

ЕКОНОМІЧНІ НАУКОВІ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ
www.economy-confer.com.ua

Реформування економічної
системи країни:
теоретичні та практичні аспекти

*Збірник тез
економічної наукової
інтернет-конференції*

12 грудня 2012 р.



Тернопіль
2012

"Реформування економічної системи країни: теоретичні та практичні аспекти": матеріали економічної наукової інтернет-конференції. - Тернопіль, 2012. - 149 с.

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей економічної наукової інтернет-конференції «Реформування економічної системи країни: теоретичні та практичні аспекти», які оприлюднені на інтернет-сторінці www.economy-confer.com.ua

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

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

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

ЗМІСТ

Економіка та підприємництво

<i>Андрущенко Наталія Олександрівна, Демець Наталія Сергіївна, Каратнюк Іван Миколайович</i> ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ.....	8
<i>Гарбар В.А., Капула В.С.</i> ПРОБЛЕМИ РОЗРОБКИ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	10
<i>Гордієнко І.А.</i> ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ЙОГО РОЛЬ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ.....	13
<i>Копитко Марта Іванівна</i> ПРИЧИНИ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	15
<i>Кравець Дарина Владимировна, Алексеева Наталья Ивановна</i> ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА КРИТИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПОИСК ПУТЕЙ ВЫХОДА ИЗ КРИЗИСА.....	17
<i>Муха Олеся Віталіївна</i> ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ЯК ОСНОВНЕ ДЖЕРЕЛО ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	20
<i>Нікіфорчук Юлія В'ячеславівна, Кривий Сергій Володимирович</i> РЕЙДЕРСТВО. РЕЙДЕРСЬКЕ ЗАХОПЛЕННЯ.....	22
<i>Плужник Андрій Васильович</i> ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ МОНІТОРИНГУ БЕЗПЕКИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ МІСТ.....	25
<i>Сідак Оксана Володимирівна</i> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ.....	27
<i>Фоменко Ганна Григорівна</i> ОЦІНКА ВИТРАТ НА СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ ПРАЦІВНИКІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	33
<i>Челоногова Дар'я Юріївна</i> АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНИХ ГАРАНТІЙ У СФЕРІ ОПЛАТИ ПРАЦІ.....	35
<i>Черницька Аліна Миколаївна</i> АНАЛІЗ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА (на прикладі ПАТ «Козятинхліб»).....	38

Менеджмент. Маркетинг

<i>Андрущенко Наталія Олександрівна, Бондарчук Наталія Анатоліївна</i> МОТИВАЦІЯ ЯК ЗАГАЛЬНА ФУНКЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ.....	42
<i>Андрущенко Наталія Олександрівна, Барабан Олена Олегівна</i> ПРОБЛЕМИ СУЧАСНИХ МЕНЕДЖЕРІВ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	44
<i>Андрущенко Наталія Олександрівна, Передереєва Олена, Джерелюк Дарина</i> МАРКЕТИНГ СЬОГОДЕННЯ: ЯКИЙ ВІН? МЕТОДИ ТА ЗАСОБИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	46
<i>Арабаджи Олена Петрівна, Михайлова Тетяна Іванівна</i> КОНЦЕПЦІЯ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ ПРОДУКТУ «АКТИМЕЛ» ТОРГОВОЇ МАРКИ «DANON».....	49
<i>Берін Родіон Миколайович</i> СПЕЦИФІЧНІ РИСИ МАРКЕТИНГУ ВІДНОСИН.....	52
<i>Гузій Світлана Леонідівна</i> ОЦЕНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ НА ПРЄДПРИЯТТІ МЕБЕЛЬНОЇ ПРОМШЛЕННОСТІ.....	54
<i>Дімітрашко Катерина Ігорівна</i> ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	58
<i>Дубовик Тетяна Віталіївна</i> МЕРЧАНДАЙЗИНГ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ.....	59
<i>Замлинська Ольга Володимирівна</i> МАРКЕТИНГОВА МОЖЛИВІСТЬ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЛІФТОВОГО ГОСПОДАРСТВА.....	61
<i>Лебєдєва Ірина Броніславна, Алексеєнко Крістіна Вікторівна</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ ПІДБОРУ УПРАВЛІНСЬКИХ КАДРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	64
<i>Ортинська Валентина Василівна</i> АСПЕКТИ СУЧАСНОГО СОЦІАЛЬНО–ЕТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ.....	66
<i>Подольчак Надія Ігорівна</i> ОСНОВНІ СПОСОБИ ФОРМУВАННЯ НОВИХ РИНКІВ.....	69

Рибчинська Тетяна Юрійвна ПОРТРЕТ СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА В СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....70

Токарєва Олена Федорівна ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ....72

Штуй Леся Анатолійвна УПРАВЛІННЯ КАР'ЄРНИМ ЗРОСТАННЯМ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА (на прикладі Вінницького олієжиркомбінату).....74

Облік, статистика і аудит

Овсюк Ніна Василівна АУДИТ ФОНДУ ОПЛАТИ ПРАЦІ ТА РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ ПРАЦІВНИКАМ.....77

Економічний аналіз. Економіко-математичне моделювання

Бантос Денис Андрійович, Гулівата І.О. ВИКОРИСТАННЯ ТРАНСПОРТНОЇ ЗАДАЧІ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....80

Банківська справа. Фінанси, грошовий обіг та кредит

Артеменко Олександр Сергійович БАНКІВСЬКИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПОСТКРИЗОВІ ТЕНДЕНЦІЇ.....83

Батицька Вікторія Дмитрівна РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....84

Ващук Тетяна Миколаївна АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННИХ ПЛАТЕЖІВ НБУ.....87

Гусач Андрій Сергійович ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО КОНСАЛТИНГУ В УКРАЇНІ.....88

Казарінов Дмитро Володимирович РОЗВИТОК ВАЛЮТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ У ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД.....90

Ковальчук Іванна Іванівна ДІЯЛЬНІСТЬ НЕДЕРЖАВНИХ ПЕНСІЙНИХ ФОНДІВ В УКРАЇНІ.....92

Лановенко Жанна Михайлівна ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КРЕДИТНОГО БРОКЕРИДЖУ.....95

<i>Мірошніченко Рената Русланівна</i> ОСОБЛИВОСТІ ЯКІСНОГО УПРАВЛІННЯ ДЕПОЗИТНИМИ РЕСУРСАМИ БАНКУ.....	97
<i>Полюх Мар'яна Миколаївна</i> ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК КЛІЄНТІВ І БАНКУ ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ «КЛІЄНТ-БАНК».....	99
<i>Самойлов Богдан Миколайович, Литовченко Олена Юріївна</i> ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ БАНКУ.....	101
<i>Сас Христина Іванівна</i> РОЛЬ І МІСЦЕ РЕЙТИНГОВИХ АГЕНСТВ В УКРАЇНІ.....	103
<i>Семенюк Тетяна Миколаївна</i> АНАЛІЗ ДЕПОЗИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ БАНКІВ.....	106
<i>Стоколос Людмила Миколаївна</i> ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ БЮДЖЕТНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ.....	108
<u>Податкова система. Бюджетна система.</u> <u>Правові відносини в економічній системі</u>	
<i>Дроненко Тетяна Миколаївна, Голишевська Лариса Віталіївна</i> ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ВИДАТКІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ.....	114
<i>Мазун Ольга Костянтинівна, Голишевська Лариса Віталіївна</i> РЕФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТНОЇ СИСТЕМИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ.....	117
<i>Мироненко Юлія Ігорівна</i> РЕФОРМУВАННЯ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ.....	119
<i>Підцерковний Богдан Васильович</i> ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	121
<i>Савчук Олександра Іванівна</i> АНАЛІЗ ОБСЯГІВ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ ДО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ ЗА 2011–2012 РОКИ.....	123

**Сучек Світлана Ігорівна ПЕРСПЕКТИВИ
ЗАГАЛЬНООБОВ'ЯЗКОВОГО МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ
В УКРАЇНІ.....125**

**Троцька Вікторія Миколаївна ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ
СИСТЕМ У ПОДАТКОВІЙ СФЕРІ.....127**

Інвестиційно-інноваційні процеси в економіці

**Андрущенко Наталія Олександрівна, Жгір Марія Володимирівна,
Окопна Ольга Вікторівна ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....129**

**Дерев'янку Тетяна Олексіївна СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ В ТВАРИНИЦТВІ.....131**

**Жук Ірина Валеріївна СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....133**

**Захаркіна Людмила Сергіївна, Доля Євгенія Василівна ВПЛИВ
ОПОДАТКУВАННЯ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ АКТИВНІСТЬ
ДОМОГОСПОДАРСТВ.....135**

**Качула Світлана Валентинівна, Мартиненко Інна Володимирівна
КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЙОГО ЗБІЛЬШЕННЯ.....137**

**Краківський Юрій Станіславович, Зубишена Ольга Вікторівна
АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ
ПЕРЕСТРАХУВАННЯ.....139**

**Роговський Роман Віталійович СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ
АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....144**

Світова економіка та міжнародні відносини

**Кібальчич Олександр Олегович, Матвієнко Катерина Станіславівна
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ
МЕНЕДЖМЕНТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА.....147**

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Андрущенко Наталія Олександрівна

кандидат педагогічних наук, доцент Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

Демець Наталія Сергіївна

студентка Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

Каратнюк Іван Миколайович

студент Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

Управління є функцією економічної системи підприємства з вирішення проблем. Управління виникає тоді, коли керівник приймає рішення, коли розробляється новий порядок відносин між елементами системи для подолання проблемної ситуації, коли встановлюються нові зв'язки між структурними підрозділами, пов'язані з модифікацією організаційної структури.

Основною метою діяльності підприємства має бути задоволення потреб споживача при раціональному, ефективному використанні ресурсів з метою отримання максимального прибутку, процвітання підприємства шляхом просування своєї продукції. Однак більшість керівників протягом останніх років характеризують процес функціонування свого підприємства як виживання, наголошуючи, що економічні труднощі і невизначеність майбутнього не дозволяють здійснювати довгостроковий прогноз розвитку підприємства та формування моделі його функціонування [1].

Існування підприємств різних організаційно-правових форм не заперечує той факт, що система управління кожним із них націлена на досягнення бажаного результату. Діяльність кожного суб'єкта господарювання здійснюється в умовах невизначеності та ризику і залежить від впливу як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Зміни у зовнішньому середовищі носять непередбачуваний або недостатньо прогнозований характер. Така ситуація змушує підприємства приймати рішення, які могли б зменшити негативний вплив факторів зовнішнього середовища на результати діяльності підприємства [2].

На сьогоднішні день стан розвитку економіки характеризується необхідністю дослідження системи управління суб'єктами господарювання та, обов'язково, причин, що обумовлюють внутрішні зміни. Також не можна залишити без уваги і сам характер цих змін. Особливу увагу слід приділити організаційно-правовим формам функціонування підприємства, стратегічним підходам до управління діяльністю підприємства, а також персоналу, без якого злагоджена робота підприємства та виконання поставлених завдань було б неможливим.

Варто завжди пам'ятати, що проблема управління розвитком підприємства складна та багатогранна, вона містить цілий спектр комплексних задач, який визначає різноманіття підходів до її вирішення. Одним з таких підходів є управління розвитком підприємства на основі дослідження хвильового циклічного характеру процесів, що протікають у зовнішньому та внутрішньому середовищах підприємства [3].

Концептуальні основи напрямку управління підприємством лежать в області моделювання поведінки складних систем, які розвиваються та являють собою ядро так званої науки складності (Science of complexity) – напрямку наукових досліджень, що активно досліджується на Заході, центром якого є необхідність передбачення поведінки систем, що не піддаються поточному опису і моделюванню через високий ступінь стохастичності проявів зовнішнього середовища [4].

Розв'язання проблеми розвитку управління підприємством також полягає і у необхідності скорочення об'ємів стратегічного управління, у посиленні прагматичності функції управління розвитком на основі широкого використання імітаційних економіко-математичних методів, у застосуванні такого революційного методу управління, такого як інжиніринг бізнес-процесів у наданні безупинного характеру процесу адаптації підприємства до умов, що виникають [5].

Управління підприємствами України ХХІ століття створює ряд протиріч між прагненням керівництва управляти розвитком підприємства на основі планомірної діяльності і неповною творчістю в діяльності співробітників; прагненням до стійкості (стабільності) розвитку підприємства як системи і його мінливістю; цілісністю підприємства і свободою його підрозділів; централізацією управління; науковим підходом і мистецтвом у підготовці і прийнятті рішень.

Проведений аналіз сутності проблеми управління розвитком підприємства дозволяє виділити основні складові процесу управління розвитком, а саме: мету розвитку, стратегію розвитку, модель розвитку, структуру підприємств і модель мотивації та стимулювання ефективної діяльності процесів [3].

Кожне підприємство повинно чітко орієнтуватися у складних ринкових відносинах, правильно оцінювати стратегію подальшого розвитку, фінансовий стан свого підприємства, виходячи з найвищих і прихованих фінансових ресурсів, оскільки проблема управління розвитком підприємств як основної ланки національної економіки у XXI ст. набула пріоритетного характеру. Ми впевнені в тому, що такі адекватні можливості повинен мати кожний трудовий колектив і кожна ланка управлінського апарату.

Список використаних джерел:

1. Бова Т. В. / Т. В. Бова // Економіка та держава. – 2006. – № 5. – с. 68-70.
2. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства. / Покропивний С. Ф. – К : КНЕУ, 2000. - ?с.
3. Раєвнева. О. В. Управління розвитком підприємства. – / Раєвнева О. В. – Харків : “Інжек”, 2006.
4. Орищак Я. О. Основи економіки / Я. О. Орищак, В. В. Чвалюк. – Тернопіль, 2007. – 192 с.
5. Транченко Л. В. // Актуальні проблеми економіки-№ 4, -2006,-с. 158-164.
6. Бондаренко О. В. Проблеми змін і розвитку системи управління діяльністю підприємств // Економіка & Держава. – 2007. - №8. – С.39.

ПРОБЛЕМИ РОЗРОБКИ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Гарбар В.А.

кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри економіки підприємства та міжнародної економіки Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

Капула В.С.

студент Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

Кадрова політика є ядром системи управління персоналом. Робота з кадрами відноситься до ключових моментів діяльності будь-якого підприємства як елемента економіки держави. Сучасна концепція управління персоналом в організації передбачає формування та реалізацію кадрової політики і кадрової стратегії. Процес розробки і планування

кадрової політики організації важливий на будь-якому етапі розвитку компанії, так як кадри є ефективним інструментом у вирішенні бізнес-завдань, а також існує гостра необхідність змінюватися під впливом зовнішніх факторів, змін у світовій економіці і т.д. У цьому зв'язку проблеми, пов'язані з кадровою політикою підприємств, набувають особливої значущості.

Актуальність даної теми диктується насамперед тим, що в даний час особливе значення надається підвищенню рівня роботи з кадрами, реалізації цієї роботи на міцний науковий фундамент, використанню накопиченого протягом багатьох років вітчизняного і зарубіжного досвіду.

Основними проблемами кадрової політики є:

1) недостатня розробленість теорії кадрової політики і неготовність практики до сприйняття рекомендацій теорії. Цим можна пояснити неприйняття вчасно необхідних суспільству рішень або прийняття недостатньо обґрунтованих. Це - наслідок відсутності механізму управління по реалізації прийнятих рішень і безвідповідальності осіб, які беруть і не приймають політичні рішення. Одним з пояснень такого стану в теорії і практиці політичного управління є те, що протягом всієї історії людства правителям "не хотілося аналізу та оцінки простими громадянами владних реалій, що призводило б до засудження очевидних зловживань влади, незаслужених благ і привілеїв". Як показує багатовіковий український досвід господарювання, чоловік завжди розглядався як допоміжний, другорядний фактор виробництва. А сучасна концепція управління персоналом визначає працівника як найважливіший, головний ресурс і цінність підприємства.

У 90-ті роки ХХ ст. вчені почали замислюватися про причини глибоких криз у соціально-економічних сферах і зв'язувати їх з відсутністю науково обґрунтованої системи підготовки керівників. У даному випадку мова йде про спеціальну підготовку управлінської еліти. Така підготовка вимагає формування спеціальних викладацьких команд, що використовують технології діагностики, відбору та підготовки управлінців, що володіють технологіями розвитку здібностей до управління, і, в першу чергу, мислення, особливо стратегічного [4]. При цьому підготовка управлінців повинна бути органічно вписана в систему підготовки професіоналів у суспільстві, а для цього необхідні відповідна стратегія, кадрова політика з боку держави. Слід підкреслити, що для підготовки цих фахівців не так важливо їхнє

навчання, як розвиток - не тільки стратегічних здібностей, але й духовно-моральних якостей.

2) Відсутність відділку кадрів. На багатьох підприємствах відсутній відділ кадрів, тому підбором керівних кадрів займається директор підприємства, а набір працівників здійснюють безпосередньо начальники підрозділів. При існуванні відділку кадрів проводились би анкетування, співбесіди та конкурси для того щоб вибрати найдостойніших кандидатів на провідні посади на підприємстві.

3) Нестабільність складу кадрів. На більшості підприємствах, протягом одного року йде постійна зміна кадрів. Тобто нестабільність кадрів на підприємстві веде за собою погіршення продуктивності праці на підприємстві, що пов'язано з адаптацією нових співробітників у колективі. Керівник підприємства зазвичай не хоче створити умови для створення міцного, "сімейного" колективу, як наприклад створюються на підприємствах в Японії [1].

Отже, на більшості підприємств необхідна розробка принципово нових підходів до персоналу, що може забезпечити лише науково-обґрунтована кадрова політика підприємств. Також заглиблюючись у саму роботу на підприємстві, потрібно посилити системність у підборі кадрів і охопити цією роботою весь спектр: від найму до звільнення працівника. Дуже важливим є довгострокове планування кадрової політики підприємства. У більшості компаній відділи кадрів чи служби управління людськими ресурсами більше звикли займатися плануванням чисельності працівників на підприємствах. Їхнє головне завдання - домогтися щоб на підприємстві або в організації було стільки працівників, скільки повинно бути у відповідності зі штатними розкладами. Бажано проводити аналіз факторів зовнішнього середовища, щоб переконатися в тому, що є пропозиція визначених професій для комплектування особового складу такими службовцями, яких ще немає в штаті організації.

Список використаних джерел:

1. Лисак У. А як у них? Особливості кадрової політики Японії / У. Лисак // Довідник кадровика. – 2010. – № 08 (98). – С. 71–73.
2. Щекин Г.В. Стратегическое планирование и кадровая политика на промышленных предприятиях / Г.В.Щекин. - К.: Изд. дом «Корпорация», 2009. – 239 с.
3. Білорус Т.В. Сутність кадрової стратегії підприємства та методологічні засади її формування / Т.В. Білорус // Актуальні проблеми економіки. – 2006. - №1. – С.185-189.

4. Мица В.П. Кадрова політика на підприємстві : проблеми і перспективи / В.Л.Мица // Актуальні проблеми економіки. – 2008. №6. – С.165-168.
5. Державна кадрова політика. Український вимір / Народне слово [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://narodne-slovo.te.ua>

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ЙОГО РОЛЬ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Гордієнко Ірина Анатоліївна

Прикарпатський інститут МАУП ім. М.Грушевського

На даний момент в Україні є актуальним прискорення реформування національної економіки й соціальної сфери. Базовими пріоритетами у цьому процесі мають стати, по-перше, забезпечення усталеного економічного зростання в умовах глобальної кризи, вплив якої до цього часу відчувається у світовій економіці. По-друге, підвищення соціальних стандартів, збільшення реальних доходів працюючих і загальне поліпшення якості життя українських громадян.

У контексті перебудови соціально-економічної сфери першочергового значення набувають подальша структурна трансформація національної економіки, підвищення її конкурентоспроможності та стійкості до спадів світової кон'юнктури. Це передусім передбачає сприяння розвитку підприємництва. Створення вільного середовища для розкриття підприємницького потенціалу суспільства, лібералізація і дерегуляція підприємницької діяльності мають залишатися стрижнем економічних реформ [3].

Поліпшення бізнес-клімату стимулюватиме зростання економіки, розвиток внутрішнього ринку, створення нових робочих місць. Водночас зняття адміністративних перепон і підвищення правових гарантій інституту власності буде позитивним чинником залучення внутрішніх і зовнішніх інвестицій.

Важливе значення підприємництва в економіці України полягає у тому, що ефективність його функціонування забезпечує її економічний та соціальний розвиток. Отже, підприємництво – це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як

суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством [1].

Роль і значення підприємництва в економічному розвитку полягає у тому, що підприємництво є важелем для зміни структури економіки. Для підприємців основний спонукальний мотив – можливість одержання прибутку. Вони майже завжди концентрують свої зусилля на розвитку перспективних напрямків господарської діяльності, віддача від яких може перевершити середні показники.

Розвиток підприємництва створює «поживне середовище» для конкуренції. Забезпечуючи освоєння перспективних виробництв, підприємці сприяють швидшому оновленню техніко-технологічної бази і номенклатури продукції фірми. Вони стимулюють господарську активність, підтримуючи конкуренцію й існуючий ринок.

Підприємництво можна вважати каталізатором економічного розвитку. Цей своєрідний прискорювач істотно впливає на:

- структурну перебудову в економіці;
- збільшення обсягів виробництва і надання послуг;
- стимулювання інвестиційної діяльності;
- підвищення рівня попиту і пропозиції;
- прискорення темпів економічного розвитку національної економіки в цілому.

Підприємництво сприяє економії і раціональному використанню всіх ресурсів. Діяльність підприємця нерозривно пов'язана з господарським ризиком. Саме ця обставина є потужним стимулом економії ресурсів, вимагає від підприємця детального аналізу рентабельності проектів, відповідального ставлення до інвестицій, раціонального витрачання ресурсу, найму робочої сили [2].

Також підприємництво забезпечує сильнодіючі стимули до високоефективної праці. У більшості випадків особистості, котрі мають власний бізнес і завдяки цьому сильніші спонукальні мотиви, більше зацікавлені в якісній і продуктивній праці, ніж наймані працівники. Такий психологічний феномен вільної праці для одержання власного зиску забезпечує ще більший вигреш для економіки в цілому. У ринковій економіці саме підприємець першим визначає які товари та послуги завтра знадобляться споживачу.

Отже, підприємництво виконує особливу функцію в економіці, змістова сутність якої зводиться до оновлення економічної системи, створення інноваційного середовища, що спричиняє руйнацію

традиційних структур і відкриття шляху до перетворень та економічного зростання.

Список використаних джерел:

1. Закон України "Про підприємництво". Редакція від 21.07.2012
2. Небава М.І. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства. Ч1. Економіка підприємства: навчальний посібник / Небава М.І., Адлер О.О., Лесько О.Й. – Вінниця: ВНТУ, 2011. – 117с.
3. Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2012 році: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/docs/posl.pdf>

ПРИЧИНИ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Копитко Марта Іванівна

кандидат економічних наук, Львівський державний університет внутрішніх справ

Досліджуючи вплив тіньової економіки на діяльність промислових підприємств досить складно стверджувати виключно про її негативний ефект. Перш за все, необхідно дослідити види тіньової економічної діяльності, щоб можна було б визначати їх вплив.

У праці [1, с. 35] наводиться типова структура тіньової економіки, яка передбачає поділ на три складові:

Неофіційний сектор тіньової економіки – діяльність домогосподарств, що виготовляють та споживають товари чи послуги власного виробництва для власних потреб чи потреб членів своєї сім'ї.

Іллегальний сектор тіньової економіки – незаконне виробництво та продаж легальних товарів чи послуг без їх документального супроводження та/або реєстрації підприємств.

Кримінальний сектор тіньової економіки – виробництво та продаж заборонених товарів і послуг (наркотики, вибухові речовини, проституція).

Про абсолютно негативний ефект можна говорити з певністю про кримінальний сектор тіньової економіки, а от неофіційний та іллегальний сектори матимуть як негативний, так і позитивний ефекти.

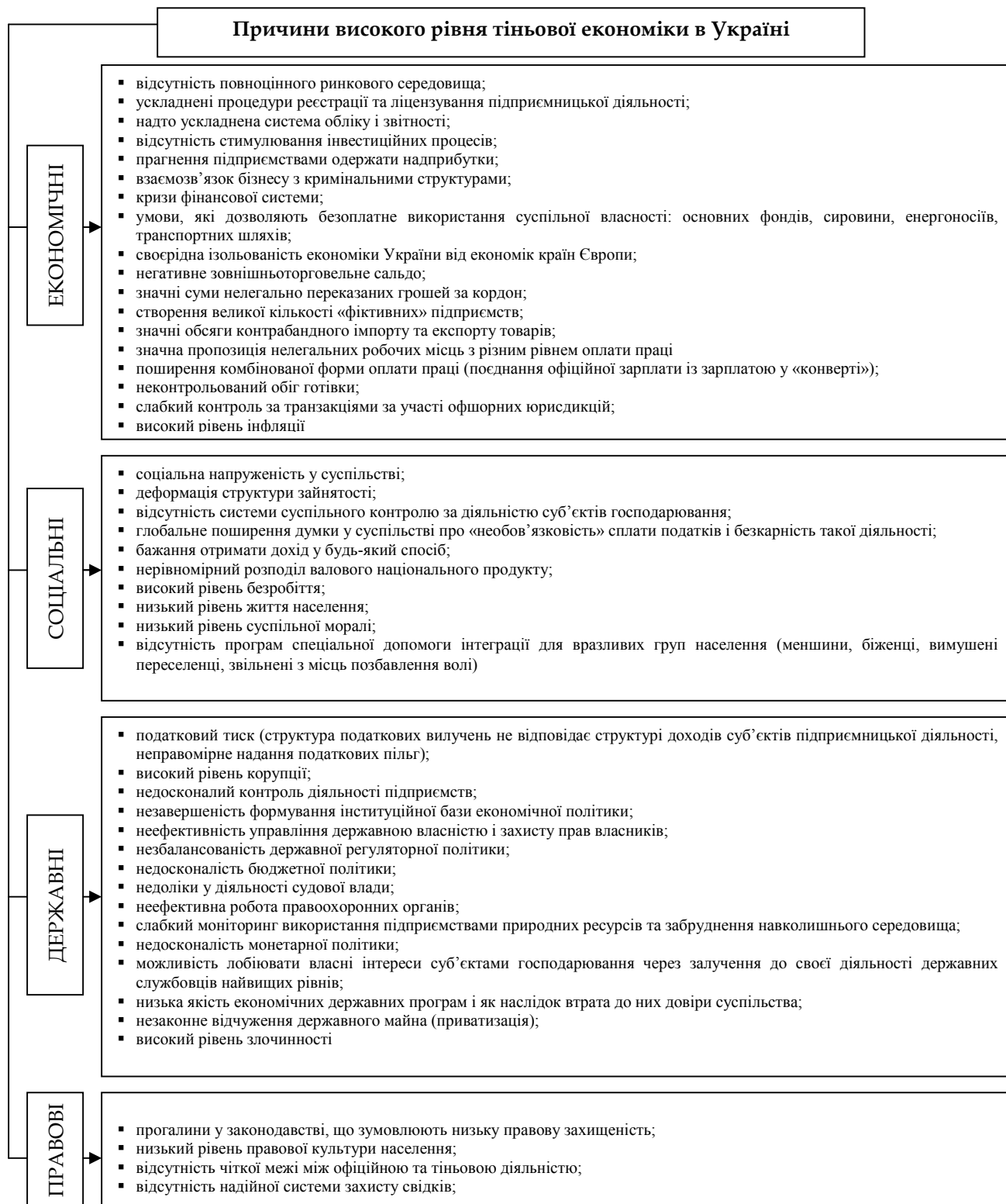


Рис. 1. Причини високого рівня тіньової економіки в Україні
Авторська розробка

Список використаних джерел:

1. Економічна безпека: навчальний посібник / В.І. Франчук, Л.В. Герасименко, В.О Гончарова, З.Б. Живко та ін.; за ред. В.І. Франчука. – Львів : ЛьвДУВС, 2010. – 348 с.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА КРИТИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПОИСК ПУТЕЙ ВЫХОДА ИЗ КРИЗИСА

Кравец Дарина Владимировна

студентка Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского

Алексеева Наталья Ивановна

ст. преподаватель Донецкого национального университета экономики и
торговли имени Михаила Туган-Барановского

Постановка проблемы и её актуальность. Кризисное состояние на предприятии всегда обусловлено действием на него как внутренних, так и внешних факторов. Повышение эффективности деятельности предприятия, обеспечение ее роста в условиях кризиса предопределяют необходимость выявлять на предприятии наличие, в первую очередь, внутренних негативных фактов: непродуктивных расходов, неразумного вложения средств, нестабильной финансовой ситуации, спад производства или торговли, для их устранения, так как бороться с внешней средой бесполезно, если предприятие не устойчиво «стоит на ногах» и имеет слабые стороны внутри структуры.

Следует проявлять и мобилизовать в деятельность предприятия резервы производства, рационального и эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Но для принятия каких-либо мер необходимо правильно проанализировать деятельность предприятия, выявить проблемы и составить план их решения, правильно, при этом, подобрав методологию диагностики предприятия. На сегодняшний день не существует модели, которая давала бы точные сведения и достоверные результаты диагностики вероятности кризисного состояния предприятия. Известно, что используя те или иные методики диагностики, можно получить противоположные суждения про уровень кризисного состояния фирмы.

Анализ научных исследований. Теоретические и практические аспекты диагностики вероятности кризисного положения на предприятии нашли своё отображение в работах О.В. Мороза, Т.Б. Бердниковой, В.А. Вербы, И.А. Бланка, Л.О. Лигоненко, А.С. Вартанова, Е.М. Короткова, А.П. Ковалёва, М.В. Афанасьева и других отечественных и зарубежных ученых-экономистов.

Цель работы. Обоснование теоретических основ экономической диагностики кризисного состояния предприятия и анализ существующих методов и подходов к диагностике выявления кризиса предприятий.

Чаще всего понятие диагностики применяют согласно понятию системного анализа или отождествляют с термином "анализ производственной деятельности", причем нет однозначности относительно соподчинения этих понятий. Так, диагностику определяют как комплекс методов, направленных на совершенствование отдельной организации или предприятия [1]. Однако, в отличие от системного анализа, диагноз системы является полевым исследованием и базируется на непосредственном обследовании объекта. Цель диагностики - установить симптомы этих болезней, выявить причины и устранить их с помощью соответствующих средств лечения. Дадим собственную формулировку понятия «диагностика» в экономике. Диагностика – это совокупность исследований, которая составляет процесс всеобщего, систематического изучения результатов деятельности предприятия с целью выявления проблем развития, негативных отклонений от заданных параметров работы предприятия (предоставление полной картины работы того или иного подразделения, или предприятия в целом) и путей устранения этих недостатков.

Одной из методологических проблем в осуществлении диагностики является определение круга исследуемых показателей. Их можно разделить на стоимостные и натуральные, количественные и качественные, объемные и удельные.

Можно утверждать, что конкретный перечень показателей, ресурсов и сфер деятельности зависит от понимания объекта диагностики, его составляющих и условий функционирования предприятия в момент осуществления анализа. Например, при управлении финансовыми рисками необходимо обязательно учитывать и анализировать такие элементы, как: управление составом, профилактикой и страхованием финансовых рисков. А при антикризисном управлении – управление выходом из неплатежеспособного состояния, управление возобновления финансовой устойчивости, управление обеспечением финансового равновесия.

Методическое обеспечение экономической диагностики кризисного состояния и угрозы банкротства характеризуется большим количеством подходов и инструментов её проведения. Оценку финансового состояния предприятия проводят по методикам, которые разработаны министерствами, ведомствами, Национальным банком Украины и коммерческими банками. Первооснова этих методик была заложена в 1998 году Агентством по вопросам избегания и предотвращения банкротства предприятий и Государственной налоговой администрацией Украины.

В ряде стран, таких как США, Великая Британия, Франция, Россия, широкое применение получили такие методы диагностики

антикризисного состояния, как: статистический метод под общим названием «скоринг» и метод А-расчета, в основе которого лежит экспертная оценка. Так же в мировой практике используют дискриминантный анализ, который базируется на эмпирично-индуктивном способе исследования финансовых показателей с широким применением элементов эконометричного моделирования. Различают однофакторный и многофакторный дискриминантный анализ. Главным недостатком такого анализа есть то, что значения отдельных показателей может свидетельствовать о позитивном развитии предприятия, а других – о негативном. Такая ситуация делает невозможным проведения объективной оценки. Основными недостатками методик являются такие факторы, как: при использовании большинства из них не учитываются отраслевые особенности развития предприятия, не даются ответы на вопросы, какие факторы влияют на установленный уровень финансовой стойкости, отсутствует углубленная классификация финансовой устойчивости предприятия, предложенные граничные значения часто недостижимы для отечественных предприятий. По этому стала актуальна проблема разработки моделей с использованием единого интегрированного показателя.

Рассматривая многомерность показателей финансовой устойчивости объектов хозяйствования, разницу в уровне их критических оценок, которые возникают в связи с этим во время диагностики, много отечественных и зарубежных экономистов рекомендуют оценивать финансовую стабильность фирм, применяя интегральные показатели, для расчета которых можно использовать скоринговые модели, многомерный рейтинговый анализ, мультипликативный дискриминантный анализ и т.д. Стоит дополнить, что некоторые ученые экономисты предлагают использовать теорию нечетких множеств [2].

Не смотря на количество подходов в научной литературе, сегодня в Украине нет единой модели, которая давала бы возможность квалифицировано оценить перспективное финансовое положение и была бы основой для принятия адекватных антикризисных решений. В Украине так же не существует единого источника, который бы описывал большинство известных методик, что говорит о том, что методологические аспекты и практический инструментарий диагностики антикризисного положения в Украине находится на стадии формирования.

Литература:

1. Кривовязюк И. В. Экономическая диагностика предприятия: теория, методология и практика применения: монография / И.В. Кривовязюк. - М.: Изд-во "Надстирья", 2007. - 260 с.

2. Рыбалка О. В. Определение склонности предприятия к банкротству с помощью нечетких нейронных сетей/ Рыбалка О.В.// Актуальные проблемы экономики. – 2007. - №1(55). – С. 199-205.

ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ЯК ОСНОВНЕ ДЖЕРЕЛО ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Муха Олеся Віталіївна

Вінницький соціально-економічний інститут Університету «Україна»

Протягом близько 70 років в Україні, тоді ще СРСР, не було іншої форми власності, крім державної. При цьому всі господарюючі суб'єкти вели свою виробничу і господарську діяльність на основі планів, кошторисів і бюджетів, що склалися як самим підприємством, так і вищестоящими керівними органами. Причому, затвердження планових показників проводилося в органах державної влади. Це привело до створення єдиної загальнодержавної мережі розподілу і перерозподілу фінансових ресурсів, вироблених товарів і послуг.

Але змінився час, змінилися і взаємини підприємств із державою. Немає більше тільки однієї форми власності. Поряд із державною утворилося багато інших, приватних форм власності, що на даний момент не мають ніякої державної підтримки, крім окремих держзамовлень для задоволення державних потреб. Змінилася і роль власного капіталу у житті підприємств.

Капітал являє собою накопичений шляхом збереження запасів економічних благ у формі грошових засобів і реальних капітальних товарів, залучений його власниками в економічний процес як інвестиційний ресурс і фактор виробництва з метою отримання прибутку.

Власний капітал – це частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань. Він визначається як різниця між вартістю його майна і борговими зобов'язаннями. Згідно П(С)БО власний капітал – частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань. Сума власного капіталу, відображена у фінансовій звітності, показує лише облікову, а не ринкову вартість прав власників підприємства, оскільки цілком залежить від застосованих методів оцінки активів і зобов'язань підприємства.

Окрім того, що власний капітал є основним, початковим та умовно безстроковим джерелом фінансування господарської діяльності підприємств, а також джерелом погашення їх збитків, він є одним з найвагоміших показників, що використовуються при оцінці фінансового стану підприємства, оскільки показує, з одного боку, ступінь фінансової

самостійності підприємства (його незалежності від зовнішніх джерел фінансування), а з іншого – ступінь кредитоспроможності підприємства (забезпеченості вимог кредиторів фактично наявним у підприємства капіталом засновників).

Залежно від джерела формування власний капітал можна поділити на вкладений капітал і нагромаджений капітал.

Вкладений капітал – це капітал, внесений власниками підприємства (статутний капітал, пайовий капітал, додатково оплачений капітал). Сума вкладеного капіталу може збільшуватися також унаслідок конвертування боргових зобов'язань підприємства в акції або частки.

Нагромаджений капітал – це капітал, отриманий у процесі діяльності підприємства. Він включає:

-капітал від переоцінки – додатковий капітал, сформований унаслідок дооцінки активів, яка здійснюється у випадках, передбачених чинним законодавством, та відповідно до положень бухгалтерського обліку;

-дарчий капітал – додатковий капітал, отриманий підприємством від інших осіб у вигляді безоплатно одержаних активів (додатково отриманий капітал);

-нерозподілений прибуток – частина чистого прибутку, що не була розподілена між власниками.

Управління власним капіталом пов'язане не тільки із збереженням ефективного використання вже накопиченої його частини, а також із формуванням власних фінансових ресурсів підприємства може відбуватися за рахунок зовнішніх та внутрішніх джерел.

Зовнішні джерела формування власних фінансових ресурсів дають змогу новостворюваним підприємствам формувати свій початковий фінансовий капітал, а чинним суб'єктам господарювання – збільшувати розміри й удосконалювати його структуру. У ринковій економіці найбільше значення мають джерела фінансових ресурсів, що мобілізуються за рахунок можливостей фінансового ринку. У перехідній же економіці поки що значну роль відіграють кошти, які надходять шляхом перерозподілу фінансових ресурсів.

В умовах ринкової економіки відбулося зміщення пріоритетів в об'єктах і цільових установах системи управління об'єктом господарювання. Якщо за часів планової економіки свобода в управлінні ресурсами була достатньо обмежена, а підприємства були поставлені в жорсткі рамки і не могли вибирати найбільш раціональну структуру ресурсів, що ними використовувалась, то в ринковій економіці такі обмеження по суті не існують. На даному етапі розвитку економіки ефективне управління капіталом підприємства вимагає врахування особливостей формування структури капіталу, вивчення оптимізаційних

моделей співвідношення власних і позикових коштів.

Фінансовий стан підприємства та результати його діяльності багато в чому залежить від того, який капітал має у своєму розпорядженні суб'єкт господарювання, наскільки оптимальною є його структура. Сучасне економічне становище потребує від власників і фінансових менеджерів підприємств ефективного управління, контролю та своєчасного коригування структури капіталу, що дозволяє максимізувати прибуток, рентабельність, підвищити фінансову стійкість, показники ліквідності та платоспроможності.

Хотілося б виразити надію на те, що законодавчо будуть зроблені зміни реєстрації, що спрощують процедуру, як підприємства, так і додаткового залучення засобів у статутний капітал.

Приведення величини статутного капіталу до реально необхідного рівня також може допомогти створюваному підприємству почати свою статутну діяльність і підвищити довіру третіх осіб до підприємства, і як наслідок, до можливості залучення необхідних ресурсів по більш низьких цінах.

