

**МІЖНАРОДНІ НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ІНТЕРНЕТ-
КОНФЕРЕНЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ**

www.economy-confer.com.ua

Світ економічної науки

Випуск 2

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

28 березня 2018 р.



Тернопіль
2018

"Світ економічної науки. Випуск 2": матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування. - Тернопіль, 2018. – 72 с.

УДК 330 (063)
ББК 65я431

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей економічної наукової інтернет-конференції «Світ економічної науки. Випуск 2», які оприлюднені на інтернет-сторінці www.economy-confer.com.ua

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

Адреса оргкомітету:
46001, Україна, м. Тернопіль, а/с 71
тел. +380977547363
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>Дуда Марія Іванівна</i> ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА – НЕВІД’ЄМНА СКЛАДОВА ЙОГО МАКСИМАЛЬНО ЕФЕКТИВНОЇ ТА СТАБІЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ РИНКУ.....	6
<i>Єгунов Юрій Артемович, Малишко Валерій Семенович</i> РОЗПОДІЛ ВИТРАТ НА УТРИМАННЯ ТА ЕКСПЛУАТАЦІЮ ОБЛАДНАННЯ В УМОВАХ БАГАТОНОМЕНКЛАТУРНОГО ВИРОБНИЦТВА.....	9
<i>Макалюк Ірина Віталіївна, Марковець Катерина Юріївна</i> ПАРАДОКС ГІФФЕНА ПІД ЧАС КРИЗ.....	12
<i>Острянко Марія Миколаївна, Лободзинська Тетяна Петрівна</i> СКЛАДНІСТЬ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ – ЯК ОДНА ІЗ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	14
<i>Полюк Мирослава Іванівна</i> ТЕОРІЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ: ГЕНЕЗИС І СЬОГОДЕННЯ.....	16
<i>Савицька Олена Миколаївна, Стоян Софія</i> ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ТА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ.....	19
<i>Ситник Юрій Сергійович, Кузьмінська Наталія Леонідівна</i> ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ МВВФ «ЕНЕРГЕТИК» ТА ДЕЯКІ ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ.....	22
<i>Стопченко Євгенія Іванівна</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ.....	24

Менеджмент. Маркетинг

Булах Ірина Іванівна, Шиманська Олена Володимирівна АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПРИ ЗАСТОСУВАННІ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ.....28

Гірняк Євген Іванович МАРКЕТИНГ В СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ.....30

Третьяк Дарія Богданівна СУЧАСНІ ТРЕНДИ В ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ.....31

Шабельнік Дарина Володимирівна ПРИНЦИП ПАРЕТО В МЕНЕДЖМЕНТІ ПЕРСОНАЛУ, ЯК МЕТОД ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ НЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА.....33

Облік, статистика і аудит

Панченко Олена Олександрівна, Чухліб Алла Василівна УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ В ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ.....36

Чебан Тетяна Миколаївна ТИПОЛОГІЯ ВИДІВ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ЯК НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ЇЇ ТЕОРЕТИЧНИХ ОСНОВ.....38

Економічний аналіз.

Економіко-математичне моделювання

Басистюк Катерина Миколаївна ПОКАЗНИКИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО ПРИБУТКУ.....41

Банківська справа.
Фінанси, грошовий обіг та кредит

**Гаврилюк Ю. С. МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКІВСЬКИХ
УСТАНОВ.....44**

**Олійник Катерина Вадимівна ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ
ПОРТФЕЛЯ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ КОРПОРАЦІЙ В
УКРАЇНІ.....48**

**Паньків Юлія Ігорівна ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ.....54**

**Сліпак Інна Русланівна, Судак Наталія Володимирівна
СУЧАСНИЙ СТАН ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....56**

**Сошенко Надія Олексіївна МЕЗОНІННЕ ФІНАНСУВАННЯ –
ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ КРЕДИТНОГО РИНКУ, ЯК
ДЖЕРЕЛО ФОРМУВАННЯ ПОЗИЧЕНОГО КАПІТАЛУ
ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ.....58**

Інвестиційно-інноваційні процеси в економіці

***Baxodirov Jasurbek Olyorbek o'gli, Shuxratov Ma'murjon Shuxrat o'gli*
PROBLEMS AND OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT OF
THE INNOVATION SPHERE OF ECONOMICS.....64**

***Baxodirov Jasurbek Olyorbek o'gli, Shuxratov Ma'murjon Shuxrat o'gli*
INNOVATIONS IN INSURANCE AND DEVELOPMENT OF
AGRICULTURAL ECONOMICS66**

***Бойко Тимур Петрович* ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ
ІНВЕСТУВАННЯ У КРИПТОВАЛЮТИ.....69**

***Караван Наталія Анатоліївна* ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНИХ
ПРОЕКТІВ71**

**ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА – НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА
ЙОГО МАКСИМАЛЬНО ЕФЕКТИВНОЇ ТА СТАБІЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
В УМОВАХ РИНКУ**

Дуда Марія Іванівна

спеціаліст вищої категорії, викладач-методист, Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів і природокористування України «Заліщицький аграрний коледж ім.Є.Храпливого»

Забезпечення безпеки підприємства стає важливою потребою. Тривала і глибока економічна криза в нашій країні спричинила багато непередбачуваних небезпек та загроз для ще молодого бізнесу. На розвиток підприємництва впливають ще й нестабільна політична та соціально-економічна ситуація в країні, недосконале комерційне законодавство, криміналізація суспільства, влади та бізнесу, корупція, шахрайство тощо. Все це різко загострило проблему забезпечення економічної безпеки підприємства в умовах ринку. А тому виявлення, попередження небезпек та загроз, використання ресурсів для запобігання нанесенню шкоди, прийняття ризикових рішень, боротьба з конкурентами тощо – шлях для досягнення стратегічних цілей бізнесу на сучасному етапі.

Напружена криміногенна ситуація в країні, поява в Україні активnodіючих структур економічної розвідки, міжнародної організованої злочинності, скрізь застосовуваних жорстких методів впливу на підприємницькі структури визначають актуальність проблеми безпеки підприємництва на найближчу перспективу.

Економічна безпека підприємства – стан найефективнішого використання ресурсів і підприємницьких можливостей для запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам та загрозам, забезпечення стійкого функціонування і створення перспектив росту своєї підприємницької діяльності.

Система безпеки повинна бути побудована таким чином, щоб витрати на її забезпечення були економічно доцільними, а вартість витрат

повинна бути оптимальною та не перевищувати той рівень, при якому втрачається економічна доцільність їх застосування.

У розумінні «системи безпеки підприємства» не існує єдиної думки.

На погляд В.П. Мак-Мака, система безпеки підприємства включає наукову теорію безпеки, політику та стратегію безпеки, засоби та методи забезпечення безпеки і концепцію безпеки підприємства [3].

В.І. Ярочкін визначає систему безпеки як організовану сукупність спеціальних органів, служб, засобів, методів та заходів, що забезпечують захист життєво важливих інтересів особистості, підприємства, держави від внутрішніх та зовнішніх загроз [5, с.9].

