діяльності при організації і функціонуванні МЛС - це вдосконалення транспортних операцій і управління запасами. Пошуки резервів зниження логістичних витрат при веденні зовнішньоекономічної діяльності істотно впливають на розробку і прийняття рішень, на формування корпоративних логістичних систем і організацію відповідного обслуговування споживачів. Логістичний чинник виступає у вигляді «транспортної» або «логістичної» складової у ціні товару, що перебуває у прямій залежності від цін на різні логістичні послуги, пов'язані з функціонуванням міжнародних логістичних систем (хоча, під поняттям «транспортної складової» розуміється не тільки сам процес перевезення, але й саме широке коло логістичних операцій). У міжнародній торгівлі «логістична складова» у ціні товару залежить від кон'юнктури міжнародних товарних і транспортних ринків, ринків логістичних і посередницьких послуг і виступає як міжнародна договірна (між продавцем і покупцем) частина ціни товару. Призначена вона для покриття логістичних видатків при виконанні угоди і залежить від умов поставки товару, від найближчих для покупця базисних ринків для аналогічної продукції. І в цьому випадку покупця не цікавить величина логістичних видатків, які оплачуються продавцем перевізнику, але йому не байдужий рівень логістичної складової.

Ефективність функціонування МЛС у найбільш загальному вигляді можна визначити як комплексне економічне завдання, спрямоване на вирішення проблеми досягнення високої якості роботи (ступінь задоволення запитів клієнтури) при заданому рівні загальних логістичних витрат і одержання переваг за допомогою створення ефективно працюючої інтегрованої системи управління матеріальними, фінансовими й інформаційними потоками. Усе це можна досягти шляхом виявлення і усунення внутрішньосистемних і міжсистемних конфліктів за одночасного досягнення розумних компромісів у корпоративному і зовнішньому середовищі. Тобто мова йде про створення системи, яка б забезпечила синергетичний ефект. Ключем до досягнення високого рівня організації і забезпечення роботи МЛС (а це є необхідною умовою успішної зовнішньоекономічної діяльності), є інтеграція внутрішніх і зовнішніх операцій. Типовий шлях до системної інтеграції пролягає через процедуру, яку називають інжиніринг (побудова, проектування) або реінжиніринг (розвиток, реорганізація, перебудова) логістичних процесів. Основна ідея укладається в тому, що для оцінки можливих і необхідних масштабів інтеграції, насамперед потрібно виявити і вивчити етапи

виконання конкретних дій для досягнення мети. Основи інжинірингу логістики становлять принципи системного аналізу. Системний підхід до інжинірингу логістичних процесів полягає у повному об'єднанні зусиль, спрямованих на досягнення намічених цілей, створення з окремих функцій єдиного цілого, яке перевершує за якісними показниками просто суму складових його частин. У такий спосіб реалізується синергетичний потенціал. Процес інжинірингу (реінжинірингу) логістики на фірмі повинен бути організований таким чином, щоб заздалегідь враховувати зміни зовнішнього середовища (тобто, якщо у рамках окремого планового періоду більшість зовнішніх чинників залишаються порівняно стабільними, то у тривалій перспективі економічні і правові зміни можуть поставити фірму у скрутний стан. Зовнішнє середовище, у якому здійснюються міжнародні логістичні операції, безупинно змінюється і тому необхідний його постійний моніторинг, а також наявність методології систематичного планирования, що дозволяє оперативно враховувати виникаючі обставини і оцінювати альтернативні варіанти вирішення проблем. Особливо це стосується зовнішньоекономічної діяльності, де конкуренція максимальна і діють множинні геополітичні чинники і т.д. При здійсненні інжинірингу МЛС необхідно реалізувати три стадії робіт. Перша стадія - виявлення проблем через оцінку поточних техніко-економічних можливостей і розробка проекту. На другій стадії необхідно здійснити збір і обробку даних і на їхній підставі зробити первинний аналіз проекту і оцінку альтернатив. Третя стадія – розробка рішень, прийняття остаточного плану і його реалізація. У цілому дана методологія може бути запропонована в якості алгоритму дії при інжинірингу МЛС [2].