РЕЙДЕРСТВО. РЕЙДЕРСЬКЕ ЗАХОПЛЕННЯ

Нікіфорчук Юлія В'ячеславівна

студентка обліково-фінансового факультету Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

Кривий Сергій Володимирович

студент обліково-фінансового факультету Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

У всьому світі рейдерство розцінюють як фактор недосконалості правових, а також політичних структур державної влади, її законодавства. Відсутність належних умов для захисту бізнесу, права власників і рівноправну конкуренцію теж можна віднести до рейдерства. У сучасному законодавстві термін «рейдерство» був використаний в Указі Президента України № 103/2007 від 12 лютого 2007 року «Про заходи щодо посилення захисту права власності», а утворена відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 21.02.2007ро-ку № 257 міжвідомча комісія отримала назву Міжвідомчої комісії з протидії протиправному захопленню та поглинанню підприємств. Рейдерство – вороже поглинання, внаслідок якого підприємство втрачає корпоративні права, що йому належали. Найчастіше це поглинання відбувається у вигляді протиправного захоплення [1].

Основна мета рейдерства – приборкання великого бізнесу, великих фірм, підприємств, захоплення значних площ, земельних ділянок, обладнання і нерухомості [2]. Рейдерство можна поділити на найменші структури, які працюють під керівництвом великої бізнес-структури, і на «вільних авантюристів», які є незалежними командами.

Дослідники рейдерського захоплення поділили рейдерів на білих і чорних. Корпоративний шантаж – основний метод білих рейдерів. Вони діють так, що своїми діями не порушують чинне законодавство. Це рейдерство шляхом банкрутства усуває з посади той менеджмент, який не є ефективним. Такі рейдери спочатку скуповують акції і, як не дивно, за досить високими цінами. 10-15% акцій достатньо для того, щоб скликати збори акціонерів та змінити керівництво підприємства. Досить цікавими є чорні рейдери, кримінальний метод – метод, завдяки якому отримують бажаний результат. Це може бути підробка документів, підкуп силових структур, чиновників, суддів тощо. Зазвичай результат їхньої діяльності не є втішним для підприємства. Їхню увагу привертають державні та приватні підприємства, які володіють нерухомістю.

За словами І. Г. Манцурова та О. В. Нусінової в Україні найбільш поширені такі види рейдерства:

- силове захоплення;
- боргове захоплення;
- захоплення за допомогою реєстратора;
- додаткова емісія;
- скуповування акцій;
- контроль над менеджментом;
- юридичний терор;
- інформаційний терор [1].

Ми поділяємо думку Горового Д. А. та Нестеренко В. Ю., котрі окреслили основні фактори ризику рейдерського захоплення підприємства:

- потенційна фінансова привабливість;
- незначна популярність підприємства для пересічного громадянина;
- підприємство є монополістом або втримує певний сегмент ринку;
- кількість акціонерів на підприємстві (якщо велика кількість, то ризик рейдерського захоплення більший);
- можливість перепродажу підприємства;
- можливість стабільної роботи підприємства [3;4].

Ймовірність настання корпоративних конфліктів – найбільш питомий фактор ризику. Втрати, пов'язані із запобіганням рейдерського захоплення, на підприємстві також залежать від його ринкової вартості, а також ймовірності перемоги в корпоративному конфлікті.

Самі рейдери стверджують, що основною статтею витрат у бюджеті захоплення є підкуп правоохоронних органів та суддів (саме вирішення проблеми захоплення рейдерів в позитивну сторону підприємства можливе через суд) [2].

Для боротьби з рейдерством у зарубіжній практиці користуються великою кількістю захисних заходів. Ми погоджуємося з думкою Herzel L., який пропонує нижченаведені заходи до публічного оголошення про поглинання та після цього оголошення. Як основні прийоми захисту компанії від поглинання до публічного оголошення про таку угоду можуть використовуватися:

- ротація ради директорів: вона ділиться на декілька частин, причому щороку обирається лише одна частина ради;
- встановлення вимог щодо абсолютної більшості для затвердження угоди злиття;
- встановлення обмежень злиття акціонерами, що володіють більш ніж певною часткою акцій в обігу, якщо не платиться справедлива ціна;
- поширення звичайних акцій нового класу з більш високими правами голосу.

Також є дієвими ряд прийомів від поглинання після публічного оголошення про цю угоду:

- контрнапад на акції загарбника;
- ініціація судового розгляду проти загарбника за порушення антимонопольного законодавства або законодавства про цінні папери;
- об'єднання з дружньою компанією;
- придбання активів, які не є привабливими для загарбника або які створять антимонопольні проблеми;
- випуск акцій для дружньої третьої сторони або збільшення числа акціонерів [5].

В Україні ж є також низка органів для протидії рейдерству. Найголовніші з них – громадська організація «Антирейдерський союз підприємців України», український Національний комітет міжнародної торгової палати, Міжвідомча комісія з питань протидії протиправному поглинанню та захопленню підприємств при Кабінеті Міністрів України, робочі групи з питань протидії протиправному поглинанню та захопленню підприємств при облдержадміністраціях тощо.

Список використаних джерел:

1. Манцуров І. Г., О.В. Оцінка економічної безпеки власності підприємства на корпоративні права / І. Г. Манцуров, О. В. Нусінова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – № 1. – С. 75–77.
2. Посилання на сайт: <http://www.viche.info/journal/2105/>

3. Горовий Д. А. Основні фактори, що впливають на настання ризику рейдерського захоплення / Д. А. Горовий, В. Ю. Нестеренко // Вісник Дніпропетровської державної фінансової академії – Дніпропетровськ, 2007. – (Екон. науки, № 2 (18)). – С. 18–22.
4. Дмитрієв І.А. Управління ризиком рейдерського захоплення підприємства / І.А. Дмитрієв, В.Ю. Нестеренко: монографія. – Харків: ХНАДУ, 2011. – 164.
5. Herzel L., Shepro R.W. Bidders and Targets: Mergers and Acquisitions in the U.S. Basi Blackwell, Inc., Cambridge, Mass, 1990, Chap. 8.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ МОНІТОРИНГУ БЕЗПЕКИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ МІСТ

Плужник Андрій Васильович

асистент кафедри економічної теорії та регіональної економіки
Полтавського національного технічного університету ім. Ю. Кондратюка

Значущість впровадження та вдосконалення системи економічної безпеки міст України на сьогоднішній день не викликає сумніву, оскільки забезпечення національної економіки на макро-, мезо- та мікрорівнях є одним з найголовніших пріоритетів сучасності. Серед найважливіших інструментів системи економічної безпеки міста є моніторинг стану та розвитку економіки міста. Моніторинг повинен забезпечувати систему економічної безпеки, повною достовірною та всебічною інформацією про стан та перспективи розвитку економіки міста, про сукупність всіх негативних та позитивних факторів та чинників екзогенного та ендегенного середовища, про сукупність всіх ризиків та загроз. Необхідно зазначити, що моніторинг має стати узгодженою системою постійного дослідження загальної сукупності всіх економічних та соціальних показників міста, як результат узгодженої взаємодії всіх органів місцевої і державної влади, правоохоронних структур, підприємців і громадян.

При проведенні моніторингу головним та принциповим повинна бути безперервність дослідження за станом сукупності сфер життя міста, а також дослідження фактичного стану політичної ситуації як на місцевому так і на загальнодержавному рівні і дію всіх супутніх факторів та чинників. Різноманітність та значущість індикаторів та показників сукупності сфер суспільного життя міста вимагає формування ранжируваної системи показників стану безпеки міста, застосування системного аналізу та прогнозування розвитку за багатофакторною моделлю.

Ознаки невизначеності, що притаманні прогнозуванню та стратегічному плануванню розвитку економіки в тривалому періоді планування впливають на отримання показниками економічної безпеки імовірнісного характеру. Ефективність планування економічної безпеки в цій ситуації буде визначатися наявністю декількох варіантів досягнення однієї і тієї самої цілі, а критеріальний відбір кожного з них буде головною задачею моніторингу.

Економіці сучасних міст України притаманний характер інерційності, через що неможлива спонтанна зміна виробничих відносин, зв'язків, цільового призначення та організаційно виробничої структури в короткі та середньо тривалі проміжки часу. Інерційність інституціональної соціально-економічної системи міста свідчать про те, що тенденції економічної безпеки минулого не будуть мати різкої позитивної зміни в найближчі роки, для позитивних зрушень знадобиться більш тривалий відрізок часу за умови системної та систематичної праці в цьому напрямку. Окремі показники соціально економічного розвитку, що перебувають під впливом інерційності загального розвитку економічної безпеки міста, демонструють схожі характеристики, зокрема це показники рівня життя населення, загальноекономічного розвитку та прогресу.

Методика проведення моніторингу економічної безпеки міста повинна мати невід'ємною частиною процедури оцінки ретроспектив та перспектив розвитку, як в цілому так і кожного напрямку, зокрема. Особливу увагу необхідно звертати на аналіз раніше прийнятих управлінських рішень, доцільність, кількісно-якісні показники і можливості покращення. Особливу увагу слід приділяти науковим розробкам та сучасним дослідженням економіки та соціальних настроїв населення, враховуючи його запит на дотримання умов економічної безпеки.

На наш погляд, необхідно здійснити перехід від адміністративного збору інформації, що характеризує показники по офіційним статистичним даним показників бюджету, фондів, фінансів, оборотності до нової системи яка б враховувала сучасні глобалізаційні вимоги та інституціональну єдність всіх соціально-економічних показників. Це дозволить забезпечити кількісну та якісну співставність показників і дієвість застосовуваних методик, спростить збір та аналіз інформації в майбутньому.

Ефективна система моніторингу економічної безпеки міста стане базовим підґрунтям розвитку національної економіки від регіонів країни до конкурентоспроможного гравця на світовому ринку.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Сідак Оксана Володимирівна

Вінницький соціально-економічний інститут університету «Україна»

Перші спроби теоретичного осмислення підприємництва почалися у XVII ст. Вагомий внесок у дослідження цього явища зробили такі відомі західні вчені як А. Сміт, Д. Рікардо, А. Маршал. Поміж сучасних вітчизняних дослідників, які займаються питаннями малого підприємства, необхідно відзначити О. Барановського, Л. Воротіну, Д. Єханурова, Л. Хмелевську, З. Варналія, В. Гейця, В. Полікова, С. Мочерного.

Кожен із науковців по своєму виділяє основні характеристики малого підприємства, окреслює проблеми його розвитку а також шляхи їх вирішення. Але незважаючи на значний теоретичний внесок у розроблення механізмів підвищення ефективності функціонування малого підприємства, рівень наукового опрацювання цього питання залишається недостатнім. Зокрема, не повністю вирішені на мікрорівні основні проблеми, що стоять сьогодні перед малим підприємством і гальмують процес його розвитку.

Актуальність даної теми визначена, в першу чергу, необхідністю вдосконалення форм і методів державної підтримки малого підприємства в контексті розвитку ринкових відносин. Мале підприємство дає ринковій економіці гнучкість, мобілізує фінансові та виробничі ресурси населення, слугує серйозним фактором структурної перебудови і забезпечення проривів науково-технічного прогресу, вирішує проблему зайнятості та інші соціальні проблеми ринкового господарства. Ось чому становлення та розвиток малого підприємства (звичайно, в єдності з великим) являє собою стратегічну задачу реформаційної економічної політики. [2, с.60].

Головною проблемою малих підприємств є недостатня ресурсна база, як матеріально-технічна так і фінансова. Практично мова йде про створення широкого нового сектора народного господарства майже на порожньому місці. Протягом десятиліть такого сектора у нас у скільки-небудь істотному ступені не було, що, зокрема, означало і відсутність підготовлених підприємців. Також у основної маси населення, що жила “від зарплати до зарплати”, не могло утворитися резерву початкового капіталу, потрібного для започаткування власної справи.

Ці засоби слід зараз відшукати. Ясно, що гранично перевантажений державний бюджет їхнім джерелом стати не може. Залишається сподіватися на кредитні ресурси. Але й вони незначні, важкодоступні й до того ж украй важко реалізовані при постійній інфляції, що посилюється.

Положення навряд чи може серйозно змінитися в позитивний бік, якщо не перейти, нарешті, від слів до справи в суспільній підтримці конструктивного малого бізнесу. На істотне зростання наявних для цього матеріально-технічних і фінансових ресурсів, принаймні найближчим часом, немає підстав розраховувати. Але ефективніше застосувати ці ресурси можна. Для цього потрібно ретельно вивірена, послідовно проведена в життя система селекції, що дозволяє давати відчутні пріоритети тим, хто більш корисний суспільству. У цілому на сьогодні це означає перевагу сфери виробництва над сферою обертання при детальній диференціації самого виробництва, при чому не застиглої разом і назавжди, а дуже динамічної на основі грамотного вивчення суспільного попиту, зрушень, що відбуваються в ньому, і тенденцій, що намічаються.

Відповідно до такої вихідної настанови слід розробити механізми пільгового кредитування, оподатковування, різного роду преференцій, включаючи і пов'язані із зовнішньоекономічною діяльністю. Мова йде про те, щоб забезпечити краще задоволення потреб народу при створенні умов для послідовного розгортання підприємництва.

Наступною проблемою є та законодавча база, на яку зараз може спиратися мале підприємництво. Поки вона ще недосконала, а в багатьох випадках взагалі відсутня. Можна назвати чимало правових документів, які так чи інакше регулюють мале підприємництво, але трудність у тому, що, по-перше, немає зведеної єдиної законодавчої основи сьогоденної діяльності українських малих підприємств; по-друге, наявні розрізнені документи, постанови втілюються в життя далеко не повною мірою. Проблема правової основи малого підприємництва в остаточному підсумку буде вирішена тоді, коли вдасться позбутися правового нігілізму. Це, звичайно, ніяк не виключає необхідності прийняття спеціальних законодавчих заходів регулювання малого бізнесу.

Зараз мале підприємництво знаходиться в умовах, дуже віддалених від тих, що мають бути властиві ринковим відносинам. Навпаки, відчувається тенденція до того, щоб усе більше “загнати” його в старі рамки планово-адміністративної системи з її практично всебічним плануванням і жорсткою регламентацією за допомогою лімітів, фондів тощо.

Немає системи проведення глибокого аналізу діяльності малих підприємств. Немає належного обліку результатів їхньої роботи, практично відсутня звітність за тими показниками, що надають право малим підприємствам скористатися пільгами щодо оподатковування.

Матеріально-технічне забезпечення малих підприємств здійснюється в недостатньому обсязі і несвоєчасно. Немає машин, устаткування, приладів, призначених для малих підприємств, які враховували б їхню

специфіку. Обмежено доступ малих підприємств до високих технологій, тому що їхня купівля потребує значних одноразових фінансових витрат.

Ще одна важлива проблема – кадри. Часто говорять, що підприємцем треба народитися. Проти цього важко щось заперечити, але і їм також потрібно набути значного обсягу знань: адже навчають, скажемо, “уроджених” музикантів, учених, спортсменів. Немає підстави вважати, що до підприємців потрібно підходити з іншою міркою. Тим часом із навчанням кадрів для бізнесу справа складається далеко не найкращим чином.

Коло непростих проблем пов’язано із соціальним захистом підприємницької діяльності. Відомо, що на основі розподілу суспільних фондів система соціальних гарантій і соціального забезпечення, що раніше діяла, в умовах нинішнього перехідного періоду виявилася практично підірваною. Потрібно будувати цю систему заново по відношенню до всього суспільства, а стосовно підприємців – нового соціального прошарку – тим більше.

Зниження прибутків населення призвело до значного погіршення структури споживання. Прибутки спрямовуються, в основному, на придбання товарів першої необхідності, насамперед, продуктів харчування й оплати комунальних послуг. Те саме стосується і малого підприємництва. Якщо раніше воно мало певне накопичення, то після першого етапу реформи було змушене працювати в основному на споживання. Виробляти продукцію з тривалим виробничим циклом, включаючи наукомістку, стало навіть не те що неефективним, а просто збитковим. Почалися серйозні негативні структурні зміни в малому бізнесі. Якщо процеси, що нині відбуваються, продовжуватимуться і не натраплять на протидію у вигляді соціальних гарантій малому підприємству, саме його існування опиниться під загрозою.

Для того, щоб мале підприємство ефективно розвивалося, потрібно виконати принаймні дві умови: можливість розширеного відтворення капіталу та затребуваність результатів праці. Тому одним із головних завдань у забезпеченні підвищення ефективності розвитку малих підприємств України на сучасному етапі є суттєве вдосконалення управління фінансовими ресурсами, у тому числі їх структура [6, с.111].

З метою розвитку малого бізнесу і забезпечення державної підтримки малого підприємництва Уряд України прийняв спеціальні постанови.

Одним із напрямів сьогоденної державної підтримки суб’єктів малого підприємництва в Україні є надання їм пільг у податковій сфері в рамках введення спрощеної системи оподаткування. Проте її недосконалість та незавершеність реформування зумовлюють наявність вагомих недоліків застосування такої системи, зокрема:

1) обмеження за обсягом діяльності (розмір виручки) таких суб'єктів;

2) сума єдиного податку підприємцями сплачується авансом за звітний період, проте при цьому не враховується чи буде фактично отримано дохід від здійснення такої діяльності за звітний період, чи ні;

3) при використанні праці найманих робітників підприємець має сплачувати за кожного з них 50% суми єдиного податку;

4) обмеження в можливості використовувати велику кількість найманих працівників [1, с.173].

Для фінансової підтримки малого підприємництва в Україні функціонують: 176 банків і 1369 їхніх філій; 1740 небанківських фінансово-кредитних установ, у тому числі 1441 кредитна спілка [5, с.50].

Доступність кредитних ресурсів – одна з головних умов розвитку економіки. Банки є реальним механізмом вливання коштів в економіку через кредитування малого бізнесу, а також контролером цільового їх використання. Водночас кредитування є ринковим фактором, який забезпечує фінансування тих галузей економіки, в яких суспільство має найбільшу потребу. В Україні ж доступ до кредитних ресурсів для підприємств малого бізнесу був складний навіть і в до кризові часи, а зараз взагалі майже заблокований.

Основні причини недоступності кредитів для підприємств малого бізнесу:

- низька поінформованість його суб'єктів про можливості використання в бізнесі банківських продуктів узагалі та кредитів зокрема;
- високі процентні ставки за кредитами для бізнесу та недосконалість банківської процедури;
- відсутність механізму кредитування новостворених підприємств;
- нерозвинутий ринок лізингу та недостатня увага лізингових компаній до малого бізнесу [4, с.52].

Банки не повинні піддаватися стереотипам щодо кредитування підприємств малого бізнесу. Вони мають оцінювати ризики окремо для кожного клієнта. Крім того, на думку експертів, сектор потребує посередників між підприємствами та банками. Такими посередниками можуть бути бухгалтери, які знаються на питаннях отримання банківських кредитів та нюансах функціонування малого бізнесу [9, с.26].

Також у розв'язанні фінансово-кредитних проблем малого підприємництва у світовій практиці головна роль відводиться державі, основне завдання якої – сприяти його розвитку, стимулюючи різні форми й методи державної та недержавної підтримки. Однак обмеженість державних коштів в Україні потребує запровадження, насамперед, недержавних важелів цього процесу, зокрема:

1) стимулювання комерційних банків та інших фінансових небанківських установ до надання позик і розширення послуг малим підприємствам шляхом звільнення від оподаткування тих коштів, що спрямовуються у фонд кредитів малому підприємництву, та надання державної гарантії повернення позики;

2) переорієнтація бюджетних коштів, спрямованих на фінансово-кредитну підтримку малого сектора економіки, від прямого забезпечення фінансовими ресурсами до формування фондів для надання послуг із метою стимулювання кредитування суб'єктів малого підприємництва;

3) активізація процесу створення та діяльності недержавних гарантійних і страхових установ для обслуговування малого підприємництва через впровадження мотиваційних механізмів зацікавленості в цій діяльності;

4) ефективніше використання іноземної допомоги [7, с.19].

Взаємозв'язок держави і малого бізнесу здійснюється на взаємовигідній основі та має довгостроковий характер. При цьому роль держави полягає у забезпеченні високого рівня конкурентоспроможності національної економіки, проведенні прозорої, стабільної, ефективної податкової та регуляторної політики, створенні рівних сприятливих умов для розвитку різних форм бізнесу, включаючи малий, а також всебічній підтримці підприємництва та приватної ініціативи.

Зокрема, процеси роздержавлення, приватизації, демонополізації економіки створюють умови для зростання підприємницької активності і практичного заохочення приватного підприємництва до сфери національних інтересів економіки, активного використання цього мобільного потенціалу для створення здорового конкурентного середовища виробників товарів і послуг, як засобу реалізації економічної та соціальної політики держави.

Слід зазначити, що велику роль у формуванні та здійсненні державної політики щодо розвитку та підтримки малого підприємництва відіграє саме організаційне забезпечення. Сприяння та підтримка малого підприємництва є самостійною складовою державної політики у багатьох країнах. Тому існують спеціальні урядові органи управління (координації) та підтримки малого підприємництва. Наприклад, у Канаді – Міністерство у справах малого бізнесу; у Бельгії, Люксембурзі – Міністерство середнього класу; в Японії – Національна адміністрація малого бізнесу; в США – Адміністрація малого бізнесу тощо. Поряд з діяльністю центральних органів, місцеві органи влади (штатів, земель, муніципалітетів) надають всебічну підтримку створенню та діяльності суб'єктів малого підприємництва [3, с.58].

Саме малі підприємства забезпечують розвиток економічної системи країни та наближають її до споживачів. Підприємництво здатне

вирішувати такі економічні завдання, як створення в країні конкурентного середовища, залучення приватного капіталу і зовнішніх інвестицій, а також удосконалення наявних технологій виробництва. Водночас ці підприємства виконують найважливішу роль у державі – надають громадянам країни робочі місця, створюють реальні джерела їх доходів, забезпечують виробництво товарів, виконання робіт і надання послуг для населення за доступними цінами та збільшують дохідну частину бюджетів різних рівнів.

Взагалі розвиток малого підприємництва – важлива економічно-політична проблема, розв’язання якої потребує цілісної системної методології розвитку малого підприємництва з точки зору як бюджету і податків, так і ставлення держави до малого бізнесу. Початок дійсного піднесення в розвитку малого підприємництва в цілому є неминучим, проте воно значною мірою детермінуватиметься реальним піднесенням та поживаленням розвитку всієї економічної системи України [8, с.71].

Отже, мале підприємництво в Україні має значний потенціал і перспективи, особливо в умовах ринкової економіки, яка базується, насамперед, на приватному бізнесі та особистій ініціативі. Вирішення існуючих проблем розвитку малого бізнесу в Україні та створення сприятливого середовища для нього потребують докорінної перебудови державної політики щодо сприяння цьому сектору економіки.

Список використаних джерел:

1. Брижань І.А., Олійник О.О. Реформування системи оподаткування суб’єктів малого підприємництва як один із заходів державної підтримки їх розвитку // Економіка і регіони. – 2009. - №2. – с.171–176.
2. Виговська В.В. Малий бізнес України: сучасний стан і тенденції розвитку // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №1. – С. 59–63.
3. Греджева Т.В. Економічне обґрунтування стратегії розвитку підприємств малого бізнесу Запорізької області / Т.В.Греджева // Економіка АПК. – 2009. - №5, с.53–60.
4. Гринюк А.В. Перспективи розвитку малого бізнесу крізь призму доступності кредитних ресурсів / А.В.Гринюк // Вісник НБУ. – 2010. - №1. -С.52-53.
5. Збарський В.К. Тенденції розвитку малого підприємництва / В.К.Збарський // Економіка АПК. – 2009. - №8, с.50–53.
6. Кириченко О.А., Ваганов К.Г. Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №1. – С. 103–118.
7. Максименко І.А. Діяльність суб’єктів національного підприємництва в умовах фінансової кризи / І.А.Максименко // Економіка та держава. – 2009. - №7, с.18–20.

8. Рудник Р.В. Критерії виокремлення суб'єктів малого та середнього підприємництва / Р.В.Рудник // Економіка АПК. – 2009. - №4, с.68–72.
9. Румянцева С.В. Фінансування підприємств малого та середнього бізнесу / С.В.Румянцева // Цінні папери України. – 2009. - №44, с.26-27.

ОЦІНКА ВИТРАТ НА СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ ПРАЦІВНИКІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Фоменко Ганна Григорівна

аспірант Донецького університету економіки та права

Постановка проблеми. Результативність діяльності підприємства залежить від ефективності управління виробництвом на кожному рівні створення готового продукту споживання. Витрати на соціальний захист працівників формуються в кожній категорії витрат: загальновиробничих, адміністративних, операційних, витрат на збут. Основними джерелами фінансування витрат соціального призначення є собівартість продукції та чистий прибуток. Прагнення оптимізувати витрати пов'язано з зростаючою роллю конкуренції та необхідністю зменшення собівартості продукції. Однак, економія на соціальних гарантіях працівників не сприяє суттєвій економії загальних витрат та провокує ряд соціальних та економічних проблем. Важливість витрат на соціальний захист потребує від суб'єктів господарювання комплексного підходу до оцінки структури витрат та визначення напрямів раціональної оптимізації.

Аналіз останніх досліджень. Витрати на соціальний захист працівників досліджуються переважно в структурі витрат на оплату праці, соціальних витрат та в контексті соціальної відповідальності бізнесу та соціальному розвитку підприємства. В роботах О.І. Пацули [3] та Т.О. Стрибулевича [4] досліджуються процеси обліку соціальних витрат підприємства, порівнюється досвід зарубіжних країн з вітчизняною практикою, запропоновані заходи удосконалення обліку і контролю соціальних витрат. Інші економісти серед яких В.М. Гриньова, М.М. Новікова та М.В. Боровик [2] зосередили увагу на соціальному розвитку підприємства в основі якого вирішення питань збільшення рівня соціального захисту працівників. Вплив соціального захисту на стан соціально-трудових відносин висвітлено в наукових працях Л.Л.Бунтовської, Д.И.Стрильченко, Е.А.Яковенко [1]. Результати дослідження підтверджують свідчать, що суперечності між керівництвом підприємства та працівниками виникає в наслідку низького рівня соціального захисту працівників та спричиняє соціальну напругу в колективі та призводить до з втратою робочого часу та коштів. Однак,

незважаючи на певну опрацьованість проблеми обліку соціальних витрат, такі аспекти як облік, оцінка та управління витратами на соціальний захист досі не розкриті в науковій літературі.

Виклад основного матеріалу. Оцінка витрат підприємства в процесі здійснення господарської діяльності надає інформацію про структуру витрат, дозволяє контролювати їх ефективність та виступає базовим показником наступного планування та оптимізації. Загально визначеного підходу до оцінки витрат на соціальний захист працівників не сформовано. В наслідку недосконалості законодавства, відсутності реєстрів обліку витрат, обов'язкової звітності про соціальні гарної підприємства та рівень соціальних витрат досить складно довести продуктивний характер згаданих витрат. Застосування оцінки витрат в процесі реалізації механізму управління витратами на соціальний захист працівників дозволить визначити ефективність кожної групи витрат соціального призначення та створити найбільш оптимальну їх структуру з подальшою капіталізацією.

Визначення реального рівня соціальної забезпеченості на підприємстві та отримання об'єктивних результатів оцінки витрат можливо при комплексному підході до вирішення соціальних завдань. Для всебічної оцінки доцільно використовувати не менше двох методів. При оцінці витрат на соціальний захист працівників можна використовувати метод співставлення індикаторів та соціологічного дослідження. Поєднання цих методів надає реальну інформацію про структуру витрат на соціальний захист, соціальні потреби працівників, попит на соціальні послуги та соціальне середовище на підприємстві. Відповідно до методу співставлення індикаторів витрати можуть бути оптимальними, допустимими та фактичними. Витрати вважаються ефективним, якщо фактичне значення знаходиться в межах оптимального та допустимого значення, для визначення ефективності групи однорідних витрат більшість показників повинні відповідати нормативу. Анкетування працівників дозволяє оцінити умови праці та відпочинку, структуру соціальних послуг та сформувані перспективні напрями забезпечення соціальних послуг.

Здійснення витрат на соціальний захист має мотиваційну функцію, що повинно збільшувати продуктивність праці та скорочувати плінність кадрів та втрату робочого часу. Оцінюючи витрати роботодавці визначають залежність згаданих показників від рівня витрат. Для суб'єктів господарювання найбільш продуктивними є витрат на навчання працівників, відновлення фізичних сил та духовний розвиток. Такі витрати завжди капіталізуються формуючи соціально-економічний потенціал, відповідно і додаткові вигоди. Метою подальших досліджень у ньому напрямку є удосконалення обліку витрат та пошук альтернативних

варіантів забезпечення соціального захисту, який дозволить оптимізувати загальний рівень витрат та сприятиме їх капіталізації.

Список використаних джерел:

1. Бунтовська Л. Л. Оценка состояния социально-трудовых отношений на металлургических предприятиях Донецкой области / Л.Л. Бунтовская., Д.И.Стрельченко, Е.А.Яковенко // Вісник Донецького національного університету. – 2009. – №1. – С.60-65.
2. Гриньова В. М. Управління соціальним розвитком промислових підприємств: монографія/ В.М. Гриньова, М.М. Новікова, М.В. Боровик. – Х.:ХНЕУ, 2008. –160 с.
3. Сопко В. В. Бухгалтерський облік у підприємницькій діяльності / В.В.Сопко, В.Н.Пархоменко. – К.: Техніка, 1993. – 222 с.
4. Стрибулевич Т. О. Зарубіжний та вітчизняний досвід ідентифікації соціальних витрат в обліково-аналітичних системах / Т.О.Стрибулевич // Економічний аналіз. – 2010. – № 5. – С.186-188.

АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНИХ ГАРАНТІЙ У СФЕРІ ОПЛАТИ ПРАЦІ

Челоногова Дар'я Юріївна

студентка Дніпропетровської державної фінансової академії

Наша держава вже багато років прагне бути у складі членів Європейського Союзу, тому особливої важливості набуває одне з питань щодо вирішення цілеспрямованого забезпечення рівня та якості життєвих стандартів, що відповідають стандартам ЄС, подальше формування в Україні середнього класу, що гарантує стабільність та добробут суспільства. Існування розвинутої системи соціальних стандартів та гарантій є ознакою соціально спрямованої держави. Тому вивчення цього питання є досить актуальним.

Застосування системи соціальних стандартів на практиці допомагає регулювати рівень життя населення, запобігати небезпечній його поляризації за доходами, скорочувати бідність та повноцінно відтворювати робочу силу [4, С. 26].

Відповідно до ст. 43 Конституції України кожен член суспільства має право на працю, на безпечні і здорові умови праці і на заробітну плату, не нижче встановленого мінімуму. Кожен громадянин має право на працю, але реалізувати це право кожна людина повинна самостійно. Держава при цьому повинна створювати умови, необхідні громадянинові для повної реалізації своїх прав [1].

Згідно ст. 2 Конвенції МОП № 131 «Про встановлення мінімальної заробітної плати з особливим урахуванням країн, що розвиваються», мінімальна заробітна плата має силу закону й не підлягає зниженню, а незастосування нього положення спричиняє застосування належних кримінальних або інших санкцій щодо відповідної особи чи осіб [2].

Мінімальна заробітна плата встановлюється у розмірі не нижчому від розміру прожиткового мінімуму для працездатних осіб. До 2010 року держава не могла забезпечити пристойне життя своїм громадянам, оскільки в бюджеті просто не вистачало коштів на підвищення мінімальної зарплати до рівня прожиткового мінімуму. Як бачимо в таблиці початок 2010 року став визначальним для України, адже вперше рівень мінімальної заробітної плати визначений згідно прожиткового мінімуму для громадян. Але все одно рівень мінімальної заробітної плати в Україні не відповідає міжнародним соціальним стандартам. Навіть зрівняння прожиткового мінімуму (ПМ) і мінімальної заробітної плати (МЗП) у цей період не є ознакою наближення рівня оплати праці в Україні до стандартні розвинутих країн.

Таблиця

Порівняння мінімальної, середньої заробітної плати та прожиткового мінімуму в Україні

	Розмір прожиткового мінімуму для осіб працездатного віку, грн.	Розмір мінімальної заробітної плати, грн.	СЗП по Україні, грн.	45% від СЗП, грн.	Співвідношення МЗП та прожиткового мінімуму	Співвідношення МЗП та 45% від СЗП	Рівень МЗП до СЗП, %
01.10.2009	669	650	1950	878	0,97	0,74	33
01.01.2010	869	869	1916	862	1,00	1,01	45
01.10.2010	907	907	2322	1045	1,00	0,87	39
01.01.2011	941	941	2297	1034	1,00	0,91	41
01.10.2011	985	985	2729	1228	1,00	0,80	36
01.01.2012	1073	1073	2722	1225	1,00	0,88	39
01.10.2012	1118	1118	3110	1400	1,00	0,80	36

Не слід допускати зниження мінімальної заробітної плати нижче за прожитковий мінімум та при цьому мінімальна заробітна плата по відношенню до середньої має складати 40-60 %, що відповідає показникам економічно розвинутих країн. В ряді країн, зокрема у США, мінімальна заробітна плата законодавчо визначається й регулярно переглядається.

При цьому її величина постійно підтягується до рівня середньої заробітної плати [3, С. 40]. Наприклад, у США мінімальна заробітна плата становить 40-50% середньої.

Мінімальні розміри ставок заробітної плати, як мінімальні гарантії в оплаті праці, визначаються генеральною угодою. У кінці 2010 року головою федерації профспілок України під час підписання Генеральної угоди про регулювання основних принципів і норм реалізації соціально-економічної політики і трудових угод в Україні на 2010-2012 роки між урядом, роботодавцями і профспілками було заявлено, що мінімальна заробітна плата найближчим часом буде становити, як це є в Європейському Союзі, – не менше 45% від середньої заробітної плати по країні [5]. Як можна побачити з таблиці, тільки на початок 2010 року вона дійсно відповідала мінімальним вимогам ЄС (45%), але на кінець 2012 року вона складає лише 36% від середньої заробітної плати та є на рівні тільки 80% від 45% її розміру.

Можна зробити наступні висновки щодо соціальних гарантій в Україні: рівень мінімальної заробітної плати необхідно підвищувати до європейського рівня; треба прагнути не лише відповідності прожиткового мінімуму та МЗП, а й перевищення останнього над першим; необхідно чітко визначити мінімальне стійке співвідношення мінімальної заробітної плати та середньої заробітної плати в країні (хоча б 45% її рівня).

Список використаних джерел:

1. Конституція України: Прийнята на V сесії Верховної Ради України 28.06.1996 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – №30. – Ст. 141.
2. Конвенція МОП №131 «Про встановлення мінімальної заробітної плати з особливим урахуванням країн, що розвиваються» від 3 червня 1970 р. (Ратифікована Україною 01.03.2006).
3. Баланда А. Інститут мінімальної заробітної плати: світовий досвід встановлення та проблеми України/ А. Баланда, О. Варецька // Україна: аспекти праці. – 2005. – № 4. – С. 38-44.
4. Вітер В. Прожитковий мінімум у системі вимірів рівня життя населення України / В. Вітер// Україна: аспекти праці: Науково-економічний та суспільно-політичний журнал. – 2010/1. – №1. – С. 26-36.
5. Мінімальна заробітна плата має становити 1063 грн. – профспілки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gazeta.ua/post/360710>

АНАЛІЗ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА (на прикладі ПАТ «Козятинхліб»)

Черницька Аліна Миколаївна

Вінницький соціально-економічний інститут Університету «Україна»

«Система управління підприємством» – одне з ключових понять менеджменту, яке тісно пов'язане з цілями, функціями, процесом управління, роботою менеджерів і розподілом між ними повноважень для виконання певної мети. В рамках цієї системи протікає весь управлінський процес, в якому беруть участь менеджери всіх рівнів, категорій і професійної спеціалізації.

Система управління підприємством – це принципи та механізми прийняття рішень, проходження інформації, планування, а також системи мотивації та матеріального стимулювання [4, с.189].

Система управління організації створена і побудована на основі здійснення своєчасно і якісно виконаних усіх процесів, які протікають в ній, задля отримання кінцевого результату – прибутку. Таким чином, з метою безперервного вдосконалення, розвитку як системи в цілому, так і її окремих складових керівники досить велику увагу приділяють саме системі управління. Вочевидь, що вивчення і вдосконалення системи управління, як в рамках окремої організації так і держави, суспільства в цілому сприяє швидкому досягненню поставлених цілей і завдань.

Аналіз системи управління має досить важливе значення для будь-якого підприємства, тому що цей аналіз дає можливість виявити конкурентоспроможність підприємства, а також визначити ті частини системи, які вимагають екстреного втручання для подальшого функціонування на ринку.

Питанню аналізу й оцінки систем управління на підприємствах присвячені більшість сучасних праць зарубіжних науковців, таких як М. Портер, І. Ансофф, П. Дойль, А.А. Томпсон, А.Дж. Стрікленд, Д.А. Аакер, П. Друкер та інші. Також важливо зазначити, що вагомий внесок у розвиток аналізу системи управління підприємством зробили й вітчизняні вчені, зокрема: М.М. Алексеєва, К.І. Вахитов, О.С. Віханський, А.П. Градов, М.П. Гріценко, А.Н. Люкшинов, В.Д. Маркова, М.В.Мельник, С.А. Попов, А.Р. Поршнев, Р.А. Фатхутдінов, В.У. Шуган тощо.

Тривалий час аналіз управління розвивався як тематичний, а необхідність проведення загальносистемного аналізу вперше виникла при проектуванні й впровадженні автоматизованих систем управління. У сучасних умовах, коли в науці й на практиці прийнято керуватися системним підходом до розгляду та вирішення проблем, правомірно

розглядати аналіз системи управління як важливу складову частину й самостійний напрям у системі комплексного економічного аналізу діяльності підприємства. [1, с.145].

З огляду на актуальність для потреб управління і враховуючи те, що в сучасних умовах ця складова економічного аналізу є найменш розробленою, аналіз системи управління потребує особливої уваги та подальшої розробки.

Як відомо, до працівників системи управління підприємства в сучасних умовах ставляться високі вимоги, оскільки від якості й оперативності їх праці значною мірою залежать результати діяльності організації. У той же час їм значно більше уваги необхідно приділяти оцінці ефективності й обґрунтованості управлінських рішень, прийнятих на певному рівні працівником конкретного відділу чи підрозділу. За цих умов ми вважаємо, що проблеми більш повного володіння працівників апарату управління аналітичними навичками та їх здатність до ширшого застосування аналізу в управлінській діяльності набувають виключної актуальності [3, с.39].

Аналіз системи управління є комплексним і цілеспрямованим дослідженням стану і тенденцій розвитку основних елементів системи управління (підсистем і методів управління, організації управлінської праці, інформації, управлінської техніки), форм і порядку їх взаємодії в процесі розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень у рамках певних об'єктів при їх взаємодії з аналогічними і системами вищого порядку [2, с.13].

Для визначення мети та програми аналізу враховується: суть проблеми, для вирішення якої проводиться аналіз; особливості об'єкта, що аналізується; наявність бази порівняння (аналога, еталона, моделі); реальність забезпечення необхідною інформацією; методичне забезпечення аналізу; виконавці аналітичних робіт (кадрове та технічне забезпечення); терміни виконання тощо.

Результати аналізу є базою оцінки суттєвості управлінського впливу на результативність діяльності керованого об'єкта, а також обґрунтування заходів щодо вдосконалення організації управління з метою забезпечення перспективної спрямованості та підвищення результативності управління.

Аналітично опрацьований матеріал використовують для оцінки рівня системи управління, виявлення прогресивних методів і «вузьких місць» у процесі управління, а також для розробки планів розвитку системи управління з врахуванням першочергових напрямів і реальних можливостей підприємства.

У свою чергу можна виділити два напрями аналізу системи управління:

1) економічний механізм, тобто методи, прийоми та правила господарювання, що визначають основні умови функціонування підприємств і їх взаємозв'язків;

2) організація управління, як сукупність прийомів і методів поєднання основних елементів управління в просторі і в часі.