На думку О.А. Груніна та С.О. Груніна [1], система безпеки підприємства являє собою обмежену множину взаємопов'язаних елементів, що забезпечують безпеку підприємства та досягнення ним цілей бізнесу.

Рівень економічної безпеки підприємства оцінюється на підставі визначення сукупного критерію через зважування й підсумовування окремих функціональних критеріїв, які обчислюються за допомогою порівняння можливої величини завданої шкоди підприємству та ефективності заходів щодо запобігання їй.

Оцінка рівня економічної безпеки здійснюється також порівнянням розрахункових значень за окремими функціональними складовими величинами із реальними величинами цього показника по підприємству.

Основними функціональними складовими величинами є: фінансова, кадрова, техніко-технологічна, інноваційна, інформаційна та економічна.

Кожна з них характеризується власним змістом, сукупністю функціональних критеріїв і способів забезпечення.

Після цього здійснюється функціональний аналіз заходів з організації необхідного рівня економічної безпеки за окремим складовими з використанням відповідного алгоритму.

Вартість заходів, які повторюються стосовно різних функціональних складових, враховується в бюджеті підприємства лише один раз. Результати цього аналізу оформляються у вигляді спеціальної таблиці-карти.

Значну увагу необхідно приділити засвоєнню критеріїв, показників і методів аналізу рівня економічної безпеки підприємства, основних напрямків її забезпечення.

У процесі аналізу порівнюються поточні і минулі значення сукупного критерію, в'являться недоліки і резерви комплексу заходів, що здійснюються підприємством, щодо забезпечення його безпеки, шляхом встановлення відношення сукупного відверненого збитку до суми витрат на реалізацію заходів, щодо запобіганню збиткам від негативних впливів і загального нанесеного збитку.

Конкретна оцінка ефективної роботи структурних підрозділів підприємства щодо економічної безпеки здійснюється за такими показниками:

1. Витрати на здійснення заходу;
2. розмір відверненої шкоди;
3. розмір заподіяної шкоди;
4. ефективність здійснення заходу (як різниця відверненої заподіяної шкоди, поділеної на витрати на здійснення заходу).

Серед функціональних складових належного рівня економічної безпеки фінансова складова вважається провідною й вирішальною, оскільки за ринкових умов господарювання фінанси є «двигуном» будь-якої економічної системи.

У процесі оцінки поточного рівня забезпечення фінансової складової економічної безпеки підлягають аналізу:

- фінансова звітність і результати роботи підприємства – платоспроможність, фінансова незалежність, структура й використання капіталу а прибутку;

- конкурентний стан підприємства на ринку – частка ринку, якою володіє суб'єкт господарювання, рівень застосовуваних технологій і менеджменту;

- ринок цінних паперів підприємства – оператори та інвестори цінних паперів, курс акцій і лістинг.

Важливою ланкою встановлення нормального рівня економічної безпеки є оцінка ефективності заходів, яка здійснюється через зіставлення загальної величини витрат на запобіжні заходи і витрат, яких могло б зазнати підприємство.

Таким чином, в результаті вивчення аналітичної оцінки дієвості і ефективності застосування заходів і способів забезпечення економічної безпеки на підприємстві, можна зробити висновок, що вона є початковою базою для ухвалення оперативних і тактичних рішень щодо запобігання

можливих збитків, а також розроблення стратегічних, в антикризовій системі господарювання, програм забезпечення максимального рівня економічної безпеки і стабільності підприємства в умовах ринку.

Отже, головна мета економічної безпеки підприємства полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне та максимально ефективне функціонування нині, і високий потенціал розвитку в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Грунин О.А., Грунин С.О. Экономическая безопасность организации. – СПб.: Питер, 2002. – 160с.
2. Курган В.П. Економіка аграрних підприємств: Навчально-методичний посібник. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. – 270с.
3. Мак-Мак В. П. Служба безопасности предприятия как субъект частной правоохранительной деятельности: монография. – М.: Компания "Спутник+", 2003. – 220 с.
4. Рижмань Д.І., Криворучко Г.Я., Віннічук Г.Я., Пилявець М.Т.. Економіка підприємства: навчальний посібник. – К.: Аграрна освіта, 2011. - 531с.
5. Ярочкин В. И. Система безопасности фирмы . – М. : Изд-во "Ось-89". – 2003. – 352 с.

РОЗПОДІЛ ВИТРАТ НА УТРИМАННЯ ТА ЕКСПЛУАТАЦІЮ ОБЛАДНАННЯ В УМОВАХ БАГАТОНОМЕНКЛАТУРНОГО ВИРОБНИЦТВА

Єгунов Юрій Артемович

*кандидат економічних наук, Одеський національний економічний
університет*

Малишко Валерій Семенович

*кандидат економічних наук, Одеський національний економічний
університет*

Найважливішим завданням, що вирішується в процесі калькулювання виробничої та повної собівартості окремих видів продукції в умовах багатоміноменклатурного виробництва, є вибір методу коректного

розподілу витрат на утримання та експлуатацію обладнання (ВУЕО). Відповідно до національних стандартів бухгалтерського обліку зазначені витрати з 2000 року враховуються на єдиному (91-му) рахунку в складі загальновиробничих витрат (ЗВВ), разом з витратами на обслуговування і управління цехами [1].

Разом з тим, особливості складу і функціонального призначення ВУЕО обумовлюють доцільність їх самостійного (окремою статтею) обліку і планування з метою калькулювання собівартості окремих видів продукції. Це знайшло своє відображення в інструментарії управлінського обліку, а також в Методичних рекомендаціях з формування собівартості продукції [2, с. 157]. Що ж стосується бухгалтерського обліку, то в цілях узгодженості планових і облікових даних про рівень ВУЕО з усією очевидністю впливає доцільність обліку даних витрат на окремому субрахунку в складі ЗВВ.

Відповідно до Методичних рекомендацій з формування собівартості продукції ВУЕО розподіляються між видами продукції пропорційно годин праці, заробітної плати, обсягу діяльності і т.д. [2, с. 180]. Вибір економічно обґрунтованої бази розподілу ВУЕО (як й інших статей непрямих витрат) здійснюється підприємствами самостійно, з урахуванням особливостей технології, організації і планування виробництва. Однак жоден із зазначених вище методичних документів не містить будь-яких рекомендацій щодо обґрунтування вибору бази розподілу ВУЕО з урахуванням зазначених вище особливостей. В результаті в даний час на вітчизняних підприємствах розподіл ВУЕО в умовах багатомоноклатурного виробництва здійснюється, як правило, пропорційно основній заробітній платі виробничих робітників (ОЗПВР).

Наскільки обґрунтовано такий розподіл ВУЕО? Для отримання відповіді на це питання необхідно чітко сформулювати вимоги, яким повинен задовольняти показник, що використовується в якості бази розподілу тієї чи іншої статті непрямих витрат. До таких вимог, на наш погляд, слід віднести:

- наявність прямої залежності між величиною непрямих витрат, що розподіляються, і базовим показником;
- наявність методів коректного розрахунку питомої величини базового показника на одиницю продукції.