Зі зростанням ролі компетентності у логістиці для досягнення і утримання конкурентних переваг точна оцінка результатів набуває все більшого значення. Завданням логістичного контролінгу є аналіз наскільки фактичні результати роботи відповідають прийнятим планам і загальній стратегії фірми, оскільки він дає загальну й детальну оцінку всієї логістичної діяльності фірми від розробки планів розвитку і до правильності застосування того або іншого тарифу. Розробка і застосування фірмою оцінки результатів діяльності при організації і забезпеченні функціонування МЛС вирішують три головні завдання: моніторинг логістичних операцій, контроль над ними і оперативне управління. Кожна фірма повинна розробити свою власну систему контролінгу міжнародної логістики, спираючись на загальні положення, але вносячи у систему певні показники і параметри, що відображають специфіку її діяльності. Перед фірмою постає дилема щодо визначення тих основних критеріїв, на підставі яких відбувається вибір виду(ів) транспорту, що доставляють товар, а також вибір логістичних

посередників, задіяних у організації і здійсненні операцій по оптимальній доставці її продукції. Але оптимізацію фірми розуміють по-різному. Для більшості фірм і організацій найбільш оптимальним є зниження вартості транспортування до мінімального рівня. Це означає транспортування по найкоротшому маршруту і по можливості найбільш дешевим видом транспорту. Для інших фірм більш важливими є критерії зручності доставки (навіть на шкоду дешевині), цілістності та сбереженості вантажу. Альтернативою оптимізації аутсорсинга транспортних послуг при перевезеннях продукції, є організація доставки товарів власними транспортними засобами і за власні кошти в рамках МЛС. Створення структурних транспортних підрозділів або відповідних дочірніх компаній не характерне для більшості іноземних фірм, вони користуються послугами професійних транспортних перевізників, а вкладення капіталу у придбання активів у сфері транспорту сьогодні дозволяють собі лише найбільші корпорації сировинної спрямованості, що і відповідає загальносвітовій практиці.

У сучасних умовах, при формуванні системи управління запасами у зовнішньоекономічній діяльності, слід виходити з методів комплексного регулювання співвідношення між акумуляцією і рівнем підтримки запасів, у тому числі шляхом точного прогнозування попиту на продукцію і проведення такої політики замовлень, яка дозволила б збалансувати ринкові коливання. В умовах постійного зниження стабільності ринку і активного відстеження попиту дорогі резервні запаси витісняються створенням систем інформації і належною організацією управління (при цьому ключовим є знання ситуації на ринках і умов доступу до відповідної інформації). Різні комбінації основних систем управління запасами, а також використання принципово нових алгоритмів у виробничій діяльності (особливо це стосується зовнішньоекономічної діяльності), де багато параметрів носять випадковий, непередбачений характер, змушує фірми формувати самі різні системи управління запасами. При цьому найбільш часто ними використовується комбінація систем, за якою на національному рівні перевага віддається традиційним методам управління запасами, у той час як на міжнародному рівні доводиться адаптувати системи під конкретні взаємини з іноземними партнерами, різні умови торгівлі, географічні, соціальні, правові, геополітичні та інші вимоги. Однією із серйозних проблем, пов'язаних з функціонуванням МЛС є проблема оптимізації управління запасами через раціоналізацію і удосконалювання менеджменту складських операцій. Основним питанням, що виникає у даному контексті, є необхідність ухвалення рішення про оренду складських приміщень або про придбання або будівництво власного складу (можливо навіть створення власної складської мережі). Головним в ухваленні зазначеного рішення, є



визначення раціональності і доцільності наявності власного складу, у першу чергу з погляду скорочення витрат і спрощення управління товарно-матеріальними запасами. У деяких випадках розумніше і вигідніше придбати або побудувати власні складські потужності для забезпечення потреб збереження і розподілу, у інших випадках доцільніше скористатися послугами спеціалізованих фірм. Проблема правильного вибору фірмами провайдера логістики для організації її забезпечення діяльності на міжнародному рівні, набуває особливо важливого значення у сучасних умовах. Вони усе більше прибігають до аутсорсингу логістичних послуг, обґрунтовано вважаючи, що вигідніше й ефективніше доручити подібного роду операції, що вимагають високого професіоналізму й компетенції, спеціалізованим компаніям, тим більше, коли мова йде про міжнародні перевезення й використанні іноземних транспортних систем. Узагальнюючи проблематику сучасних тенденцій у роботі провайдерів логістики по забезпеченню функціонування міжнародних логістичних систем фірм, можна сказати, що тенденції розвитку взаємин між провайдерами логістики і споживачами логістичних послуг такі, що у 21 столітті логістичні операції в основному будуть виконуватися саме провайдерами. Сучасні методи роботи провайдерів логістики, а саме: створення й експлуатація інтегрованих транспортно-технологічних систем; використання прогресивних технологій при організації й здійсненні доставки товарів; підтримка міжнародних логістичних організацій (ФІАТА, КЛЕКАТ і ін.); нормативні акти, прийняті на міжнародному рівні й адаптація їх до національного законодавства багатьма країнами - усе це привело до того, що фірмам вигідніше й дешевше більшість, а можливо й усі міжнародні логістичні операції віддати на відкуп професіоналам - провайдерам логістики. Найбільші транснаціональні корпорації можуть собі дозволити створення логістичної інфраструктури і то у обмежених масштабах і не у всіх регіонах (в основному це стосується матеріально-технічного забезпечення, тобто перевезень сировини й напівфабрикатів). Що стосується поставок готової продукції, то їм набагато простіше вдатися до аутсорсингу логістичних послуг. Ця тенденція ясно виявилася на початку 21 століття й буде домінувати в якості провідної у всіх країнах ринкової економіки. Вибір компанії, що забезпечує логістичні операції в міжнародній торгівлі, суб'єктивний з багатьох причин, але є й тверді критерії відбору. Виходячи з сучасних умов ведення бізнесу головними критеріями вибору провайдерів логістики для фірм є наступні: - вартість доставки — 35%; строки доставки - 31%; збереження вантажу, надійність доставки — 14%; гнучкість обслуговування (мається на увазі можливість повернути вантаж, перевідправити, замінити і т.д.) - 20 % [3, р.177]. Зрозумівши і оцінивши всі логістичні зв'язки усередині створеної МЛС, фірма приступає до