За першим напрямком ми виявляємо результативність впливу системи управління на керований об'єкт, а в другому – здійснюємо оцінку економічності управління, раціональності існуючих організаційних структур і процесів управлінської діяльності.

Розглянемо основні аспекти аналізу системи управління діяльністю ПАТ «Козятинхліб».

Завданнями аналізу системи управління ПАТ «Козятинхліб» є:

- встановлення відповідності системи специфіці завдань і особливостям об'єкта управління;

- оцінка стану й ефективності діючої системи управління та її елементів;

- з'ясування причин, що зумовлюють невідповідності та виявлення резервів підвищення ефективності управління;

- діагностика перспектив розвитку системи управління та її окремих елементів і можливостей адаптації до прогнозованих змін зовнішнього середовища;

- виявлення передового вітчизняного та світового досвіду і можливостей його застосування.

Основними об'єктами аналізу системи управління ПАТ «Козятинхліб» є:

- організація управління і рівень її економічності;

- обґрунтованість і якість розроблених рішень;

- методи впливу керуючої підсистеми на керований об'єкт і їх результативність.

Особливістю аналізу системи управління даного підприємства є виділення як самостійного об'єкта управління співвідношення і відповідності окремих елементів системи управління, зокрема:

- керованої і керуючої підсистем;

- економічного механізму й організації управління;

- організаційно-виробничої і організаційно-управлінської системи;

-- елементів підсистеми забезпечення (інформаційного, кадрового, технічного тощо);

- системи управління різних рівнів.

Головною особливістю управління будь-якого підприємства є створення ефективною системи управління, так і на ПАТ «Козятинхліб» в сучасних умовах розроблена ефективна система управління – це, перш за все, система, яка забезпечує швидку адаптацію підприємства до змін його

бізнес-середовища за умов максимально можливого врахування запитів і задоволення потреб потенційних споживачів. Результатом ефективного функціонування системи управління є отримання прибутку.

Таким чином, комплексна цілісна методика аналізу системи управління діяльністю ПАТ «Козятинхліб» охоплює фактично всі її елементи, включаючи організаційні структури виробництва й управління, забезпечуючи підсистеми, економічні методи управління, можливості реорганізації систем управління, а також формування їх на нових об'єктах.

Список використаних джерел:

1. Мельник М.В. Анализ и оценка систем управления на предприятии [Текст] / М.В.Мельник – Финансы и статистика, 2008. – 256 с.
2. Гроув Э.С. Высокоэффективный менеджмент // Акционерное и бухгалтерское дело. – 2007. – №12. – С. 12 – 15.
3. Друкер П.Ф. Эффективное управление // Акционерное и бухгалтерское дело. – 2007. – № 12. – С. 38–40.
4. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. С. Іванілов – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.

МОТИВАЦІЯ ЯК ЗАГАЛЬНА ФУНКЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ

Андрущенко Наталія Олександрівна

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри менеджменту та адміністрування Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

Бондарчук Наталія Анатоліївна

студентка факультету економіки і менеджменту Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

Одним із найважливіших завдань менеджменту є створення механізму дії всіх ланок організаційної структури організації, який би забезпечував координацію діяльності працівників і заохочував їх до ефективного виконання заданих функцій згідно з визначеними цілями і завданнями. Таким механізмом є обґрунтована система мотивування, яка дає змогу цілеспрямовано впливати на поведінку людей відповідно до потреб організації [1].

Існують два підходи до вивчення теорій мотивації. Перший підхід ґрунтується на дослідженні змістовної сторони теорії мотивації. Такі теорії базуються на вивченні потреб людини, які і є основними мотивами їх проведення, а отже, і діяльності. До прихильників такого підходу можна віднести американських психологів А.Маслоу, Ф.Герцберга і Д.Клелланда. Другий підхід до мотивації базується на розподілі зусиль працівників і виборі певного виду поведінки для досягнення конкретних цілей. До таких теорій відносять теорію очікування, або модель мотивації по В.Вруму, теорію справедливості і теорію Портера — Лоулера [3]. Ознайомившись з їх роботами, можна зробити висновок, що мотивація — це найважливіший фактор підвищення ефективності діяльності усієї організації, адже процес діяльності організації можна добре спланувати і організувати, але якщо працівники цієї організації не відповідально ставляться до своїх обов'язків і не зацікавлені особисто у розв'язанні проблем і задач, що постали перед організацією, то результати контролю і підбиття підсумків не будуть втішними. Ми розділяємо думку Ф.Герцберга, що мотивація – це процес, за допомогою якого менеджер спонукає інших людей працювати для досягнення організаційних цілей, тим самим задовольняючи їх власні потреби [2]. Іноді мотивацію визначають як спосіб примусити людей робити те чого ви бажаєте. Але це визначення не є достатнім і цілком вірним. І крім того, страх перед

керівництвом, або страх втратити роботу, це безумовно мотив, що спонукає, але набагато менш ефективний, ніж посилення у працівників почуття самостійності і здатності до творчості.

Отже, ми будемо вважати, що мотивація — це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, що спонукають до діяльності, задають межі і форми діяльності і спрямовують цю діяльність на досягнення певних цілей, а розуміння змісту мотивації — головний показник професійної майстерності доброго керівника організації. Знання про те, чому люди роблять те, що вони роблять — необхідна передумова для того, щоб допомогти їм реалізувати власні мотиви та попередити випадки, коли мотивації можуть викликати певні ускладнення. Жодна дія людини не відбувається без мотивації. Тому для успішного керування поведінкою людей у процесі їх трудової діяльності дуже важливо встановити, чому саме люди працюють, що викликає у них бажання і потребу працювати, чому одним робота приносить задоволення, а інші ставляться до неї байдуже.

У чому ж полягає значення мотивації для процесу управління людиною і підприємством в цілому? По-перше, мотивація сприяє виконанню і досягненню цілей організації. По-друге, мотивація сприяє задоволенню потреб людей. По-третє, мотивація, це один з факторів, який бере участь у створенні гарних людських взаємостосунків у колективі. По-четверте, мотивація, це один з факторів, що формує моральний дух підприємства, його культурні цінності, або, інакше кажучи, організаційну культуру. По-п'яте, мотивація, це можливість оцінити працю людей за допомогою винагородження [4].

Вплив мотивації на поведінку людини залежить від багатьох факторів і може змінюватись під впливом зворотного зв'язку зі сторони діяльності людини. Менеджер повинен забезпечити розвиток позитивних мотивів у співробітників, створити ситуаційне поле, яке спонукатиме кожного робити те, що від нього очікують. Робітники будуть працювати добре, якщо знатимуть, що компанія має на ринку міцні позиції, її діяльність — суспільно корисна, а місія — висока й гідна. В приємному колективі, атмосфері взаємоповаги та загальної готовності допомагати один одному персонал буде працювати не лише ефективно, але й з насолодою [2].

Підсумовуючи наведене вище можемо зробити висновок про те, що знання логіки процесу мотивації разом не дає суттєвих переваг в управлінні цим процесом. Адже слід пам'ятати, що процес мотивації кожної конкретної людини є унікальним і не завжди передбачуваним, завдяки різним мотиваційним структурам і різним ступеням впливу однакових мотивів на різних людей. Таким чином процес мотивації є дуже складним і неоднозначним.

Список використаних джерел:

1. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг [Електронний ресурс] / О.Б.Моргулець. – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/18651015/menedzhment/motivatsiya_funktsiya_menedzhmentu
2. Стадник В.О. Мотивування у менеджменті [Електронний ресурс] / В.О.Стадник. – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/36/2439.html>
3. Танкевич Р.Г. Мотивування як функція менеджменту [Електронний ресурс] / Р.Г.Танкевич. – Режим доступу: <http://books.efaculty.kiev.ua/men/6/t7/1.html>
4. Шкрабалюк Н.В. Мотиви та мотивація [Електронний ресурс] / Н.В.Шкрабалюк. – Режим доступу: <http://ukraine-diplom.com/33/16248-motivi-ta-motivaciya.html>

ПРОБЛЕМИ СУЧАСНИХ МЕНЕДЖЕРІВ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Андрущенко Наталія Олександрівна

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри менеджменту та адміністрування Вінницького торгівельно-економічного інституту КНТЕУ

Барабан Олена Олегівна

студентка факультету економіки і менеджменту Вінницького торгівельно-економічного інституту КНТЕУ

Перш ніж говорити про проблеми, які виникають у менеджерів в процесі управління персоналом, варто розібратися яким має бути сучасний менеджер.

Звичайно, як керівник та організатор менеджер повинен мати певні якості, що дають йому можливість спрямовувати діяльність колективу підприємства у необхідному напрямі з максимальною ефективністю. Наприклад, уміння реалізовувати індивідуальний підхід до підлеглих, тобто він має знати індивідуальні здібності співробітників для їх найповнішого використання у повсякденній діяльності; комунікабельність, адже менеджер має мати здатність переконувати та шукати в разі потреби компроміси. Не потрібно забувати про інтелект, оскільки розумові здібності менеджера дають змогу аналізувати інформацію, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки і на основі цього приймати правильні управлінські рішення [1].

Ми цілком розділяємо думку А. Файоля, який сказав, що управляти – це означає вести організацію до її мети, витягуючи максимальні можливості зі всіх наявних в її розпорядженні ресурсів [2]. Потрібно завжди пам'ятати, що менеджмент – це мистецтво управляти, і це

мистецтво містить в собі такі функції: планування персоналу, визначення способів його поповнення; маркетинг персоналу, задача якого – забезпечення попиту на робочі місця на даному підприємстві з боку найбільш підготовлених людей, у першу чергу висококваліфікованих фахівців і менеджерів; адаптація, навчання і підвищення кваліфікації працівників, їхній розвиток; планування кар'єри, забезпечення професійно-посадового росту працівника; мотивація персоналу; організація робочого місця; кадрове діловодство: збирання, зберігання та облік анкетних даних, стажу, підвищення кваліфікації; управління інформацією; оцінювання результатів діяльності й трудового потенціалу персоналу. Також такі функції як контроль за персоналом, управління конфліктами, налагодження партнерських відносин і співробітництва з профспілками, радами трудових колективів й інших організацій, що впливають на персонал, забезпечення безпеки, охорони праці та здоров'я співробітників, забезпечення репутації фірми, її позитивного сприйняття клієнтами, громадськістю й інститутами влади тощо [3].

В процесі своєї управлінської діяльності навіть найдосвідченіший менеджер зіштовхується з реаліями життя, які приносять певні проблеми. Однією з таких проблем є те, що менеджер, який має управляти колективом, не сприймається як керівник, що, в свою чергу, призводить до конфліктів або до появи неформального лідера, на боротьбу з яким витрачається багато часу, сил та емоцій.

Отже, в управлінні персоналом потрібно дотримуватися всім відомого правила «золотої середини». Інша проблема – проблема поглядів менеджерів на підбір працівників до спільної праці. Наприклад, менеджери, які визнають лише власну думку, не допускають зіткнення ідей, і, як наслідок, всі працівники, яких менеджер взяв на роботу, будуть приблизно однакового рівня мислення, тобто колектив перетвориться на «зручних двійників». А менеджери, які віддають перевагу різному мисленню, збирають в команді різних людей, з різними ідеями, які не завжди розуміють один одного, і, як наслідок, це призводить до конфліктів.

Ще одна проблема – забезпечення ефективності праці робітників. Одне із головних завдань менеджера – заохотити персонал працювати. Це можна зробити шляхом створення зручних умов праці, надання відповідних премій, пільг тощо. Це все дозволить підвищити мотивацію працівників, покращить їх працездатність. Адже успіх організації значною мірою залежить від ефективності використання людських ресурсів [4].

Кожний працівник повинен відчувати свою корисність і потрібність. Це стимулює його виконувати свою роботу якнайкраще. Керівникові варто заохочувати робітника, коли той цього заслуговує. Взагалі, керівник має також дбати про те, щоб в команді була сприятлива атмосфера,

панувала взаємна повага та довіра. Підсумовуючи наведене вище можемо зробити висновок про те, що сучасний менеджер в процесі управління персоналом зіштовхується з багатьма проблемами. Але життя вимагає вміння швидко знаходити спільну мову та співпрацювати, тож менеджери повинні пристосуватися до цього.

Список використаних джерел:

1. Великий довідник школяра: гуманітарні та суспільні науки / [ред. Р. Дерев'янченко] – Харків : ВД «Школа», 2009. – 1018 с.
2. Генерація ідей [Електронний ресурс] // Економіка. Бізнес портал. – Режим доступу: <http://dismal-science.com/marketing/75-proces-rozrobki-novih-tovariv-etap-1-generacya-dey.html>.
3. Долгопол О. О. Організаторські уміння у моделі сучасного спеціаліста з менеджменту [Електронний ресурс] /О. О. Долгопол – Режим доступу : <http://www.uira.kharkov.ua/sbornik/sbornik21.html>
4. Пастушок Т.О. Характеристики сучасного менеджера та проблеми, які постають перед ним [Електронний ресурс] / Т. О. Пастушок, Г. В. Ступарик. – Режим доступу http://www.rusnauka.com/2_KAND_2011/Economics/77973.doc.htm

МАРКЕТИНГ СЬОГОДЕННЯ: ЯКИЙ ВІН? МЕТОДИ ТА ЗАСОБИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Андрущенко Наталія Олександрівна

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри менеджменту та адміністрування Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

Передерєєва Олена

студентка Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

Джерелюк Дарина

студентка Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

На сьогодні саме роль маркетингових досліджень виходить на перше місце й полягає в оцінюванні потреб, запитів і попиту споживачів, що сприяє створенню програми їх задоволення, ідентифікації та визначенню як проблем, так і можливостей фірми здійснити та оцінити свою маркетингову діяльність, оскільки виявити можливості фірми, посісти конкурентні позиції на конкретному ринку, знизити міру невизначеності і ризику, збільшити ймовірність успіху маркетингової діяльності

неможливо без систематичного збирання та аналізу даних, пов'язаних з наявною ситуацією.

Відомо, що маркетингові дослідження можуть бути постійними та разовими, виконуватись фірмою як самостійно, так і за допомогою спеціалізованих дослідницьких організацій. Ми поділяємо думку Войчак А. стосовно того, що при проведенні маркетингових досліджень є проблемні групи, які створюються на рівні вищого керівництва фірми, відділів маркетингу або маркетингових досліджень, а також спеціальні консультативні групи, до складу яких можуть бути залучені торговельні працівники, керівники відділів збуту та інші працівники фірми.

Проведення маркетингових досліджень вимагає значних витрат. До того ж від їх результатів часто залежить можливість самого існування фірми в майбутньому [1].

Сам алгоритм маркетингових досліджень на сьогодні має такий вигляд



Рис. 1. Алгоритм маркетингових досліджень за М. Беєльцевем та В. Воробйовим [2].

У загальному вигляді маркетингові дослідження містять систематичний збір, обробку та аналіз даних щодо певних аспектів маркетингової діяльності телекомунікаційних підприємств для прийняття ґрунтовних управлінських рішень на основі системного аналізу компонентів зовнішнього середовища. Процес маркетингових досліджень є доволі складним і передбачає розробку докладного поетапного плану та його послідовне виконання.

Якщо розбити процес маркетингових досліджень на етапи, то він буде мати такий вигляд.

На першому етапі підприємство формує робочу гіпотезу та розробляє концепцію майбутнього дослідження.

На другому етапі визначають вид інформації та найефективніші методи її збирання.

На третьому етапі умовно виділяють три способи збору даних, а саме: спостереження, експеримент, опитування.

На четвертому етапі дослідження маркетолог формує звіт та надає висновки та рекомендації щодо поставленої проблеми.

І на останньому – п'ятому етапі на основі проведеного ґрунтовного аналізу керівником приймається управлінське рішення [3].

До інструментів маркетингових досліджень слід віднести фіксуючі прилади й анкету. До числа фіксувальних приладів можна зарахувати: диктофон; фотоапарат; відеокамеру-термометр; тонометр ; гальванометр ; тахістоскоп; аудіометр тощо [4].

На думку експертів, яка цілком поділяється нами, важливість маркетингових досліджень для ефективної роботи компаній не знизилась, а навпаки, за деякими показниками зросла. Так, важливими для діяльності компанії за результатами дослідження їх назвали 68% опитуваних. Цей показник, як показують підсумки попередніх опитувань, постійно зростає.

Незважаючи на актуальність маркетингових досліджень, рівень розвитку галузі ще не можна вважати, на думку експертів, достатньо високим.

За оцінками компаній, підсумки досліджень активно обговорюються на нарадах: з цим погоджуються 78% опитаних. А 74% підкреслили, що слідування рекомендаціям, за підсумками маркетингових досліджень, контролює топ-менеджмент компаній [5].

Тільки високий рівень маркетингових досліджень може забезпечити ефективне управління асортиментом та якістю товарів, системою їх розподілу, рекламою та стимулюванням збуту, тобто сприятиме подальшому вдосконаленню комерційної роботи в торгівлі.

В умовах кризової економіки маркетингове дослідження є, безумовно, актуальним і необхідним для зниження ступеня

невизначеності ринкової інформації та для уникнення керівниками прийняття помилкових управлінських рішень.

Для одержання необхідної інформації необхідно знати специфіку й технологію проведення маркетингових досліджень, сучасні методи дослідження, залучати висококваліфікованих фахівців, що, водночас, зменшує ризик одержання непотрібної зайвої інформації та виникнення невиправданих витрат на їх проведення [3].

Таким чином, зробивши аналіз вищенаведеного, можна стверджувати, що маркетингові дослідження дозволяють здійснити не лише планування та прогноз розвитку ринкової ситуації, а і розробку відповідних заходів маркетингового впливу на ринок з метою забезпечення ефективності як виробничо-збутової, так і науково-технічної [6].

Список використаних джерел:

1. Войчак А. В. Маркетингові дослідження . Навч.-метод. посібник. /Войчак А. В.– К.: КНЕУ, 2001. – 119 с.
2. Балабанова Л. В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика . Навч. посібник. / Л. В. Балабанова, А. М. Германчук – К. : ВД «Професіонал», 2004. – 288 с.
3. Ковшова І. О. Формування процесу маркетингових досліджень на підприємстві. / І. О. Ковшова, І. А. Гриджук // –2011. – №2. – 62 – 64 с.
4. Белявцев М. І, Маркетинговий менеджмент: Навч. посібник. / М. І. Белявцев, В. Н. Воробйов К. - Центр навчальної літератури, 2006р. – 407 с.
5. Житник О.. Маркетингові дослідження в Україні: тенденції та прогнози. / О. Житник // Маркетинг в Україні . - 2011р. - №1 – 5 – 8 с.
6. Вачевський М. В., Промисловий маркетинг. Основи теорії і практики. Навч. Посібник . / М. В. Вачевський, В. Г. Скотний, О. М. Вачевський.. – К.: Центр начальної літератури - 2004р. – 256с.

КОНЦЕПЦІЯ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ ПРОДУКТУ «АКТИМЕЛ» ТОРГОВОЇ МАРКИ «DANON»

Арабаджи Олена Петрівна

студентка Одеського Національного Політехнічного Університету

Михайлова Тетяна Іванівна

студентка Одеського Національного Політехнічного Університету

Головною та невід'ємною частиною будь-якої підприємницької діяльності, пов'язаної з виробництвом, є товарна політика. Необхідність

існування товару, який забезпечував би конкурентоспроможність підприємства і максимально відповідав би потребам та матеріальним можливостям суспільства – це обов'язкова умова функціонування виробників усіх галузей промисловості.

З метою ефективної реалізації товарної стратегії велике значення для кожного підприємства мають характер та тривалість життєвого циклу товарів(ЖЦТ), специфіка його стадій, особливості переходу від однієї стадії до іншої, що суттєво впливають на обсяги продажу та рівень прибутковості.

Концепція життєвого циклу товару (ЖЦТ), авторство якої належить Теодору Левіту, з 1965 р. увійшла в теорію та практику маркетингу. ЖЦТ — це концепція, за допомогою якої відображається процес розробки товару, збуту його, одержання прибутку, поведінки конкурентів і споживачів, розвитку стратегії маркетингу фірми від моменту зародження ідеї про створення товару до зняття його з ринку. У цьому циклі відокремлюють такі етапи: розробка, впровадження, зростання, зрілість, спад. Етап розробки пов'язаний лише з витратами на створення виробу, відпрацювання його на технологічність, підготовку виробничих потужностей і персоналу. Про прибуток не може бути й мови. Навпаки, доводиться брати кредит у банку на проведення науково-дослідних і конструкторських робіт. Етап впровадження починається з надходження у продаж першого зразка товару. Збут зростає повільно, що пояснюється: затримками у розширенні виробництва; технічними проблемами; не налагодженістю каналів збуту; небажанням споживачів змінювати усталені звички; ускладненнями, пов'язаними з початковою ціною товару тощо. Витрати на стимулювання збуту значні. Отже на цьому етапі фірма все ще зазнає збитків або прибуток її незначний. Етап зростання характерний активізацією збуту товарів, появою його нових модифікацій, збільшується коло конкурентів. Ціни можуть дещо знижуватися, проте прибуток зростає. Для зміцнення конкурентного становища фірма може обирати такі стратегічні напрямки: поліпшення якості товару; створення нових модифікацій; розширення сегментації ринку; вихід на нові канали розподілу; організація реклами. Етап зрілості характеризується загостренням конкуренції, темпи збуту гальмуються. Ціни падають. Для підтримання високого рівня продажу необхідно: активізувати рекламу; використовувати нові матеріали; збільшувати зручність та надійність; підкреслювати нове в упакуванні; множити послуги споживачам; виходити на нові сегменти ринку; пропонувати нові товарні марки; знижувати ціни; виходити на нові засоби масової інформації; поліпшувати сервісне обслуговування. Етап спаду характеризується помітним зменшенням обсягу продажу. Причини цього найрізноманітніші — технологія відставання; зміна потреб споживачів; зростання конкуренції.

Всі вони призводять до перевиробництва, зниження цін, зменшення прибутку. Для гальмування цього процесу необхідні інтенсивні заходи. Затримка із зняттям з виробництва застарілих виробів різко знижує прибуток фірми внаслідок таких обставин: в каналах збуту нагромаджується багато продукції; збільшуються витрати на рекламу; знижується імідж фірми. За умови припинення виробництва товару фірма має потурбуватися про: час повідомлення споживачів, каналів збуту; дотримання гарантійних обов'язків щодо клієнта.

Концепція життєвого циклу товару має досить широке розповсюдження та використовується для аналізу положення товару на ринку, оцінки перспектив його збуту, вибору стратегії збуту, форм та методів дії фірм-виробників.

Дослідження ринку йогуртів в Україні показало, що значний сегмент ринку займає продукт «Aktimel» торгової марки «Danone».

Actimel – продукт, який одним з найперших компанією Danone було введено на ринок нашої країни. Власне, саме цій компанії і довелося формувати цілий сегмент ринку збуту для свого продукту, бо до цього в Україні не було ані сформованого ринку йогуртів, ані сегменту йогуртів для здорового харчування. Цей товар з'явився на ринку у середині 90-их, і, хоча і був майже монополістом у своїй ніші, все ж завоювання ринку вдавалося не легко через складну економічну ситуацію тих часів у комбінації з високою вартістю товару. Тим не менш, товар зараз знаходиться на стадії насичення.

Зародження ідеї такого товару, можна сказати, це зародження ідеї самої компанії Danone – ідеї виготовлення йогуртів, якіб покращували імунітет та роботу шлунково-кишкового тракту людини. Постійне проведення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт для перетворення цієї ідеї на придатний для промислового виготовлення продукт, розроблення технології його виробництва проходило на протязі всього існування компанії, яка з цією метою спочатку виготовляла прості йогурти, а пізніше вийшла на розробку такого товару як Actimel.

Етап виведення на ринок проходив в Україні в 90-ті роки. Компанії довелося формувати не тільки ринок йогуртів чи спеціальних молочнокислих продуктів для покращення імунітету та роботи шлунку, а й весь ринок здорового харчування, який на той час знаходився в країні в зародковому стані. На цьому етапі відбувалася ринкова апробація продукції в Україні та апробація підходів до створення рекламної стратегії і її втілення. Крім того проходило формування каналів збуту, що також було складно в зв'язку з не сталим становленням ринкових відносин та форм господарювання. На цьому етапі прибуток був відсутній, оскільки витрати на виведення на ринок цього товару набагато перевищували доходи від продажу. Основними факторами, що сповільнювали

проходження товаром етапу виведення на ринок була несформованість ринкових відносин та не сформованість ринку йогуртів в країні

Етап зростання проходив також достатньо повільно, що було пов'язане із занадто повільним зростанням купівельної спроможності громадян, при високій ціні на продукцію. Період сприйняття нового товару ринком і зростання прибутків не був швидким. Все ж товару вдалося міцно закріпитися у своєму сегменті ринку на етапі зрілості. Враховуючи етап зростання, який розтягнувся у часі, уповільнення темпів збуту внаслідок насичення ринку почалося тільки кілька років тому, хоча товар вже давно перестав бути новинкою. Прибуток стабілізувався на деякий час, але на даний момент є ряд загроз у зв'язку зі зростанням витрат на захист від конкурентів. Крім того, у даного товару починає формуватися негативний імідж через масове поширення сумнівів щодо його корисності для здоров'я. Тому можна вважати, що етап зрілості цього товару добігає свого кінця у найближчі роки. Таким чином, даний товар є зрілим товаром, який на даний момент все ще приносить великі прибутки, та для забезпечення їх подальшого надходження, товар необхідно оновлювати та видозмінювати, для того щоб відновити його привабливість для споживача.

Результати прогнозування життєвого циклу товару та його етапів є основою визначення терміну виведення існуючого товару з ринку і своєчасної заміни його новим чи модифікованим. Тому головною метою при вивченні ринку є визначення строку життєвого циклу товару від його зародження до початку насичення ринку. Раціональне господарювання передбачає вміння прогнозувати зміни фаз циклу попиту і життєвого циклу товару та передбачати стратегію підприємства згідно із зміненими умовами конкуренції на ринку.

СПЕЦИФІЧНІ РИСИ МАРКЕТИНГУ ВІДНОСИН

Берін Родіон Миколайович

студент Одеського національного політехнічного університету

Зміст маркетингу на основі стосунків полягає у побудові довготривалих стосунків з окремо виділеними клієнтами з метою подовження їх життєвого циклу та підвищення рівня задоволеності від отриманих товарів чи послуг, що сприятиме зростанню прибутковості компанії. У сфері посліг, де процес прийняття рішень пов'язаний із постійним пошуком інформації, націленістю споживачів на довгострокову взаємодію з клієнтами та постійний контакт постачальника послуг і

споживача, необхідність та доцільність застосування маркетингу на основі стосунків є очевидними.

Довготривалі стосунки можуть бути побудовані лише в тому випадку, якщо споживач і постачальник будуть дотримуватися рівноправності. Не менш важливим є підтримка постійного діалогу між сторонами. Під час діалогу сторони повинні довіряти одна одній, а також мають виконувати свої зобов'язання. Побудова стосунків повинна приносити прибуток обом сторонам, і саме довготривалі стосунки можуть забезпечити для підприємства прогнозовані обсяги прибутку протягом тривалого періоду. Звісно, крім прибутку обидві сторони отримують додаткову цінність, яку важко виразити у фінансових показниках, але саме вона робить стосунки довготривалими та стійкими до альтернатив, запропонованих іншими підприємствами.

Маркетинг на основі стосунків – це процес, спрямований на розвиток довготривалих відносин між споживачами та постачальниками, які ґрунтуються на веденні діалогу та виконанні зобов'язань з метою створення додаткової цінності та забезпечення стабільної і прогнозованої прибутковості для обох сторін [1, с.1330].

Дослідження комплексу маркетингу в умовах застосування маркетингу на основі стосунків виявило, що його роль залишається значною за умови перегляду функціонального навантаження кожного з елементів. Роль елементів визначається спільно усіма учасниками стосунків:

- товарна політика. Відкриваються широкі можливості формування індивідуальних послуг із сукупності окремих операцій;

- цінова політика. Індивідуалізована послуга має вищу цінність для споживача, а це значить, що він готовий заплатити більшу ціну;

- політика комунікацій. Розвиток сучасних інформаційних технологій розкриває широкі можливості для індивідуалізації комунікаційного процесу. Відкриваються широкі можливості для дослідження споживача;

- політика розподілу. Широкий спектр прямих каналів розподілу послуг дають можливість удосконалити контакти зі споживачами та збір інформації про них і, що найголовніше, підкреслити індивідуальні характеристики послуг.

Застосування маркетингу на основі стосунків передбачає концентрацію зусиль маркетингу на нарощуванні частки споживання разом з розширенням частки ринку. Варто зауважити, що частка споживання може змінюватися залежно від етапу життєвого циклу споживача. Аналіз життєвого циклу споживача дає змогу точніше прогнозувати рівень продажу на наступні періоди, зменшити витрати на

комунікації або підвищити їх ефективність, запропонувати споживачеві вищу якість.

Список використаних джерел:

1. Дима О. О., Романенко Л. Ф. Аналіз клієнтської бази при впровадженні маркетингу довготривалих відносин // Економіка: проблеми теорії та практики: Зб. наук. праць. – випуск 232: В 5 т. – Т. V. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. – С. 1329-1336

ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Гузій Світлана Леонідівна

аспірантка відкритого міжнародного університету розвитку людини "Україна"

Интернет – маркетинг в настоящее время находится в стадии формирования. Его основополагающие принципы разработаны в большей или же меньшей степени. Наиболее сложным аспектом Интернет -маркетинга является оценка эффективности Интернет – маркетинга.

Оценка эффективности функционирования Интернет проекта - одна из наиболее сложных проблем в Интернет – маркетинге, науке, адаптирующей концепцию «традиционного» маркетинга к условиям новой рыночной среды — сети Интернет[1,с.36].

Ведение бизнеса через Интернет как минимум включает в себя несколько этапов:

Первый этап можно назвать предварительным, на данном этапе принимаются решения относительно того, чем предприятия будут заниматься в Сети; разрабатываются основные стратегии Интернет – маркетинга и маркетинговые планы; определяется источник финансирования; определяется целевая аудитория; решаются другие вопросы (к примеру, для Украины актуальна юридическая регистрация проекта). На данном этапе формируется основное содержимое сайта (контент) – это та информация, ради представления которой и создается Интернет проект.

Второй этап это создание сайта и запуск проекта.

Третий этап заключается в проведении мероприятий по продвижению проекта с использованием различных онлайн-овых и оффлайн-овых инструментов.

Четвертый этап это мониторинг, анализ и контроль проводимых мероприятий и показателей деятельности.

Собственно говоря, оценка эффективности Интернет бизнеса и осуществляется на последнем этапе. Основы процесса контроля закладываются на первом этапе разработки Интернет проекта и проходят лейтмотивом через все остальные стадии.

Планирование эффективности Интернет - маркетинга осуществляется с учетом возврата инвестиций.

Приступим к рассмотрению основных этапов процесса анализа эффективности Интернет бизнеса.

На первом этапе анализа эффективности сайта организация должна принять решение для себя, какие показатели Интернет активности более критичны для оценки и бизнеса, которые смогут отразить реальную ситуацию.

На сегодняшний день этот весьма актуально, учитывая, что внедрение нового показателя увеличивает издержки на содержании сайта. Существует несколько категорий показателей оценки эффективности бизнеса в сети:

- бизнеса в целом;
- маркетинга;
- Интернет маркетинга.

Первая группа показателей дает возможность оценивать влияние Интернета на бизнес, а именно определяют степень воздействия Интернет -активности на финансовые показатели компании, которые отражают эффективность работы предприятий (рентабельность, прибыль и т.п.). Влияние Интернета на бизнес может проявляться как прямо, так и косвенно.

Вторая категория показателей дает возможность отразить то как на достижение маркетинговых целей влияет Интернет активность.

Третья группа показателей основана на эффективном Интернет – сайте.

Анализ данных показателей дает возможность установить эффективность использования Интернет технологий для достижения целей Интернет маркетинга. Планирование эффективности Интернет - маркетинга осуществляется с учетом возврата инвестиций (ROI). ROI (Return on Investment) – коэффициент окупаемости инвестиций. Этот показатель является одним из основных способов измерения эффективности ваших вложений [2,с.26]. Простой способ оценить эффективность инвестиции - вычислить отношение всей прибыли, полученной в период владения инвестиционным активом к величине осуществленной инвестиции. Этот показатель называется доходностью за

период владения активом. Он выражает то, насколько объём осуществленной инвестиции вырос к концу рассматриваемого периода.

$$ROI = \frac{\sum_{t=1}^n \Pi_t}{P_0 \cdot n}$$

где Π_t - прибыль, полученная в каждый год периода владения активом[3].

Преимуществом применения Интернет технологий является то, что показатель возврата инвестиций можно вычислить в автоматическом режиме, что дает возможность оперативно вносить корректировки в применяемые инструменты Интернет – маркетинга, что приводит к повышению эффективности работы предприятия.

Проверка работоспособности мероприятий Интернет-маркетинга и оценка их эффективности была проведена на примере предприятия мебельной промышленности *Вemel* - производитель мебели ориентированной на средне-ценовой сегмент[4]. Цель рекламной кампании - увеличение количества *оптовых* покупателей.

Классический маркетинг:

Затраты на маркетинговую деятельность:

Вид активности	Затраты в месяц (грн.)
Телевидение	48000
Реклама в бумажных СМИ	3600
Наружная реклама	24000
Реклама на радио	5000
Зарплата сотрудников (2 человека)	
Итого	80600

Срок проведения кампании 6 месяцев Среднее количество новых клиентов за месяц: 39

Средний чек клиента в месяц: 25000 гривен.

$$ROI = (25000 \cdot 39 - 80600) / 80600 = 11.09$$

Интернет маркетинг:

Проведено исследования мебельного рынка (5000 гривен), по результатам которого были выбраны следующие инструменты Интернет-маркетинга:

Модернизация сайта – 7000 гривен. Создание каталога продукции на с подробными описаниями продукции.

Поисковое продвижение - 8000 гривен в месяц

Контекстная реклама - 7000 гривен

Размещение контекстного баннера- 20000 гривен.

Вид активности	д	З	д	З	д	З	д	З	д	З	д	З
Исследование	5											
Модернизация сайта	7								7			
Поисковое продвижение	8	0	8	1	8	5	8	7	8	3	8	9
Контекстная реклама	7	2	7	3	14	4	21	6	28	9	28	9
Контекстный баннер	20	3	20	3	13	2	6	1				
Итого	47	5	35	7	35	11	35	14	43	11	36	18
Средний счет клиента		27		35		35		35		15		15
ROI	21.4		38		38		38		12		15.3	

Средний ROI за период 27.1

В целях успешной реализации маркетинговых программ с использованием Интернет-технологий, является целесообразным использование мирового опыта проведения интернет маркетинга с учетом особенностей российской аудитории и экономической среды функционирования самих компаний. Целесообразно уделять внимание комплексному подходу к мероприятиям Интернет-маркетинга, к каждому случаю применения подходить индивидуально.

Список источников:

1. Петрик Е. А. Интернет-маркетинг / Московская финансово-промышленная академия – М., 2004 – 299 с.
2. Непомнящий Е.Г. Инвестиционное проектирование. Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003.
3. <http://ru.wikipedia.org>
4. <http://bemel.com.ua/>

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Дімітрашко Катерина Ігорівна

студентка Одеського національного політехнічного університету

На даному етапі розвитку вітчизняної економіки все більшого значення у свідомості споживачів набуває структура продукції і можливість вибору «свого» товару з пропонованого асортименту. Саме тому управління асортиментом – один з головних напрямків діяльності кожного підприємства.

Асортиментна політика є складовою товарної політики, а формування товарного асортименту є одним із засобів підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Проблема управління товарним асортиментом та асортиментною політикою досліджується багатьма відомими вченими, такими як: А. Хоскінг, М. Мескон, М. Альберт, С.М. Ілляшенко, В.Я. Кардаш та інші.

Будь-яке підприємство, що виробляє яку-небудь продукцію або надає послуги, має свою номенклатуру продукції та свій асортимент. Номенклатура продукції – це перелік найменувань виробів, завдання по випуску яких міститься в плані виробництва продукції. Асортимент — це сукупність різновидів продукції за марками, найменуваннями, розмірами, типами, сортами, що відрізняються відповідними техніко-економічними показниками.

Асортиментна політика – система заходів по визначенню переліку товарних груп, які мають найбільшу перевагу для успішної діяльності на ринку, і які забезпечують економічну ефективність діяльності підприємства в цілому.

Основними задачами асортиментної політики є: задоволення потреб споживачів, завоювання нових покупців, оптимізація фінансових результатів підприємства.

Основою успіху асортиментної політики є перш за все визначення потреби споживачів на конкретному ринку. Потреба споживачів — величина змінна. Вона залежить від цілого комплексу факторів, які впливають на неї. Це і соціальний статус, і рівень доходів населення, очікування, і навіть смаки, які є різні у кожної людини. Отже, підходити до розробки асортименту і номенклатури продукції чи послуг також потрібно комплексно і всебічно, з урахуванням всіх вище перерахованих факторів. Підприємство нездатне задовольняти потреби усіх верств населення одночасно. Виходячи на ринок, воно обирає сегмент господарювання і тим самим обирає контингент споживачів, який має свої

особливості. Асортимент і номенклатуру потрібно розробляти з максимальним врахуванням цих особливостей. Це дає можливість розширити ринки збуту і завоювати нових покупців, що можливе лише у випадку стійкої позиції підприємства на ринку, досконалої рекламної кампанії та гарної репутації, і, звичайно, можливості задовольнити потреби нових споживачів. Ефективне впровадження і здійснення політики завоювання нових покупців сприяє подальшій стабілізації позиції підприємства на ринку і призводить до оптимізації фінансових результатів діяльності. В глобальному плані — асортимент є одним з вихідних і найважливіших пунктів здійснення ефективної діяльності підприємства, а вміла та розумна його розробка є однією із запорок успіху.

В процесі формування товарної номенклатури суттєву роль відіграє ширина охоплення сегментів ринку (кількості різних категорій товарів) та її ємності, тобто кількості товарів в кожній категорії.

Список використаних джерел:

1. Амиров Ю. Д. Основы конструирования. Творчество, стандартизация, экономика. – М.: Изд-во стандартов, 1991.
2. Армстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг. – М.; СПб.; К.: Вильямс, 2000.

МЕРЧАНДАЙЗИНГ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

Дубовик Тетяна Віталіївна

кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та реклами Київського національного торговельно-економічного університету

В сучасних умовах проблема мерчандайзингу в мережі Інтернет на рівні торговельних підприємств ще не достатньо вивчена і потребує подальшої уваги як зі сторони спеціалістів-практиків, так і науковців, які розробляють концептуальні положення функціонування торговельних підприємств в умовах конкуренції.

Окремі питання цієї проблеми досліджували зарубіжні фахівці - Кананян К., Кананян Р., Колборн Р., Федько В.П., Бондаренко В.А. та інші. У роботах вітчизняних науковців – Н. В. Ільченко, Є. В. Ромата – приділяється увага процесам організації і управління мерчандайзингу, аспектам підвищення ефективності мерчандайзингу підприємств виробничих та торгової галузей. Разом з тим, в цих роботах спостерігається недостатність практичного обґрунтування організації мерчандайзингу в торговельних підприємства в мережі Інтернет.