Тим часом, в реальній дійсності найважливіше із зазначених вимог

не виконується, оскільки ВУЕО і ОЗПВР змінюються, як правило, в протилежних напрямках. Так, з підвищенням рівня механізації та автоматизації виробництва величина ВУЕО зростає при відповідному зниженні витрат на ОЗПВР. Цілком очевидно, що використання останніх в якості бази розподілу ВУЕО неприпустимо, оскільки призводить до отримання абсурдних результатів. Зокрема, більш машиноємна продукція буде і більш трудомісткою і навпаки.

Що ж стосується інших показників, запропонованих у Методичних вказівках в якості бази розподілу ВУЕО (годин праці, обсягів діяльності та ін.), то, на наше переконання, сфера їх застосування досить обмежена. Так, використання машино-годин роботи обладнання обґрунтовано в тих випадках, коли на одному комплекті обладнання здійснюється завершений цикл виробництва декількох видів продукції (наприклад, виробництво декількох видів майонезу на ОЖК, упаковка декількох видів чаю на чаєрозважувальній фабриці). Години праці основних виробничих робітників в якості бази розподілу ВУЕО доцільно використовувати суто на виробництвах із низьким рівнем механізації технологічних процесів, де переважає ручна праця (виробництво музичних інструментів, виготовлення сувенірної продукції та ін.).

У всіх інших випадках і, в першу чергу, на підприємствах зі складною структурою виробничого процесу, єдиним способом коректного розподілу ВУЕО є алгоритм, заснований на визначенні кошторисних (нормативних) ставок ВУЕО на одиницю окремих видів продукції. Останні розраховуються, виходячи з величини цих витрат на 1 машино-годину роботи окремих груп устаткування і нормативної машиноємності одиниці продукції. Зазначений спосіб розподілу ВУЕО забезпечує наукову обґрунтованість і високу точність розрахунків.

Список використаних джерел:

1. Національні стандарти бухгалтерського обліку: нормативна база. – 6-те вид., доп. – Х.: Фактор, 2000. – 208 с.
2. Методические рекомендации по формированию себестоимости продукции (работ, услуг), утвержденные приказом Министерства промышленной политики Украины от 09.07.2007 г. № 373. – Киев. – 2007. – 322 с.

ПАРАДОКС ГІФФЕНА ПІД ЧАС КРИЗ

Макалюк Ірина Віталіївна

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки і підприємництва, Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут"

Марковець Катерина Юріївна

студентка Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут"

Кожна країна на певному етапі розвитку стикається з таким явищем як криза. У кризовий період у країнах із низьким та середнім рівнем розвитку активно проявляється так званий ефект Гіффена, який рідко спостерігається у промислово розвинених країнах.

Ефект Гіффена (Giffen effect, парадокс Гіффена) – практично єдиний виняток із класичного закону попиту-пропозиції: при підвищенні ціни на якийсь товар, за умови, що всі інші параметри залишаються незмінними, попит на нього буде незмінно падати [1]. Ефект Гіффена призводить до зворотнього, здавалось, нелогічного результату: ціни на певний товар підвищуються, але водночас зростає і попит на нього; при зниженні ціни падає і попит. Він є реакцією покупців на несприятливі коливання в економіці чи складну політичну ситуацію в країні, поширюється виключно на товари першої необхідності, вражає незахищені верстви населення. Така поведінка споживачів щодо певних товарів сприяла поділу товарів на дві групи: звичайні товари та товари Гіффена.

Багато товарів із мінімального споживчого кошика легко піддаються ефекту Гіффена. Типовими прикладами є рис, макарони, хліб, гречка, олія, певною мірою ефект проявляється і при підвищенні цін на бензин. Основні характеристики товару Гіффена:

1. Низькоякісний.
2. Складає значну частину витрат із бюджету.
3. Не має рівнозначного товару-замінника.
4. Основні споживачі – люди з низьким та середнім рівнем доходів.

Вперше парадокс Гіффена почав досліджуватися в у XIX ст. в Ірландії. В період голоду 1845-1849 рр. при підвищенні ціни на картоплю

ірландське населення стало купувати її ще більше [2]. Пояснення цьому феномену таке: картопля була основним продуктом харчування найбідніших верств населення. Побоюючись залишитись без головного продукту свого раціону через подальше підвищення ціни, люди змушені були економити на м'ясі, молоці, щоб закупити картоплю «про запас». Таким чином, споживачі власноруч спровокували подальше зростання ціни на картоплю за рахунок підвищення попиту.

У кризові періоди в Україні надзвичайно чітко проявляється ефект Гіффена. Наприклад, у посткризовий період 2010-2011 рр. з грудня по червень в Україні ціни на продовольство зросли майже на 14 %. Найбільше це позначилося на соняшниковій олії, макаронах, хлібові, овочах та м'ясі. Пшеничне борошно подорожчало на 32 %, хліб – на 22%, макарони – на 25%, а крупи – майже на 30 %. За логікою, попит на ці товари мав би знизитись, але відбулося протилежне явище. Уже в січні-червні 2011 р. оборот роздрібної торгівлі зазначених товарів складав 23 млрд. грн, що на 20 % більше, ніж у січні-червні 2010 р. [3].

Тож, ціновий орієнтир відіграє виключно важливу роль в поведінці, як виробників, так і споживачів товарів і послуг. Товар Гіффена – товар, ефект доходу для якого перевищує ефект заміщення. Для більшості товарів підвищення ціни призводить до зниження споживання, а для товару Гіффена – навпаки. Насправді, товари Гіффена є досить рідкісними, але можливість виникнення все нових і нових продуктів, що підпадатимуть під цю категорію, існує. Поява продуктів Гіффена є сигналом соціальних негараздів, свідченням зниження загального рівня життя населення. Ефект Гіффена може призвести до інфляційного підвищення цін на рівні держави, стати причиною дефіциту певних товарів на полицях магазинів.

Список використаних джерел:

1. Дж. Винер. Концепція корисності в теорії цінності та її критики / Дж. Винер. – Спб. : 2005. – С.78-16.
2. Матеріали науково-методологічного семінару «Україна – від кризи до кризи» від 28.11.2014, Всеукраїнська громадська організація «Інститут досліджень економіки і суспільства 21 століття», м. Київ
3. Сайт «Моя освіта»: <http://moyaosvita.com.ua/marketing/efekt-giffena-paradoks-giffena/>

СКЛАДНІСТЬ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ – ЯК ОДНА ІЗ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Острянко Марія Миколаївна

студентка факультету менеджменту та маркетингу, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» м. Київ, Україна

Лободзинська Тетяна Петрівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» м. Київ, Україна

Однією з проблем на шляху розвитку підприємництва в Україні є складність ведення бізнесу. Як показують дослідження, між правилами ведення бізнесу в країні та станом економіки є стійкий взаємозв'язок. Індекс легкості ведення бізнесу, на основі якого Світовий банк складає рейтинг за країнами, це показник, який вказує на простоту здійснення підприємницької діяльності в країні, а також, на рівень якості захисту прав власності.

Відповідно до рейтингу Світового банку «Doing Business 2017», Україна займає 76 місце серед 190 країн за легкістю ведення бізнесу. Для порівняння, у 2016 році Україна посідає 83 місце у рейтингу, у 2015 – 87, у 2011-2013 роках – 149-152 місця [1].