вирішення питання зниження логістичних видатків, визначення конкретної компанії провайдера логістики, здатної задовольнити потреби по цінових і інших найважливіших показниках: строках доставки, доступності послуг, збереження вантажу і т.д. При цьому провайдер логістики повинен бути здатний у рамках управлінської логістики розв'язати поставлене замовником завдання. Таким чином, відділ логістики фірми повинен визначити надійного стратегічного партнера у питаннях ефективності побудови і експлуатації міжнародних логістичних систем.

#### **Список використаних джерел:**

1. Н. Bergsteiner. Accountability Theory Meets Accountability Practice. – Sidney, Emerald Group Publishing Limited, 2012. - 560 pp.
2. Unfolding the New Era of Business Collaboration. The 7-th International Congress on Logistics an SCM Systems/ June 7-9.2012. Seoul, Korea. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.kscm.org/ICLS2012/>
3. Dong-Wook Song, Photis M.Panayides. Maritime Logistics: Contemporary Issues. – Sidney, Emerald Group Publishing Limited. – 2012. - 226 pp.

### **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ МИГРАЦИИ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ**

*Реджей Аль Хадж Мустафа*

аспирант Харьковского национального университета им. В.Н. Каразина

В последние десятилетия одной из наиболее значимых тенденций в развитии международных экономических отношений стал быстрый рост роли международной миграции населения. И, сегодня, речь идет не только о количественных показателях данного явления, но, прежде всего о новых качественных особенностях, которые выражаются в глобальном характере международной миграции, которая охватила почти все страны мира.

Другой важной особенностью международной миграции населения является приоритет различных форм миграций по экономическим причинам, что обусловлено целым рядом объективных и субъективных факторов. Это нарастание экономического разрыва между развивающимися и развитыми странами; демографический дисбаланс между странами Юга и Севера, который является мощным стимулом для эмиграции из первых; улучшение средств связи и транспортной системы, что позволяет информации, товарам и людям свободно и быстро перемещаться даже между очень отдаленными друг от друга странами; деятельность ТНК и международных институтов, которые играют

важнейшую роль в развитии международной миграции; развитие социальных связей; интернациональные браки и воссоединение семей; формирование мировой системы взаимопомощи.

В связи с изложенным выше проблемы международной миграции вызывают все больший интерес со стороны специалистов, политиков, представителей международных организаций.

Анализ имеющегося опыта разных стран и теоретических подходов к проблемам международной миграции трудовых ресурсов и ее влияние на социально-экономическое положение принимающих и отдающих стран, позволил выявить следующие закономерности:

1. Наиболее значимыми экономическими последствиями трудовой миграции для страны – донора считаются трансферты мигрантов, относящиеся к положительным факторам и «утечка мозгов», которая является очень негативным явлением для страны – поставщика. В странах наиболее активно экспортирующих трудовые ресурсы, доходы от трансфертов мигрантов иногда достигают значительной доли валового национального продукта, обеспечивая значительный источник поступления твердоконвертируемой валюты. С другой стороны, на заработки в другие страны выезжают молодые, энергичные и предприимчивые граждане, многие из которых наиболее образованы и талантливы, при этом пытаются остаться в стране назначения. Большую озабоченность в этом отношении вызывает безвозвратная эмиграция интеллектуалов из развивающихся стран, которая способствует еще большему разрыву в развитии Юга и Севера. Тем не менее, можно предположить, что в целом последствия от трудовой миграции будут позитивными, в случае, если трансферты мигрантов компенсируют потери страны от безвозвратной потери «мозгов».