На основі систематизації та узагальнення літературних джерел, а також власних напрацювань здійснено порівняльний аналіз елементів мерчандайзингу торговельних підприємств, які працюють за звичайними технологіями та за допомогою інтернет-технологій (табл.1).

Таблиця 1

Порівняння елементів мерчандайзингу торговельних підприємств та інтернет-магазинів

Складові мерчандайзингу	Елементи мерчандайзингу магазинів	Елементи мерчандайзингу інтернет-магазинів
Розміщення магазину	Назва магазину (вивіска)	Електронна адреса інтернет-магазину
	Вхід в магазин	Зв'язок з інтернет-магазином (посилання на інтернет-магазин)
	Вітрина	-
Внутрішній дизайн	План-схема торговельної зали магазину	Структура сайту інтернет-магазину
	Планування і презентації товарів в магазині	Розробка та дизайн електронного каталогу товарів
	Атмосфера магазину	Технології анімації на сайті
Управління мерчандайзингом	Управління продуктивним портфелем	Управління позиціями в електронному каталогу товарів
	Управління простором в торговельній залі	Організація роботи електронного каталогу товарів
	Управління маркетинговими комунікаціями в місцях продажу	Управління маркетинговими комунікаціями на сайті

На основі результатів власних досліджень, визначено рекомендації щодо організації мерчандайзингу в інтернет-магазині:

- Сторінки сайту скачати швидко
- Подання та характеристики товарів є адекватними
- Коли керівництво інтернет-магазину обіцяє зробити щось протягом певного періоду, то воно це робить
- Якщо у клієнта є скарги, то з ними розбираються швидко і ефективно
- На сайті легко знайти будь-яку інформацію
- Інформація регулярно оновлюється на сайті
- Доставка здійснюється в узгоджені терміни і дати
- Керівництво інтернет-магазину намагається створювати враження того, що воно серйозне і заслуговує довіру клієнтів
- На сайті міститься чітка інформація про наявні запаси в момент здійснення покупки
- Включена захисна система щодо інформації про покупців
- Допускаються різні способи оплати

- На сайті розміщена чітка інформація про те, як зробити покупку
- Надається можливість змінювати і / або відкласти покупку без компромісу
- Інформація для клієнтів гарантовано буде строго конфіденційною
- На сайті розміщено достатньо інформації щодо характеристик товарів і послуги, які запропоновані
- Розміщена чітка інформація про торговельне підприємство (назва, країна, телефон, адреса тощо)
- На сайті є елементи дозвілля і розваг (ігри, відео-, інтерактивні додатки)
- Дозволяється на сайті або надається можливість за межами сайту спілкуватися з іншими користувачами зі схожими вподобаннями або інтересами
- Торговельне підприємство має доступ до інших сайтів, які мають додатковий контент
- Додатки і елементи, які складають сайт, візуально привабливі
- 24-годинне обслуговування клієнтів по телефону
- Різні умови пропонуються для різних видів і термінів доставки
- Клієнтам надається індивідуальне обслуговування

Таким чином, запропоновано дані рекомендації об'єднати в три групи факторів, які доцільно враховувати при управлінні мерчандайзингом в інтернет-магазині:

1. Надійність: ефективна навігація, виконання термінів постачання, додаткове обслуговування, характеристики, пов'язані з виконання обіцянок, швидким розглядом скарг тощо.

2. Впевненість: визначаються аспекти, пов'язані з інформацією від процесу покупки або наявності товарів, включення систем безпеки, підтвердженням покупки, до можливості здійснення платежу за допомогою різних способів і конфіденційність даних клієнтів.

3. Комунікації: надається площадка для спілкування з людьми зі схожими інтересами, посилання на інші сайти, існування контактного телефону 24 години, вдалий веб-дизайн.

МАРКЕТИНГОВА МОЖЛИВІСТЬ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЛІФТОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Замлинська Ольга Володимирівна

Одеський державний аграрний університет

Виявлення ринкових можливостей означає визначення безлічі абстрактно-перспективних ідей, гами потенційно привабливих напрямків

маркетингу. Якщо виявлена ринкова можливість відповідає потенціалу підприємства, то в нього з'являється маркетингова можливість.

Маркетингова можливість підприємства – це привабливий напрямок маркетингу, що дозволяє підприємству отримати конкурентну перевагу. Тобто, після створення банку ринкових можливостей необхідна їхня оцінка на предмет відповідності можливостям фірми їх реального втілення. На рис.1. представлений механізм виявлення маркетингових можливостей підприємства.

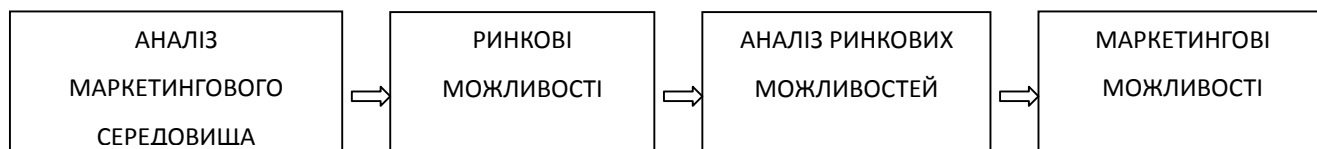


Рис.1. Механізм появи маркетингових можливостей підприємства

Україна має значні виробничі потужності підприємств виробників підйомно-транспортного обладнання. Для яких не сформований організаційно-економічний інструментарій повноцінного завантаження виробництва, при цьому ліфтове господарство країни має високий рівень фізичного і морального зносу механічного та електрообладнання. При практичній відсутності заходів по заміні або модернізації ліфтів збільшується кількість ліфтів, технічний стан яких не дозволяє їх подальшу експлуатацію. Ліфти відносяться до вертикального транспорту підвищеної небезпеки і, відповідно до вимог Державних стандартів № 22011-95, їх експлуатація після закінчення 25 років призначеного терміну заборонена без проведення експертної оцінки.

Контролюючими органами (територіальні відділення Держгірпромнагляду) у процесі планових перевірок призупинено роботу на невизначений термін 3,6 тис. ліфтів, або 4%, з яких більше року не працює 3 тис. ліфтів. Незадовільний стан ліфтового господарства через вимушену зупинку підйомників зафіксовано практично у всіх регіонах країни. Найбільший відсоток непрацюючих ліфтів — в Луганській (29,3%), Закарпатської (12%), Херсонській (9,8%), Дніпропетровської (6,9%), Донецькій (60%) областях [1].

За оперативними даними, капітального ремонту потребують 12,5 тис. одиниць ліфтів (середня вартість — 50-70 тис. грн. / ліфт), в модернізації — 12,8 тис. (середня вартість — 200-250 тис.грн. / ліфт), заміні підлягають 6 тис. одиниць ліфтів (середня вартість — 300-350 тис. грн. / ліфт). Потенційний обсяг фінансування зазначених заходів на рік складає близько 5,5 млрд. грн.

За останні чотири роки за рахунок коштів державного бюджету, спрямованих на вирішення зазначених питань, освоєно 116,8 млн. грн. У 2011 р. було заплановано направити з державного бюджету на відновлення ліфтового господарства понад 20 млн. грн., проте за два останні роки було виділено лише 1,5 мільйона гривень. Якщо тенденція з моральним старінням і фізичним зносом буде зберігатися, то, за оцінками фахівців, до 2016 року до 85 тис. ліфтів (не менше 75% ліфтового парку країни) «постаріє» остаточно [2].

Джерелом модернізації і ремонту ліфтового господарства могли б стати платежі населення, проте згідно з чинним законодавством України, жителі покривають витрати лише на технічне обслуговування ліфтів, структурою тарифу не передбачено акумулювання коштів на проведення капітальних ремонтів та заміни ліфтів. Це в такий час, коли на заміну і модернізацію ліфтового обладнання по Україні до 2016 р. необхідно близько 18 млрд. грн.

За експертними оцінками, щоб вкладення коштів було вигідним і користувачам, і інвесторам в процесі експлуатації ліфтового господарства потрібно скоротити витрати енергії та знос обладнання на 40-50%.

Джерелом такої економії та методом залучення додаткових коштів могло б стати впровадження карткової системи користування ліфтом. У будинках, обладнаних такими пристроями, люди, економлячи гроші, користуються ліфтом набагато менше. На один ліфт припадає приблизно 80 поїздок в день (при відсутності карток — в середньому 425 поїздок). Як результат — меншим є знос ліфтового обладнання, триразове скорочення витрат електроенергії [3].

Карткова система користування ліфтом вже функціонує в ряді міст: в Херсоні майже 10 років, більше 5 років — у Житомирі, 7 років — у Керчі, у 2010 році була введена у Дніпрорудному (Запорізька область), у грудні 2011 року — в Ужгороді, також карткова система сплати за ліфт існує в Луганську, Івано-Франківську, Кіровограді. Досвід цих міст показує, що система виправдовує себе: з'явилися кошти на ремонт і технічне обслуговування ліфтів, а також спостерігається значна економія електроенергії (50% і більше). У Херсоні з магнітною картою працюють підйомники в 80-ти відсотках багатоповерхівок. Одна поїздка коштує 18 копійок [4].

Список використаних джерел:

1. Как восстановить лифтовое хозяйство Украины?// «Подъемные сооружения. Специальная техника», — № 11-12, 2011, режим доступа <http://www.ptm.com.ua/node/505>

2. Бойко. К. Евтушенко: Все одесские лифты неизбежно останутся через десять лет// Комментарии Одесса, режим доступа <http://odessa.comments.ua/article/2011/04/14/104145.html>
3. В Одессе решали, как «продлить жизнь» лифтам// веб-ресурс Портал новин, режим доступа <http://netnews.ua/odesskaya-oblast/odessa-news/321-novosti-jkh-odessa/>
4. Петров. В. Плюсы и минусы платных лифтов в Житомире.// Журнал Житомира, режим доступа <http://zhzh.info/publ/4-1-0-3061>

ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ ПІДБОРУ УПРАВЛІНСЬКИХ КАДРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Лебедєва Ірина Броніславна

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту Донбаського державного технічного університету

Алексєєнко Крістіна Вікторівна

магістрант Донбаського державного технічного університету

Постановка проблеми. Провідний досвід вітчизняних підприємств показує, що однією з серйозних проблем у сфері підбору персоналу на сьогоднішній день є застарілість загальновідомого стандартизованого методу проведення інтерв'ю. Як наслідок, обраний кандидат може виявитися неспроможним для ефективної роботи, що призводить до вкрай негативних наслідків для всього підприємства в цілому. Цій проблемі слід приділяти належну увагу, оскільки підбір кадрів є першим етапом в системі управління персоналом, від досконалості якого залежить ефективність подальшого використання останніх.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вагомий внесок до вирішення питань ефективного підбору персоналу можна знайти в працях таких вітчизняних, та зарубіжних вчених, як Р. Дафт, Магура Г. І., Самигін С. І., Кібанов А. Я., Назарова Г. В., С.Іванова., але ряд аспектів потребують подальшого вдосконалення.

Метою статті є вивчення проблем теоретичних положень та розробка практичних рекомендацій по підбору управлінського персоналу на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Якість підбору управлінських кадрів забезпечує режим нормального функціонування підприємства та закладає надійний фундамент для його майбутнього успіху. Загальновідомими методами проведення оцінки кандидатів є анкетування та співбесіда, але для того щоб, з найбільшою валідністю визначати відповідність

кандидата «профілеві посади», з'явилась необхідність у застосуванні якісно нових методів проведення інтерв'ю. На нашу думку, найефективнішим з них є розроблений зарубіжними науковцями «Метод аналізу ранніх дитячих спогадів» А. Адлера [4], який дозволив створити більш адаптовані до вітчизняних підприємств сучасні підходи до відбору управлінських кадрів. Вони здобули назви проєктивного інтерв'ю [2].

Проєктивні методики полягають в особливому способі побудови питань. Питання ставляться таким чином, що пропонують кандидатові оцінити не себе, а людей взагалі. В основі всього цього лежить той факт, що людина схильна проєктувати, тобто переносити свій життєвий досвід і уявлення про що-небудь на дії інших людей для того, щоб пояснити ці дії.

Перевага запропонованої проєктивної методики інтерв'ю перед стандартизованими «опитувальниками» полягає в тому, що вона в набагато меншому ступені може бути «вирахована» кандидатами і, як наслідок, меншою є ймовірність одержання соціально бажаних відповідей.

Метод «Інтерв'ю за компетенціями» [2] дозволяє інтерв'юєру оцінити саме ті ключові поведінкові характеристики, які необхідні працівникові для успішного виконання тієї чи іншої роботи. Особливістю цього методу є те, що питання обов'язково відносяться до минулого релевантного досвіду людини і потребують конкретних прикладів дій, які дозволили досягти заявленого результату. Даний тип інтерв'ю дуже ефективний, але його проведення вимагає навчання і практики. Ще однією перевагою такого інтерв'ювання є можливість кількісної оцінки розвитку тієї чи іншої компетенції.

Метод «CASE-інтерв'ю» [2], або ситуаційного інтерв'ю, охоплює ті характеристики кандидата, які важливі для конкретного роботодавця. Інтерв'юєр пропонує таку ситуацію, яка дозволяє перевірити саме те, що цікавить в даний момент, отримати інформацію, яка дозволить визначити придатність кандидата на посаду. Ця методика дає можливість всебічно оцінити як навички, так і індивідуально-особистісні особливості, цінності та моделі поведінки кандидата.

Однак, слід зазначити, що на сьогодні не існує єдиного універсального методу підбору управлінського персоналу, ефективність використання якого була б однаково високою при рішенні будь-яких завдань кадрового менеджменту. Усі методи й способи підбору управлінського персоналу мають межі переваг. Тому для досягнення ефективності роботи підприємства можлива комбінація різних методів підбору, залежно від необхідних якостей кандидатів.

Розроблений нами метод дозволяє в залежності від ситуації здійснювати відбір менеджерів саме з тими якостями, які необхідні для управління на даному періоді з урахуванням конкурентних можливостей підприємства.

Висновки. Таким чином, запропоновані методи дають можливість провести більш повну та якісну оцінку претендента на керівну посаду, виявити особистісні й професійні здатності. Використання проєктивних питань при проведенні проєктивного інтерв'ю, дозволяє з високим ступенем валідності невимушено (без тиску) зрозуміти особисте відношення кандидата до різних сфер діяльності, побачити його пріоритети і мотиватори. Проведення інтерв'ю по компетенціям та «CASE-інтерв'ю» дозволяє виявити оптимальний ступінь володіння особистісними якостями, виявити ступінь підготовленості професійним вимогам, а також навички рішення проблем в умовах максимально наближеної до реальної ситуації, що дуже важливо для керівних посад.

Список використаних джерел:

1. Дафт Р. Менеджмент / Р. Дафт ; пер. с англ. - 6-е изд. -СПб. : Питер, 2004. - 864 с.
2. Іванова С.А. Искусство подбора персонала: Как оценить человека за час. – Киев: Альпина Паблішер, 2012 г – 312с.
3. Магура М. И. Поиск и подбор персонала / М. И. Магура. - 3-е изд., перераб. и доп. -М.: ООО "ЖУРНАЛ" Управление персоналом, 2003.- 304с.
4. Назарова Г. В. Формування та розвиток людського капіталу корпоративних підприємств : наукове видання / Г. В. Назарова, Н. Л. Гавкалова, Н. С. Маркова. - Харків : Вид. ХНЕУ, 2006. - 240 с.

АСПЕКТИ СУЧАСНОГО СОЦІАЛЬНО – ЕТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Ортинська Валентина Василівна

кандидат економічних наук, професор кафедри маркетингу та реклами
Київського національного торговельно-економічного університету

В маркетингу світу давно вже з'явилась потреба розвивати аспекти вчення та практичного застосування поширеної нині в Україні теорії соціальної відповідальності бізнесу.

З урахуванням класичного визначення сутності маркетингу як процесу, у межах якого здійснюється вивчення поведінки та задоволення потреб споживачів, соціально-етичний маркетинг апріорі поєднує інтереси суспільства та підприємств: «Концепція соціально-етичного маркетингу передбачає досягнення цілей маркетингу з урахуванням задоволення потреб як окремого споживача, так і суспільства в цілому» [1, с.29].

80 % підприємств торгівлі, 70 % підприємств, що виробляють товари народного споживання, знайомі з концепцією соціальної відповідальності бізнесу [2, с.149].

21-е століття ознаменоване усвідомленням суспільства колективного впливу на чинники навколишнього середовища, що позначаються на охороні здоров'я, добротності харчування та якості життя [3].

Подальше соціальне розширення маркетингу у сучасному ринковому суспільстві має враховувати довготермінові інтереси соціуму й індивідів, системно задовольняти їх потреби, встановлювати в суспільстві гуманістичну ідею про найважливішу цінність – життя людини. Споживачі чекають особливих гарантій від компаній, які виходять далеко за межі звичайних функціональних якостей продукту або послуги і прав споживача. Не є етичними маркетингові практики: облудні презентації товарів, послуг, переваг компаній; фальшива або обманлива реклама; примушування споживачів здійснити придбання; маніпуляції базами даних (фальсифікація або зловживання статистикою або інформацією); введення в оману продуктовими або сервісними гарантіями; нечесна маніпуляція споживачами; експлуатація дітей або знедолених; втручання в приватне життя; використання небезпечних продуктів або сервісу; оманливі ціни; дискримінаційні ціни; непорядне порівняння з конкурентами; упакування незначних за розмірами і масою продуктів у привабливі пакунки; впровадження портретів стереотипів жінок, окремих груп громадян.

Соціальна відповідальність «маркетингу певних продуктів» (продовольчих, непродовольчих товарів) є надзвичайно важливою складовою торгового маркетингу для забезпечення збереження та покращення якості життя населення України. Споживач як соціально відповідальна особа має враховувати соціальні наслідки споживання, намагається використовувати свою владу покупки для здійснення змін у суспільстві. Існують різні підходи до розгляду проблеми етики в сучасній економіці.

Деякі фахівці впевнені, що традиційні моральні цінності в мінливих економічних ситуаціях не можуть бути використані. Вони заперечують етику маркетингу як явище, порівнюють бізнес з грою і стверджують, що в умовах конкуренції суб'єкт, який повністю враховує всі моральні норми, не зможе вижити та ефективно розвиватися. Прихильники нейтрального підходу визнають необхідність існування моральних норм в маркетинговій діяльності. Підприємства торгівлі, що проповідують нейтралізм, демонструють різні моделі поведінки: відмовляються від будь-якої відповідальності за свою поведінку, оскільки впевнені, що фактори моралі не доступні для їх контролю; вважають своє некоректну поведінку несерйозним порушенням, якщо воно не несе прямої шкоди;

перекладають всю відповідальність на споживача; діють так, як чинять конкуренти.

Винятковими завданнями соціально-етичного маркетингу є:

1. Потреби споживачів вирішуються на основі кастомізованого маркетингу, який передбачає моніторинг індивідуальних та соціальних потреб.

2. Організація всієї системи економічного та соціального управління на підприємстві відбувається на основі соціально відповідальної маркетингової корпоративної культури.

Маркетинг має специфічні особливості в сучасних умовах з урахуванням винаходів, що дозволяють істотно змінювати спосіб життя, харчування, лікування.

Науковці з маркетингу процесі розвитку маркетингової теорії спроможні підтримувати створення нормативних документів та методичних матеріалів для практичної реалізації концепції соціально-відповідального маркетингу та розширення соціальної відповідальності підприємств торгівлі, що сприятиме підвищенню якості життя населення України.

Організація всієї системи економічного та соціального управління у підприємстві має відбуватися з урахуванням впровадження соціально відповідальної маркетингової корпоративної культури. Цей підхід протистоїть функціонально-управлінському підходу маркетинг-менеджменту, де споживачі та громадськість є пасивними. Маркетинг інкорпорується в соціальні процеси комунікацій з урахуванням неухильного дотримання загальноприйнятних приписів.

Сучасні члени суспільств мають нові очікування і нові потреби щодо свого здоров'я, своєї роботи, свого майбутнього. У межах нової концепції маркетингу найважливішим є процес взаємодії і побудова системи партнерських відносин у всіх площинах усіх учасників бізнесової взаємодії: державних органів, постачальників - виробників товарів, підприємств оптової торгівлі, посередників, об'єднань громадян.

Список використаних джерел:

1. Котлер Ф. Управление маркетингом: Сокр.пер. с англ.- М.: Экономика, 1980. - 224 с.
2. Маркетинг: Підручник / Руделіус В., – 3-тє вид. К. : Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. – 648 с.
3. Сталий розвиток, екологія, народонаселення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.un.org/ru/rights>

ОСНОВНІ СПОСОБИ ФОРМУВАННЯ НОВИХ РИНКІВ

Подольчак Надія Ігорівна

кандидат економічних наук, Національний університет «Львівська політехніка»

Новий ринок передбачає утворення та продукування чогось «нового», невідомого – нові товари, послуги, роботи, нові способи їх отримання тощо. Такий ринок утворюється від взаємодії нових попиту та пропозиції на нові товари, послуги чи роботи, які ще не існували до того, або яких ще у такий спосіб не виокремлювали чи таким чином не продавали. На основі аналізу наукової літератури [1,2,3,4] виділено такі способи формування «нових ринків» (рис. 1):

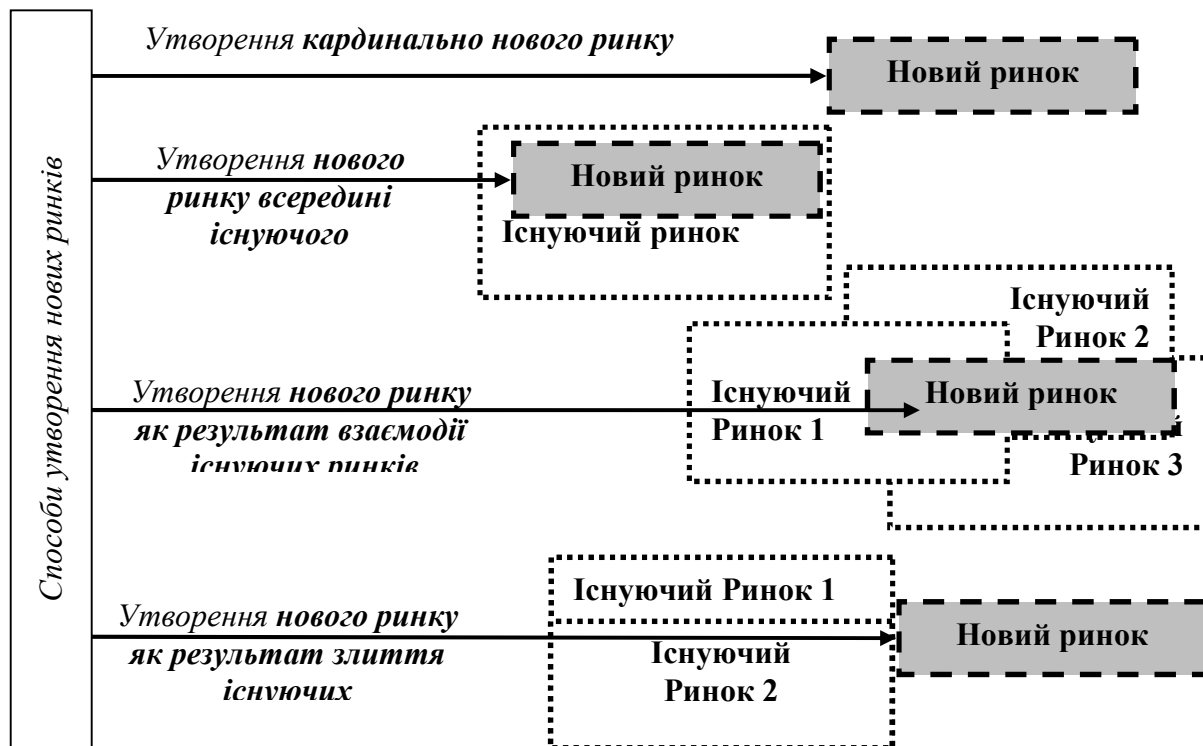


Рис. 1. Способи утворення нових ринків

-кардинально нові ринки – це ринки, які утворилися внаслідок створення нового товару, послуги чи роботи, що дало змогу задовольнити нові потреби споживачів чи у новий спосіб, внаслідок чого сформувалися нові споживачі. Приклад: ринок роботів, Face book;

-нові ринки всередині вже існуючих – це ринки, що виникають в результаті виокремлення окремої (-их) ознаки існуючого товару (послуги, роботи) та акцентування на ній, не втрачаючи основного призначення.

Приклад, компанія Kodak створила сторінку в Інтернеті, де її клієнти могли розміщувати свої фотографії та обмінюватися враженнями;

-нові ринки, як результат взаємодії вже існуючих – це ринки, які виникли внаслідок використання потенціалу існуючих ринків для отримання нового або модифікованого продукту. Приклад: ринок мобільних телефонів – сучасні моделі телефону поєднують функції телефону, камери, комп'ютера, освічувальних пристроїв тощо;

-нові ринки, як результат об'єднання вже існуючих – це ринки, що функціонують внаслідок поєднання існуючих ринків для утворення удосконаленого продукту. Приклад: ринок торгівельних центрів – об'єднання ринків роздрібної та гуртової торгівлі різногрупових товарів (харчових продуктів, промислових товарів, товарів легкої промисловості) та ринку розваг (кінотеатри, кафе, боулінги, ковзанки, дитячі лабіринти).

Отже, формування нового ринку можливе у чотири способи: кардинально новий ринок, новий ринок у середині існуючого, новий ринок як результат взаємодії існуючих ринків та новий ринок як результат об'єднання існуючих.

Список використаних джерел:

1. Альошина С., Бочарський К. Теорія обмежень доктора Голдратта – [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://osvita.ua/add-education/articles/tehnol/9302/>
2. Тамберг В., Бадьин А. Семь принципів розвитку сетевого ефекта – [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.management.com.ua/marketing/mark229.html>
3. Чан Ким, Рене Моборн. Стратегія голубого океана – [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://marketing.web-standart.net/node/49696>
4. Теорія довгих хвиль М. Д. Кондратьєва – [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://library.if.ua/books/4.htm>

ПОРТРЕТ СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА В СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Рибчинська Тетяна Юріївна

студентка Луцького національного технічного університету

Ефективність процесу управління підприємством в цілому, так і управління персоналом зокрема, значною мірою зумовлена двома чинниками: хто керує і як керує.

Сучасний менеджмент персоналу виділяє різні типи керівників і визначає особисті і ділові якості, якими повинен бути наділений сучасний керівник.

До особистих якостей керівника відносять: інтелект, ініціативу, етичність, чесність, довіру до підлеглих, комунікабельність, здатність вести за собою, доброзичливість, впевненість у собі, незалежність.

До ділових якостей керівника: компетентність, економічну грамотність, підприємливість, уміння організовувати, вимогливість, критичність, новаторство, холоднокрівність у кризових ситуаціях, уміння знайти компромісне рішення.

Цінні поради керівникові щодо поліпшення особистісних рис та навичок особистих взаємин з персоналом доцільно пошукати у мудрого Дейла Карнегі: 6 правил, як сподобатися людям, 12 правил, дотримання яких дозволяє схилити людей до Вашої точки зору, 8 розумних порад щодо спілкування [1].

Для того щоб досягти успіху в роботі колективу, існує ряд стандартних вимог, на які повинні звернути увагу кожний сучасний керівник: здатність до планування та прийняття рішень, робота з персоналом, організованість та раціональне використання часу, комунікація, навички спілкування, забезпечення розвитку членів колективу, лідерство, управління змінами [2].

Існує безліч і інших підходів до визначення вимог і рис, якими повинен бути наділений сучасний керівник, щоб ефективно управляти персоналом підприємства. Крім того, вважаємо, що до загального портрету сучасного керівника варто додати ще декілька наступних пунктів: 1) неповторність керівника – він повинен бути провідником управлінської майстерності: у центр діяльності ставити особистість, систему соціальнозначущих людських рис, творчий потенціал, персоналізацію внеску кожного у спільну діяльність, персоналізацію професійних знань; 2) вміння впроваджувати нову етику управління персоналом – партнерсько-рівноправний стиль взаємин, відмову від декларативного спілкування; 3) здібність знаходити золоту серединку між добротою і суворістю, слабкістю і силою, простотою і складністю, правдою і неправдою, чуйністю і безсердечністю – це бажання піклуватися про інших, намагатися зробити життя людей, які поруч із тобою легшим і щасливішим; 4) здатність орієнтуватися в сучасних технологіях, а саме володіти філігранною технікою управління, яка вимагає особливої уваги до дрібниць і деталей управління персоналом, володіти технологією профілактики і подолання професійного стресу, що дасть змогу швидко знаходити контакт з персоналом, вміло організовувати виробничий процес.

Отже, ефективне управління персоналом багато в чому буде залежати від особистих та професійних якостей керівника. Кожний керівник повинен знати базові рекомендації, які сформувались на основі багаторічних досліджень вчених у галузі управління персоналом, але вміти гнучко їх застосовувати і дотримуватись, адже в управлінні людьми не може бути однакових шаблонів і правил, так як не існує «стандартної людини», якою можна легко керувати, використовуючи стандартні прийоми і методи.

Список використаних джерел:

1. Гірняк, О. М. Менеджмент: теоретичні основи і практикум: навч. посібник / О. М. Гірняк, П. П. Лазановський. – К.; Львів : Магнолія плюс: Новий світ-2000, 2003. – 354 с.
2. Мескон М. Х. Основы менеджмента: [пер. с англ.] / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: «Дело», 1992. – 699 с.

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Токарєва Олена Федорівна

магістрант Полтавського національного технічного університету
ім. Ю. Кондратюка

У даний час розвиток науково-технічної діяльності, технічне переозброєння виробництва, розробка та впровадження інновацій є стимулом для покращення стану машинобудівної галузі.

Функціонування вітчизняних машинобудівних підприємств відбувається в умовах постійних змін зовнішнього, а також внутрішнього середовища, що зумовлено низкою таких чинників як: відсутність стабільного законодавства; низький рівень розвитку ринкової інфраструктури; гострий дефіцит фінансових ресурсів; незбалансованість виробничої структури тощо [1].

Інноваційний розвиток визначають як процес господарювання, що опирається на постійний пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємства в непостійних умовах зовнішнього середовища в рамках обраної місії й прийнятої мотивації діяльності і який пов'язаний з модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту [2].

Основними напрямками для інноваційного розвитку машинобудівних підприємств є: впровадження та освоєння оновлених технологічних процесів; виготовлення нової та вдосконалення існуючої

продукції; ефективний розподіл та використання ресурсів за напрямками технічного розвитку; проведення навчання, підготовки та перепідготовки персоналу у сфері інновацій; удосконалення маркетингової та збутової політики підприємства тощо.

Практичний досвід вітчизняних машинобудівних підприємств у сфері інновацій свідчить про їх широке застосування в усіх сферах виробництва. Так, ПАТ «Хорольський механічний завод» працює на ринку зернопереробного обладнання. Асортимент продукції підприємства включає 70 видів, в тому числі зерноочисні сепаратори, обладнання для виробництва круп. Останнім часом було освоєно виготовлення млинів продуктивністю від 30 тонн і вище, комбікормових заводів з можливістю комп'ютерного контролю технологічного процесу.

ПАТ «Карлівський машинобудівний завод» постачає обладнання для елеваторної, цукрової та харчової промисловості України, а також СНД і Східної Європи. Завод впровадив у виробництво нові види оснащення для елеваторної промисловості: зерносушарки продуктивністю 10-50т/год.; норії продуктивністю 10-350 т/год, висотою до 60 м; стрічкові, скребкові, ланцюгові, гвинтові конвеєри різної довжини то продуктивності; системи очищення зерна й аспірації (сепаратори, циклони, вентилятори); силоси для безтарного зберігання зерна й борошна.

ПАТ «Галещина, машзавод» базується на виробництві ґрунтообробної техніки – борін, культиваторів і запасних частин до них. На заводі розпочато і налагоджено серійне виробництво десяти моделей ґрунтообробної техніки під різні класи тракторів (від 14 до 50 кН), крім того постійно ведуться розробки нових видів продукції.

ПАТ «Кременчуцький колісний завод» випускає понад 165 модифікацій ободів, коліс і деталей до них загальною кількістю 3,5 млн. шт. на рік. Важливими аспектами діяльності підприємства є модернізація та розширення технологічної бази.

Отже, розвиток вітчизняних машинобудівних підприємств залежить від їх активності у сфері інновацій. Тому кожне машинобудівне підприємство повинно розробляти стратегії щодо управління інноваціями з урахуванням досвіду інших підприємств.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко С.Г. Основи технології машинобудування: Навчальний посібник. – Львів «Магнолія 2006», 2007 – 500 с.
2. Черноіванова Г.С. Особливості інноваційного розвитку підприємства в сучасних умовах країни. Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/kgm_econ/2010_92/staty_92/64-70.pdf

УПРАВЛІННЯ КАР'ЄРНИМ ЗРОСТАННЯМ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА (на прикладі Вінницького олієжиркомбінату)

Штуй Леся Анатоліївна

студентка Вінницького соціально-економічного інституту Університету «Україна»

Питання кар'єрного зростання зачіпають тією чи іншою мірою усіх працівників підприємств, організацій, установ. Особливо вони загострилися з переходом до ринкових засад господарювання, коли багато функцій, що стосувалися супроводу кар'єрного зростання працівників (освіта, здоров'я, соціальний захист тощо) держава в явній чи неявній формі віддала на відкуп найманих працівників та роботодавців. В цих умовах управління кар'єрним зростанням працівників стає особливо актуальним.

Розробці проблематики кар'єрного зростання працівників в ринкових умовах сприяли публікації В. М. Данюка та ін. [1], А. П. Єгоршина [2], В. П. Журавльова й ін. [3], Г. М. Кір'яна [4], А. В. Шегди [5], С. В. Шекшні [6] та ін. Однак у них недостатньою мірою висвітлені конкретні проблеми вітчизняних підприємств щодо управління кар'єрним зростанням працівників. Саме на них ми й акцентували увагу в нашому дослідженні.

Кар'єра працівника зазвичай трактується як індивідуально усвідомлені судження людини про своє трудове майбутнє (очікувані досягнення, просування по службовій драбині), що пов'язується зі зміною розмірів винагороди за працю.

Розрізняють професійну та внутрішньоорганізаційну кар'єри. Перша з них характеризується тим, що кожна людина в процесі своєї професійної трудової діяльності проходить різні стадії розвитку (навчання, вступ на роботу, професійне зростання, поліпшення індивідуальних професійних здібностей, вихід на пенсію) в одній чи декількох організаціях, друга – охоплює послідовну зміну стадій розвитку працівника в рамках однієї організації. Вона реалізується в трьох основних напрямках: вертикальному (підйом на вищу сходинку в службовій ієрархії); горизонтальному (переміщення в іншу функціональну сферу діяльності на тому ж рівні, але з ускладненням операційних завдань); центроспрямованому (рух до ядра, до керівництва організації, навіть без зміни посади).

Звичайно, кар'єра працівника значною мірою залежить від його потенційних можливостей, професійних інтересів, нахилів та здібностей. Водночас вона кар'єра залежить і від середовища, в якому працівник живе і діє. Тому не тільки внутрішні, а й зовнішні стимули, що йдуть від

суспільства, трудового колективу та сім'ї, спонукають працівника до кар'єрного зростання.

Ми вважаємо, що кар'єра працівника може бути найбільш успішною, якщо його діяльність тривалий час проходить у межах однієї організації – при послідовній зміні посад нижчого рівня на посади вищого рівня.

На підприємствах, аби процеси кар'єрного зростання працівників були результативними, ними необхідно управляти. Найбільш дієвим засобом такого управління є планування. Його основу складає документ, що має назву кар'єрограми; зазвичай, це графік службового зростання працівника із зазначенням посад, необхідного освітнього рівня, необхідних знань та вмій і розмірів винагороди. За приклад вискоєфективного управління кар'єрним зростанням працівників часто ставлять японський досвід.

Загалом планування трудової кар'єри працівників підприємства має бути спрямоване на забезпечення зв'язку між їхніми цілями та цілями самого підприємства, що впливають з його корпоративної, ділових та функціональних стратегій. Однак планування трудової кар'єри персоналу підприємства не обмежується лише його раціональною розстановкою. Воно має забезпечити подальший розвиток персоналу, професійно-кваліфікаційне просування працівників, а в разі необхідності – їхню перепідготовку. Це потребує тісного взаємозв'язку планування кар'єри та планування виробничої адаптації, атестації персоналу, його професійного навчання, формування резерву керівників організації. Підвищення рівня професіоналізму, самоствердження працівників є важливими чинниками вдосконалення професійної структури персоналу підприємства.

Коротко розглянемо особливості управління трудовою кар'єрою працівників на ПАТ «Вінницький олійножировий комбінат».

За модель управління розвитком кар'єри фахівців на підприємстві обрано модель партнерства. Вона передбачає співробітництво трьох сторін – працівника, його керівника та відділу кадрів підприємства. Працівник несе безпосередню відповідальність за планування й розвиток власної кар'єри, керівник виступає в ролі наставника свого співробітника, а відділ кадрів відіграє роль професійного консультанта та, водночас, узгоджує процесом розвитку кар'єри кожного працівника.

Професійно-кваліфікаційне просування фахівців ПАТ «Вінницький олійножировий комбінат» проводиться на основі: а) встановлених вимог до працівника, що обіймає певну посаду; б) обґрунтування напрямів просування працівника по службовій ієрархії; в) додержання принципів планомірності та послідовності в професійно-кваліфікаційному просуванні; г) активної участі працівника у плануванні власної трудової

кар'єри; д) об'єктивної оцінки трудової діяльності працівника при рекомендації його на вищу посаду.

У питаннях управління кар'єрним зростанням працівників ПАТ «Вінницький олійножировий комбінат» співпрацює з Асоціацією «Укरोліяпром», зокрема з питань підвищення кваліфікації кадрів. Працівники комбінату беруть участь у конференціях, семінарах, курсах, нарадах, зборах, які організує Асоціація. Крім того, фахівці комбінату беруть участь у навчаннях з питань якості та стандартизації, які проводяться під егідою ДП «Вінницястандартметрологія». Вони взяли участь у семінарах «Система НАССР (Аналіз ризиків та критичні контрольні точки) – основна модель управління якістю та безпекою харчових продуктів» та «Сходження до європейської досконалості». За участь у них фахівці комбінату отримали свідоцтва та дипломи. На базі підприємства керівники різного рівня та резерв керівного складу відвідують семінар з питань екологізації виробництва.

Отже, на ПАТ «Вінницький олійножировий комбінат» приділяється певна увага питання кар'єрного зростання працівників, але відпрацьованої системи управління цим процесом ще не створено. Тому це може стати предметом наших подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Данюк В. М. Менеджмент персоналу : навч. посіб. / В. М. Данюк, В. М. Петюх, С. О. Цимбалюк та ін. ; за заг. ред. В. М. Данюка, В. М. Петюха. – К. : КНЕУ, 2004. – 398 с.
2. Егоршин А. П. Управление персоналом : учебник для вузов. – 4-е изд., испр. – Н. Новгород : НИМБ, 2003. – 720 с.
3. Журавлёв В.П. Мировой опыт в управлении персоналом. Обзор зарубежных источников / Журавлёв В.П., Кулапов М.Н., Сухарев С.А. – Екатеринбург : Деловая книга, 1998. – 232 с.
4. Кір'ян Т.М. Праця, зарплата, соціальний захист: проблеми та шляхи вирішення / Кір'ян Т.М. – К. : Соцінформ, 2002. – 325 с.
5. Шегда А. В. Менеджмент : навч. посіб. / А. В. Шегда. – К. : т-во «Знання», КОО, 2002. – 583 с. – («Вища освіта ХХІ століття»).
6. Шекшня С. В. Управление персоналом современной организации : учеб.-практ. пособие / Шекшня С.В. – [4-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-синтез», 2000. – 363 с. – (Библ. журн. «Управл. персоналом»).