Підвищення показників відбувається внаслідок реформ, спрямованих на покращення умов отримання дозволів на ведення різних видів господарської діяльності, та прогрес у сфері оподаткування. За критерієм «Отримання дозволу на будівництво» Україна піднялася з 140-ї позиції на 35, що має значний вплив на загальний рейтинг країни та є найкращим прогресом серед країн світу. Це відбулося завдяки тому, що Київська міська рада прийняла рішення про зменшення розміру пайової участі у розвитку інфраструктури для будівель з 10 до 2% та зниження вартості послуг з технагляду у будівництві [2].

Також, достатньо високу позицію має Україна у рейтингу зі сплати податків, піднявшись на 41 пункт, порівняно з рейтингом «Doing Business 2016» (з 84 на 43 позицію), чому посприяла уніфікація та зменшення

ставки ЄСВ. Окрім того, варто зазначити, що Україна піднялася у рейтингу за критерієм «Підключення до електромереж» з 130 на 128 місце та за критерієм «Відновлення платоспроможності» – з 150 на 149 позицію [3]. Звичайно, просування вище за даним рейтингом є позитивним індикатором змін у сфері підприємництва та економіки в цілому. Але даний результат не є ідеальним, порівнюючи індекси сусідніх країн, таких як Польща, Молдова, Білорусь, Грузія. Серед країн Центральної та Східної Європи Україна за рейтингом «Doing Business 2017» посідає передостаннє місце.

Незважаючи на позитивну тенденцію щодо підвищення показників України в рейтингу з легкості ведення бізнесу, в країні є проблеми, які гальмують цей процес. До них можна віднести високий рівень грошових та часових витрат на проходження дозвільних процедур, реєстрацію власності, податковий тиск, ліквідацію підприємства, недостатньо високий рівень кваліфікації підприємців тощо. Наприклад, за критерієм «Початок бізнесу», що показує перелік процедур та терміни проходження, мінімальний розмір капіталу та обсяги витрат, що необхідні для започаткування підприємництва, показник України знизився на 32 пункти, а саме: з 20 позиції на 52. До того ж, за рештою пунктів, а їх 6, Україна втратила позиції: на 9 пунктів знизився показник «Отримання кредитів», на 4 – за критерієм «Міжнародна торгівля» і по одному пункту Україна втратила в категоріях «Реєстрація власності» та «Забезпечення виконання контрактів» [3]. За результатами аналізу ситуації, у наступному році експертами прогнозується загальне падіння показників України у рейтингу «Doing Business».

Експерти Світового банку підраховали, що один пункт у рейтингу відкриває для країни можливість залучити близько 600 млн. доларів інвестицій. Просування України вгору у рейтингу «Doing Business» є показником привабливості країни для міжнародних та вітчизняних інвесторів. Саме тому, для України є значущим входження у ТОП-50 країн рейтингу. Досягти цього можна лише за умови більш рішучого впровадження реформ з дерегуляції бізнес-процесів, а саме: внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо поліпшення інвестиційного клімату в Україні, залучення вітчизняних та іноземних інвесторів, зменшення зловживань контролюючими органами, подолання корупції, поліпшення умов ведення бізнесу.

Список використаної літератури:

1. Рейтинг стран [Електронний ресурс]. Режим доступу:<http://russian.doingbusiness.org/rankings>
2. Разрешение на строительство: Украина совершила рывок в рейтинге Doing Business-2018 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://minfin.com.ua/2017/10/31/30714148/>
3. Официально: Украина поднялась в рейтинге Doing Business [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.segodnya.ua/>

ТЕОРІЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ: ГЕНЕЗИС І СЬОГОДЕННЯ

Полюк Мирослава Іванівна

здобувач кафедри економіки, Львівський торговельно-економічний університет

У сучасних умовах господарювання сільськогосподарські підприємства шукають усі можливі способи досягнення зростання ефективності діяльності та посилення конкурентоспроможності. Працівники як основа ресурсного потенціалу агроформувань є важливим інструментом у процесі стратегічного і тактичного розвитку. Підвищення продуктивності праці та створення позитивного іміджу підприємства завдяки ефективному використанню людського ресурсу дозволить у найдешевший спосіб досягнути поставлених цілей розвитку. Тому дослідження теоретичних основ організації ефективної мотивації персоналу є досить актуальними для детального вивчення.

Виникнення та генезис теорій мотивації працівників пов'язаний ще з древніми філософами, такими як Аристотель, Сократ та Платон. Вони першими почали досліджувати питання рушійних сил, що впливають на людську поведінку, а також обґрунтовували внутрішні та зовнішні мотиви життєдіяльності людей.

Перші спроби законодавчо регулювати систему мотивації працівників були зроблені близько 2 тис. років до н.е. царем Вавилону Хаммурапі, який встановив мінімальний рівень заробітної плати для різних працівників.

Дослідженню цих питань приділив свою увагу також відомий класик Адам Сміт, який у своїй праці «Дослідження про природу і причини багатства народів» виокремив основні причини мотивації людини: прямий економічний інтерес, прагнення людини до максимального збагачення та покращення особистого добробуту [1].

Дослідженням впливу різних мотиваційних факторів на результативність роботи працівників займалось чимало науковців-теоретиків та практиків-менеджерів, проте найбільшого розвитку теорії мотивації отримали у ХХ ст. завдяки таким вченим як: С. Адамс, К. Альдерфер, В. Врум, Ф. Герцберг, Е. Лоулер, Д. МакКлелланд, Д. Мак-Грегор, А. Малоу, Л. Портер, Ф. Тейлор [2, 3].

На даний час усі теорії мотивації поділяють на три групи:

- 1) первинні, які базуються на історичному досвіді поведінки людини в процесі праці;
- 2) змістовні, що відображають зміст потреб людини в процесі життєдіяльності;
- 3) процесуальні, що базуються на процесі винагородження працівників за результати праці.

Первинні теорії мотивації передбачають, що людину спонукають до праці певні мотиви, потреби в процесі діяльності, що склались на певному історичному етапі. Ці теорії були сформульовані у ХХ ст. Серед основних первинних теорій виділяють:

- теорія «батога і пряника»;
- теорії «Х», «Y», «Z».

Друга група теорій мотивації – змістовні теорії, охоплюють ті підходи, що передбачають чітку класифікацію потреб, які мотивують людини до праці.

До цієї групи належать такі основні теорії: теорія Г. Маррей, теорія А. Маслоу, теорія Д. Мак Клеланда та теорія Ф. Герцберга [2, 3].

Третя група теорій мотивації – це процесуальні теорії, що охоплюють ті наукові підходи, які базуються на врахуванні не лише потреб людини, але й її поведінки та очікувань і ступінь задоволеності в процесі винагороди.

До процесуальних теорій належать: теорія очікувань В. Врума, теорія справедливості С. Адамса і комплексна теорія Л. Портера і Е. Лоулера [3, 4].