2. Влияние притока трудовых ресурсов на экономику принимающих стран зависит от индивидуальных характеристик каждого отдельного государства. Приток трудовых ресурсов оказывает наиболее благоприятное влияние в тех случаях, когда трудовые мигранты занимают те ниши на национальном рынке труда, на которых наблюдается недостаток местной рабочей силы, как в отраслевом, так и в территориальном аспекте. По нашему мнению, процессы трудовой миграции относятся к категории таких экономических явлений, которые не могут протекать без вмешательства государства, полагаясь лишь на эффективное распределение ресурсов в рамках свободного саморегулируемого рынка. Это особенно актуально с учетом социальных аспектов миграции и возможного негативного отношения местного населения к носителям чужой культуры.

### Литература:

1. Балацкий, Е.В. Международная трудовая миграция [Текст]/ Е. В. Балацкий // Вестник РАН – 1994. – Т. 64. – № 10. – С. 872 –880.
2. Дадаев, О.К. К проблеме внешней миграции [Текст] /О.К. Дадаев// Человек и труд. – 1996. – № 9. – С. 18–19.
3. Ушкалов, И. Процесс трудовой эмиграции: состояние и перспективы [Текст]/ И. Ушкалов// Рос. экон. журн. –1993. – № 2. – С. 41–48.
4. Гохберг, Л. Интеллектуальная деятельность – основа экономики информационного общества [Текст]/ Л. Гохберг// Человек и труд. – 2001. – № 2.

## МИГРАЦІЯ: ЧИ ПЕРЕТНУЛА УКРАЇНА КРИТИЧНУ МЕЖУ?

*Серьожкін Антон Сергійович*

студент Київського фінансово-економічного коледжу при НУДПСУ

На сучасному етапі розвитку економіки України досить актуальним є питання щодо розробки нової міграційної політики, яка була б спрямована на зменшення еміграційних потоків населення, а також відпливу за кордон кваліфікованих працівників. Будучи країною, що претендує на повноцінне місце у європейській спільноті, зобов'язана визначити основні принципи державної міграційної політики, врегулювати сферу міграції.

Тому основним завданням щодо регулювання міграції є :

- скорочення масштабів нелегальної трудової міграції населення за межі країни;
- пабезпечення соціальної захищеності українських працівників за кордоном;
- протидія нелегальної міграції українських громадян та нелегальної еміграції громадян інших країн [4].

Протягом багатьох десятиліть відбувалося переміщення населення із недостатньо промислово розвинутих областей Заходу і Центру України в Донбас, Промислове Придніпров'я, на малозаселеній землі Півдня [4]. Станом на 1 січня 2012 року чисельність населення України становила 45млн.634тис. мешканців. З початку року чисельність населення скоротилась на 144,9тис.осіб (-3,1 на 1000). Міграційний приріст за 2011 рік склав 17,1тис. осіб, що на 1 тис. більше ніж у 2010р.. На 1 січня 2012 року міське населення становило 31380,9 тис. (68.7%), сільське 14252,7 (31.3%). На початок 2013 року Україна посідає 29 місце за чисельністю населення на планеті.

Ми можемо розглянути міграційний приріст і спад по деяким регіонам України(рис.1) [3].