АУДИТ ФОНДУ ОПЛАТИ ПРАЦІ ТА РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ ПРАЦІВНИКАМ

Овсюк Ніна Василівна

кандидат педагогічних наук, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

В умовах проведення економічних реформ, коли соціальна політика держави спрямована на підвищення якості життя та добробуту населення аудит фонду оплати праці та розрахунків за виплатами працівникам, як основного джерела доходів працездатних громадян набуває подальшого вагомого значення у суспільстві.

На одному з останніх засідань Комітету з економічних реформ 6 вересня 2012 р. особливу увагу було звернуто на підвищення рівня зайнятості населення та заробітної плати. Тому, з метою виконання поставлених завдань, визначення та удосконалення методики аналітичних процедур при аудиті фонду та розрахунків з оплати праці є досить актуальним.

Метою публікації є визначення аналітичних процедур, доцільних при виконанні аудиту фонду оплати праці та розрахунків за виплатами працівникам, дослідження їх особливостей та напрямів удосконалення.

Науковці, які займаються вирішенням проблем аудиту, такі як Н. Дорош, Т. Каменська, О. Петрик, І. Пилипенко, О. Редько, В. Сопко, В. Шевчук та інші, в своїх працях досліджували аспекти розвитку аудиту, методику аналітичних процедур при аудиті різних об'єктів. Але в умовах поглиблення ринкових відносин аудит фонду оплати праці та розрахунків за виплатами працівникам потребує подальшого дослідження.

Перевірка штатного розкладу, а також нарахувань з оплати праці є одним з головних напрямів контролю за правильним використанням встановленого на підприємстві фонду оплати праці.

Результат перевірки потрібно узагальнити в наступній таблиці 1, яка додається до аудиторського висновку[1].

Таблиця 1

Розрахункова таблиця штатних одиниць та нарахованої заробітної плати працівникам підприємства

Посада	Встановлено і зареєстровано		Фактично		Відхилення		Протягом якого терміну використано-вуються	Загальний результат	
	кількість штатних одиниць	тарифна ставка	кількість штатних одиниць	тарифна ставка	кількість штатних одиниць	тарифна ставка		Перевитрата (+)	Економія (-)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Наведені дані в таблиці 1 повинні бути підтверджені документально. Ці дані потрібно ретельно перевірити, тому що в документах підготовлених за результатами аудиту будуть вказані посадові особи винні у виникненні порушень та зловживань.

Аудит фонду оплати праці має важливе значення в системі загального контролю. На підприємствах заробітна плата разом з нарахуваннями складає значну частину витрат. Тому перевірячі фонду заробітної плати потрібно приділяти особливу увагу.

Починати перевірку фонду оплати праці потрібно з визначення правильності і своєчасності розрахунків з оплати праці. Плановий фонд оплати праці підприємства потрібно співставити з фондами оплати праці між його структурними підрозділами, що допоможе виявити випадки незаконного «резервування» частини фонду оплати праці, який залишається у розпорядженні керівництва підприємства або, навпаки, з'ясувати заплановане підприємством перевищення фонду оплати праці.

Після перевірки правильності оформлення планового фонду оплати праці потрібно перевірити його фактичний склад.

Аудит використання фонду оплати праці по категоріям працівників потребує використання методів аналізу господарської діяльності і повинен бути ув'язаний з різними показниками виконання планів підприємства.

Доцільно окремо аналізувати фонд оплати праці виробничого персоналу і адміністративного.

Особливо ретельно потрібно перевіряти фонд оплати праці робітників позаштатного складу. Аудитор повинен з'ясувати, чи правильно були нараховані суми до виплати цим працівникам.

Даними для перевірки звітнього фонду оплати праці слугують картки аналітичного обліку основної і додаткової заробітної плати, особові рахунки робітників і службовців. Одночасно потрібно використовувати дані перевірки касових операцій з метою виявлення тих випадків оплати

праці, які не були відображені на рахунку основної і додаткової заробітної плати, а тому не враховані в звітному фонді оплати праці.

Під час перевірки окремих виплат позаштатному складу потрібно встановити, чи були вони оформлені трудовими договорами, чи існують документи, що підтверджують дійсне виконання робіт (акти виконаних робіт, наряди тощо).

При аудиті розрахунків з робітниками і службовцями необхідно встановити правильність оформлення виконаних робіт, нарахування заробітної плати, утримань із неї та своєчасність проведення розрахунків з працівниками.

Правильність нарахування заробітної плати перевіряється за допомогою розрахунково – платіжних відомостей, які потрібно співставляти з записами в особових рахунках.

Перевірка фонду оплати праці і розрахунків за виплатами працівникам є досить трудомістким процесом. Однак вибір методів і процедур перевірки – це право самого аудитора на власне професійне судження. Разом з цим, таке судження обов'язково має бути аргументованим, обґрунтованим і задокументованим у робочих документах аудитора[2].

Аудит як важливий вид фінансового контролю має не тільки підтверджувати достовірність облікових даних, а й робити діагностику ефективності діяльності господарюючого суб'єкту для розробки стратегічних програм розвитку бізнесу[3]. Зазначене дасть змогу прогнозувати фінансову діяльність підприємства, впливати на ефективність його роботи, запобігати банкрутству та іншим негативним явищам.

Список використаних джерел:

1. Лазуренко В.І. Аудит: підручник / [В.І. Лазуренко, В.Ю., Захарченко, А.О. Соболю]. – Донецьк: Каштан, 2011. – 496 с.
2. Редько О. Ю. Процедури аудиту як основа професійної практики / О.Ю.Редько, К. Редько // Бухгалтерський облік і аудит. – 2011. - №6. – С.45-50.
3. Сурніна К. Методика аналітичних процедур при аудиті фінансової звітності (на прикладі хлібопекарних підприємств України) / К.Сурніна // Бухгалтерський облік і аудит. – 2012. - №5. – С.41-48.

ВИКОРИСТАННЯ ТРАНСПОРТНОЇ ЗАДАЧІ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Бантос Денис Андрійович

студент Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету

Гулівата Інна Олександрівна

кандидат педагогічних наук, Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

Однією з актуальних можливостей, які надають сучасні автоматизовані інформаційні системи управлінцям, є можливість моделювання виробничих процесів з метою найбільш ефективного на них впливу. Тому управлінці повинні усвідомлювати роль моделювання та його значення в економіці й бути обізнаними з теорією економіко-математичного моделювання для успішного прийняття управлінських рішень.

Головне завдання фахівців з економіки та підприємництва — керувати економічними системами, розробляючи і впроваджуючи стратегічні та тактичні плани. Управлінська діяльність економічними системами — це, по суті, використання знань про системи, здобуття нової інформації та застосування її з метою відшукування найефективніших способів досягнення заданих результатів[1], що відображено у працях відомих вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як Вітлінський. В.В.[3], Бурак Я.Й.[2] та інших.

Особливе місце серед економіко-математичних моделей займає транспортна задача. Застосування цієї задачі під час прийняття управлінських рішень надає можливість раціонально розподілити кошти і час підприємства, що позитивно впливає на його розвиток.

У загальній постановці транспортна задача полягає у знаходженні оптимального плану перевезень деякого однорідного вантажу з m баз A_1, A_2, \dots, A_m n споживачам B_1, B_2, \dots, B_n [1, с.209].

Розглянемо, як може бути застосована транспортна задача, на конкретному підприємстві м. Вінниці «Авіс», задля знаходження раціонального плану перевезень продукції. Підприємство «Авіс» виготовляє три види майонезу «Лагідний», «Провансаль», «Європейський»

-150, 60 та 80 тисяч одиниць продукції на тиждень, відповідно. Гуртові замовники міст Гайсин, Козятин, Бершадь, Ямпіль потребують 110, 40, 60 та 80 тис. од. продукції на тиждень. Вартість транспортування 1000 од. продукції замовникам регламентована у договорі перевезень (Таб.1).

Таблиця 1.

Вартість транспортування продукції

Вид продукції	Вартість транспортування 1000 од. продукції замовнику			
	<i>Гайсин</i>	<i>Козятин</i>	<i>Бершадь</i>	<i>Ямпіль</i>
<i>Лагідний</i>	4	4	2	5
<i>Провансаль</i>	5	3	1	2
<i>Європейський</i>	2	1	4	2

Перед менеджером підприємства постає завдання визначити раціональний план перевезень продукції, що мінімізує загальну вартість транспортних послуг.

Застосування транспортної задачі для поставленого завдання надає можливість знайти оптимальний розв'язок, відповідно до якого вартість перевезень буде оптимальною, якщо Гайсин отримає 90 тис. од. продукції «Лагідний» і 20 тис. од. продукції «Європейський». Козятин отримає 40 тис. од. продукції «Європейський», Бершадь отримає 60 тис. од. продукції «Лагідний», а Ямпіль отримає 60 тис. од. продукції «Провансаль» і 20 тис. од. продукції «Європейський». Вартість перевезень складатиме 720 умовних одиниць. Саме така модель надає можливість науково обґрунтувати правильність розв'язання поставленої практичної задачі.

На сучасному етапі розвитку суспільства та економіки фахівці мають постійно вдосконалювати принципи і методи керування складними економічними системами. В даних умовах управлінець має володіти основними принципами та прийомами математичного програмування, та вміти застосовувати їх на практиці. Таким чином широке коло економічних задач, пов'язаних з управлінням складними процесами потребують використання сучасних методів оптимізації та прийняття управлінських рішень.

Саме застосування транспортної задачі для розв'язання розподільчих завдань у різних сферах економічної діяльності, дає змогу отримувати найефективніші результати та успішно застосовувати їх на практиці.

Список використаних джерел:

1. Наконечний С. І., Савіна С.С. Математичне програмування : Навч. Посіб. – К.: КНЕУ, 2007. – 452 с.

2. Бурак Я. Й., Гачкевич О. Р., Терлецький Р. Ф. Моделювання та оптимізація в термомеханіці електропровідних неоднорідних тіл: [монографія: у 5 т.] / НАН України; Інститут прикладних проблем механіки і математики ім. Я.С.Підстригача / Ярослав Йосипович Бурак (заг.ред.), Р.М. Кушнір (заг.ред.) — Л. : СПОЛОМ, 2006.
3. Вітлінський В. В. Моделювання економіки : Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2005. — 408 с.

БАНКІВСЬКИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПОСТКРИЗОВІ ТЕНДЕНЦІЇ

Артеменко Олександр Сергійович

заступник начальника відділу грошового обігу та касових операцій,
Філія-Сумське обласне управління АТ «Ощадбанк»
м. Суми

Однією з умов забезпечення стабільності фінансової системи країни та конкурентоздатності банків в ринкових умовах слід визнати умови ведення банківського бізнесу в країні. Вони визначають, по-перше, інвестиційну привабливість банківського сектору країни та економіки в цілому, по-друге, якість фінансового посередництва в країні (доступність оптимальних за співвідношенням «ціна-якість» банківських послуг), по-третє, фінансові результати банків та банківської системи, та як наслідок, певною мірою стабільність фінансового сектору країни. Згідно міжнародних джерел інформації [1], рівень привабливості умов ведення бізнесу в цілому в Україні є низьким – за рейтингом Світового банку (індексом легкості ведення бізнесу) Україна у 2011 р. посіла 145 місце зі 183, а за рейтингом, складеним діловим американським виданням «Forbes» – 104 зі 141 місця. Свідченням несприятливих умов ведення банківського бізнесу в Україні є вихід значної кількості іноземних банків з ринку банківських послуг України (SEB Group, Commerzbank, Swedbank, Renaissance Capital та ін.).

Аналіз динаміки вартості фінансових ресурсів банків України дає змогу простежити чітку тенденцію до їх зростання у докризовий період, що обумовлено, по-перше, загальним підвищенням процентних ставок на ринку під впливом позитивної економічної динаміки та підвищеним попитом і пропозицією на фінансові ресурси, а по-друге, масштабами діяльності банків, що знаходить своє відображення через високі темпи нарощення процентних зобов'язань. Досліджуючи вартість фінансових ресурсів в розрізі груп банків, слід відмітити, що малі банки (4 групи за класифікацією НБУ) мали обмежені можливості щодо залучення дешевих ресурсів, порівняно з великими банками 1 та 2 групи. Крім того, зі зникненням таких можливостей у великих банків у 2010-2011 рр. середньозважена вартість фінансових ресурсів встановилася на одному рівні.

Традиційно пріоритетним напрямком ведення банківського бізнесу є кредитування, що обумовлено як значущістю капіталотворчої функції банків, так і ключовим місцем в структурі банківських доходів. В умовах

посилених зовнішніх ризиків та невизначеності внутрішнього розвитку економіки країни кредитна активність банків відновлюється недостатніми темпами. Так, приріст кредитного портфелю за 9 місяців 2012 року становив 3,5%. Динамічне зростання обсягу кредитного портфеля протягом 2007-2008 рр. об'єктивно супроводжувалося підвищенням рівня кредитного ризику. Свідченням вищезазначеного є динаміка частки проблемної заборгованості банків України, яка за офіційними даними НБУ за період з 2007 по 2011 роки зростає з 1,31% до 9,61 %.

Ведення банківського бізнесу в Україні ускладнюється слабкістю операційного середовища банківського бізнесу, що обумовлено передусім високою залежністю реального сектору економіки від кон'юнктури зовнішніх товарних ринків; низьким рівнем прозорості економіки; високим рівнем волатильності нормативно-правового поля та високими системними ризиками. Аналіз окремих індикаторів ведення банківського бізнесу в Україні та тенденцій їх розвитку, зокрема вартості фінансових та не фінансових ресурсів, кредитної активності та активності банку в цілому на фінансовому ринку, якості кредитного портфеля банків України дають змогу стверджувати про необхідність формування збалансованої та зваженої за критеріями «дохідність-ризик» політики банку в умовах провадження бізнесу в Україні.

Список використаних джерел:

1. Рейтинг ведення бізнесу-2012 [Електронний ресурс] / Doing Business. – Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2012>. – Назва з екрану.
2. Standard & Poor's BICRAs Highlight The Shifting Balance In Global Banking [Electronic resource]. – Mode of Access <http://www.standardandpoors.com/home/en/us>. – Title from the screen.

РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Батицька Вікторія Дмитрівна

студентка інституту економіки та менеджменту Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Реформування та розвиток інформаційних технологій (ІТ) у діяльності банків у сучасних умовах постійного зростання клієнтської бази, обсягів операцій, попиту на нові високоякісні послуги та посилення конкуренції серед КБ є дієвим інструментом підвищення ефективності діяльності банку. Вкладаючи кошти в програмне забезпечення, комп'ютерне та телекомунікаційне обладнання й створення бази для

переходу до нових обчислювальних платформ, банки, у першу чергу, прагнуть до здешевлення та прискорення своєї рутинної роботи й перемоги в конкурентній боротьбі. Нові ІТ допомагають банкам змінити взаємовідносини з клієнтами та знайти нові засоби для отримання прибутку.

Питання, які стосуються вказаної проблематики, розглядалися в наукових працях таких вчених, як І. Брітченко, О. Вовчак, Є. Горобець, В. Дік, А. Нікітін, А. Олійник, І. Рогач, В. Степаненко та ін.

Загалом визнано, що впровадження сучасних ІТ якісно пришвидшує отримання необхідної інформації, усуває посередників між виробниками та споживачами, скорочуючи тим самим як шлях до кінцевого використання, так і витрати на нього. Згідно зі звітом E-markets, онлайнова форма обслуговування є найбільш ефективною при продажу програмного забезпечення, обладнання, книг, квитків, страхових і фінансових послуг [2, с. 195].

В якості прикладів передових ІТ, що використовуються в банківській діяльності, можна назвати:

- 1) бази даних на основі моделі «клієнт-сервер» (характерне використання ОС Unix та БД Oracle);
- 2) засоби міжмережевої взаємодії для міжбанківських розрахунків;
- 3) служби розрахунків, повністю орієнтовані на Інтернет, або, так звані, віртуальні банки;
- 4) банківські експертно-аналітичні системи, що використовують принципи штучного інтелекту [1].

Сучасний розвиток ІТ банку вимагає принципово нових рішень, спрямованих на реалізацію безпаперових низьковитратних технологій масового обслуговування з високою пропускнуою здатністю, можливістю полегшеного тиражування, що відрізняються високим ступенем централізації систем і процесів з підвищеними вимогами до надійності систем. Тому, на сьогодні, більшість банків перейшли до системи, що дістала назву онлайн-банкінг, в якій клієнти банку можуть управляти своїми рахунками з будь-якого місця світу, а також здійснювати низку операцій дистанційного характеру різними способами: за телефоном – телебанкінг; через персональний комп'ютер, тобто через локальні або спеціальні комп'ютерні мережі – РС банкінг; через глобальну комп'ютерну мережу Інтернет – інтернет-банкінг; за допомогою портативних пристроїв – мобільний банкінг та ін. [4, с. 243].

У сучасному розвитку ІТ у діяльності банків виділяють два напрями:

1. Автоматизація банківських технологій.
2. Стандартизація бухгалтерського обліку.

Ефективність діяльності банку як суб'єкта господарювання може забезпечуватися за рахунок:

- підвищення службової дисципліни, у першу чергу через використання автоматизованої підсистеми контролю доступу та засобів контролю;
- підвищення ефективності кадрового менеджменту завдяки використанню операцій наскрізного контролю бізнес-процесів;
- підвищення продуктивності праці персоналу завдяки виключенню непродуктивних витрат часу й ресурсів на основі аналізу відеоархівів;
- оптимізації й узгодження проведення банківських операцій, документування особливо важливих подій, аналізу ефективності використання банківських ресурсів [3, с. 89].

Варто зазначити, що найбільш перспективним напрямом розвитку банківських ІТ є інтернет-банкінг. Розвиток систем дистанційного обслуговування спричинив до створення різних за обсягом і формами надання банківських послуг систем: «Інтернет-Банк», «Інтернет-Клієнт», домашній банк, теле-банк, мобільний банк або War-Сервіс. За допомогою цих систем виконуються практично будь-які, крім касового обслуговування, вимоги клієнтів банку.

Таким чином, розвиток і впровадження ІТ у проведенні банківських бізнес-процесів, автоматизованих банківських систем і відповідної реорганізації функціональної й організаційної структур дозволить реалізувати основні цілі банківської діяльності, зокрема підвищити швидкість та якість обслуговування клієнтів, розширити ринок послуг, оптимізувати інформаційні потоки, облік і формування звітності, що у підсумку призведе до збільшення банківського прибутку.

Список використаних джерел:

1. Інформаційні технології в банківській системі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://it-tehnolog.com/informatsiyni-tehnologiyi/informatsiyni-tehnologiyi-v-bankivskiy-sistemi/>.
2. Мелесик С. В. Сучасні інформаційні технології у діяльності банків в умовах фінансової глобалізації / С. В. Мелесик // Наук. вісн. – 2006. – Вип. 16.5.
3. Сніщенко Р. Г. Основні аспекти автоматизації банківської діяльності / Р. Г. Сніщенко, В. В. Гладкий // Вісник КДУ ім. Михайла Остроградського. – 2010. – Вип. 5.
4. Чернишова Л. І. Використання сучасних технологій в розрахункових операціях банку / Л. І. Чернишова, Д. С. Журавський // Інновац. економіка. – 2012. – Вип. 4.

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННИХ ПЛАТЕЖІВ НБУ

Ващук Тетяна Миколаївна

студентка інституту економіки та менеджменту Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки

У всьому світі розвиток платіжних систем характеризується поступовим звуженням сфери використання готівки та паперових платіжних засобів, переходом до нових платіжних інструментів і сучасних технологій платежів [2, с. 72].

Дослідженню різноманітних аспектів банківських електронних послуг, платіжних систем і їх ризиків присвячені праці вітчизняних науковців: Б. Адамика, М. Гуцалюка, Н. Єрьоміної, М. Макарової, В. Ющенко, Г. Юрчука та ін. [3].

Система електронних платежів Національного банку України (СЕП) є державною системою міжбанківських розрахунків [4, с. 13–14]. Вона має високий рівень безпеки та надійності проведення міжбанківських переказів коштів у національній валюті. Порівняльну характеристику учасників СЕП наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика учасників СЕП

Станом на 1 жовтня 2011 р.	Станом на 1 жовтня 2012 р.
759 установ, із них: 175 – банки України; 518 – філії банків України; 28 – органи Державного казначейства України; 37 – установи Національного банку України; 1 – ПрАТ «Всеукраїнський депозитарій цінних паперів».	506 установ, із них: 175 – банки України; 265 – філії банків України; 28 – органи Державної казначейської служби України; 37 – установи Національного банку України; 1 – ПрАТ «Всеукраїнський депозитарій цінних паперів».

Укладено автором на основі [1]

За 9 місяців 2012 р. учасниками СЕП здійснено 247357 тис. початкових платежів і електронних розрахункових повідомлень на суму 8328730 млн грн, що більше на 1 % за кількістю та на 12 % за сумою порівняно з аналогічним періодом 2011 р. Переважна більшість початкових платежів і електронних розрахункових повідомлень була надіслана до СЕП банками України – 228714 тис. документів (92 % від їх загальної кількості).

За 9 місяців 2012 р. частка початкових платежів із сумою платежу до 1 тис. грн становила 65 % від загальної кількості початкових платежів. Сума цих трансакцій становила лише 0,5 % від загальної суми проведених через СЕП початкових платежів за цей період.

Учасники системи, ураховуючи свої потреби, самостійно вирішують те, працювати їм за окремим чи консолідованим кореспондентським рахунком. Найбільшою популярністю серед учасників СЕП користувалася третя модель обслуговування консолідованого кореспондентського рахунку. За 9 місяців 2012 р. учасники СЕП, які працювали за цією моделлю, здійснили 129642 тис. початкових платежів та електронних розрахункових повідомлень, що становить 52 % від їх загальної кількості, що на 3362 тис. менше, ніж за аналогічний період 2011 р.

Аналіз статистичних даних роботи СЕП свідчить про те, що система протягом 9 місяців 2012 р. успішно виконувала покладені на неї функції державної системи міжбанківських розрахунків, задовольняла потреби її учасників у переказі коштів, забезпечувала максимальну швидкість, прозорість, високий рівень безпеки та надійності проведення платежів.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт НБУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>
2. Шоколенко О. Ю. Сучасний стан та шляхи вдосконалення платіжної системи України /О. Ю. Шоколенко // Управління розвитком. – 2012. – № 14 (135). – С. 72–74.
3. Коробчук Т. І. Проблеми та перспективи електронних платежів /Т. І. Коробчук, Н. А. Мостовенко // Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси. – 2011. – Випуск 8 (29). – Ч. 3.
4. Діяльність платіжних систем на ринку України в 2011 році // Вісник НБУ. – 2012. – № 03. – С. 12–17.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО КОНСАЛТИНГУ В УКРАЇНІ

Гусач Андрій Сергійович

студент факультету фінансів та банківської справи Київського національного торговельно-економічного університету

Фінансовий консалтинг – це рішення у сфері стратегічного планування, інвестиційного розвитку, прогресивних методів фінансування бізнесу. В США та Європі фінансовий консалтинг є невід’ємною складовою функціонування фінансового ринку та загальноновизнаним засобом забезпечення грамотної поведінки на ньому. [2]

За своєю сутністю фінансовий консалтинг – це діяльність з надання консультаційних послуг юридичним і фізичним особам в сфері фінансового ринку.

Що стосується нашої країни, то на даний час в Україні вже працюють компанії, сферою діяльності яких є фінансове консультування. З появою

фондового ринку та великої кількості нових для України послуг з'явилися фінансові посередники, які надають такі послуги неякісно. Перед фізичними та юридичними особами постало питання: як знайти серед усього цього те, що потрібно?

Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є розвиток фінансового консалтингу, за допомогою якого фізичні та юридичні особи зможуть грамотно використовувати нові фінансові інструменти, що з'являються на ринку. Це матиме позитивний ефект як на макро-, так і на мікрорівні.

Саме тому розвиток фінансового консалтингу є дуже важливим питанням, на шляху вирішення якого стоять деякі проблеми. Слід почати зі складної макроекономічної ситуації країни та загального зниження ділової активності, а також нестабільна політична ситуація. Ця проблема стосується всіх секторів економіки країни, особливо гостро стоїть питання про недосконалу та застарілу в деяких питаннях законодавчу базу, що стосується фінансового консалтингу, то тут вона практично відсутня. [1]

Відсутність культури роботи з незалежними експертами та неготовність спільно з консультантами вирішувати проблеми. Ця проблема пов'язана з менталітетом та діловою культурою: більшість менеджерів просто не бачить необхідності у сторонній допомозі, не бачить потреби у використанні сучасних інструментів фінансового ринку.

Низька проінформованість про сутність фінансового консалтингу. Багато хто навіть не чув про фінансовий консалтинг, а якщо і чув, то не знаю що він собою уявляє конкретно і не знає чим може допомогти.

Неспроможність оцінити корисність консалтингових послуг. У зв'язку з тим, що консалтингова діяльність в Україні знаходиться майже на початку свого розвитку, побачити позитивні результати у великій кількості від надання цих послуг просто неможливо, тому ефективність їх використання є сумнівною для потенційних споживачів, які хочуть бути впевненими в майбутньому позитивному результаті.

Негативний імідж консалтингу через некомпетентність деяких спеціалістів, що рекламують себе як професійні консультанти. Таких випадків не дуже багато, але клієнт, який отримав таку «консультацію» та заплатив за неї гроші у більшості випадків буде скептично ставитись до будь-якої консалтингової компанії.

Для вирішення вищезазначених проблем необхідно з боку держави створити стабільну сучасну законодавчу базу для функціонування фінансового консалтингу як виду діяльності, створити систему контролю за такою діяльністю, а консалтинговим компаніям приймати заходи з покращення іміджу такого виду діяльності, а також заходи по інформуванню потенційних клієнтів про існування такого виду послуг, аргументування його корисності та ведення прийнятної цінової політики.

Список використаних джерел:

1. Проблематика діяльності консалтингових фірм /В.В.Турко,О.Р.Кацедан // Управління у сфері фінансів, страхування та кредиту. - Л. : Видавництво Національного університету "Львівська політехніка". - 2009. – 267 с.
2. Стан, проблеми та тенденції розвитку консалтингу в Україні / В. В. Капильшова // Вісник Запорізького національного університету.- 2010.- №8 – 193 с.
3. Аналіз ринку фінансового консалтингу / Левіщенко О. С. // Збірник наукових праць НТУ. - 2009 – 6 с.

РОЗВИТОК ВАЛЮТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ У ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Казарінов Дмитро Володимирович

здобувач ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ», м. Суми

Більшість заходів з валютного регулювання у 2010 року спрямовувались на відміну (або послаблення впливу) адміністративних інструментів регулювання валютних відносин та їх подальшу лібералізацію (табл. 1). Даний процес обумовлювався як позитивними тенденціями на валютному ринку України, так і зобов'язаннями України щодо поступової лібералізації валютного ринку передбачених Меморандумом про економічну і фінансову політику з МВФ, а також планом заходів з лібералізації валютного ринку в рамках реалізації програми "Стенд-бай".

Ключовим заходом валютного регулювання у 2011 році, стало затвердження Національним банком положення «Про порядок надання банкам і філіям іноземних банків генеральних ліцензій на здійснення валютних операцій». Даним документом суттєво спрощено процедуру ліцензування валютних операцій: замість декількох письмових дозволів на здійснення окремих валютних операцій тепер банк отримує одну генеральну ліцензію із переліком усіх валютних операцій які він має право здійснювати. Також суттєво спрощено вимоги для отримання генеральної ліцензії або для розширення переліку валютних операцій, які нею передбачені. Серед переліку таких вимог Національний банк залишив лише три ключових: відповідність розміру регулятивного капіталу, відсутність заходів впливу або штрафних санкцій за порушення вимог банківського та валютного законодавства України, наявність затверджених керівником банку положень банку щодо виконання відповідних операцій. Як наслідок, можна прогнозувати підвищення конкуренції на валютному ринку України як шляхом розширення спектру

валютних операцій середніми та малими банками, так і шляхом залучення до операцій на валютному ринку філій іноземних банків. Зазначені процеси засвідчують поступальний розвиток валютного регулювання в Україні у контексті фінансової глобалізації.

Таблиця 1

Заходи НБУ щодо валютного регулювання у посткризовий період

Рік	Сутність заходу	Причини застосування та/або очікуваний ефект.
2010	Збільшено на 1 годину часові межі функціонування міжбанківського валютного ринку України.	Оптимізація торгівлі безготівковою іноземною валютою.
	Скасовано вимогу відносно утримання банками, яким було надано кредитну підтримку, середньозваженого курсу гривні до долара США .	Відміна санкцій з огляду на певну стабілізацію міжбанківського валютного ринку України.
	Впроваджено механізм здійснення валютних інтервенцій шляхом проведення з банками операцій купівлі-продажу безготівкової іноземної валюти на умовах "своп".	Хеджування валютних ризиків банків та їх клієнтів.
	Надано можливість здійснювати купівлю безготівкової іноземної валюти на МВР для забезпечення виконання операцій передбачених індивідуальною ліцензією НБУ.	Відновлення норми, яка була скасована на початку 2009 року під час фінансової кризи.
	Погодження НБУ проекту Міжнародної фінансової корпорації (МФК) щодо надання резидентам кредитів та гарантій у гривнях, а також визначення механізму його реалізації .	Сприяння кредитній підтримці реального сектору економіки України.
	Комплексне внесення змін до нормативної бази регулювання валютних операцій, пов'язаних з інвестиційною діяльністю іноземних інвесторів .	Створення сприятливого інвестиційного клімату та активізація інвестиційної діяльності нерезидентів в Україні.
2011	Затверджено положення «Про порядок надання банкам і філіям іноземних банків генеральних ліцензій на здійснення валютних операцій».	Приведення підзаконних нормативних актів у відповідність до законів України та спрощення процедури ліцензування.
	Передбачено використання крос-курсів, розрахованих через курс долара США, для визначення курсів гривні до іноземних валют для яких відсутній щоденний фіксинг до євро.	Оптимізація порядку встановлено офіційних курсів гривні до іноземних валют.
	Внесено зміни щодо порядку функціонування кореспондентських рахунків в іноземній валюті та порядку виконання документів на переказ коштів в іноземній валюті.	Приведення нормативних актів до вимог чинного законодавства, а також покращення процедури примусового виконання рішень судів та інших органів.
2012	Прийнято постанову НБУ №475 «Про зміну строків розрахунків за операціями з експорту та імпорту товарів і запровадження обов'язкового продажу надходжень в іноземній валюті»	Збільшення обсягу пропозиції іноземної валюти на міжбанківському валютному ринку України та недопущення різкої девальвації гривні.
	Прийнято постанову НБУ №476 «Про порядок виплати переказів із-за кордону фізичним особам»	

Джерело: структуровано автором на основі відповідних нормативних актів.

Восени 2012 року спостерігається зворотній процес до збільшення адміністративного впливу Національного банку України на валютний ринок. Даний вплив проявляється у прийнятті постанов Правління НБУ від 16 листопада 2012 року № 475 та № 476 (табл. 1). Постановою № 475 встановлено вимогу щодо обов'язкового продажу на міжбанківському валютному ринку України надходжень в іноземній валюті у вигляді валютної виручки резидентів від продажу товарів за зовнішньоекономічними договорами. Постановою № 476 Національний банк зобов'язав комерційні банки продавати надходження із-за меж України в іноземній валюті на користь фізичних осіб (резидентів та нерезидентів) у сумі, що дорівнює або перевищує в еквіваленті 150 000 гривень за місяць. Дані заходи повинні сприяти збільшенню обсягу пропозиції іноземної валюти на міжбанківському валютному ринку України в умовах від'ємного сальдо платіжного балансу, яке переважно спричиненого несприятливою кон'юнктурою на світових ринках металу. Зазначені зміни повинні забезпечити недопущення різкої девальвації гривні.

Підсумовуючи ретроспективний аналіз розвитку валютного регулювання в Україні нами зроблено наступні висновки. По-перше, валютні відносини, виходячи з їх економічної природи, перебувають у безпосередньому діалектичному взаємозв'язку з процесами фінансової глобалізації та інтеграції. По-друге, національна економіка відноситься до малих відкритих економік, як наслідок, динаміка світових фінансових ринків істотно впливає на кон'юнктуру вітчизняних ринків та обумовлює відповідні зміни у системі валютного регулювання. По-третє, поточні тенденції щодо підвищення адміністративного впливу на валютний ринок України обумовлені намаганнями регулятора втримати відносну стабільність національної валюти у несприятливих макроекономічних умовах.

ДІЯЛЬНІСТЬ НЕДЕРЖАВНИХ ПЕНСІЙНИХ ФОНДІВ В УКРАЇНІ

Ковальчук Іванна Іванівна

студентка інституту економіки та менеджменту Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Усі держави мають певні зобов'язання щодо своїх працюючих громадян і осіб похилого віку, які не працюють. Оскільки діюча солідарна система в Україні є неспроможною задовольнити потреби населення в

достойному пенсійному забезпеченні, актуальним постає питання розвитку недержавних пенсійних фондів (НПФ), які можуть стати оптимальним варіантом вирішення цієї проблеми в нашій країні. Важлива роль НПФ у розвитку економіки полягає не лише в наданні послуг у сфері додаткового пенсійного забезпечення, але і в забезпеченні інвестиційних потреб реального сектору економіки шляхом перерозподілу вільних фінансових ресурсів суб'єктів господарювання й населення.

Питання участі НПФ у реформуванні пенсійної системи досліджували такі вітчизняні науковці, як М. М. Бабірад, А. О. Бахмач, В. М. Геєць, І. Ю. Кондрат, Е. М. Лібанова, О. В. Мелешко, М. П. Шаваріна та ін. [2].

НПФ в Україні розпочали свою діяльність з 2004 р і є новими інститутами в економіці країни. НПФ – неприбуткова юридична особа, яка не може бути проголошена банкрутом та ліквідована згідно з законодавством про банкрутство. Відповідно до норм законодавства, НПФ створюються у формі відкритих, корпоративних і професійних пенсійних фондів [3].

Аналіз динаміки розвитку НПФ свідчить, що в 2011 р. в Україні функціонувало 97 НПФ, з них 83 – відкриті, які є доступними для усього населення, 9 – корпоративні та 9 професійні. Найбільша кількість НПФ в Україні була в 2008 р. – 110. Та незважаючи на зменшення загальної кількості НПФ у посткризовий період, кількість укладених з ними пенсійних контрактів постійно зростає. При цьому переважною більшістю учасників контрактів є особи вікової групи 25–40 років. У період з 2006 по 2011 р. частка активів НПФ у ВВП зросла від 0,022 % до 0,12 %, а інвестиційний дохід цих фондів зріс за цей же період з 0,004 % ВВП до 0,045% ВВП [2].

У цілому, як бачимо, спостерігається позитивна динаміка діяльності НПФ, проте в цій сфері залишається багато проблем. Основна з них, яка стримує зростання інвестиційного доходу НПФ, – незначний обсяг залучених пенсійних внесків для здійснення диверсифікації пенсійних активів у дохідні фінансові інструменти. Причиною проблеми є те, що для більшості українців НПФ залишаються невідомим явищем, а нестабільність економічної (в т. ч. банківської) системи підірвала останню довіру населення до фінансових установ. Саме тому з майже 21 млн осіб працюючого населення до НПФ залучено менше 2 %. Більшість тих, хто робить внески до НПФ – це юридичні особи, лише 4 % внесків до НПФ становлять платежі фізичних осіб [1].

Іншою проблемою є розподілення пенсійних активів, зокрема нестача фінансових інструментів, в які можна прибутково інвестувати

накопичені в НПФ кошти. Структура вкладень накопичених пенсійних активів є дещо консервативною й направлена в основному на збереження пенсійних заощаджень громадян, а не на отримання інвестиційного прибутку. Переважними напрямками інвестування пенсійних активів є депозити в банках, облігації підприємств-резидентів України, акції українських емітентів і цінні папери, дохід за якими гарантовано Кабінетом Міністрів України. Можливо, в умовах нерозвиненості фінансового ринку в Україні така політика і є виправданою, проте вона суттєво уповільнює розвиток діяльності НПФ.

Для розвитку ринку недержавного пенсійного забезпечення в Україні ми пропонуємо такі заходи: розроблення комплексу заходів щодо інформування громадян про розвиток недержавного пенсійного забезпечення; забезпечення українців гарантіями повернення своїх внесків і створення механізмів їх захисту на підставі використання існуючого міжнародного досвіду; розмежування повноважень різних надавачів послуг НПФ і доступу до інформації щодо їх діяльності (за допомогою системи звітування та оприлюднення інформації); удосконалення нормативно-правової бази у сфері регулювання діяльності НПФ; розширення фінансових інструментів, у які НПФ можуть вкладати свої активи; розширення напрямів інвестування пенсійних активів за наявності сприятливих умов на фондовому ринку та макроекономічної стабільності; упровадження гнучкіших вимог до диверсифікації активів НПФ.

Отже, в умовах, коли солідарна пенсійна система не може забезпечити достойний рівень життя осіб пенсійного віку в Україні, важливого значення набуває розвиток діяльності НПФ, які займатимуться не лише пенсійним забезпеченням громадян, але забезпечуватимуть внутрішній ринок інвестиціями, які так потрібні сьогодні Україні.

Список використаних джерел:

1. Демченко М. В. Сучасний стан та проблеми розвитку недержавного пенсійного забезпечення в Україні / М. В. Демченко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.9. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/20_9/161_Demczenko_NV_20_9.pdf
2. Електронна система оприлюднення інформації про діяльність недержавних пенсійних фондів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://npf.dfp.gov.ua>
3. Про недержавне пенсійне забезпечення : Закон України № 1057-IV від 09.07.2003 р. (станом на 31.12.2011 р.) [Електронний ресурс]. – Режим

доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1057-15&p=1326026073719239>

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КРЕДИТНОГО БРОКЕРИДЖУ

Лановенко Жанна Михайлівна

студентка Київського Національного Торгово – Економічного університету

У зв'язку із збільшення кількості банків на кредитному ринку створюється конкуренція, наслідком якої є відмінності у кредитних продуктах, які вони пропонують. Як у будь-якій сфері діяльності, при великій кількості пропозицій попит потребує професіонала, що добре орієнтується на даному ринку.

Принциповою відмінністю вітчизняного кредитного брокериджу як такого є те, що в Україні ця послуга закріпилась за агентствами нерухомості та автосалонами, що працюють з одним-двома банками, часто отримуючи від останніх певну винагороду за приведеного клієнта. Цілком зрозуміло, що ріелтор зацікавлений лише у збуті свого продукту якомога швидше, тому види витрат клієнта його цікавлять найменше. У даному випадку термін оформлення та здатність банку-партнера поглинути достатню кількість кредитів є вирішальними.

Кредитний брокеридж - це комплекс посередницьких послуг, що надаються потенційним позичальникам і кредитним організаціям в процесі здійснення операцій кредитування фізичних та юридичних осіб.