Таким чином первинні теорії мотивації ґрунтуються на припущеннях, що людина в залежності від її характеру, ставлення до праці може працювати під різним рівнем контролю та відповідальності. Змістовні теорії мотивації базуються на потребах людини. Вони передбачають, що в людей з різним рівнем задоволеності потреб виникають нові потреби вищого рівня і мотиваційні чинники повинні відповідати необхідності задоволення потреб відповідного рівня. Процесуальні теорії мотивації, не відкидаючи важливості задоволення потреб людини, передбачають, що мотивація працівника залежить не тільки від них, але й від поведінки окремою людиною та очікувань винагороди. Генезис розвитку теорій мотивації свідчить, що кожна наступна виділяє більшу кількість мотиваційних чинників, які можуть впливати на результати праці персоналу.

Список використаних джерел:

1. Економічне вчення Адама Сміта. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1926060141148/politekonomiya/ekonomichne_vchennya_adama_smita
2. Резнікова О.С. КЛАСИЧНІ ТЕОРІЇ МОТИВАЦІЇ: ЕВОЛЮЦІЯ ПІДХОДІВ. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/45787/27-Reznikova.pdf?sequence=1>
3. Теорії мотивації персоналу. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/45/3148.html>
4. Чірікова Н.М. Мотиваційні теорії персоналу і управління мотивацією праці / Н.М. Чірікова // Молодий вчений. – 2015. – № 11. – С. 109-113.

ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ТА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Савицька Олена Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент, факультет менеджменту та маркетингу, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Стоян Софія

студентка 3 курсу, групи УЗ-51, факультет менеджменту та маркетингу, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

За сучасних економічних умов на ринку України відбуваються постійні зміни у структурі власного капіталу суб'єктів господарювання в умовах використання фінансових ресурсів підприємствами під впливом інфляції, кон'юнктури ринку, форм господарювання, державного регулювання економіки та інших факторів.

Фінансова стійкість підприємств напряму залежить від величини та структури його фінансового забезпечення (фінансового потенціалу, фінансових ресурсів, фінансового капіталу). Адже фінансовий капітал показує наскільки підприємство забезпечує фінансово-господарську діяльність за рахунок власних фінансових ресурсів, а не позикових. Ефективність управління фінансовими ресурсами на підприємстві залежить від низки факторів, які можна умовно поділити на внутрішні та зовнішні.

Внутрішні – ті, на які підприємство може вплинути, тобто рух капіталу. Зовнішні – фактори, на які підприємство не може вплинути, такі як: податкове законодавство, умови одержання кредитів та процентні ставки банківських установ, загальноекономічна ситуація в країні та ін. [1, с. 38-44].

Звертаючи увагу на останні події в економіці України, до зовнішніх факторів впливу на ефективність управління фінансовими ресурсами на підприємствах можна віднести: воєнну ситуацію на сході країни, нестабільну економічну ситуацію, непередбачувані наслідки підвищення тарифів на енергоресурси, кризу неплатежів за реалізовані сировину,

продукцію, виконані роботи, надані послуги; високі ставки банківських кредитів, валютні коливання тощо. Але навіть за таких умов українські підприємства нарощують свій власний капітал, про що свідчать дані Державної служби статистики України (рис. 1 [2]), за винятком 2014 року, що обумовлено початком АТО на сході України.

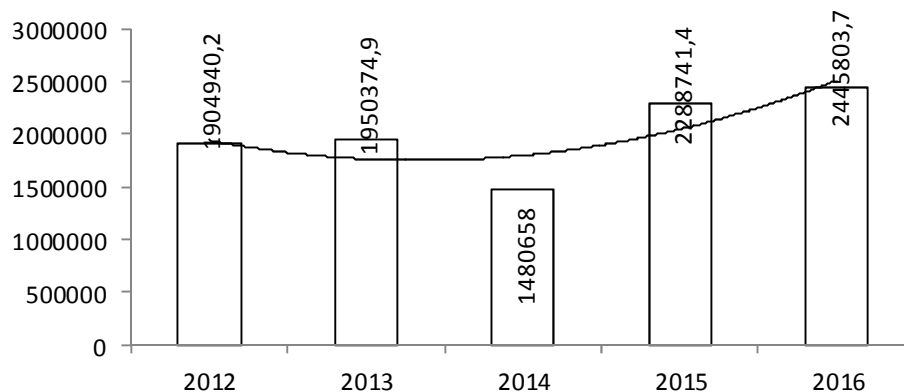


Рис. 1. Динаміка зміни власного капіталу підприємств України протягом 2012-2016 рр., млн. грн. [2]

Власний капітал підприємств України з 2012 року по 2016 рік зріс на 540863,5 млн. грн. (або на 28,4 %), а порівняно з 2015 роком на 157062,3 млн. грн. (або на 6,9 %), що означає те, що бізнес в нашій країні активно розвивається і компанії нарощують свій власний капітал. Найбільшу питому вагу в структурі власного капіталу підприємств займає статутний капітал, що складає в середньому по Україні близько 54 % за даними 2016 року. За період 2012-2016 рр. значно збільшився власний капітал у підприємств, що займаються наданням послуг та займаються фінансовою діяльністю [2].

З метою досягнення максимізації ринкової вартості безпосередньо керівники підприємств мають звернути увагу на один із основних напрямів підвищення ефективності управління фінансово-господарською діяльністю – це нарощування фінансового капіталу та ефективне управління ним, який використовується (в т.ч.) і з метою формування активів компанії. Адже лише за умови наявних, (у т.ч.) власних, джерел фінансування, які відрізняються за своїми способами та принципами виникнення, тривалістю, привабливістю з точки зору учасників ринку, можливе очікування позитивної динаміки підвищення основних показників ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств. Саме тому ефективність використання ресурсного потенціалу та

оптимізація джерел формування фінансових ресурсів потребують додаткового вивчення щодо процесів їх формування, зміни структури й складу ресурсного забезпечення підприємств, тощо.

Насамперед, проведення структурного аналізу капіталу пов'язано з необхідністю відслідковувати динаміку показників фінансової звітності та порівнювати їх за розміром залучених ресурсів та іншими показниками діяльності компанії [3].

Отже, наявність високого відсотку власних фінансових ресурсів в загальній структурі фінансового потенціалу компанії є передумовою успіху та ефективного функціонування будь-якого підприємства незалежно від сфери його діяльності. Адже саме за умови того, що компанія буде мати достатню кількість власних фінансових ресурсів, в майбутньому вона не матиме великих проблем з кредиторами, адже управління власним капіталом пов'язане не тільки з ефективним використанням вже накопиченої його частини, але і з формуванням фінансового потенціалу, який забезпечує майбутній розвиток підприємства.

Список використаних джерел:

1. Катан Л. І. Фінансові ресурси підприємства та особливості їх формування / Л. І. Катан // Вісник Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету. – 2014. – № 6. – С. 38-44.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України: [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Скляр Г. П. Механізм забезпечення фінансової стійкості підприємств споживчої кооперації та його удосконалення в умовах перехідної економіки / Г. П. Скляр, О. О. Педик. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://ukrcoop-journal.com.ua>.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ МВВФ «ЕНЕРГЕТИК» ТА ДЕЯКІ ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ

Ситник Юрій Сергійович

студент, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Кузьмінська Наталія Леонідівна

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

Сьогодення характеризується високим рівнем невизначеності і ризику, тому однією з найбільш актуальних проблем сучасного розвитку підприємництва є організація збутової політики на підприємстві. Ефективне управління збутовою політикою дозволить не тільки забезпечити підприємству стійкі позиції на ринку, але і призведе до його розвитку.