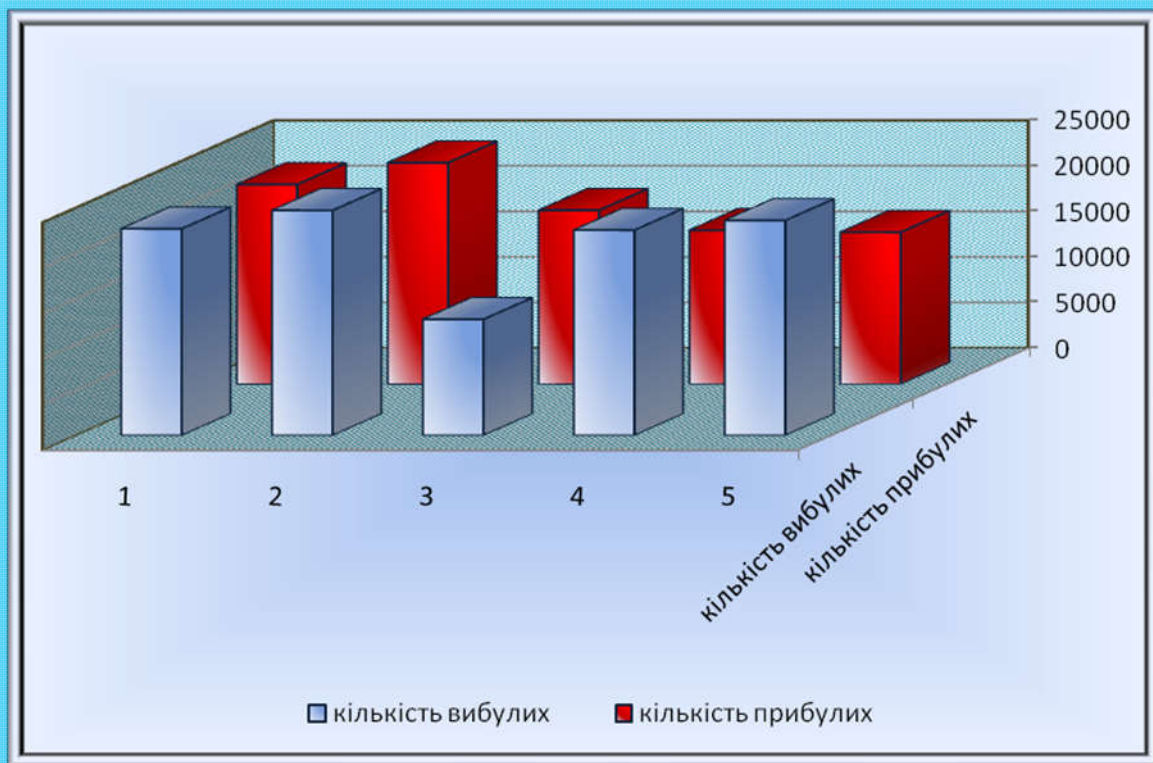


Рис.1.Показники міграції населення по регіонам України

1. Донецьк;
2. Дніпропетровськ;
3. Київська область;
4. Харків;
5. Київ;

Особливості географічного положення України як території, що перетинається світовими міграційними шляхами, а також внутрішні фактори економічного та соціального життя зумовлюють інтенсивні міграційні процеси як в середині України, так і за її межами [1].

Серед наслідків трудової міграції для України не можна не відзначити, що найбільш негативним у цьому контексті є втрата висококваліфікованої робочої сили, передусім наукових працівників вищої кваліфікації. Втрата висококваліфікованої робочої сили для України означає занепад в сферах економіки, адже Україна потребує допомогу в спеціалістах за для поліпшення ситуації як в соціальній так і в економічній сфері. За даними представництва Міжнародної організації з міграції, більш як 6 млн. емігрантів у світі – українці, і віковий ступінь

половини з них – до 35 років. Всього на обліку в державній службі зайнятості у січні – серпні 2012 року зареєстровано 1млн.318,1тис. незайнятих громадян. Статус безробітного мали 997,5 тис. осіб, з яких 827,8 тис. громадян отримували допомогу по безробіттю. Ситуація, яку має Україна в міграційній сфері, наближається до критичної.

Також не обійшлося без соціальних наслідків, це розпад сімей (частковий) діти сімей які постійно в міграційному процесі виростають майже сиротами тому що батько чи мати на заробітках [2].

Законопроект «Про концепції міграційної політики в Україні». Схвалено Указом Президента України від 30 травня 2011 року N 622/2011. Ця концепція визначає напрями, стратегічні завдання державної міграційної політики України, принципи і пріоритети діяльності державних органів у сфері міграції, напрями вдосконалення її законодавчого та саме інституціонального забезпечення ,а також механізми реалізації Концепції [1].

Отже, на сучасному етапі розвитку економіки в Україні досить актуальним є питання щодо розробки нової міграційної політики, яка була б спрямована на зменшення еміграційних потоків населення, на захист мігрантів за межами країни. Оцінка впливу трудової міграції на розвиток ринків праці прикордонних регіонів дає підстави зробити висновок про значне зниження пропозиції робочої сили.

Тому основними завданнями щодо регулювання міграції є: забезпечення соціальної захищеності українських працівників за кордоном; запобігання виїзду високоосвічених спеціалістів для заняття за кордоном низькокваліфікованих робіт; протидія нелегальної міграції українських громадян та нелегальної еміграції громадян інших країн [2].

#### **Список використаних джерел:**

- 1.<http://uk.wikipedia.org>
- 2.<http://gisap.eu>
- 3.<http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Румянцев А. П. Международная экономика. – К.: МАУП. -2004.

Підписано до друку 02.03.2013  
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Друк на дублікаторі.  
Умов.-друк. арк. 4,5. Обл.-вид. Арк 4,95.  
Тираж 90 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](mailto:tooums@ukr.net)