В Україні, на сьогодні, можемо спостерігати таку картину: кредитний брокеридж бурхливо розвивається, відкриваються філії, у великих містах з'являються справжні професіонали. Перш за все, це пов'язано із зростанням попиту наших співгромадян на банківські послуги, зокрема, на кредити. Темпи зростання кредитних портфелів банків вимірюються десятками відсотків на рік. У той же час між кредитними організаціями посилюється конкуренція. Споживачеві доводиться вибирати із сотень програм кредитування. Самостійно прийняти вірне рішення стає все складніше, часу цей процес забирає все більше. У такій ситуації, послуги посередника можуть бути доречними.

Кредитний брокеридж має проблеми правового визначення, відсутня нормативно-правова база, яка б регулювала і контролювала діяльність кредитних брокерів. Сьогодні єдиним способом регулювання діяльності

брокерів є професійне некомерційне об'єднання - Асоціація Кредитних Брокерів. Регламентація ринку полягає в здійсненні нагляду за якістю і вартістю послуг, що надаються.

Немає єдиних стандартів взаємин між брокерами і банками. Діяльність брокерів прямо залежить від діяльності банківської системи: якщо у банків проблеми, і вони припиняють кредитування, кредитні брокери залишаються без роботи і основної частини прибутку.

Недовіра людей до кредитних брокерів і небажання нести додаткові витрати (комісія брокера). Як наслідок, на ринку кредитно-фінансових послуг діють тисячі «чорних» кредитних брокерів. Найчастіше вони ніде не зареєстровані, не платять податків, і нікому не підзвітні. В результаті страждають громадяни, банки, держава.

Для вирішення цих проблем потрібно з боку держави створити ефективну нормативно-правову базу з метою регулювання кредитних брокерів. У зв'язку з цим зменшиться розвиток кредитного брокериджу по-чорному. Кредитний брокеридж по-чорному - це незаконна посередницька діяльність, спрямована на одержання особою кредиту у банку, кредитній спілці або іншій фінансовій установі шляхом вчинення кримінально караних діянь, а саме: фальсифікація документів, що підтверджують матеріальне становище і статус клієнта (довідки про зарплату, довідки про відрахування до державного пенсійного фонду), страховки та інше.

Врегулювання потребує також тарифна політика кредитних брокерів. Це буде сприяти підвищенню попиту на цю послугу та посиленню довіри до даного виду посередницьких послуг.

Список використаних джерел:

1. Суэтин А. А. Международные валютно-финансовые и кредитные отношения: Навчальний посібник. - Ростов н/Д.: Феникс, 2010. – 411 с.
2. Либерман К. А. Учредитель и его фирма: от создания до ликвидации: Навчальний посібник, 2010. – С.245-338.
3. Аналіз ринку фінансового консалтингу / Левіщенко О. С. //Збірник наукових праць НТУ, 2009. – С. 3-6.

ОСОБЛИВОСТІ ЯКІСНОГО УПРАВЛІННЯ ДЕПОЗИТНИМИ РЕСУРСАМИ БАНКУ

Мірошніченко Рената Русланівна

студент-магістр Донецького університету економіки та права

Важливим елементом будь-якої країни є банківська система, тому діяльність комерційних банків повинна бути ефективною, оскільки вона пов'язана із усіма секторами і галузями господарства. У своїй практичній діяльності установи комерційних банків повинні забезпечити стійку та ефективну ресурсну політику, яка орієнтована на збільшення обсягу залучених ресурсів. [1, с.121]. Велика кількість комерційних банків України внаслідок неефективного управління ресурсами зазнає фінансових труднощів. Тому проблема формування та ефективного використання ресурсної бази банків залишається актуальною і вимагає подальшого дослідження.

Питання ефективної діяльності банків, зокрема проблеми формування механізму здійснення депозитних послуг досліджувались у роботах таких науковців, як О.Д. Василик, В.Кириленко, М.І. Савлук, Л.О. Примостка, О.І. Лаврушин, Н.І. Версаль, В. Жупанин, С.Л. Коваль, А.Л.Лобанова та інші [4, с.54]. У їхніх працях досить глибоко проаналізовано проблеми функціонування банківської системи, визначено аспекти формування ресурсної політики. Не дивлячись на те, що активні операції розглядаються в сукупності з пасивними, управлінню депозитному портфелю приділяється недостатньо уваги.

За прогнозами й оцінками експертів, сьогодні на руках у населення України знаходиться сума вільних коштів, що еквівалентна 10 -15 мільярдам доларів США. Природно, ці ресурси є великим кредитним потенціалом і при залученні їх у банківський оборот вони могли б зробити серйозний стимулюючий вплив на джерела фінансування активних операцій банку.

Останнім часом у країнах Заходу клієнти банків одержали можливість користуватися так званими pow-рахунками. Ці рахунки об'єднали в собі принципи збереження і використання строкових вкладів і вкладів до запитання: як тільки сума залишку на рахунку перевищує якийсь розмір, на неї починають нараховуватися проценти. pow-рахунки - новинка серед банківських послуг. pow-рахунки виставляються проти вкладу до запитання, але по них сплачується відсоток, розмір якого обмежується. Банк стягує плату за ведення рахунку та за обслуговування кожного вкладу або вилучення [2, с.92].

Переваги використання now-рахунків банками та клієнтами наведено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

Переваги використання now-рахунків

Для клієнтів	Для банків
1. Поступове накопичення суми депозиту.	1. Використання депозитних коштів з самого початку відкриття рахунку.
2. Використання рахунків як ощадних та як поточних.	2. Обмеження відсоткової ставки.
3. Проведення розрахунків за допомогою документа, що має силу засобу платежу.	3. Стягнення плати за ведення рахунку та за обслуговування кожного вкладу або вилучення.
4. Одержання постійного прибутку за депозитними вкладеннями.	4. Кошти зберігаються протягом точно визначеного часу і можуть бути використані для довгострокових вкладень.
5. Одержання кредиту розміром до 50% залишку на депозитному рахунку.	5. Отримання відсотків за кредитами, які були видані під заставу депозитного рахунку.
6. Великі відсотки за депозитними вкладеннями.	
7. Зняття коштів у будь – який момент	
8. Нарахування відсотків від суми залишку на депозитному рахунку.	

now-рахунки мають достоїнствами ощадного та поточного рахунків і виконують такі ж функції. Аналогічно ощадному, now-рахунок має підвищений розмір процентних виплат, аналогічно поточним - режим використання, що передбачає можливість знімати кошти з рахунку. Розмір процентних виплат по now-рахункам визначається від суми незниженого кредитного залишку на рахунку. [3, с.40]. Відсотки розраховуються щомісяця і в останній місяць зараховуються на рахунок клієнта. now-рахунки - це практично депозит до запитання, за яким виплачуються відсотки. Право володіння now-рахунками дано тільки приватним особам і організаціям, які не ставлять перед собою цілей отримання прибутку. Багато банків обмежують число чеків, які можуть бути виписані без винагороди. Встановлюються і мінімальні залишки, нижче яких відсотки не виплачуються. Багато банків закликають "прив'язують" процентні ставки до розміру депозиту - вони тим вище, чим вище розмір депозиту. Мета банків - заохотити приватних осіб і звести всі свої депозити в один великий.

Отже, для якісного управління депозитними ресурсами банку необхідно вирішити наступні основні завдання:

- визначити найбільш вигідних клієнтів з погляду можливості ефективнішого використання їх ресурсів, тобто таких, які забезпечують більшу стабільність депозитної бази та значний залишок на своєму рахунку;

- планувати роботу по залученню клієнтів, тобто знати, скільки клієнтів необхідно мати або залучити для підтримання заданого обсягу депозитної бази та її складових;

- забезпечити ефективність кожної операції, пов'язаної з обслуговуванням клієнта, тобто слід розраховувати собівартість послуг, що надаються, і визначати їх рентабельність в розрізі кожного клієнта, що дасть можливість проведення гнучкої індивідуальної цінової політики;

- розробити інформаційно-аналітичну систему підтримки ухвалення рішень при формуванні депозитного портфеля. Це ключовий чинник, що впливає на можливість своєчасного отримання необхідної інформації з метою оперативного і адекватного реагування на зміни, що відбуваються.

Список використаних джерел:

1. Голуб С.Т. Меморандум кредитної політики комерційного банку / С.Т. Голуб // Фінанси України, - 2010 - № 12.- С. 121-127.
2. Долан Э.Дж. Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика / Э.Дж. Долан, К.Д. Кэмпбелл, Р. Дж. Кэмпбелл– Спб.: Санкт-Петербург Оркестр, 2008. – 493 с.
3. Коноваленко Т. В. Становлення і розвиток банківської справи в Японії / Т.В. Коноваленко // Вісник НБУ. – 2008. - № 4. – С. 39-44.
4. Пересада. А.А. Управління інвестиційним процесом банку/ А.А. Пересада.– К.: Лібра, 2009. – 472 с.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК КЛІЄНТІВ І БАНКУ ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ «КЛІЄНТ-БАНК»

Полюх Мар'яна Миколаївна

студентка інституту економіки та менеджменту Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки

Найбільш розповсюдженою системою дистанційного банківського обслуговування в Україні є «Клієнт-банк». Вона передбачає наявність двох автоматизованих робочих місць – банку й клієнта (юридичної особи), розрахована на експлуатацію працівниками організації клієнта та не вимагає наявності у них спеціальних знань із комп'ютерних технологій [2, с. 432].

Особливості, призначення, а також механізм роботи системи «Клієнт-банк» досліджували такі вітчизняні науковці: І. Брітченко,

О. Вовчак, В. Горобець, Н. Єрємона, І. Красовська, А. Нікітін, А. Олійник, І. Рогач та ін. Проте, слід відзначити, що це питання потребує більш глибокого дослідження й аналізу в сфері інформаційних систем і технологій у фінансах.

Упровадження системи «Клієнт-банк», або комп'ютерного банкінгу (РС-banking) в Україні стало однією з перших вдалих спроб українських банків із поліпшення обслуговування клієнтів та удосконалення власної роботи за допомогою автоматизованих систем. Спеціалісти стверджують, що таку систему банки України почали використовувати на початку 90-х років ХХ ст. Беручи до уваги складні економічні умови того часу, а головне, практично відсутність розвинутого ринку комп'ютерної техніки, система «Клієнт-банк» стала своєрідним «проривом» у банківській справі. До речі, відсутність нормативно-правової бази для використання електронного цифрового підпису не стала тоді перешкодою на шляху широкого розповсюдження цієї послуги в нашій країні [1, с. 25].

Безперечно, головною перевагою системи «Клієнт-банк» є те, що вона дозволяє клієнту здійснювати розрахункові операції та контролювати стан рахунку зі свого офісу. Клієнт також може звернутися до банку в будь-який момент часу, що забезпечує динамічність обміну інформацією між ним і банком. За спостереженнями спеціалістів, активне підприємство звертається в банк до 15 разів протягом операційного дня, на що витрачається до трьох годин робочого часу [4]. Отже, система «Клієнт-банк» дозволяє зекономити як час клієнта, так і його гроші.

Оскільки не існує загальноприйнятих стандартів, які регламентують використання систем дистанційного банківського обслуговування, в тому числі і «Клієнт-банк», то їх реалізація суттєво залежить від особливостей роботи банку. Так, вітчизняні банки, серед яких ПриватБанк, Райффайзен Банк Аваль, Укрсоцбанк, Правекс-Банк, ПУМБ, VAB Банк, Укрексімбанк, Родовід Банк, СЕБ Банк, ОТП Банк, Universal Bank та ін., удосконалили систему «Клієнт-банк», додавши до неї можливість використання мережі Інтернет. При цьому функції системи не змінилися, однак спростилася процедура підключення до системи і зникла необхідність установа спеціального програмного забезпечення [3, с. 239].

Отже, дослідження взаємозв'язку клієнтів і банку через систему «Клієнт-банк» показує, що на сьогоднішній день ця система є доволі зручною для клієнтів при роботі з банком і слугує відмінною платформою для прийняття оперативних рішень. Також вона є надзвичайно зручною послугою для клієнтів, що активно займаються бізнесом і не потребують від банку додаткових послуг.

Список використаних джерел:

1. Красовська І. Підключення до системи «Клієнт-банк» / І. Красовська // «ГоловБух». – 2007. – № 62 (541). – С. 24–27.
2. Нікітін А. В. Маркетинг у банку : навч. посіб. / А. В. Нікітін, Г. П. Бортніков, А. В. Федорченко. – К. : КНЕУ. – 2006. – С. 432.
3. Рогач, І. Ф. Інформаційні системи у фінансово-кредитних установах : навч. посіб. / І. Ф. Рогач, М. А. Сендзюк, В. А. Антонюк. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ. – 2001. – С. 239.
4. Сучасні можливості використання інформаційних технологій у банківській та страховій справі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.refine.org.ua>

ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ БАНКУ

Самойлов Богдан Миколайович

магістр 2 курсу фінансового факультету Харківського національного економічного університету

Литовченко Олена Юрївна

кандидат економічних наук, доцент Харківського національного економічного університету

Фінансова безпека банків є невід'ємною складовою частиною національної безпеки країни та одним з постійно діючих напрямків діяльності будь кредитно-фінансової організації. Під фінансовою безпекою банку розуміють такий фінансовий стан, який характеризується, по-перше, збалансованістю і якістю сукупності фінансових інструментів, технологій і послуг, котрі використовуються банком, по-друге, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх загроз, по-третє, здатністю фінансової системи банку забезпечувати реалізацію його фінансових інтересів, місії і завдань достатніми обсягами фінансових ресурсів, по-четверте, забезпеченням розвитку своєї фінансової системи. Вона ототожнюється з ефективністю управління фінансовою діяльністю, або викриттям злочинних посягань на власність банків чи перевіркою клієнтів[1]. Відповідно, управління фінансовою безпекою виступає в якості одного з необхідних елементів внутрішньобанківського менеджменту, що визначається як формалізований (тобто закріплений у відповідних нормативних документах) процес, спрямований на вирішення встановленого переліку управлінських завдань за відповідним напрямом діяльності.

Стратегія управління фінансовою безпекою є ключовим елементом системи і визначається як сукупність пріоритетних цілей та управлінських

підходів, реалізація яких забезпечує захист кредитної організації від будь-яких потенційних загроз, пов'язаних з функціонуванням фінансового спрямування її діяльності. На вибір загальної стратегії управління фінансовою безпекою конкретної організації впливають: ступінь агресивності конкурентної стратегії самої кредитної організації, що визначає різну ймовірність загроз її безпеці з боку конкурентів, ступінь легітимності бізнесу кредитної організації, що визначає різну ймовірність загроз її безпеці з боку криміналу і відповідних державних органів; фінансові можливості банку щодо забезпечення безпеки; наявність підтримки з боку органів державної влади, тощо.

Стратегія управління фінансовою безпекою може бути реалізована шляхом попереджувальної протидії загрозам, пасивного захисту від загроз, адекватної відповіді на загрози, відповідно до трьох концепцій:

1. Концепція попереджувальної протидії - є логічним наслідком обраної банком стратегії росту та припускає можливість використання службою безпеки найбільш активних методів профілактики і протидії можливим загрозам. При реалізації даної концепції допускаються, зокрема, банківський шпіонаж, не завжди легітимні методи контролю над лояльністю власного персоналу і т.п. До переваг концепції слід віднести: можливість ефективного вирішення виникаючих у банку проблем, пов'язаних із забезпеченням власної безпеки, практично без участі держави, забезпечення пріоритету методів профілактичного протидії потенційним загрозам, можливість забезпечення ефективної підтримки інших напрямків внутрішньобанківського менеджменту, в першу чергу, маркетингу та управління персоналом. Недоліками концепції є: висока ймовірність адекватної відповіді з боку постраждалих від подібної політики конкурентів, неминучі протиріччя з чинним законодавством, отже, потенційні проблеми з правоохоронними, судовими та наглядовими органами, необхідність більш високого рівня ресурсної підтримки - фінансової, кадрової, матеріально-технічної. Ця концепція - для великих банків, орієнтованих на обслуговування високорентабельних підприємств (галузей) або працюючих в умовах жорсткого пресингу з боку конкурентів або кримінальних структур.

2: Концепція пасивного захисту - є наслідком обраної банком стратегії скорочення і впливає з неї пасивної конкурентної стратегії. Вона припускає пріоритетну орієнтацію банку на захист з боку держави в особі правоохоронних та судових органів. Це дозволяє різко обмежити функції власної служби безпеки, зберігши в її інструментарії лише мінімально необхідну номенклатуру методів профілактики та відображення потенційних загроз. Перевагами концепції є: мінімальні витрати на її практичну реалізацію, відсутність загроз застосування до банку відповідних санкцій з боку держави через його повну

законослухняність, а недоліками - повна залежність безпеки банку від ефективності діяльності правоохоронних органів держави та орієнтація на методи протидії вже реалізованим загрозам, які є менш ефективними в порівнянні з профілактичними. Ця концепція більш ефективна для застосування у невеликих банках, що працюють на найменш конкурентних ринках, або під безпосереднім патронажем органів державного управління.

3. Концепція адекватної відповіді - є наслідком обраної банком стратегії обмеженого зростання і впливає з неї наступальної конкурентної стратегії. Вона припускає можливість використання службою безпеки всього комплексу легітимних методів профілактики та відображення потенційних загроз. Як виняток допускається використання і не повністю легітимних методів, але лише щодо тих конкурентів чи інших джерел загроз, які першими застосували подібні методи проти конкретного банку. Цей варіант є компромісом між першою і другою концепціями, пом'якшуючи їх недоліки. У сучасних умовах застосовується більшістю кредитно-фінансових організацій.

Факторами, що визначають вибір базової концепції забезпечення фінансової безпеки має бути: загальна стратегія розвитку ("місія") банку, ступінь агресивності його конкурентної стратегії, фінансові можливості щодо забезпечення власної безпеки, кваліфікація персоналу служби безпеки, наявність підтримки з боку місцевих органів державної влади, тощо.

Список використаних джерел:

1. Яременко С. М. Комплексна система економічної безпеки банку і управління нею / С. М. Яременко // Фінанси, облік і аудит [Електронний ресурс] : зб. наук. праць / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана" ; відп. ред. А. М. Мороз. – К.: КНЕУ, 2011. – Вип. 17. – С. 209–215.
2. Мандзюк Г. В. Фінансова безпека банківської системи України: стан та тенденції / Г. В. Мандзюк // Вісник соціально-економічних досліджень. — Одеса, 2006. — Вип. 24. — С. 123—129.

РОЛЬ І МІСЦЕ РЕЙТИНГОВИХ АГЕНСТВ В УКРАЇНІ

Сас Христина Іванівна

магістр, Львівський Інститут банківської справи УБС НБУ

Банківська діяльність тісно пов'язана з невизначеністю, а отже завжди супроводжується цілим рядом ризиків. Кожен банк надзвичайно ретельно оцінює та аналізує усі «за» і «проти» під час вибору партнерів

для співпраці, адже сьогодні дуже часто ціна помилки буває занадто високою.

У свою чергу, юридичні і фізичні особи – клієнти банку, також ретельно підбирають з яким банком ефективніше вести свій бізнес чи довірити власні кошти, задля отримання максимального рівня доходу.

На сьогоднішній день суттєву допомогу для прийняття адекватного рішення можуть надати банківські рейтинги, побудовані на реальних показниках і дають правдиві дані про стан справ в установі. Це дуже важливо, бо основа діяльності будь-якого банку – це довіра до нього, і коли успіхи банку підтверджені сторонньою об'єктивною оцінкою авторитетного рейтингового агентства, це надає діяльності банку більшої прозорості і впевненості в його стабільності.[1]

Рейтинг банку це – оцінка його спроможності своєчасно і в повному обсязі відповісти за свої зобов'язання (виплачувати вклади, нараховані відсотки, кредитувати у запланованих обсягах тощо), прибутково працюючи при цьому. [1]

Основний принцип складання рейтингу полягає у незалежному або об'єктивному відображенні місця банку серед інших учасників ринку за допомогою певним чином обробленої фінансової, статистичної та іншої інформації, яка перетворюється на групу показників. Рейтингові агентства також аналізують та порівнюють такі, індивідуальні для кожного банку сторони, як: ділові зв'язки, рівень менеджменту, маркетингові стратегії, стиль управління. Такий аналіз дає користувачеві можливість отримати різнопланову інформацію про установу, висвітлити усі переваги та недоліки на фоні конкурентів.

Рейтингова оцінка найчастіше проводиться у таких напрямках: Кредитні рейтинги, Рейтинги фінансової стійкості, Рейтинги корпоративного управління, Рейтинги надійності депозитів, Рейтинги професійної надійності та ін.

В Україні відомими рейтинговими агентствами є: Кредит-Рейтинг, IBI-Rating, «Стандарт-Рейтинг», Українське Кредитно-Рейтингове Агентство, Національне рейтингове агентство «Рюрик», Експерт-Рейтинг.[2]

Також популярністю серед населення користуються різноманітні рейтингові проекти засновані на базі періодичних видань (Фокус, Forbes, Експерт), чи Інтернет – сторінках («Реальна економіка», «Prostobank.ua», «Vkladchik.in.ua») та ін.

Наприклад, фахівці «Реальної економіки» опублікували черговий щопіврічний рейтинг надійності депозитних внесків в українських банках, розрахований на основі офіційних даних за перше липня 2012 року.

Рейтинг надійності депозитів відображає найважливіші фактори привабливості банків для вкладників, які можливо розрахувати на основі відкритої інформації.

Проаналізувавши отриману інформацію «Реальна економіка» підбила наступні підсумки: обсяг вкладів фізичних осіб зріс на майже 4 мільярди доларів (10,3%) протягом перших 6 місяців 2012 року. Під час аналогічного періоду 2011 року фізичні особи збільшували депозитний портфель на 3,2 мільярди, а в першій половині 2010 року – на 4 мільярди у перерахунку на американську валюту.[3]

Лідерами по залученню коштів фізичних осіб за перші 6 місяців 2012 року стали Приватбанк – 8,1 мільярда гривень, Ощадбанк – 3,8 мільярда, Дельта банк 2,2 мільярда.

Найбільший відтік коштів населення зафіксований у банках Форум – 805 мільйонів та Промінвестбанк – 475 мільйонів гривень.

Населення країни турбується щодо стабільності курсу гривні, внаслідок чого в липні обсяги депозитів фізичних осіб у гривні скоротилися на 0,4%, в той час як депозити у валюті зросли на 2,1%.[3]

До рейтингової таблиці «Реальної економіки» увійшли 31 найбільших банків з першої та другої групи за класифікацією НБУ. Загальний обсяг депозитів населення, залучених даними фінансовими установами складає 81,6 % усіх вкладів фізичних осіб в Україні.

До трійки лідерів за надійністю депозитів у першій половині 2012 року потрапили Ощадбанк, Укрексімбанк та Укрсиббанк. Слід відзначити, що стабільний рівень рейтингу показали вітчизняні кити банківського ритейлу – Приватбанк та Дельта Банк, які продовжують високими темпами нарощувати активність в роботі з коштами населення, про що свідчить динаміка залучення депозитів і лідерство за зростанням ринкової частки.

Сьогодні представлено надзвичайно багато рейтингів, які покликані не знищити банківську установу, а навпаки реально оцінити і надати ефективні орієнтири для роботи.

При прийнятті людьми економічних рішень, рейтинги посідають далеко не останні місце. Їх враховують і значним плюсом рейтингу є те, що він ставиться незалежними агентствами, які не є зацікавлені у наданні завищеної інформації. Присвоєння рейтингу – це не кінець дослідження банку, а навпаки – точка відліку. Агентства проводять постійний моніторинг всіх присвоєних рейтингів, відслідковуючи важливі фактори, що можуть вплинути на їх рівень. Агентства залишають за собою право за наявності суттєвих підстав в будь-який момент часу змінити рівень рейтингу.

Список використаних джерел:

1. Аналіз банківської діяльності: Підручник / А. М. Герасимович, М. Д. Алексеєнко, І. М. Парасій-Вергуненко та ін.; За ред. А. М. Герасимовича. — К.: КНЕУ, 2004. — 599 с.
2. Bankografo.com - аналітичний проект про банківський сектор України
3. Реальна економіка <http://real-economy.com.ua>

АНАЛІЗ ДЕПОЗИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ БАНКІВ

Семенюк Тетяна Миколаївна

студентка інституту економіки та менеджменту Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Однією з основних функцій банківської системи є раціональний розподіл фінансових ресурсів шляхом акумулювання тимчасово вільних коштів суб'єктів господарювання і населення та спрямування їх у кредитно-інвестиційний процес. Без достатньої ресурсної бази банки не можуть у належних обсягах здійснювати кредитування поточних потреб юридичних і фізичних осіб, реалізовувати потужні інвестиційні проекти. З огляду на це важливого значення та актуальності набуває обґрунтування ролі депозитних операцій банків як вирішального фактора економічного зростання та стабільності банківської системи [1, 374].

Значну увагу темі депозитів приділяли такі видатні зарубіжні вчені, як А. Маршал, А. Сміт, П. Роуз, а також вітчизняні науковці М. Алексеєнко, О. Барановський, О. Дзюблюк, А. Мороз, О. Дмитрієва, В. Кириленко.

Кожен банк визначає свою власну депозитну політику з огляду на економічну, політичну, соціальну ситуацію в регіоні своєї діяльності. Головною передумовою успішного довгострокового розвитку банку є наявність та ефективна реалізація системи стратегічного менеджменту, який являє собою процес прийняття та реалізації стратегічних рішень, зміст яких полягає у виборі, заснованому на порівнянні наявного потенціалу банку з можливостями та загрозами його зовнішнього середовища [3].

Банківська система України знаходиться на етапі сегментації ринку банківських послуг між окремими банківськими інститутами, яка, у свою чергу, забезпечується відповідною політикою комерційних банків. Існує тісний взаємозв'язок між розвитком депозитного ринку та процесами

стабілізації грошової одиниці, грошово-кредитного ринку, зростанням грошових доходів населення та соціально-економічним зростанням загалом. У зв'язку з фінансово-економічною кризою, яка розпочалася наприкінці 2008 року депозитна діяльність банків зазнала суттєвих змін та втрат. У 2010 р. вони зросли більш ніж в 2 рази і становлять 397502 млн.грн. Проте вже у 2009 р вони майже зрівнялися, а саме депозити в національній валюті становили 173091 млн.грн., а валютні вклади - 161862 млн.грн. У 2010 р. зберігається тенденція до збільшення. Найбільшу частку серед загальної суми депозитів у національній валюті займають короткострокові депозити, найбільше серед них займають депозити на вимогу, котрі в 2010 р. становлять 102171 млн.грн. Щодо депозитів у валюті, то найбільшу частку серед них займають більш довгострокові депозити, а саме строком до 1 року, котрі становлять 69577 млн.грн. Проаналізувавши динаміку та структуру ринку банківських депозитів в Україні, можна визначити, що найбільші зміни відбулися у 2009 р. щодо зменшення строків зберігання депозитів, що сталося здебільшого внаслідок фінансової кризи та підвищення недовіри (~ 89%) серед населення до банків [2, с. 34].

Отже, в умовах загострення конкурентної боротьби між комерційними банками за ресурси й ефективні напрями їх розміщення для підтримки своєї конкурентоспроможності та досягнення успіхів у сфері депозитної діяльності, залучення нових вкладників і заохочення існуючих до подальшої співпраці з банком, комерційні банки повинні не просто запропонувати вкладникам оптимальну проценту ставку за депозитом, широкий асортимент депозитних послуг та якісне обслуговування, а й мотивувати клієнтів до вкладення коштів створивши максимально сприятливі умови за депозитними вкладками, які будуть заохочувати вкладників до розміщення їх заощаджень.

Список використаних джерел:

1. Козьменко С. М. Стратегічний менеджмент банку : навч. посіб. / С. М. Козьменко, Ф. І. Шпиг, І. В. Волошко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2003. – 374 с.
2. Гладких Д. Структура та динаміка зростання банківських пасивів, або колективний портрет українського вкладника // Вісник НБУ. – 2010. – № 12. – С. 34-38.
3. Кириленко В. Депозитна політика комерційного банку / В. Кириленко // Банківська справа. – 2005. – № 2. – С. 28.

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ БЮДЖЕТНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Стоколос Людмила Миколаївна

здобувач кафедри фінансів Київського національного торговельно-економічного університету, м. Київ

Постановка проблеми. Триваючий процес реформування бухгалтерського обліку спонукає до вивчення практичних та теоретичних аспектів обліку бюджетних зобов'язань державного сектору економіки, так як немає єдиного підходу до визначення суб'єктів державного сектору економіки та існує лише формальний облік зобов'язань розпорядників бюджетних коштів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню актуальних питань теоретичних та практичних аспектів обліку бюджетних зобов'язань державного сектору економіки присвячено низку статей, над цим питанням працювали: О. Ковтун, А. Дорофєєва, М. Камишанська, М. Білик, О. Таненок, О. Длугопольський, Н. Гончарова, Р. Дзюба, Н. Лиско, Н. Михайлишин, І. Орлов, Н. Хорунжак, Т. Кондрашова, І. Клітенко, В. Мельничук, І. Боярко, Н. Дехтяр, О. Дайнека, Ю. Шишова, Ю. Слободяник, Ю. Тимощенко, С. Свірко, В. Титикало, І. Краївська, Н. Новицька, Т. Момот та інші.

Метою статті є визначення суб'єктів державного сектору економіки та аналіз сучасного стану обліку бюджетних зобов'язань суб'єктів державного сектору економіки.

Викладення основного матеріалу. За останні роки в бюджетній сфері відбуваються значні перетворення. Зокрема, відбуваються суттєві зміни в бюджетному законодавстві і як наслідок цього — створено централізовану модель управління державними ресурсами через Єдиний казначейський рахунок, що дозволило поєднати ресурси всіх суб'єктів сектору державного управління, запроваджено облік зобов'язань розпорядників коштів в системі органів казначейства.

Міжнародна практика обліку в державному секторі свідчить, що процес реформування фінансового управління було зосереджено на розвитку класифікації доходів і видатків для бюджетних цілей.

Державний сектор економіки України представлений значною кількістю видів суб'єктів господарювання — від суто державних підприємств, що перебувають у повному державному володінні, до змішаних акціонерних компаній з різною часткою державної власності. Слід зазначити, що значну частку державного сектора економіки складають бюджетні установи; національні і місцеві державні підприємства, а також державні корпорації. До складу виключно

державних підприємств належать казенні підприємства, акціонерні компанії, а також державні холдінгові компанії.

Найбільш оптимальне визначення суб'єктів державного сектору економіки представлено Господарським кодексом України. Згідно Господарського кодексу України, суб'єктами управління об'єктами державної власності є: Кабінет Міністрів України; Фонд державного майна України; міністерства та інші органи виконавчої влади; органи, які здійснюють управління державним майном відповідно до повноважень, визначених окремими законами; державні господарські об'єднання, державні холдінгові компанії, інші державні господарські організації; юридичні та фізичні особи, які виконують функції з управління корпоративними правами держави; Національна академія наук України, галузеві академії наук.

Суб'єктами господарювання державного сектора економіки є суб'єкти, що діють на основі лише державної власності, а також суб'єкти, державна частка у статутному фонді яких перевищує п'ятдесят відсотків чи становить величину, яка забезпечує державі право вирішального впливу на господарську діяльність цих суб'єктів. Стаття 73 Господарського кодексу України дає поняття державного унітарного підприємства і поділяє їх на два види: державні комерційні підприємства або казенні підприємства [2].

Викладене у Господарському кодексі відзначають і наступні вчені, виділяючи склад суб'єктів державного сектору:

1. Ковтун О.І. виділяє суб'єктів державного сектору тих, що діють на основі лише державної власності, а також у яких державна частка у статутному фонді перевищує п'ятдесят відсотків чи становить величину, яка забезпечує державі право вирішального впливу на господарську діяльність цих суб'єктів [14].

2. Дорофєєва А.А. вважає, що суб'єктами державного сектору є ті, що діють на основі державної власності, а також суб'єкти, державна частка у статутному фонді яких перевищує п'ятдесят відсотків або складає величину, яка забезпечує державі право ухвального впливу на господарську діяльність цих суб'єктів [12].

3. Камишанська М.А. представляє державний сектор в поділі на державні комерційні підприємства, казенні підприємства, акціонерні товариства, де держава володіє значними пакетами акцій, а також в яких державне майно, що не увійшло до статутних фондів господарських товариств, але знаходиться на їх балансі [13].

4. Білик М.Д. подає наступний склад державного сектору: державні підприємства, організації, установи, що знаходяться у державній власності і управляються державними органами або уповноваженими особами, які призначаються ними [9].

Інший підхід у Длугопольського О.В. [11] та Гончарової Н.Г. [10], які в складі державного сектора виділяють бюджетні установи, державні підприємства, державні фінанси, державні резервні фонди, державні банки, органи влади та державного управління.

В Цивільному кодексі України чітко не вписано суб'єкти державного сектора економіки, але у статті 167 визначено правові форми участі держави у цивільних відносинах.

У цивільних правовідносинах, окрім фізичних та юридичних осіб можуть брати участь держава Україна, Автономна Республіка Крим, територіальна громада, іноземні держави та інші суб'єкти публічного права (ч. 2 ст. 2 ЦК) [3].

Отже, немає єдиного нормативного документа, який найбільш повно розкриває поняття суб'єктів державного сектору економіки. При цьому міжнародні стандарти обліку для державного сектору [4] є офіційно прийнятими вимогами до фінансової звітності і розроблені шляхом адаптації міжнародних стандартів бухгалтерського обліку, але з урахуванням особливостей функціонування державного сектору в Україні.

З усього кола суб'єктів державного сектору зосередимо увагу лише на бюджетних установах. Бюджетна установа також є і суб'єктом досить великого кола фінансових відносин, а саме: 1) як розпорядник бюджетних коштів, учасник бюджетного процесу; 2) спеціальний публічний орган, платник податків тощо; 3) бюджетна установа є публічною організацією із визначеними повноваженнями.

Бюджетні правовідносини бюджетної установи виникають з приводу: 1) підготовки бюджетних запитів, які необхідні для складання видаткової частини проекту відповідного бюджету; 2) встановлення бюджетних асигнувань на базі затвердженого розпису бюджету; 3) затвердження кошторисів бюджетних установ відповідно до бюджетних призначень та затвердженого розпису бюджету; 4) прийняття бюджетних зобов'язань і виконання відповідних платежів; 5) контроль за використанням бюджетних заходів відповідно до їх цільового призначення; 6) застосування бюджетно-правової санкції за порушення бюджетного законодавства тощо.

Відповідно до Концепції, схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 14 вересня 2002 р. № 538-р. "Про схвалення Концепції застосування програмно-цільового методу в бюджетному процесі" впроваджено програмно-цільовий метод в бюджетному процесі з метою встановлення безпосереднього зв'язку між виділенням бюджетних коштів та результатами їх використання [7].

У бюджетному процесі програмно-цільовий метод застосовується на рівні державного бюджету та на рівні місцевих бюджетів, а відповідно до ст. 43 Бюджетного кодексу України при виконанні державного і місцевих бюджетів застосовується казначейське обслуговування бюджетних

коштів. Порядок обслуговування державного бюджету за видатками та операціями з надання та повернення кредитів, наданих за рахунок державного бюджету, затверджений наказом Міністерства фінансів України від 30.09.2011р. №1223 "Про затвердження Порядку обслуговування державного бюджету за видатками та операціями з надання та повернення кредитів, наданих за рахунок коштів державного бюджету" [6], а місцевого бюджету — наказом Міністерства фінансів України від 23.08.2012р. №938 "Про затвердження Порядку казначейського обслуговування місцевих бюджетів".

Головні розпорядники бюджетних коштів до початку бюджетного року визначають мережу розпорядників коштів нижчого рівня та одержувачів бюджетних коштів за територіями (обласний рівень), чітко визначившись із статусом кожної установи. Державна казначейська служба складає та веде єдиний реєстр розпорядників бюджетних коштів та одержувачів бюджетних коштів згідно наказу Міністерства фінансів України від 22.12.2011 № 1691 "Про затвердження Порядку формування Єдиного реєстру розпорядників бюджетних коштів та одержувачів бюджетних коштів" [8].

Особливими складовими програмно-цільового методу у бюджетному процесі є бюджетні програми, відповідальні виконавці бюджетних програм, паспорти бюджетних програм, результативні показники бюджетних програм. Відповідно до наказу Міністерства фінансів України від 14 грудня 2001 року № 574 "Про затвердження Інструкції про статус відповідальних виконавців бюджетних програм та особливості їх участі у бюджетному процесі" відповідальний виконавець безпосередньо забезпечує виконання однієї або низки бюджетних програм у системі головного розпорядника, є юридичною особою, має окремий рахунок та бухгалтерський баланс.

Головні розпорядники коштів Державного бюджету України визначаються статтею 22 Бюджетного кодексу та затверджуються законом про Державний бюджет України шляхом встановлення їм бюджетних призначень. Згідно ст.10 Бюджетного Кодексу — "відомча класифікація видатків та кредитування бюджету містить перелік головних розпорядників бюджетних коштів для систематизації видатків та кредитування бюджету за ознакою головного розпорядника бюджетних коштів". Завдання відомчої класифікації є оптимізація кількості головних розпорядників бюджетних коштів, покращення бюджетного планування та побудова чіткої, організаційно досконалої системи державного управління [1].

Відповідно до п. 47 ч. 2 ст. 2 Бюджетного кодексу України розпорядники бюджетних коштів — це бюджетні установи в особі їх керівників, уповноважені на отримання бюджетних асигнувань, взяття бюджету зобов'язань та здійснення видатків з бюджету.

Бюджетні установи мають право брати бюджетні зобов'язання та витратити бюджетні кошти за кожною бюджетною програмою окремо із забезпеченням зменшення рівня заборгованості за бюджетними зобов'язаннями минулих періодів і недопущення виникнення заборгованості за бюджетними зобов'язаннями у поточному році.

Згідно наказу Міністерства фінансів "Про затвердження Порядку реєстрації та обліку бюджетних зобов'язань розпорядників бюджетних коштів та одержувачів бюджетних коштів в органах Державної казначейської служби України" від 02.03.2012 року №309 (далі — наказ №309), розпорядники бюджетних коштів протягом 7 робочих днів з дати прийняття ними до виконання бюджетного фінансового зобов'язання, але не пізніше останнього робочого дня місяця, подають до відповідного органу Казначейства Реєстр фінансових зобов'язань, а також оригінали документів, що підтверджують факт взяття бюджетного зобов'язання та бюджетного фінансового зобов'язання [5]. В дійсності оригінали документів можуть не надійти до останнього робочого дня місяця. Відтак, їх нарахування потрібно проводити у наступному місяці, а не в тому, у якому вони виникли, оскільки для реєстрації у Державній казначейській службі документи не будуть дійсними. Крім цього, зареєстровані зобов'язання без наявного фінансування ведуть до виникнення кредиторської заборгованості, що напрями суперечить наказу №309.

За спеціальним фондом бюджету розпорядники бюджетних коштів беруть бюджетні фінансові зобов'язання виключно в межах відповідних фактичних надходжень спеціального фонду бюджету, залишків коштів на спеціальних реєстраційних рахунках розпорядників бюджетних коштів та бюджетних асигнувань, встановлених кошторисами. Так, наприклад, документ про сплату судового збору додається до позовної заяви, апеляційних і касаційних скарг на рішення та постанови суду, до інших заяв щодо здійснення судом певних дій. Реєстрація та сплата судового збору є неможливою до надходження фінансування, а без підтвердного документа є неможливим здійснення судом певних дій.