Ефективність збутової діяльності визначається не стільки ефективністю використаних матеріальних та фінансових ресурсів в галузі збуту, скільки можливістю збутового апарату забезпечити максимальне використання потенціалу підприємства. Останнє визначається як можливість використання виробничих, трудових, фінансових та інших ресурсів підприємства. Хоча сукупність цих активів само по собі не забезпечить конкурентних переваг та стійке положення підприємства на ринку.

Збут – це комплекс процедур просування готової продукції на ринок (формування попиту, отримання і обробка замовлень, комплектація і підготовка продукції до відправлення покупцям, відвантаження продукції на транспортні засоби та транспортування до місця продажу або призначення) і організація розрахунків за неї (встановлення умов і здійснення процедур розрахунків з покупцями за відвантажену продукцію)[1].

ТОВ МВВФ «Енергетик» займається виробництвом парових котлів, вентиляції водопідготовчого обладнання, допоміжного котельного обладнання, димососів. Обсяг і структура збуту є одними з найважливіших параметрів діяльності даного підприємства. Воно

використовує змішані канали руху товару і складську форму. Працює на замовлення і на вільний ринок через оптову торгівлю. Оптова торгівля здійснюється за допомогою договорів (короткострокових і довгострокових).

Встановлення ціни на товари, що реалізуються на ринку відносно тривалий час, залежить від цін на сировину, яка закупається за кордоном і залежить, зокрема, від цін на нафту. У порівнянні з конкурентами, ціни дещо нижчі або майже на тому ж рівні. Для стимулювання збуту в точках роздрібно́ї торгівлі проводяться акції, а оптовикам і постійним клієнтам надаються знижки в залежності від обсягу замовлення і терміну співпраці.

Для удосконалення збутової політики ТОВ МВВФ «Енергетик» пропонується:

1. Сформувати асортимент затребуваної продукції для сегмента ринку, на який вона спрямована.

2. Впровадити післяпродажне сервісне обслуговування покупців.

3. Розробити і затвердити проект плану збуту (для зниження можливості зловживань і помилок).

4. Створити ефективну систему внутрішнього контролю збутової діяльності (для відповідності збутової діяльності прийнятого курсу дій, безпомилкової реєстрації та обробки фінансово-господарських операцій).

Невміння управляти збутом в сучасних умовах господарювання породжує ланцюжок: переповнені склади, неплатежі, відсутність оборотних коштів на закупівлю сировини, зупинка виробництва. Детально пророблена і документально закріплена збутова політика стає ефективним інструментом попереднього, поточного і наступного контролю за збутовою діяльністю організації і її положенням на ринку, а її основне формування і ефективний контроль забезпечують конкурентоспроможність підприємства.

Список використаних джерел:

1. Азарян Е. М. Стратегическое управление сбытом на предприятии: рынок товаров нефтехимии : монография / Е. М. Азарян, И. А. Луговская, А. Ю. Беленький.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Стопченко Євгенія Іванівна

аспірант, Київський національний торговельно-економічний університет

Сьогодні світове господарство постає як неподільне глобальне ціле, якому притаманні різнопланові та різноякісні процеси. Транснаціональні корпорації, що є рушійною силою глобалізаційних явищ, змінили політику сепаратності на політику співпраці й реалізації економічних проектів. Останніми роками спостерігався прискорений розвиток світової туристичної індустрії, яка стала глобальною за масовістю, формами і технологіями організації відпочинку. У міжнародному туризмі процеси глобалізації найкраще простежуються на прикладі сектору розміщення туристів, де швидкими темпами відбувається розширення та розвиток готельних мереж. Готельна індустрія є однією із найдинамічніших у світі. Тільки протягом другої половини ХХ ст. у цій царині відбулися кардинальні зрушення, що змінили розуміння готелю як тільки місця для ночівлі та вивели готельний сегмент на провідні позиції серед складових туристичної галузі [1]. Щодо перспективних напрямків і тенденцій розвитку ринку готельних послуг в Україні, необхідно відзначити, що саме сектор готелів «де-люкс» задає і визначає високу динаміку галузі в Україні. Така підвищена увага готельного бізнесу до вищої категорії готелів пояснюється тим, що у спадок Україні не дісталася жодного готелю, яка могла б претендувати на п'ятірку за системою зірок, вживаною в європейських країнах, а попит на послуги екстра-класу зростає унаслідок процесів перерозподілу капіталу в країні і різкого збільшення кількості іноземних туристів. Найбільш прибутковий сьогодні ринок готелів екстра-класу наближається до насичення, вже найближчим часом в полі інтересів багатьох операторів з'явиться ринок середніх і малих готелів з помірним набором послуг, що надаються. Слід зауважити, що найбільш адекватною стратегією укрупнення на ринку готельних послуг є поява готелів з рівнями 2-3 зірки. Цільовий сегмент підприємств цього сектора - представники внутрішнього туризму (відпочиваючі та ділові люди у відрядженні). В умовах відсутності конкуренції представники цього сегмента готельної галузі воліють недооцінювати потребу своїх клієнтів у високому рівні обслуговування [3]. Створення

єдиної мережі готелів з універсальним набором послуг і високим рівнем обслуговування за допомогою покупки і реконструкції існуючого готельного фонду малої і середньої категорій може принести компанії не тільки статус національного оператора, але й переваги пов'язані з домінуванням на ринку. Розширення ринку готельних послуг і незворотність інтеграційних процесів, збільшення витрат на маркетинг, скорочення життєвого циклу товарів й самих організацій, необхідність постійного оновлення власного продукту, формування категорії комерційної таємниці, впровадження ноу-хау – усе це вимагає об'єднання зусиль організацій та створення системи кооперованих зв'язків у різних їхніх проявах і видах [2]. Перелік додаткових послуг залежить від категорії готелю. Не у всіх готелях є можливість організувати побутове обслуговування гостей та надавати їм повний перелік послуг. Але всюди повинні прагнути до того, щоб набір послуг повністю відповідав запитам гостей. Вся робота по організації послуг повинна бути добре продумана і організована. Підприємства, які надають послуги, повинні розміщуватися в доступному місці (найчастіше на першому поверсі). У вестибюлі, на поверхах, у номерах повинна бути інформація про те, як і де, отримати послуги, години роботи повинні бути зручними для гостей. Спостерігаються найбільш поширені і найчастіше використовуються: екскурсійне обслуговування; замовлення послуг гідів-перекладачів, організація продажу квитків на всі види транспорту; організація продажу квитків на культурно-масові заходи; замовлення автотранспорту за заявкою гостей; виклик таксі; прокат автомобілів; замовлення місць у ресторанах міста; покупка і доставка квітів; продаж сувенірів, листівок та іншої друкованої продукції; ремонт взуття, ремонт і прасування одягу; прання та хімчистка одягу; користування сауною; послуги перукарні; послуги буфетів, барів і ресторанів; оренда конференц-залу, залів переговорів; послуги бізнес-центру [3].