Контроль бюджетних видатки на всіх стадіях виконання державного бюджету став можливим завдяки переходу від відомчого фінансування до оплати за підтвердними документами. Запровадження обліку зобов'язань розпорядників коштів бюджету в органах Державної казначейської служби повинно було сприяти посиленню контролю за дотриманням розпорядниками коштів взяття бюджетних зобов'язань в межах бюджетних асигнувань та удосконаленню механізму використання бюджетних коштів. Але, вважаємо, що сьогодні існують певні проблеми – бюджетні кошти теоретично можуть бути на балансі Єдиного казначейського рахунку, а реально їх своєчасно неможливо використати, що призводить до певних викривлень в обліку, а саме – реєстрації

фінансових зобов'язань при наявності відкритих асигнувань розпорядників коштів; виконання бюджетів за видатками, що здійснюється шляхом виділення асигнувань є не досконалою системою та потребує змін.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс.
2. Господарський кодекс України.
3. Цивільний кодекс України
4. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку у державному секторі.
5. Наказу Міністерства фінансів "Про затвердження Порядку реєстрації та обліку бюджетних зобов'язань розпорядників бюджетних коштів та одержувачів бюджетних коштів в органах Державної казначейської служби України" від 02.03.2012 року №309.
6. Наказу Міністерства Фінансів України "Про затвердження Порядку обслуговування державного бюджету за видатками та операціями з надання та проведення кредитів, наданих за рахунок коштів державного бюджету" від 30.09.2011р. №1223.
7. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 14 вересня 2002 р. N538-р. "Про схвалення Концепції застосування програмно-цільового методу в бюджетному процесі".
8. Наказ Міністерства фінансів України від 22.12.2011 № 1691 зареєстрований в Міністерстві юстиції України 12 січня 2012 р. за №33/20346 "Про затвердження Порядку формування Єдиного реєстру розпорядників бюджетних коштів та одержувачів бюджетних коштів".
9. Білик М.Д. Управління фінансами державних підприємств/М.Д.Білик.- К.: знання, 1999.- 312с.
10. Гончарова Н.Г. Теоретичні питання визначення змісту та структурних складових державного сектору економіки /Н.Г.Гончарова// Економіка. Фінанси. Право. - 2005. - №8. - с.9-17.
11. Длугопольський О.В. Теорія економіки державного сектора: навчальний посібник / О.В. Длугопольський. -К.: "ВД "Професіонал", 2007. - 592с.
12. Дорофеева А.А. Государственный сектор промышленности Украины в условиях трансформационной экономики / Управление экономикой переходного периода. - Донецк: ИЭП НАН Украины, 2001.-с.103-110.
13. Камышанская М.А. Экономическое состояние государственного сектора экономики Украины / М.А.Камышанская // Экономика Крыма. - 2002. -№4 -с. 32-36.
14. Ковтун О.І. Державне регулювання економіки: навчальний посібник / О.І.Ковтун. - Львів: Новий Світ, 2007. - 432с. - (Вища освіта в Україні).

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ВИДАТКІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ

Дроненко Тетяна Миколаївна

студентка Вінницького Національного Аграрного Університету

Голишевська Лариса Віталіївна

асистент кафедри обліку і аналізу Вінницького національного аграрного університету

Видатки бюджету відіграють провідну роль у фінансовому забезпеченні потреб соціально-економічного розвитку суспільства. На обсяги, склад і структуру видатків впливають обсяги і характер функцій держави, адже в умовах товарно-грошових відносин будь-яка держава повноцінно зможе виконувати свої функції, маючи для цього необхідну суму бюджетних ресурсів.

При цьому важливе підґрунтя для проведення досліджень в сфері формування ефективної системи бюджетних видатків становлять праці та фундаментальні дослідження В. Базилевича, О. Василика, В. Гейця, В. Федосова, І. Запатріної, К. Павлюк, І. Чугунова та багатьох інших.

У відповідності до Бюджетного кодексу України видатки класифікуються за бюджетними програмами (програмна класифікація), функціями (функціональна класифікація), економічною характеристикою операцій (економічна класифікація), а також ознакою головного розпорядника бюджетних коштів (відомча класифікація).

Незважаючи на законодавче закріплення програмної класифікації, на сьогодні в Законі про Державний бюджет України на певний рік неможливо відслідкувати конкретні бюджетні програми; додатки до закону містять класифікаційні програмні коди за певними відомствами та суб'єктами бюджетного процесу, а безпосередньо назви програм конкретизовані в матеріалах головних розпорядників бюджетних коштів.

Функціональна класифікація видатків бюджету відображає виконання функції держави, зокрема, економічної – за рахунок видатків на економічну діяльність, соціальної – на соціальний захист і культурну сферу, оборонної, управлінської тощо. Призначення видатків спрямоване на задоволення потреб суспільства, вирішення пріоритетних соціально-економічних завдань його розвитку.

Представляє значний інтерес і економічна класифікація, згідно з якою видатки поділяються на поточні та капітальні. Так на протязі останнього десятиліття бюджетні видатки характеризуються співвідношенням на користь поточних, частка капітальних видатків не перевищувала 12-13%, зокрема в Державному бюджеті на 2012 р. вона становить 9,75%.

Відомча класифікація видатків бюджету містить перелік головних розпорядників бюджетних коштів; згідно діючої бюджетної класифікації виділяється понад 700 таких розпорядників. Аналіз Державного бюджету України на 2012 р. [4] дозволяє сформуванати загальні уявлення про розподіл видатків Державного бюджету між головними розпорядниками. Враховуючи те, що загальні планові видатки становлять 358 млрд. грн., укрупнено відомча класифікація, в контексті виділених коштів, має наступний вигляд:

- Міністерство фінансів – 139,5 млрд. грн. або 39% загальних видатків (в т.ч. 91,7 – дотації та субвенції місцевим бюджетам, 29,6 – обслуговування державного боргу);

- Міністерство соціальної політики – 62,8 млрд. грн. або 17,5% (в т.ч. 57,5 – дотації на виплату пенсій);

- Міністерство освіти і науки, молоді та спорту – 27,0 млрд. грн. (7,5%);

- Міністерство внутрішніх справ і судова влада – 21,6 млрд. грн. (6%);

- Міністерство оборони – 16,4 млрд. грн. (4,6%);

- Державне агентство автомобільних доріг – 11,6 млрд. грн. (3,2%);

- Міністерство енергетики та вугільної промисловості – 9,2 млрд. грн. (2,6%);

- Міністерство інфраструктури – 8,3 млрд. грн. або 2,3% (в т.ч. 6,6 – видатки пов'язані з Євро -2012);

- Міністерство охорони здоров'я – 8,2 млрд. грн. (2,3%);

- Міністерство аграрної політики та продовольства – 8,2 млрд. грн. (2,3%);

- Міністерство надзвичайних ситуацій – 5,8 млрд. грн. (1,6%);

- Міністерство юстиції – 4,5 млрд. грн. (1,3%);

- Міністерство екології та природних ресурсів – 3,3 млрд. грн. (0,9%);

- Служба безпеки України – 3,3 млрд. грн. (0,9%);

- ряд інших розпорядників, на які приходить менше 3 млрд. грн. (в т.ч. – 2,6 – утримання законодавчої та виконавчої влади, 2,3 – Міністерство культури, 1,4 – Міністерство закордонних справ і т.д.).

Продовжуючи огляд системи видатків поточного року (в їх плановому зрізі), слід зауважити на наступному. На протязі трьох останніх

років планувалося зростання видатків меншими темпами, ніж зростання доходів бюджету та номінального ВВП, проте бюджет так і залишається незбалансованим, дефіцит Державного бюджету на 2012 р. встановлено на рівні 25 млрд. грн. (1,7% ВВП) за прогнозованої інфляції 7,9%, при цьому передбачено зростання ВВП на 3,9% (при прогнозі Світового банку – 2,5%).

Щодо структурних зрушень в 2012 р., заплановано зменшення видатків на владу при зростанні видатків на силові відомства. Зокрема, Міністерство оборони у 2012 р. отримає із бюджету на 11% більше, ніж в 2011 р. При цьому витрати на реформування та розвиток війська є утрічі меншими, аніж витрати на його медичне обслуговування. Майже на 8% зростає утримання СБУ, збільшуються також і видатки на судову владу й прокуратуру, на 15% зростуть видатки на Державну службу автомобільних доріг України, при цьому видатки на розвиток самих доріг зростуть менше ніж 1%, значна частка видатків піде на покриття раніше отриманих для розвитку автомобільних доріг кредитів.

В цілому процес планування системи видатків представляє собою складну процедуру, яка базується на принципах обґрунтованості, збалансованості та пріоритетності витрат та ін. При цьому ключовим принципом планування видатків є необхідність дотримання пропорційності розподілу коштів. Водночас, залишається актуальною проблема обґрунтування норм витрат бюджетних коштів по окремих статтях. Формування системи видатків має враховувати і особливості певного року, такими в 2012 р. є проведення Чемпіонату Європи з футболу, виборів до Верховної ради, перепису населення тощо.

Важливою основою планування видатків є подальше впровадження програмно-цільового методу, яке започатковано ще в 2002 р., проте, на сьогодні в повній мірі не реалізовано. Планування видатків має бути чітко пов'язане із забезпеченням ефективності вирішення конкретних проблем. Зокрема, метод передбачає середньострокове бюджетне планування (на термін від 3 до 5 років), обґрунтування системи видатків на основі визначених у бюджетних програмах цілей, системну спрямованість на узгодження видатків з ефективністю їх здійснення.

Удосконалення системи бюджетних видатків є об'єктивно необхідною умовою та підґрунтям реалізації комплексу економічних реформ в країні.

Список використаних джерел:

1. Амбрик Л. П. Державні видатки в контексті забезпечення економічного зростання / Л.П. Амбрик // Ефективна економіка, 2011. – №9. [Електронний ресурс].

2. Богомоллова Н.І. Ефективність бюджетної політики в системі фінансової безпеки держави / Н.І. Богомоллова // Ефективна економіка, 2011. – №11. [Електронний ресурс].
3. Бюджетний кодекс України від 8 липня 2010 р. зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/page>.
4. Закон України Про Державний бюджет України на 2012 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4282-vi>.

РЕФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТНОЇ СИСТЕМИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Мазун Ольга Костянтинівна

студентка Вінницького національного аграрного університету

Голишевська Лариса Віталіївна

асистент кафедри обліку і аналізу Вінницького національного аграрного університету

Бюджетна система є інструментом державного регулювання економічного розвитку. Її структурною основою бюджетної системи України є бюджетна реформа, яка була започаткована ще за часів набуття Україною статусу незалежної країни, при чому ця реформа залишається актуальною і на сьогодні. Але, на превеликий жаль в Україні на теперішньому етапі ще не існує таких умов, за яких би дана бюджетна реформа мала ефективне застосування.

Дослідженням сучасного стану бюджетної системи і її регулювання в умовах сучасної ринкової економіки займалися такі учені-економісти, фінансисти як М. Азаров, В. Кравченко, Л. Лисяк, А. Мярковський, Ю. Пасічник, В. Федосов, Ф. Ярошенко, І. Лютий, А. Нечай, А. Соколовська, К. Павлюк, С. Юрій, В. Опарін та інші.

«...У 2010 р. із прийняттям нової редакції Бюджетного кодексу в Україні закладені й законодавчо закріплені зовнішні умови для підвищення ефективності управління бюджетними коштами, включаючи впровадження принципів бюджетування, орієнтованого на результат, програмно-цільового планування, середньострокового планування; поліпшення якості управління бюджетними коштами і стимулювання підвищення ефективності функціонування бюджетного сектору. Зміни, що відбулися, вимагають іншої якості фінансового управління на рівні розпорядників і головних розпорядників бюджетних коштів. Таким чином, подальше реформування бюджетної системи має

зосередитися на впровадженні в бюджетний процес сучасних процедур і методів фінансового й організаційного управління, насамперед на інноваційній основі, та стимулювати інноваційний розвиток економіки України...[З.-с.93]».

На превеликий жаль, на сьогодні Україна, здійснюючи ринкову трансформацію економіки і фінансової системи, не досконало визначає цілеспрямованість і координованість реформ, що є досить значним недоліком. «...Податкова система та система розподілу податкових надходжень між державним і місцевими бюджетами не відповідають базовим міжнародним принципам закріплення податків за різними рівнями бюджетів, окрім того, відсутнє основне джерело надходжень до місцевих бюджетів – податок на нерухомість. Тому наші місцеві бюджети не мають достатніх власних доходів і дуже залежать від міжбюджетних трансфертів...[З.-с.100-101]».

«...Чинному бюджетному устрою властиві надмірна централізація та неефективна модель розподілу бюджетних повноважень. Видаткові повноваження не враховують реальної ресурсної спроможності територій виконувати делеговані їм державні функції. Бюджетний процес є надмірно політизований, а використовувані методи планування бюджетних видатків призводять до нераціонального розподілу наявних фінансових ресурсів. Окрім того, не існує чіткої системи публічного фінансового контролю використання бюджетних коштів на місцях, що часто веде до порушень цільового використання наявних ресурсів. Оскільки, Конституція й Бюджетний кодекс України декларують правильні принципи побудови бюджетної сфери, тому залишається лише втілити їх у життя. Для цього реформування бюджетної сфери має узгоджуватися з податковою реформою та перетвореннями в соціальній сфері. В контексті адміністративної реформи пріоритетними напрямками реформи вітчизняних бюджетної і податкової систем є підвищення фінансової самостійності органів місцевого самоврядування шляхом удосконалення системи місцевих податків і механізмів розподілу загальнодержавних фінансових ресурсів між державою, органами регіонального й місцевого самоврядування...[З.-с.101]».

Отже, бюджетна система є основною ланкою економіки країни. Зокрема, бюджет виступає дієвим інструментом державного регулювання економічного розвитку. Тому, на нашу думку, реформування бюджетної системи в Україні має передбачати не тільки зміну ролі й місця бюджету у фінансовій системі, структурні зміни в доходах і видатках, нові підходи до бюджетного дефіциту і джерел його фінансування, а й удосконалення організаційної вертикальної побудови бюджету за рівнями влади. В сучасній державі бюджетна система охоплює сукупність досить сильних і фінансово незалежних бюджетів на всіх рівнях адміністративно-

територіального поділу. Водночас побудова бюджетної системи та організація міжбюджетних відносин здійснюються в такий спосіб, аби забезпечувати у країні проведення єдиної бюджетної політики.

Список використаних джерел:

1. Конституція України: прийнята на V сесії Верховної ради України 28 червня 1996 року [Електронний ресурс]// Офіційний сайт Верховної ради України.–Режим доступу:<http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Бюджетний кодекс України (нова редакція) від 08.07.2010 5456-VI [Електронний ресурс]//Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу:<http://zakon1.rada.gov.ua>.
3. Реформування бюджетної системи України на інноваційних засадах: монографія/колектив авторів [заг. редакція Ф.О. Ярошенка].- К.: Міністерство фінансів України, 2010.-544 с.

РЕФОРМУВАННЯ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ

Мироненко Юлія Ігорівна

студентка інституту економіки та менеджменту Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки

Пенсійне забезпечення є своєрідним показником добробуту держави та рівня життя її населення. На жаль, в Україні сьогодні склалася ситуація, в якій державна пенсійна система не може забезпечити гідного життя своїм громадянам. Саме тому сьогодні виникає питання реформування всієї пенсійної системи та перетворення її на трирівневу, в якій виплата та накопичення пенсій буде проводитися не лише Державним пенсійним фондом, а й недержавними фондами.

Верховна Рада України 08.07.2011 р. прийняла Закон України «Про заходи щодо законодавчого забезпечення реформування пенсійної системи», яким було започатковано новий етап пенсійної реформи в країні. Реформа пенсійного законодавства охоплює зміни всіх рівнів системи пенсійного страхування в Україні, встановлює нові або суттєво змінює існуючі умови та порядок призначення пенсій громадянам України.

Серед основних змін пенсійного законодавства України в солідарній системі пенсійного страхування виділяють такі: підвищено пенсійний вік для жінок, а також для чоловіків, які є державними службовцями або прирівнюються до державних службовців; запропоновано більш жорсткі заходи стимулювання більш пізнього виходу на пенсію; змінено періоди страхового стажу, які враховуються для обрахування розміру коефіцієнта заробітної плати пенсіонерів і середньої заробітної плати в цілому по

країні на одну застраховану особу; підвищено розмір мінімальної пенсії за віком й одночасно обмежено граничний розмір максимальної пенсії за віком та підвищено тривалість страхового стажу, як мінімального, так і необхідного для призначення повної пенсії за віком [3].

У системі пенсійного забезпечення громадян в Україні існує чимало проблем, серед яких низький рівень середнього розміру пенсій, невідповідність розміру пенсій трудовому стажу й сплаченим пенсійним внескам працівників і складна демографічна ситуація в країні. Паралельне існування декількох пенсійних систем призвело до значної диспропорції в розмірах пенсій, збільшення розриву між раніше призначеними та новими пенсіями. Негативним показником є низький рівень мінімальної пенсії порівняно з прожитковим рівнем і значний дефіцит Пенсійного фонду, який компенсується з Державного бюджету [2]. Також має місце підвищення витрат на пенсійне забезпечення пільгових категорій громадян за рахунок бюджетних коштів завдяки великій кількості пільгових пенсій. Проблемною є і несвоєчасна сплата страхових зборів (внесків) до Пенсійного фонду України, що породжує заборгованість із виплати пенсій.

Реформа пенсійного законодавства не вирішує повною мірою всіх проблем, адже внаслідок такої реформи не відбувається збільшення розмірів пенсій, що є основним доходом для пенсіонерів, не збільшується кількість працівників на підприємствах, в установах, організаціях, які є платниками податків і пенсійних страхових внесків.

Одним із найболючіших питань реформи є підвищення віку виходу на пенсію. Проблемою є також достатньо високий рівень безробіття. Причому серед безробітних переважають жінки. У такій ситуації підвищення пенсійного віку призведе до збільшення безробіття, особливо серед жінок. Найбільш незахищеними верствами можуть стати молоді фахівці, випускники вищих навчальних закладів, професійно-технічних училищ, коледжів. Проблемним питанням при підвищенні пенсійного віку є низька тривалість життя українців, яка становить 70,44 року, причому жінок – 75,5 року, а чоловіків – 65,28 року [1].

Вирішити зазначені проблеми в системі пенсійного забезпечення громадян в Україні можливо лише комплексним запровадженням низки заходів законодавчого, економічного, соціального й іншого характеру. Необхідно активно запроваджувати заходи економічного характеру щодо збільшення кількості робочих місць, особливо в «недержавному» секторі економіки за рахунок створення нових підприємств, установ, організацій; збільшити розміри заробітної плати працівників, доходи інших категорій пенсіонерів за рахунок структурних змін у фондах заробітної плати, зменшення кількості й обсягів податкових відрахувань; слід стимулювати трудову активність громадян і добровільний більш пізній вихід на пенсію

через встановлення пільг, переваг трудового, соціального й іншого характеру.

Також варто застосовувати заходи соціального характеру, що передбачають підвищення тривалості життя та рівня життя громадян, залучення їх до активного споживання товарів і послуг, залучення до системи добровільного недержавного соціального страхування тощо.

Отже, будь-які заходи щодо реформування пенсійного законодавства слід застосовувати поетапно, системно, з урахуванням економічних і політичних реалій сьогодення, з урахуванням бажань і прагнень громадян, щоб їх реалізація відбувалась еволюційним шляхом, без значних негативних змін і потрясінь у суспільстві, позитивно сприймалась більшістю населення.

Список використаних джерел:

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
2. Казанчан А. А. Проблеми пенсійного забезпечення громадян в Україні на сучасному етапі / А. А. Казанчан // Сучасні тенденції економічної теорії і практики: світовий досвід та вітчизняні реалії : зб. наук.-метод. пр. – Херсон : Вид-во ХДУ, 2010. – С. 263–267.
3. Про заходи щодо законодавчого забезпечення реформування пенсійної системи : Закон України від 08.07.2011 р. № 3668-VI // Голос України. – 2011. – № 169. – 13 вересня.

ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Підцерковний Богдан Васильович

студент інституту економіки та менеджменту Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Протягом багатьох років Україна перебувала в умовах жорсткої ієрархії та централізації влади. Після розвалу СРСР перед незалежною державою закономірно постало питання організації та створення сприятливих умов для ефективного розвитку місцевого самоврядування, що означає здатність територіальних громад самостійно вирішувати питання місцевого значення в межах Конституції та законів України.

Питання покращення системи місцевого самоврядування знайшли відображення в працях багатьох вітчизняних науковців, зокрема В. Б. Арев'янова, Р. П. Безсмертного, М. І. Долішнього, Б. А. Руснака, Т. О. Свиди, М. А. Хвесика.

Метою цього дослідження є характеристика основних проблем і напрямів вдосконалення системи місцевого самоврядування в Україні.

У розвинутих країнах світу місцеве самоврядування відіграє провідну роль у реалізації інтересів населення та здійсненні соціально-економічних перетворень. В Україні на двадцятому році незалежності функціонування органів місцевого самоврядування залишає бажати кращого. Серед проблем, які стримують розвиток місцевого самоврядування, потребують вирішення такі:

1. Відсутність чіткого розмежування самоврядних прав різних самоврядних громад, що співіснують у межах однієї адміністративно-територіальної одиниці. Йдеться про розташування на території певних міст інших міст, сіл, селищ як окремих адміністративно-територіальних одиниць, існування анклавів.

2. Збереження всупереч Конституції України серед адміністративно-територіальних одиниць таких категорій, як селище міського типу, сільрада, селищна рада, міська рада.

3. Відсутність визначених меж багатьох адміністративно-територіальних одиниць або встановлення значної частини меж таких одиниць без урахування місцевих природних, історичних та інших факторів, перспектив розвитку регіонів і населених пунктів. Це породжує постійні компетенційні суперечки між органами місцевого самоврядування й місцевими органами державної влади, зокрема, щодо права власності на землю, податків.

4. Відсутність достатньої правової бази для розмежування сфер компетенції органів виконавчої влади та місцевого самоврядування й розподілу повноважень між органами місцевого самоврядування різного рівня, що призводить до дублювання функцій і збільшення безвідповідальності [1].

5. Значне зростання чисельності органів управління. Так, з 2002 до 2011 р. кількість посадових осіб місцевого самоврядування зросла із 67660 до 99204 осіб, або на 32 % [4].

6. Відсутність достатнього фінансового забезпечення територіальних громад. Понад 90 % усіх бюджетів в Україні є дотаційними, що підриває ідею фінансового вирівнювання.

Виходячи з перерахованих вище проблем, пропонуємо такі напрями вдосконалення системи місцевого самоврядування в Україні:

По-перше, створення й ухвалення Муніципального кодексу України. Цей документ є необхідністю, оскільки в Україні з місцевим самоврядуванням у той чи інший спосіб пов'язані близько 700 законів, а велика кількість нормативно-правових актів ще не прийнята.

По-друге, надання більшої самостійності органам місцевого самоврядування. Необхідно передати максимум повноважень органам місцевого самоврядування, перетворивши їх у власні, а не делеговані.

Закон України «Про місцеве самоврядування» перенавантажений переліком «власних» і «делегованих» повноважень місцевих рад [2]. Також варто утворити виконавчі органи обласних і районних рад.

По-третє, удосконалення структури адміністративно-територіального устрою України. Необхідно провести укрупнення сільських і селищних рад, районів з метою зниження диспропорційності між адміністративно-територіальними одиницями одного рівня.

По-четверте, підвищення фінансової самодостатності територіальних громад. Зокрема, потребує перегляду порядок збирання місцевих податків і зборів, зміщення акцентів на майнові податки, які в країнах Європи формують 40–70 % дохідної частини місцевих бюджетів (у нас – до 10 %), побудова бюджетної системи за принципом «знизу – вгору» [3].

Отже, питання розвитку місцевого самоврядування в Україні охоплює широке коло різних проблем. Вони потребують вирішення задля забезпечення покращення якості суспільних послуг, підвищення темпів розвитку економіки регіонів, зростання рівня життя кожного члена суспільства.

Список використаних джерел:

1. Кузнецова Н. Реформа місцевого самоврядування в Україні: організаційно-правовий аспект [Електронний ресурс]. – Режим доступу : soskin.info/newsfoto/file/Djankoy/Kuznecova.doc
2. Свида Т. О. Про реформування місцевого самоврядування в Україні / Т. О. Свида // Митна справа. – 2011. - №4. – Ч. 2. – С. 420–426.
3. Удосконалення системи розвитку місцевого самоврядування в Україні в контексті європейської інтеграції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pravdozor.com.ua/publications/opinion/opinion_26.html
4. Хавронюк М. З чого складається держава? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dt.ua/POLITICS/z_chogo_skladaetsya_derzhava-105042.html

АНАЛІЗ ОБСЯГІВ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ ДО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ ЗА 2011–2012 РОКИ

Савчук Олександра Іванівна

студентка інституту економіки та менеджменту Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки

Своєчасне наповнення дохідної частини Державного бюджету України є базою розбудови економіки держави та гарантією соціального забезпечення населення. Важливу роль у цьому процесі відведено

податковим надходженням. Податки є регулятором перерозподілу валового внутрішнього продукту, вони відчутно впливають на економічні процеси в державі.

Значний вклад у дослідження проблем формування вітчизняної системи оподаткування внесли такі українські та російські вчені: В. Геєць, Т. Єфименко, Я. Жаліло, В. Кудряшова, О. Коваленко, В. Мельник, В. Федосов, Ф. Ярошенко та ін. [2, с. 9].

Податкові надходження формують близько 90 % надходжень до Державного бюджету України. Зменшення їхньої частки в загальному обсязі надходжень призводить до дефіциту бюджету, а як наслідок – до проблем у фінансуванні бюджетної сфери держави.

Загальна сума доходів зведеного бюджету України за 9 місяців 2012 р. становила 317973,6 млн грн, що на 31157,0 млн грн, або на 10 % більше за аналогічний період 2011 р. Зведений бюджет за січень-вересень 2012 р. виконано із дефіцитом у сумі 21262,4 млн грн при річному плані із врахуванням внесених змін у сумі 35713,6 млн грн.

Найбільші надходження у січні-вересні 2012 р. становили такі податки: податок на додану вартість, податок на прибуток підприємств та акцизний податок з вироблених в Україні підакцизних товарів (продукції). Їхній обсяг і приріст, у порівнянні із аналогічним періодом 2011 р., наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Порівняння обсягів податкових надходжень
за січень-вересень 2011 та 2012 рр.

Податок	Надходження, млн грн		Темп приросту, %
	2011	2012	
Податок на додану вартість	124174,1	135427,7	9,1
Податок на прибуток підприємств	38813,4	39163,6	0,9
Акцизний податок із виробленої в Україні продукції	16003,1	17600,5	10,0

Укладено автором на основі [1]

Не зважаючи на всі позитивні тенденції у формуванні дохідної частини бюджету України, бачимо, що цього не достатньо щоб звести до мінімуму його дефіцит. Перш за все це пов'язано з недосконалою системою адміністрування податків і зборів. Її удосконалення сприятиме підвищенню ефективності збору податків, зростанню обсягів податкових надходжень до бюджетів різних рівнів і створенню умов для підвищення вірогідності їх прогнозування.

Податки є одним із найважливіших видів державних доходів, що їх одержує держава на підставі своїх владних повноважень. Подальше

зростання обсягів податкових надходжень тільки позитивно відобразатиметься на соціально-економічному житті держави. Для цього слід ретельно прогнозувати їх обсяг, від якого залежить фінансово-бюджетна збалансованість і загальний розвиток держави. Державна скарбниця повинна наповнюватися стабільно та ритмічно.

Список використаних джерел:

1. Звіт про виконання плану роботи ДПС України за III квартал 2012 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://sts.gov.ua>
2. Бандурка О. М. Податкове право : навч. посіб. / О. М. Бандурка, В. Д. Полікарпов, С. М. Попова. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 312 с.

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАГАЛЬНООБОВ'ЯЗКОВОГО МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Сучек Світлана Ігорівна

студентка інституту економіки та менеджменту Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки

В Україні щорічно спостерігається збільшення відсотка захворюваності населення, що свідчить про неефективність функціонування системи охорони здоров'я. Одним із найважливіших компонентів ефективного функціонування економіки та системи охорони здоров'я є медичне страхування.

Різні аспекти медичного страхування висвітлені в працях вітчизняних і зарубіжних науковців. Вагомий внесок у дослідження цієї теми зробили Н. Б. Болотін, С. Б. Булець, П. Василенко, В. О. Галай, М. О. Дешко, В. П. Ляхоцький, В. В. Мачуський, В. М. Пашков, О. М. Піщита, Є. М. Поліщук, Я. Ф. Радиш, Р. О. Стефанчук, В. Ю. Стеценко, В. М. Юрах, Я. Шатковський.

Сьогодні активно досліджується питання про введення обов'язкового медичного страхування, оскільки коштів державного бюджету що передбачені для фінансування медицини не вистачає на ефективне медичне обслуговування.

Невирішеними проблемами стосовно обов'язкового медичного страхування, що дискутуються в науковому середовищі, є такі:

- медичне страхування як забезпечення доступності медичної допомоги;
- медичне страхування як державна гарантія;

- розробка та запровадження медико-правових стандартів надання медичної допомоги за тих чи інших варіантів захворювань;
- роль держави у функціонуванні всієї системи медичного страхування в Україні [3].

Суттєво покращити стан медичної галузі може тільки впровадження загальнообов'язкового державного медичного соціального страхування.

Медичні послуги, як і інші послуги, не можуть бути безкоштовними, вони коштують досить дорого. Бюджетне фінансування не в змозі повноцінно профінансувати їх. Тільки страхова медицина вирішить питання гарантованості та доступності медичних послуг для широких верств населення й залучить додаткові ресурси у сферу охорони здоров'я [2].

Україна потребує розробки і прийняття закону «Про загальнообов'язкове державне медичне страхування», що забезпечить громадянам гарантоване якісне та повноцінне надання необхідної допомоги, а працівникам медично-лікувальної сфери – підвищення заробітної плати й покращення умов роботи.

Позитивні наслідки, що слід очікувати від прийняття цього закону:

- створення прозорих механізмів фінансових, правових і соціально-економічних взаємовідносин між лікарнями та пацієнтами;
- розв'язання державою проблеми організації соціально справедливої системи охорони здоров'я, доступність медичної допомоги для всіх;
- надійність планування та рівномірність надання ресурсів на потреби системи охорони здоров'я, оптимізація використання наявних ресурсів [1].

Отже, медичне страхування – перспективний напрям розвитку економіки країни в цілому, сфери охорони здоров'я зокрема і, як результат, – оздоровлення нації, що буде найвищим досягненням його впровадження.

Список використаних джерел:

1. Василенко П. Медичне страхування: реалії та проблеми / П. Василенко // Соціальне страхування. – 2008. – № 3. – С. 112–113.
2. Поліщук Є. М. Медичне соціальне страхування: проблема системи потребує системного вирішення / Є. М. Поліщук // Соціальне страхування. – 2008. – № 2. – С. 13–16.
3. Шатковський Я. Обов'язкове медичне страхування в Україні : правові проблеми та перспективи їх вирішення / Я. Шатковський // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. : юрид. – 2008. – № 46. – С. 98–102.

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ У ПОДАТКОВІЙ СФЕРІ

Троцька Вікторія Миколаївна

студентка інституту економіки та менеджменту Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

На сучасному етапі ступінь використання інформаційного простору та інформаційних технологій (ІТ) стає безпосереднім чинником економічного зростання, соціально-політичної стабільності та розвитку демократичних засад в управлінні державою. У податковій службі впроваджена автоматизована інформаційно-аналітична система (АІАС), яка спрямована на підтримання оперативності, достовірності та підвищення її ефективності й досягнення якісно нового рівня прийняття управлінських рішень з питань організування податкової діяльності в Україні [1, с. 185].

Дослідженням даних питань присвячено праці науковців І.В.Алексєєва, Є.І.Бойка, О.Є.Кузьміна, А.І.Крисоватого, Ю.Б.Іванова, А.М.Поддєрьогіна, і ін.

АІАС податкової служби є багаторівневою організаційно-технічною системою, побудованою за територіальним і функціональним принципами. Вона складається з трьох рівнів: 1) центрального (стратегічного) – ДПС України; 2) регіонального (тактичного) – ДПС в АР Крим, областях, містах Києві та Севастополі; 3) територіального (оперативного) – ДПС у містах, районах міст, районах [2].

Основними елементами інтегрованої АІАС ДПС України є корпоративна телекомунікаційна мережа органів ДПС; комплексна система захисту інформації; система оперативної обробки даних; система підтримки ухвалення рішень; автоматизована система управління документами; корпоративний портал; інформаційно-довідковий центр; система обміну інформацією з органами влади [1, с. 185].

Відповідно до програми модернізації, ДПС України здійснює закупівлю інформаційної системи «Податковий блок». У 2012 р. планується розпочати експлуатацію системи в загальнонаціональному масштабі [3].

Для забезпечення виконання Стратегічного плану розвитку ДПС України на період до 2013 р. розроблено Детальний план дій за Проектом, згідно з яким визначено сім напрямів робіт. Одним із напрямів і завдань Плану є створення високопрофесійної, інформаційно розвиненої ДПС в Україні шляхом розроблення та впровадження програми повної комп'ютеризації та максимальної автоматизації всіх процесів адміністрування податків [4].

Модернізація податкової служби покликана наблизити українську податкову систему до світових стандартів.

Таким чином, створення сучасної ІС ДПС дасть змогу здійснити повну автоматизацію процесів адміністрування податків і нових форм обслуговування платників податків з використанням новітніх технологій, надасть можливість на якісно новому рівні інформаційного обслуговування проводити як повсякденну оперативну роботу, так і системний аналіз стану та перспектив діяльності податкової служби в цілому, ухвалювати науково обґрунтовані рішення щодо реалізації податкової політики України. Створення та впровадження сучасної інтегрованої АІАС ДПС України та її інтеграція в єдину систему органів державної влади сприятиме більш якісному обслуговуванню платників податків і зменшить витрати на утримання органів державної податкової служби.

Список використаних джерел:

1. Крисоватий А. Діалектика трансформації податкової політики України в контексті європейської інтеграції / А. Крисоватий, Т. Кошук // Журнал європейської економіки. – 2007. – Т. 3. – № 1.
2. Про державну податкову службу в Україні : Закон України від 14.12.1994 р. № 287/94-ВР.
3. Про реалізацію Програми модернізації ДПС України. – К. : Департамент розвитку та модернізації державної податкової служби.
4. Проект Концепції формування та функціонування інформаційно-аналітичної системи органів державної влади та органів місцевого самоврядування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=34783

ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Андрущенко Наталія Олександрівна

кандидат педагогічних наук, доцент Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

Жгір Марія Володимирівна

студентка обліково-фінансового факультету Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

Окопна Ольга Вікторівна

студентка обліково-фінансового факультету Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

Завдяки розвитку науково-технічного прогресу (НТП) виникла нова хвиля інвестування в підприємства, установи та об'єднання. Цей процес тісно пов'язаний з такою сферою економічної діяльності, як інновації та їх роллю в залученні іноземних інвестицій у національну економіку [1].

Нами поділяється думка В. Г. Федоренка, яка полягає в тому, що під терміном «інновація» мається на увазі прояв науково-технічного прогресу в даний проміжок часу, який втілюється у нових продуктах і технологіях. Ці продукти характеризуються більш удосконаленими технологічними та споживчими якостями [1].

Класичний широкий зміст цього поняття викладено у праці австрійського економіста І. Шумпетера ще у 1913 р. «Теорія економічного розвитку», а саме: інновація – це відкриття нового ринку, на якому дану галузь промисловості цієї країни не було представлено; завоювання нового джерела сировини та напівфабрикатів.

Схожої точки зору дотримується й Ла Герре, який визначає інновацію як будь-яку зміну у внутрішній структурі господарського організму [1].

Значний вплив на рівень інвестиційної активності має грошово-кредитна політика держави. Це політика держави, спрямована на: оздоровлення всієї фінансової та грошової системи; зменшення темпів інфляції та стабілізацію споживчих цін; стабілізацію обсягів виробництва.

Для прикладу, в Україні грошово-кредитна політика проводиться Національним банком і в її рамках можуть використовуватись інструменти прямого державного регулювання [1].

Невідповідність інтересів держави інтересам окремих інвесторів вимагає визначення факторів функціонування регіональної інвестиційно-інноваційної системи, механізмів узгодження та інструментів прямого і непрямого впливу місцевих органів влади на ефективність інвестиційного процесу [2].

Для України дане питання є проблемним. Сьогодні фінансовий потенціал держави недостатній для інвестиційного забезпечення значних за обсягами проектів і програм.

Прямий вплив держави на інвестиційно-інноваційні процеси у національній економіці виявляється в організації відповідної діяльності з визначенням стратегічних завдань і пріоритетів, розробкою концептуальних засад інвестиційної та інноваційної політики, впровадженям державних програм з необхідним фінансовим забезпеченням тощо [3].

Українська економіка, як і більшість світових економік, потрапила під вплив негативних проявів світової фінансово-економічної кризи. Держава почала втрачати надійні як внутрішні, так зовнішні джерела необхідного інвестування, що спричинило падіння виробництва, а відтак скорочення інвестиційних ресурсів держави та власних джерел інвестування у суб'єктів господарювання. Державна інвестиційна політика в будь-яких умовах залишається в руках держави основним інструментом регулювання відтворювального процесу й створення матеріальної бази розвитку економіки. Вона повинна враховувати загальний стан економіки на даному етапі розвитку та на перспективу, містити оцінку можливих джерел формування інвестиційних ресурсів на всіх рівнях господарювання, визначати пріоритети в інвестиційній сфері й передбачати методи їх реалізації.

Відповідно до Концепції Державної цільової економічної програми розвитку інвестиційної діяльності на 2011–2015 оптимальним варіантом розвитку та активізації інвестиційної діяльності в Україні є проведення активної державної політики у цій сфері. Розбудова системи державного інвестування має здійснюватися за напрямками, які містять в собі удосконалення методології розроблення, оцінювання та відбору інвестиційних проектів для надання першочергової державної фінансової підтримки; забезпечення розвитку системи прямих державних інвестицій та прозорості процесу державної фінансової підтримки інвестиційних проектів; здійснення контролю за ефективним використанням бюджетних коштів, наданих для реалізації інвестиційних проектів.

Державна інвестиційна політика суттєво впливає на стан розвитку економіки України і життєвий рівень населення, але в сучасних умовах вона ще неповною мірою відповідає вимогам часу. Тому усвідомлення нагальних і важливих питань розвитку інвестування в країні є

визначальним чинником у забезпеченні ефективного здійснення інвестиційної діяльності в державі та у визначенні перспективних напрямків й об'єктів інвестування, які відповідали б державним інтересам і сприяли б швидкому подоланню економічної кризи і досягненню стабілізації [4].

Отже, вирішення поточних і довгострокових завдань активізації інвестиційно-інноваційних процесів у регіонах України вимагає як зваженої, всебічно обґрунтованої інвестиційної політики, так і формування дієвих механізмів державного регулювання інвестиціями в інновації з урахуванням особливостей поточного стану господарського розвитку регіонів.

Список використаних джерел:

1. Федоренко В. Г. Інвестознавство : Підручник / Федоренко В. Г. — 3-тє вид., допов. — К. : МАУП, 2004. — 480 с.
2. Вольська О. М. Методи ефективного регулювання інвестиційної політики в сучасних умовах / О. М. Вольська // Зб. наук. праць ДонДАУ: „Соціальний менеджмент і управління інформаційними процесами”: серія "Державне управління", т. 4, вип. 21. – Донецьк : ДонДАУ, 2003. – С. 79-83.
3. Цадо Г. Державне регулювання інвестиційно-інноваційних процесів як спосіб їх активізації в регіонах [Електронний ресурс] / Г. Цадо Науковий клуб «SOPHUS» - Режим доступу : <http://sophus.at.ua/publ>
4. Присяжнюк Н. В. Сталий розвиток економіки / Н. В. Присяжнюк // Всеукраїнський науково-виробничий журнал – 2010 – №3. – С. 165-168.

СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В ТВАРИННИЦТВІ

Дерев'янка Тетяна Олексіївна

аспірант Уманського національного університету садівництва

Стратегія інноваційного розвитку в галузі тваринництва – це розробка нових напрямків діяльності галузі, пов'язаних з селекційними, техніко-технологічними та організаційними змінами, з використанням інновацій на всіх етапах від виробництва до реалізації та пошуком нових ринків збуту.

Закордонний досвід доводить, що пануюче положення в інноваційних процесах великих диверсифікованих сільськогосподарських підприємствах підвищує і надає розвиток малим та середнім сільськогосподарським підприємствам, надає їм переваги, тому що більшість підприємств із-за їх макроекономічних інтересів

концентрують свою увагу на великих інвестиційних проектах, відмовляючись від невеликих. Таким чином створюється прошарок, в якому домінують дрібні та середні підприємства (фермери, кооперативи і т.д.).

Інновації, які трактуються як ефект запровадження чогось нового, носять особливий та унікальний характер. Адже запровадження нових розробок в одному регіоні можуть не виправдати свій економічний ефект в іншому і бути абсолютно непотрібними [2]. Тому державі для досягнення економічного розвитку та ефективності галузі тваринництва необхідно враховувати регіональні особливості при розробці цільових програм розвитку, наказів, законів тощо. Отже, інновації є основою суспільної довгострокової стратегії та формування внутрішнього ринку на сільськогосподарську продукцію. Інновації сприяють підвищенню конкурентоспроможності товарів, як на внутрішньому так і зовнішніх ринках, а це фактор покращення якісних властивостей товару, забезпечення вимог та потреб споживачів, стабільності на продовольчих ринках, покращення забезпечення країни продуктами харчування вітчизняного виробництва, а також підвищення продовольчої безпеки.

Стимулом до інноваційної діяльності мають бути:

- наукові досягнення;
- розробка нових технологій та дослідних зразків нової продукції;
- прогнозування змін кон'юнктури ринку (дослідження попиту та створення пропозиції);
- формування на потенційних ринках збуту інноваційної продукції, як внутрішніх, так і зовнішніх.

Розроблена стратегія досягне успіху, якщо вона пов'язана з застосуванням інновацій. В основу стратегії поставлено: новизну виробів, поліпшення технології виробництва, економічний ефект та соціальний результат впровадження інноваційного оновлення підприємства. Побудова економічної стратегії інноваційного розвитку підприємства повинна забезпечити організаційні аспекти розробки, обґрунтування, вибору оптимального варіанта інновацій, впровадження в підприємстві й підвищення економічної ефективності, конкурентні переваги, стабільність та інтенсивний тип розвитку [1].

Серед чинників, які посилюють інтерес до інновацій, в загальному виділимо такі: провідна роль наукового підходу, прискорення НТП, підвищення конкурентоспроможності. Проектно-технологічні роботи адаптують інновації до конкретних умов використання, дають змогу підготувати виробництво до використання інновацій.

На сьогоднішній день в галузі тваринництва залишається невирішеною і актуальною низка проблемних інноваційних цілей –

вдосконалення існуючих та виведення нових високопродуктивних генотипів сільськогосподарських тварин; розроблення нових більш ефективних технологій виробництва продукції тваринництва, систем годівлі тварин; одержання нових знань з фізіолого-біохімічних основ підвищення продуктивності сільськогосподарських тварин, створення нових вітчизняних порід тварин, які б знайшли широке розповсюдження у агропромисловому виробництві регіонів України та були конкурентоздатними за кордоном.

Список використаних джерел:

1. Кулаєць М. М. Стратегія інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств / М.М. Кулаєць, Л.О. Куцеконь // Економіка АПК. – 2009. – №7. – С.75 – 80.
2. Полбицын С. Инновационное развитие агропромышленной системы // С. Полбицын // АПК: Экономика, управление. – 2003. – №7. – С.39-41.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Жук Ірина Валеріївна

студентка Луцького національного технічного університету

Сьогодні інноваційна діяльність стала рушійною силою економічного, технологічного, політичного, екологічного та соціального розвитку суспільства. В загальному вигляді інноваційна діяльність підприємства направлена на пошук і реалізацію інновацій з метою розширення асортименту і підвищення якості продукції та її конкурентоспроможності, вдосконалення технологій і організації виробництва, виходу на нові ринки збуту, адаптації до змін зовнішнього середовища, а також створення загальних умов для довгострокової стабільності. У зв'язку з цим особливого значення набувають проблеми вивчення управління інноваційною діяльністю в процесі розвитку вітчизняних підприємств на сучасному етапі.

Управління інноваційною діяльністю, слід розглядати як діяльність, яка із отриманням інформації про зовнішнє та внутрішнє середовище передбачає вплив керівної системи через об'єднувальні, загальні та конкретні функції управління інноваційною діяльністю, через соціально-психологічні, економічно-технічні та адміністративно-правові методи управління інноваційною діяльністю та через підготовку, ухвалення та реалізацію управлінського рішення про інноваційну діяльність на

керовану систему з метою досягнення ефективних соціальних, економічних, та технологічних нововведень [1].

З метою забезпечення ефективності управління інноваційною діяльністю на вітчизняних підприємствах на сучасному етапі, керівники повинні більш глибоко розуміти даний процес і розглядати його обов'язково з точки зору системного підходу. Тобто, на підприємствах повинна існувати система управління інноваційною діяльністю.

Система управління інноваційною діяльністю підприємства має містити чотири підсистеми: – науково-технічного розвитку, керовану, забезпечуючу і керуючу підсистеми. Підсистема науково-технічного розвитку займається розробкою і прогнозуванням майбутніх потреб підприємства. Керована підсистема – об'єкт управління – включає функціональні служби, основні і допоміжні виробничі підрозділи, які реалізують наукові розробки. Забезпечуючи підсистема формує необхідні матеріальні, трудові, фінансові ресурси для керованої підсистеми. Керуюча підсистема – суб'єкт управління – найбільш складна і значуща в системі управління інноваційною діяльністю. Загальні функції керуючої підсистеми інноваційної діяльності підприємства включають розробку інноваційної стратегії і створення нових організаційних структур управління, проведення аналізу і планування інноваційної діяльності з урахуванням стратегічних і поточних планів підприємства, реалізацію ефективного контролю за виконанням ухвалених рішень. При цьому кожна конкретна функція є комплексною за змістом і включає всі загальні функції управління [2].

Отже, система управління інноваційною діяльністю дозволяє гнучко реагувати на зміни та вирішувати такі складні проблеми, як вибір і обґрунтування оптимальної для інноваційної діяльності організаційної структури підприємства, проведення оцінки економічної ефективності інноваційних процесів, а також координацію процесів інноваційної діяльності в цілому.

Список використаних джерел:

1. Колінко Н. О. Структурно-логічна схема управління інноваційною діяльністю // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Management/2012_727/48.pdf.
2. Топух І. П. Управління інноваційною діяльністю підприємства в умовах ринкової економіки // І. П. Топух., І. В. Лавриненюк // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Vsunu/2011_11_1/Topuh.pdf.

ВПЛИВ ОПОДАТКУВАННЯ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ АКТИВНІСТЬ ДОМОГОСПОДАРСТВ

Захаркіна Людмила Сергіївна

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри фінансів і кредиту
Сумського державного університету

Доля Євгенія Василівна

студентка Сумського державного університету

На сьогодні у розрізі національної економіки досить нагальним є перетворення фінансів домогосподарств у потужний інвестиційний ресурс. Дослідження доходів та заощаджень домогосподарств в Україні протягом 2002 – 2011 рр. (табл. 1) показало, що у 2008 р. частка заощаджень у доходах населення зменшилася на третину порівняно з 2005 р. й становила 6,15%, у 2010 р. спостерігалось максимальне зростання до 14,7%. Проте за даними МВФ протягом цього ж періоду в країнах Західної Європи він становив в середньому 24%. Проте вже у 2011 р. частка заощаджень у доходах населення знову різко зменшилася і становила лише 9,1%, тобто аналогічно показнику 2002 року.

Таблиця 1

Доходи та заощадження населення, млн. грн. [1]

Показник	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Доходи населення	185073	215672	27424	381404	472061	623289	845641	894286	1101175	1251005
Заощадження	17058	16277	31634	45651	44203	47779	52011	80377	161867	113925
<i>Питома вага заощаджень у доходах населення, %</i>	<i>9,22</i>	<i>7,55</i>	<i>11,54</i>	<i>11,97</i>	<i>9,36</i>	<i>7,67</i>	<i>6,15</i>	<i>8,99</i>	<i>14,7</i>	<i>9,1</i>

Враховуючи сучасну ситуацію в країні, зокрема коливання курсу гривні відносно долара та невизначеність у прийнятті бюджету на 2013 рік, тенденція до зменшення частки заощаджень домогосподарств не зміниться. Основними причинами низького рівня заощадження домогосподарств України є: 1) відсутність доходів для заощаджень, так згідно з опитуванням домогосподарств, яке проводиться Держкомстатом України лише 11,1% домогосподарств мали достатньо доходів і робили заощадження [2]; 2) високе податкове навантаження на домогосподарства; 3) недовіра до фінансових інститутів та до держави як регулятора: вкладення грошей у інвестиційні інструменти є досить ризикованим, і дохідність від таких інвестицій не компенсує наявну міру ризику.

Зупинимося більш детально на податковому навантаженні. У табл. 2 представлено основні податки, які сплачуються домогосподарствами.

Таблиця 2

Оподаткування домогосподарств (складено на основі [3])

Доходи	Оподаткування
Оплата праці	Оподаткування доходів (податок на доходи фізичних осіб; єдиний соціальний внесок)
Доходи від підприємницької діяльності та самозайнятості	Оподаткування підприємницьких доходів і доходів від самозайнятості
Доходи від продажу майна, вартість подарованого майна, доходи від спадщини	Майнові податки (податок на доходи фізичних осіб)
Доходи від власності	Оподаткування доходів від власності (плата за землю; податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки з 01.01.2013 р.; збір за реєстрацію транспортного засобу і ін.)
Заощадження, позики	Оподаткування інвестиційних доходів (податок на доходи фізичних осіб з 01.01.2015 р.)
Витрати	Оподаткування
Придбання товарів	Оподаткування споживання (податок на додану вартість; акцизний податок; митні платежі)
Оплата житла і комунальних послуг	
Транспортні витрати	

Зважаючи на те, що придбання товарів і послуг домогосподарствами складає близько 76%, а придбання продуктів харчування – 51%, то основним податком, який формує високий рівень податкового навантаження є податок на додану вартість, який сьогодні стягується за однією ставкою у розмірі 20%. І хоча з 01.01.2014 р. ставка цього податку знижується до 17% [3] у розрізі наведеної структури витрат доцільно було б запровадити хоча б ще одну ставка даного податку для товарів першої необхідності, що дало б змогу вирівняти рівень податкового навантаження на групи населення з невисокими та/або недостатніми доходами, що у свою чергу дало б змогу вивільнити кошти для заощадження.

Список використаних джерел:

1. Доходи та витрати населення [Електронний ресурс] / Офіційний веб-сайт Національного банку України. – Режим доступу: – http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=57896
2. Офіційний веб-сайт Державного комітету статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – www.ukrstat.gov
3. Податковий Кодекс України зі змінами та доповненнями від 06.11.2012 р.[Електронний ресурс] / Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: – <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЙОГО ЗБІЛЬШЕННЯ

Качула Світлана Валентинівна

старший викладач кафедри фінансів та державного управління
Дніпропетровської державної фінансової академії

Мартиненко Інна Володимирівна

асистент кафедри фінансів та державного управління Дніпропетровської
державної фінансової академії

У сучасній українській економічній теорії існує дуже багато визначень капіталу підприємства. Розмаїття поглядів стосовно визначення капіталу підприємства зумовлене, перш за все, неоднозначним трактуванням суті капіталу у вітчизняній та зарубіжній літературі. Розглянемо деякі з визначень поняття капіталу, які були сформульовані в економічній літературі як зарубіжними, так і українськими та російськими авторами, щоб детально ознайомитись з еволюцією та багатогранністю цього поняття і визначити підходи, які складуть основу для з'ясування суті капіталу підприємства.

Значна частина економістів визначали капітал як сукупність речових цінностей. Так, на думку фізіократа Франсуа Кене, "капітал – це не гроші, а ті засоби виробництва, які можна придбати за гроші"[4, с. 66].. Адам Сміт визначає капітал, як "головну рушійну силу економічного прогресу. Це запас продукції, що приносить прибуток, або за допомогою якого працею створюються нові блага"[4, с. 78].. З точки зору Давида Рікардо, "капітал – це нагромаджена праця або все те, що бере участь у виробництві"[4, с. 82].

Сучасний економіст І.А. Бланк визначає капітал, як "накопичений шляхом заощаджень запас економічних благ у формі грошових засобів і реальних капітальних товарів, що притягується його власниками в економічній процес як інвестиційний ресурс і фактор виробництва з метою отримання доходу, функціонування яких в економічній системі базується на ринкових принципах і пов'язане з факторами часу, ризику та ліквідності" [2, с. 251].

На думку О.Г. Білої "капітал підприємства – сукупні грошові ресурси, що використовуються на підприємстві. Або це авансований у господарську діяльність капітал власний, позичений і залучений у сукупності" [1, с. 299].

Фактично наводить узагальнений підсумок усіх визначень капіталу підприємства І.В. Зятковський: "Як свідчить ретроспективний аналіз визначень фінансових ресурсів (капіталу підприємства), дослідники кваліфікують їх як сукупність фондів грошових коштів, доходів, відрахувань або надходжень, що перебувають у розпорядженні

підприємств" [3, с. 25]. С.В. Мочерний визначає капітал "як виробниче відношення, за якого знаряддя праці, певні матеріальні блага, мінові вартості є засобом експлуатації, привласнення частини чужої неоплаченої праці" [5, с. 254]. Одне з найпростіших визначень капіталу сформулював В.М. Опарін: "Фінансові ресурси (капітал) – це сума коштів, спрямованих в основні засоби та обігові кошти підприємства" [6, с. 11].

Із наведених вище визначень можна зробити висновок, що більшість авторів розуміє під капіталом певні грошові накопичення, доходи і надходження або фонди грошових ресурсів.

На практиці (наприклад, з метою бухгалтерського обліку) капітал визначається як власність, що належить фізичним або юридичним особам у даний момент і чітко відокремлена від доходу, отриманого від цієї власності протягом певного періоду.

Розглядаючи перспективи нарощення капіталу підприємства можна виділити такі напрями:

- пошук інвесторів – покращення обладнання та якості продукції;
- залучення інноваційних методів роботи і виробництва продукції.

Більш детально шляхи збільшення капіталу підприємства ми можемо розглянути на прикладі ПАТ «Дніпроенерго», що являється однією з провідних теплових енергогенеруючих компаній в Україні. Основним видом діяльності підприємства є виробництво електроенергії (частка в загальному виробництві електроенергії України становить близько 8,4%), а також виробництво теплової енергії.

Виробничий потенціал компанії складають три теплові електростанції — Криворізька, Придніпровська та Запорізька ТЕС із сумарною встановленою потужністю 8185 МВт, які знаходяться на території двох найбільш промислово розвинених областей України — Запорізької та Дніпропетровської. Загальна встановлена електрична потужність блоків ТЕС складає 8 185 МВт, або 16 % від загальної встановленої потужності електростанцій України, тепла — 1 983 Гкал/г.[7]

Відповідно до сформованої «Інвестиційної програми на 2012 рік по ПАТ «Дніпроенерго» загальна планова вартість капіталовкладень дорівнює 2 153,7 млн.грн. (з ПДВ).[8]

Інвестиційна діяльність ПАТ «Дніпроенерго» у 2012 році орієнтована на збільшення виробничого потенціалу компанії, заміну застарілого обладнання та підвищення його техніко-економічних показників і продовження строку експлуатації, збереження частки компанії в загальному обсязі виробництва електроенергії тепловою генерацією на рівні не нижче рівня попереднього року, а також направлена на виконання вимог діючих нормативних документів з охорони навколишнього середовища, пожежної безпеки та охорони праці, сприяє розвитку інформаційних технологій, тощо.

Джерелами наповнення інвестиційної програми визначені власні кошти компанії, кредитні кошти та кошти, які будуть отримані за рахунок інвестиційної складової до тарифу з продажу електричної енергії. Фінансування інвестиційної програми передбачено в сумі 2 370,9 млн. грн з ПДВ.

У стратегічному плані розвитку ПАТ «Дніпроенерго» до 2030 р. Компанія працює в напрямку залучення інвестицій для реконструкції існуючих блоків та будівництва нових, з використанням сучасних технологій з одночасним підвищенням ефективності природоохоронних систем за рахунок зниження викидів у навколишнє середовище.

Список використаних джерел:

1. Біла О.Г. Фінансове планування і прогнозування: Навч. Посібник/ О.Г. Біла – Львів: Компакт ЛВ, 2009. –312 с.
2. Бланк И. А. Управление формированием капитала / И. А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 2010. – 512 с.
3. Зятковський І.В. Теоретичні засади фінансів підприємств/І.В. Зятковський. - Фінанси України. –2011. - № 4. – С. 25.
4. Корнійчук Л.Я. Історія економічних вчень /Л.Я. Корнійчук. – К.: КНЕУ, 1999. – 564 с
5. Мочерний С.В. Економічна теорія: Посібник для студентів вищих закладів освіти/ С.В. Мочерний. – К.: Вид. центр "Академія", 2010 – 592 с. (Гаудеамус).
6. Опарін В.М. Фінансові ресурси: проблеми визначення та розміщення// В.М. Опарін. - Вісник НБУ. – 2010, № 5. – С. 11.
7. ПАТ «ДТЕК Дніпроенерго». Режим доступу: <http://www.ecu.gov.ua/ua/company/structure/dn.html>
8. «Фінансові показники ПАТ «ДТЕК Дніпроенерго» за 2012 рік». Режим доступу: <http://www.dtek.com/uk/investor-relations/financial-data>

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ПЕРЕСТРАХУВАННЯ

Краківський Юрій Станіславович

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Зубишена Ольга Вікторівна

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

За період незалежності України спостерігаються кардинальні зміни в страховому секторі, особливо у сфері функціонування ринку страхових послуг. Але лише недавно постало питання про його цілісне формування як важливого і невід'ємного фактора ринкових трансформацій.

Постановка проблеми. В наш час ринок перестраховування у своєму розвитку досягнув того рівня, коли він розглядається не скільки, як механізм захисту інтересів клієнта або як можливість забезпечити фінансову стійкість самої компанії, а вже як самостійна, прибуткова форма ведення бізнесу. Це твердження можна підкріпити рядом фактів.

По-перше, система оцінки ризику, що реалізовується, і сам механізм управління ризиками, який використовують компанії, що спеціалізуються на перестраховуванні ризиків більшою мірою відповідає вимогам мінливого довкілля, ніж система ризик-менеджменту страховика.

По-друге, світовий ринок перестраховування, незважаючи на кризові явища в світі, збільшення кількості катастроф за останні декілька років, як і раніше залишається фінансово стійким і найбільш капіталізованим ринком небанківських фінансових послуг.

По-третє, цей ринок стимулює розвиток і розширення альтернативних як продуктів, так і цілих ринків, що сприяє припливу інвестицій не лише в окремо взятую компанію, але і в країну.

Динамічний розвиток перестраховування та багато невисвітлених фактів з приводу регулювання перестраховальної діяльності призвело до появи великої кількості інформаційно-аналітичних матеріалів, публікацій, але, на жаль, фундаментальних розробок по перестраховуванню в Україні не має.

Проблеми перестраховування висвітлюються в українській фаховій літературі такими вченими та практиками: Волошиною А., Зубаревим В., Залетовим А., Коломійцем В., Осадцем С., Татаріною Т., Тригубом М., Сусловим В., Фурасевичем П. та іншими авторами.

Проблематиці ринку перестраховування і дотепер не приділено достатньої уваги. Окремим аспектам перестраховальної діяльності присвячені праці В. Д. Базилевича, О. В. Козьменко, І.Ю. Постінкової, К. Є. Турбіної, Н.В. Ткаченко та інші. Проте до цих пір не сформований до кінця категоріально-понятійний апарат, відсутнє тлумачення поняття ринку перестраховування та його роль в системі страхових відносин.

Метою статті є визначення сутності ринку перестраховування, його особливостей та з'ясування інституціонально-функціонального призначення.

Перестраховування, з точки зору його сутності, є нічим іншим, як страхуванням, але страхуванням іншого порядку.

Перестраховування на даний час виконує дві функції: дозволяє впроваджувати єдині правила роботи для уникнення кумуляції та управління ризиками і є важливим фінансовим та інвестиційним інструментом для держави.

В сучасних наукових джерелах практично відсутнє визначення поняття «ринок перестраховування», що пояснюється кількома причинами.

По-перше, перестраховання є новою сферою діяльності в Україні, тому має багато невисвітлених сторін з позиції методології, так як праці зарубіжних науковців з даного питання мають, в більшій мірі, прикладний характер. По-друге, трактування поняття «ринок перестраховання» часто прирівнюють до поняття «страховий ринок», або ж розглядають його лише як складовий елемент страхового ринку. По-третє, багато науковців відкидають можливість виділення ринку перестраховання як окремої самостійної форми ведення бізнесу. Ці та інші причини, дають змогу стверджувати про необхідність ґрунтовного вивчення ринку перестраховання в Україні.

Схематично процес перестраховання зображено на рис. 1.

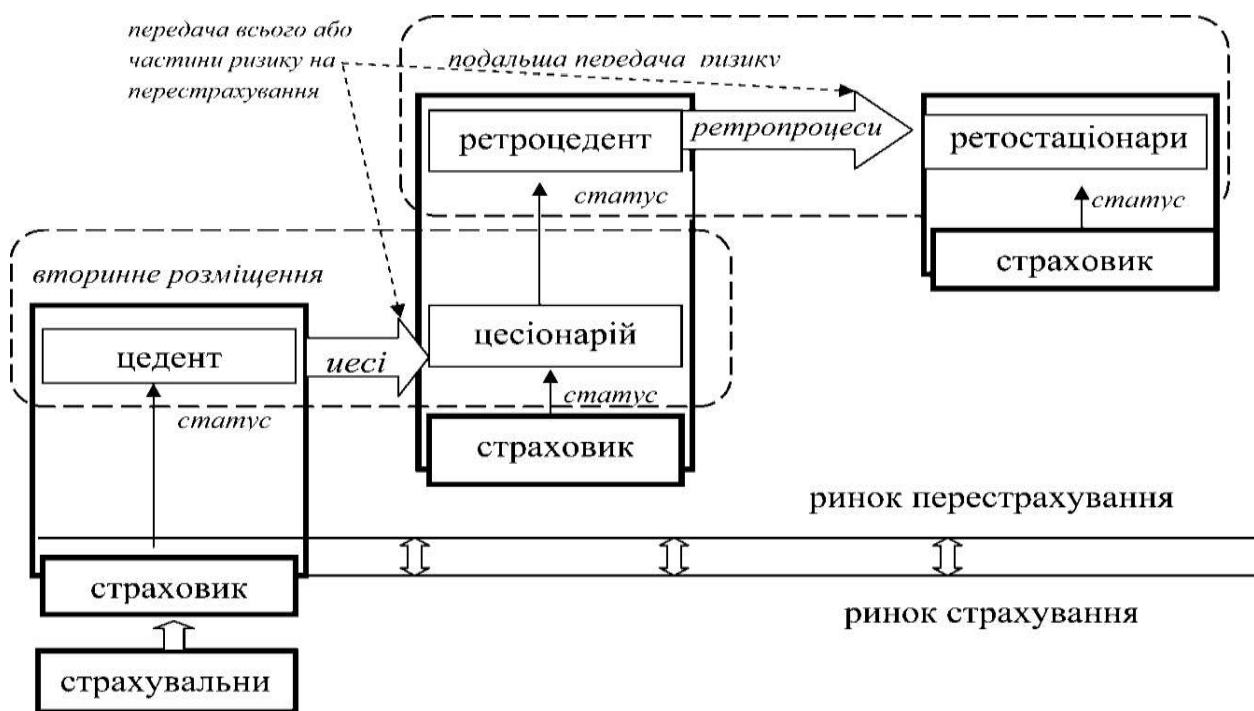


Рис.1. Графічна модель процесу перестраховання

На рис. 1 видно, що перестраховання - це страхування самої компанії, яка перерозподіливши взятий на себе ризик серед інших учасників ринку по-перше забезпечує власну фінансову стійкість, по-друге є додатковою гарантією виконання своїх фінансових зобов'язань перед страхувальниками.

Основними показниками розвитку ринку перестраховання є передані й отримані премії, структура премій, рівень виплат. Для оцінки рівня розвитку ринку можуть використовуватись такі критерії, як відношення перестраховувальних премій до страхових, концентрація ринку, диверсифікація ризиків.

На розвиток перестраховання впливає ряд факторів, які більшість науковців поділяють на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх факторів

відносять законодавчу вимогу перестраховувати ризики, які перевищують 10 % місткостей компаній, «зарегульованість» зовнішнього перестраховування, жорсткі умови роботи брокерів, вплив перерахованої премії на податкові зобов'язання (від суми премії) та слабка капіталізація ринку внаслідок відкладеного інвестиційного попиту. До зовнішніх факторів можна віднести великі місткості міжнародних перестраховиків, масова пропозиція офшорного перестраховування, вимоги до наявності рейтингів перестраховиків, резервування обмеження на обсяг перевезення та продажу валюти, концентрація міжнародного ринку перестраховування за рахунок злиттів та поглинань.

Основою ринку перестраховування є частки валових премій отримані при первинному страхуванні (рис. 2). Динаміка, що сформувалася, можна охарактеризувати як непогану, якщо порівнювати з країнами СНД (Україна займає третє місце після Росії і Казахстану), які об'єднує молодість, звідси нестабільність, хаотичність у розвитку.



Рис. 2. Частка валових страхових премій сплачена за перестраховування [3,4]

Даний період є складним для порівняння через неможливість чітко описати тенденції розвитку. Так друга половина 2008 року пройшла під впливом світової фінансової кризи, 2009—2010 роки — посткризовий період, який характеризується хаотичними діями всіх суб'єктів ринку, 2011 рік — зміни в податковому законодавстві. Тому зафіксований ривок 2010 року — +7,17 % затьмарений зниженням активності в 2011 році 16,91 % (див. рис. 2).

Недостатній розвиток перестраховування обумовлений слабкою капіталізацією страхового ринку, відсутністю надійних інвестиційних інструментів, недосконалістю нормативно-правового поля для діяльності перестраховиків.

Причиною низької реальної місткості ринку перестраховування є слабка його організація, яка призводить до недостатнього використання власних фінансових ресурсів страховиків.

Перестраховування забезпечує фінансову надійність функціонування страхових компаній, динамічний розвиток національного страхового ринку, збільшення його місткості. Застосування можливостей перестраховування є необхідним для молодих і малопотужних страхових ринків країн з перехідною економікою, зокрема й України

Відтак, формування ринку послуг з перестраховування в Україні має такі особливості:

- спостерігається зростання ємності перестраховального поля України за рахунок відносного збільшення майнових видів страхування;
- зберігаються наміри створення монопольного перестраховика з певними пільгами, що може вплинути на поле діяльності незалежних національних перестраховиків і обмеження інтернаціонального характеру перестраховального бізнесу.

Висновки. Внутрішній ринок перестраховування має великий потенціал, але з огляду на численні недоліки українського перестраховального бізнесу, такі як низька якість, надійність і доступність, реальні можливості сучасного внутрішнього перестраховального ринку досить низькі (20 % від потенційних). Обсяг зобов'язань з виплат не відповідає рівню платоспроможності наших компаній. Тому відбувається перенасичення ринку, а щодо іноземного перестраховування в Україні, то:

- українські страховики дедалі менше прагнуть перестраховувати ризики за кордоном, де-факто це перший сигнал, який демонструє зниження місткості ринку та стійкої тенденції класичного перестраховування;
- сьогодні в Україні вихідне іноземне перестраховування розвинене значно більше, ніж вхідне, а це означає, що вітчизняна економіка недоотримує фінансових надходжень, зокрема в іноземній валюті.

Узагальнюючи розгляд основних проблемних аспектів вдосконалення перестраховальної діяльності в Україні, можна зробити висновок про необхідність створення законодавчих та економічних умов розвитку перестраховування й адаптації його до міжнародного перестраховування.

Вирішення вищевказаних актуальних проблем сприятиме розвитку перестраховальної діяльності в Україні та створення цивілізованого перестраховального ринку.

Список використаних джерел:

1. Кнейслер О. Ринок перестраховання: теоретична концептуалізація та інституціонально-функціональне призначення / Ольга Кнейслер // Вісник ТНЕУ. – 2011. - № 4. – С. 58-65.
2. Нечипорук Л. В. Напрями забезпечення страхового ринку України / Л. В. Нечипорук // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. – 2011. - № 4. – С. 65 – 75.
3. Підсумки діяльності страхових компаній за 9 місяців 2011 року [Електронний ресурс] / Державна комісія з регулювання ринків фінансових послуг України. — Режим доступу : http://www.dfp.gov.ua/fileadmin/downloads/dpn/sk_Ikv_2011.pdf. — Заголовок з екрану.
4. Ринок страхових послуг за 9 місяців 2009 року [Електронний ресурс] / Державна комісія з регулювання ринків фінансових послуг України. — Режим доступу: http://www.dfp.gov.ua/fileadmin/downloads/dpn/sk_III_kv_2009.pdf. — Заголовок з екрану.
5. Теробус О.М. Перестраховання та проблеми його розвитку в Україні / Ольга Теробус // Галицький економічний вісник. – 2009. - № 2. – С. 105 – 109.

СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Роговський Роман Віталійович

студент Луцького національного технічного університету

Національні інтереси країни вимагають негайних і ефективних заходів, спрямованих на підвищення рівня якості життя населення, яке залежить від інноваційного розвитку вітчизняного виробництва. Фундаментальне значення серед усіх чинників, які сприяють інноваційному розвитку, мають трудові ресурси, що включають реальні й потенційні інтелектуальні здібності, здоров'я, знання і практичні навички, за допомогою яких можна створювати додану вартість. Виділяють декілька чинників, за якими можна визначити ступінь інноваційності трудових ресурсів підприємств. Важливим чинником інноваційності є здатність співробітників підприємства пропонувати нові ідеї.

Ініціативність, винахідливість, уміння мислити нестандартно, креативність, уміння шукати і знаходити області для оптимізації на підприємстві є навиком, який необхідний в сучасному світі.

Здійснення інноваційних перетворень на підприємствах вимагає від персоналу активного включення до цього процесу, що потребує розробки відповідних заходів із забезпечення у трудових колективах підвищення престижу працівників-інноваторів. У свою чергу це обумовлює розробку необхідної діючої системи стимулювання щодо підвищення інноваційної активності персоналу підприємства.

Побудова системи стимулювання праці працівників інноваційної діяльності є досить складною, враховуючи особливості цього виду діяльності. Першочерговим завданням при побудові даної системи є врахування якостей і потреб працівників, зайнятих в інноваційній сфері (керівників різних рівнів управління, наукових та інженерних працівників, маркетологів, робітників дослідного виробництва, фінансистів тощо). Люди, які займаються інноваційною діяльністю, характеризуються високим рівнем освіти, інтелектуального розвитку, володіють аналітичним мисленням, підвищеним почуттям власної гідності, самостійністю та незалежністю. Вони особливо потребують визнання своєї праці, орієнтуючись на досягнення значних результатів і демонструють високу працездатність і продуктивність, що потребує вдосконалення діючих системи стимулювання до підвищення інноваційної активності.

Таким чином, при формуванні системи стимулювання щодо підвищення інноваційної активності працівників на підприємстві потрібно спиратися не лише на матеріальні, а й на нематеріальні (соціально-психологічні) форми стимулювання, орієнтовані на задоволення потреб вищого рівня. У таких умовах інноваційна активність персоналу буде високою, що розширюватиме інноваційні можливості підприємства.

Основні форми і методи стимулювання інноваційної активності персоналу можна розділити на прямі та непрямі. Методи прямої дії це: матеріальні – розмір заробітної плати, надбавки, премії, разові винагороди, пільги, страхування; нематеріальні – зміна статусу підрозділу і керівництва залежно від успіху інновацій, розвиток кар'єри. Методи непрямой дії це: матеріальні – придбання акцій компанії, оплата членства в наукових товариствах, оплата участі в наукових конференціях, оплата участі у програмах професійного розвитку в суміжних галузях; нематеріальні – політика стабільності персоналу і розвитку професіоналізму усіх працівників підприємства, залучення до участі в нарадах вищого рівня управління, доступ до конфіденційної інформації, право самостійності у виборі наукової тематики досліджень, в т.ч. поза межами основного профілю діяльності, заохочення групової роботи,

вільного обміну думками між керівником і підлеглим, культивування організаційних цінностей, що заохочують інноваційно-активну поведінку персоналу.

Варто зазначити, що методи стимулювання інноваційної діяльності прямої і непрямой дії мають різне мотиваційне навантаження. Так, методи прямої дії безпосередньо пов'язані із досягненням остаточного результату – комерційної вигоди від упровадження новації. Тоді як методи непрямой дії якраз і спрямовані на формування сприятливого для інноваційної діяльності середовища. У цьому плані успіхи японських та деяких західних виробничих комплексів у розвитку передових технологій, освоєнні нових конкурентоспроможних видів продукції саме завдяки високій інноваційній активності персоналу, яка є продуктом реалізації концепції партисипативного управління (технологія управління персоналом, яка ґрунтується на залученні до прийняття управлінських рішень всіх працівників підприємства) [4].

Отже, забезпечити інноваційний розвиток вітчизняного виробництва як на державному, так і регіональному рівнях можливо лише шляхом побудови ефективної системи спонукання до конкурентоспроможної та науково-технічної праці в реалізації стратегічних завдань інноваційного розвитку промислових підприємств. У зв'язку з цим найбільшої актуальності набувають проблеми відновлення винахідницької та раціоналізаторської діяльності на промислових підприємствах, створення стимулів для розвитку інноваційної праці, яка пов'язана з розробкою і впровадженням інновацій.

Список використаних джерел:

1. Амоша О. І. Механізм забезпечення активізації інноваційної діяльності в Україні / О. І. Амоша // Социально-экономические аспекты промышленной политики : сб. науч. тр. / НАН Украины, Ин-тэкономики пром-сти ; редкол. : А. И. Амоша (отв.ред.) и др. — Донецк, 2006. — С. 5–16.
2. Геєць В. М. Інноваційні перспективи України / В. М. Геєць, В. П. Семиноженко. — Х. : Константа, 2006. — 272 с.4.
3. Стадник В. В. Інноваційний менеджмент :навч. посібник / В. В. Стадник, М. А. Йохна. —К. : Академвидав, 2006. — 464 с.
4. Карпусь І.Н. Мотивація і стимулювання інноваційної діяльності підприємства // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2008_628/84.pdf.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Кібальчич Олександр Олегович

студент Дніпродзержинського державного технічного університету

Матвієнко Катерина Станіславівна

студентка Дніпродзержинського державного технічного університету

В основі розвитку теорії і практики менеджменту зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) підприємства лежить загальна теорія менеджменту. Тому при формуванні організаційної структури управління ЗЕД первинної ланки національної економіки необхідно, насамперед, враховувати загальні підходи і закономірності побудови організаційної структури управління підприємства в цілому.

Відповідно до чинного законодавства підприємство - це самостійний суб'єкт господарювання, створений у визначеному порядку для виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг з метою задоволення суспільних потреб і одержання прибутку. Відповідно до чинного законодавства підприємство має право самостійно визначати форми, методи й обсяги роботи на зовнішньому ринку.

Для ефективного управління зовнішньоекономічною діяльністю на рівні підприємства потрібна адекватна умовам його роботи структура управління. Організаційна структура управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства визначається, насамперед, тими цілями і завданнями, які вона покликана вирішувати.

Найбільший досвід управління зовнішньоекономічною діяльністю накопичено у спеціалізованих зовнішньоторговельних організаціях (ЗТО). Провідною структурною одиницею ЗТО є фірма, яка спеціалізується на фірмі певними товарами з групою країн.

Функціональні відділи і служби спеціалізованих фірм і ЗТО:

1. Група відділів і служб, що здійснюють планування (планово-економічний відділ, валютно-фінансовий відділ, транспортний відділ, бухгалтерія ЗТО).

2. Група відділів, що займаються безпосередньо маркетингом (відділ кон'юнктури та цін, відділ реклами та виставок, інженерно-технічний відділ, відділ спільних підприємств та відділ технічного обслуговування і запчастин).

3. Група відділів, що забезпечують прийняття і виконання управлінських рішень (відділ розвитку, відділ АСУ, відділ кадрів, відділ закордонних відряджень, канцелярія, адміністративно-господарський відділ, юридичний відділ, протокольний відділ).

Створення розгалуженої структури управління ЗЕД характерне для підприємств незалежно від їх організаційно-правової форми, якщо їхня діяльність цілком зосереджена на зовнішніх ринках. Однак таких підприємств менше, ніж кількість підприємств, що займаються виробництвом. На промислових підприємствах, що активно беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності, зовнішньоторговельний апарат існує у формах: як частина внутрішньовиробничої структури у вигляді зовнішньоекономічного відділу і як відносно самостійний підрозділ у вигляді зовнішньоторговельної фірми.

На різних підприємствах, залежно від специфіки та масштабів діяльності, в організації зовнішньоекономічних зв'язків беруть участь різні відділи і служби, але, як правило, основні функції в цій сфері акумулює відділ зовнішньоекономічних зв'язків:

1. Науково-технічне співробітництво та зовнішні зв'язки
2. Протокол
3. Аналітичні дослідження, складання прогнозу збуту та розробка політики ціноутворення
4. Вивчення рекламної діяльності
5. Розробка планів і робота з укладання договорів на реалізацію продукції

Структура управління ЗЕД повинна бути гнучкою і адаптивною, здатною постійно змінюватись з урахуванням змін внутрішнього і зовнішнього середовищ, а також особливостей зовнішньоекономічної політики держав, на ринки яких виходить підприємство.

Для розробки організаційної структури управління ЗЕД підприємства необхідно також виявляти і враховувати довгострокові тенденції у світовій економіці, перспективи розвитку її регіонів.

В сучасних умовах проектування організаційної структури управління ЗЕД набуває особливо важливого значення як з теоретичної, так і з практичної точки зору.

Список використаних джерел:

1. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Підручник. - Київ: Центр навчальної літератури, 2004.-384с.
2. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів /І.В. Багрова, Н.І. Редіна, В.Е. Власик, О.О. Гетьман; За ред. д-ра екон.наук, проф. І.В. Багрової.- Київ, Центр навчальної літератури, 2004.- 580с.

3. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навчальний посібник/
Ю. В. Макогон, В. С. Рижиков, С. В. Касьянюк, О. О. Коваленко,
В. М. Грідасов, С. В. Чемерис, А. В. Гончарова/ За ред. д.е.н., проф.
Ю. В. Макогона.- Київ: Центр навчальної літератури, 2006.-424с.