Розвиток готельних послуг відповідно передбачає і нові посади в готелях, наприклад в зарубіжних країнах світу вже функціонують: менеджер по загару, готель Ritz-Carlton South Beach, Маямі, США, психолог для тварин, готель deLuxe, Портленд, США, масажист в гондолі, Loews Coronado Bay Resort, Сан-Дієго, США, гурме-меню для тварин, Lowell, Нью-Йорк, США, дворецький по запахам, Rosewood Hotel Georgia,

Ванкувер, Канада, чайний сомельє, Lanesborough, Лондон, Великобританія, мильний консьєрж, Viceroy Riviera Maya, Мексика. [4].

Враховуючи вищевикладене слід зробити наступний висновок - ринок готельних послуг перебуває в постійному розвитку, більшість готелів не відповідають стандартам галузі, спостерігається дефіцит пропозиції готельних послуг практично у всіх цінових категоріях. До цих проблем додаються проблеми законодавства, проблеми підготовки персоналу, стандартизації готельної діяльності. Незважаючи на це, інтерес до готельного будівництва продовжує рости.; Сутність надання послуги розміщення полягає в тому, що, з одного боку, в користування надаються спеціальні приміщення (готельні номери), з іншого боку, надаються послуги, що виконуються безпосередньо персоналом готелю; Сервіс може бути дуже різним - від швидкого професійного оформлення службою прийому до бездоганної роботи сантехнічного обладнання. Кожна ланка в ланцюзі дуже важливо. Надаючи будь-які послуги персонал повинен проявляти такт та коректність. Сервіс потрібно будувати не тільки за принципом попиту (що хоче гість), але за принципом пропозиції (готель пропонує все нові і нові послуги, які може надати, а гість вибирає, треба йому це чи ні). Успіх і процвітання готелю залежить від набагато більшого, ніж просто будівля обладнання всередині нього. Вже зараз існує безліч готелів, але лише деякі з них пропонують обслуговування, яке відповідає міжнародним стандартам якості.

При оцінці якості готельних послуг споживач порівнює те, що йому надали, з тим, що він бажав отримати. Домогтися від персоналу вміння і бажання надавати послуги і гарантувати їх високу якість - далеко не таке просте завдання, як це може здатися на перший погляд. При наданні готельних послуг необхідно враховувати, що може викликати невдоволення гостя. Таким чином, в обслуговуванні не повинно бути дрібниць, які роблять перебування гостя неприємним.

Список використаних джерел:

1. Волков Ю.Ф. Введення в готельний та туристичний бізнес (2-е вид.) / Серія «Вища професійна освіта». - Ростов н / Д: «Фенікс», 2004. - 352 с. [С.136-162].

2. Медлік С. Готельний бізнес: Підручник для студентів вузів, які навчаються за спеціальностями сервісу (23000) / С. Медлік, Х. Інграм; [пер. з англ. А.В. Павлов]. - 2017р .
3. <http://prohotelia.com.ua/2017/01/12-events-and-trends-of-2017/>
4. <http://www.premier-international.net/about/our-values/>

Науковий керівник: Бойко Маргарита Григорівна, доктор економічних наук, професор, Київський національний торговельно-економічний університет

АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПРИ ЗАСТОСУВАННІ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ

Булах Ірина Іванівна

викладач вищої категорії, ВСП Агротехнічний коледж УНУС

Шиманська Олена Володимирівна

викладач вищої категорії, ВСП Агротехнічний коледж УНУС

Основним напрямком перебудови менеджменту і його радикального удосконалення, пристосування до сучасних умов стає масове використання сучасних технологій і систем управління. Одночасно сучасний етап характеризує тенденція переважання ролі людських ресурсів перед факторами матеріально-технічного та іншого характеру, зрушення уваги управління в компанії до аспектів соціальної взаємодії. Вплив сучасних тенденцій відображається і в системах менеджменту.

Як критерій приналежності деякої системи до системи управління необхідно розглянути наступне положення: якщо дана система є важливою частиною організації, її діями здійснюється управління організацією і вона вирішує тільки управлінські завдання, то її можна розглядати як спеціалізовану систему або ж як систему управління [2]. Тобто, тільки в тому випадку, коли наявна діюча система, яка вирішує завдання управління, може здійснюватися управління підприємством. Класифікувати системи управління за характером взаємодії з навколишнім середовищем можна на два види: відкриті і закриті [1]. Основна відмінність між цими двома типами систем полягає в тому, що в закритих системах блок управління є складовою частиною тієї системи, якою він керує, а у відкритих не є.

Основою систем менеджменту є технологія. Технологія є саме тим інструментом, за допомогою якого відбувається трансформаційний процес систем. Технології, через суб'єкт управління здійснюють вплив на об'єкт.

У результаті цього процесу на вихідному каналі створюються продукти діяльності системи.

Технології менеджменту не мають чітких меж, але мають чітко визначену мету: забезпечити процес перетворення об'єкта управління з вихідного стану в новий цільовий конкурентний стан або якість, або забезпечити його гарантоване ефективне функціонування [3]. У нашій країні найбільш поширеним способом є тематично-галузеве угруповання технологій за відповідними розділами менеджменту (стратегічне управління, управління персоналом, управління бізнес-процесами, управління логістикою і т.п.), за функціями менеджменту (планування, організація, мотивація, контроль), або за основними перспективами управління (фінанси, клієнти, внутрішні процеси, навчання і розвиток).

З огляду на зрушення уваги управління в компанії до аспектів соціальної взаємодії, комунікацій, ролі людських ресурсів, а також враховуючи проблемні питання соціальної сфери, буде доцільно розглянути систему управління соціальним розвитком колективу.

Об'єктом системи є працівники підприємства, суб'єктом – менеджери підприємства, а предметом – управління соціальним розвитком колективу.

Соціальний розвиток колективу — це процес удосконалення форм і умов життєдіяльності працівників шляхом змін у їх розвитку, соціальній сфері, оплаті праці.

Удосконалення системи соціального розвитку колективу призводить до: зростання соціальної активності персоналу, підвищення ефективності діяльності підприємства, зростання матеріального добробуту персоналу.

Список використаних джерел:

1. Белоусов, В.М. История развития концепций менеджмента / В.М. Белоусов. – М.: Знание, 2001. – С. 15-16.
2. Виханский О.С., Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2015. – С. 252-253.
3. Гріфін Р. Основи менеджменту: Підручник / Наук. ред. В.Яцуца, Д.Олесневич. - Львів: БаК, 2001. – С. 24.

МАРКЕТИНГ В СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ

Гірняк Євген Іванович

викладач кафедри природничо-наукових дисциплін, Хортицька національна академія

Понад 40 років тому назад у навчальній та практичній літературі виокремлюється новий самостійний напрямок, який отримує назву «соціальний маркетинг». Один із відомих маркетингологів, Ж.-Ж. Ламбен, розумів маркетинг, як «соціальний процес» направлений на задоволення потреб та бажань людей і організацій. А всесвітньо відомий вчений Ф. Котлер визначив у своєму підручнику «Основи маркетингу» процес задоволення людських потреб як «соціальні основи маркетингу».

На сьогоднішній день в літературі можна зустріти різні, а іноді і зовсім суперечливі визначення соціального маркетингу. Спробуємо структурувати соціальний маркетинг як науково-практичний напрямок відповідно до деяких поглядів.

Соціальний маркетинг – це теж саме що й некомерційний маркетинг. Тут відразу можна сказати, що це визначення дає обмежену картину можливостей маркетинга і не охоплює етичні, екологічні, демографічні та інші соціальні проблеми, адже по суті мова йдеться тільки про некомерційну сферу діяльності, що не приносить прибутку, але використовує методологію маркетингу. [2]

Соціальний маркетинг – це соціальний процес що використовує принципи і технології маркетингу. Тут головне використання методології маркетинга в соціальних процесах, та при цьому можна сказати що цей підхід не враховує цільову направленість та специфіку дослідної діяльності. [3]

Соціальний маркетинг – це розробка, реалізація та контроль соціальних програм, соціальних ідей, рухів і практичних дій. Цей підхід вже абстрагується від маркетингу як інструменту управління і впливає на соціальні явища і акцентується на соціальних процесах. [4]

Соціальний маркетинг – це концепція узгодження, пов'язування інтересів організації, споживача та всього суспільства. Цей підхід пов'язує соціальну діяльність з економічною і дозволяє розглядати соціальну маркетингову діяльність на всіх управлінських рівнях. [1]

Отже, соціальний маркетинг хоч і володіє певною цільовою єдністю, та все одно в деякому розумінні диференційований. Загальне полягає у вивченні суспільних явищ, а диференціація проявляється, у тому що в соціальному маркетингу виокремлюються різні напрямки та елементи.

Список використаних джерел:

1. Тульчинський Г. Л., Щекова Е. Л. Маркетинг в соціальній сфері. – К.: Лань, 2003 - 39 с.
2. http://pidruchniki.com/1018040641713/marketing/kontseptsiyi_vidi_marketingu
3. http://eworks.com.ua/work/5248_Socialnii_marketing_predmet_i_osvitni_tipi.html
4. <https://sites.google.com/site/cherednychenkokatya40kd/home/socialnij-marketing>

СУЧАСНІ ТРЕНДИ В ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

Тритяк Дарія Богданівна

бакалавр, Львівський національний університет ім. І. Франка

Маркетинг виник на початку ХХ ст. в США, однак він швидко завоював міцні позиції у всьому світі, де функціонувала ринкова економіка. Сьогодні жодне підприємство не може існувати без маркетингу.

Компанії продовжують покладатися на традиційні та цифрові маркетингові стратегії, щоб збільшити продажі та розвивати свій бізнес. Дивлячись на тенденції 2018 року, можна побачити, що більшість пов'язані з збільшенням використання мобільних пристроїв та персоналізованим підходом до цільової аудиторії. Для просування бренду все більш активно використовуються соціальні мережі, а телебачення, радіо, періодика відходять на другий план.

Щодо основних тенденцій розвитку інтернет-маркетингу, то у 2018 році можна виділити наступні:

1. Маркетинг впливу.

З популярністю соціальних мереж бренди шукають так званий важливий голос, який впливатиме на цільову аудиторію компанії. Блогери, знаменитості, спеціалісти в конкретній галузі можуть мати позитивний вплив на певну марку чи продукт, коли вони дають чесний, позитивний огляд цього товару. Деякі компанії контактують з топовими лідерами думок і пропонують їм такий вид реклами. Від такого засобу комунікації дуже часто спостерігається підвищення впізнаваності бренду та збільшення кількості продажів.

2. Цілеспрямований маркетинг.

Компанії, що фокусують свою маркетингову діяльність на тому, що вони роблять, а не на тому для чого вони це роблять приречені на поразку. Спостерігається тенденція, що споживачі все менше і менше цікавляться деталями товару, а більше керуються емоціями або особистими перевагами, які вони відчувають та отримують при покупці продукту саме цього бренду.

3. Мобільний маркетинг.

У 2017- 2018 роках 71% українських абонентів регулярно заходять в інтернет за допомогою мобільних пристроїв. Кількість користувачів мобільних пристроїв в 2018 році в Україні перевищила кількість користувачів персональних комп'ютерів. Такі дані наводяться в дослідженні агентства мобільного маркетингу LEAD9 [1]. Так, згідно з дослідженням, більше 51% українських користувачів у віці 18-55 користуються смартфонами, а 71% абонентів регулярно заходять в інтернет за допомогою мобільних пристроїв і встановлюють на них мобільні додатки. В цілому, щорічно протягом останніх п'яти років продажі смартфонів в країні зростають на 30% в рік [2].

SMS-повідомлення, обмін повідомленнями через додаток, оптимізовані веб-сайти для мобільних пристроїв, мобільні реклами та інші форми маркетингу, орієнтовані на мобільний зв'язок, є важливими для того, щоб привернути увагу користувачів. Оскільки все більше і більше користувачів проводять вільний час на своїх мобільних телефонах, компанії повинні переконатися, що вони присутні на конкретних платформах пристроїв, доступних для реклами, обміну повідомленнями тощо.

4. Реклама в соціальних мережах.

Інтернет-реклама продовжує зростати. Соціальні мережі - це платформа, де багато користувачів витрачають свій час. Реклама в соцмережах може враховувати різні типи та специфікації користувачів, щоб рекламувати лише визначеній групі користувачів потрібні товари чи послуги компанії.

5. Персоналізація веб-сайту.

Споживачі очікують, що їх розглядатимуть як особистості, а не просто як обличчя у натовпі. Все більше і більше з'являється компаній, що зосереджують свої зусилля на розумній маркетинговій тактиці, яка використовує великі бази даних для реклами клієнтам на індивідуальній основі. Компанії повинні використовувати будь-яку можливість, щоб зібрати дані про свою цільову аудиторію для подання рекламного повідомлення, яке базуватиметься на індивідуальних характеристиках споживача.

Список використаних джерел:

1. Інформаційний портал Економічна правда [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2016/09/12/605197/>
2. Інформаційний портал РБК Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.rbc.ua/ukr/news/kolichestvo-polzovateley-mobilnyh-ustroystv-1489488909.html>

Науковий керівник: Бортнік Надія Василівна, доцент кафедри маркетингу, Львівський національний університет ім. І. Франка

ПРИНЦИП ПАРЕТО В МЕНЕДЖМЕНТІ ПЕРСОНАЛУ, ЯК МЕТОД ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ НЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА

Шабельнік Дарина Володимирівна

студентка, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Складність сучасного менеджменту полягає в тому, що процес трудової діяльності персоналу та управління у тому числі, тісно пов'язані

з виробничим процесом та його кінцевими результатами. При неправильній організації процесу керівництва можуть виникнути такі проблеми в управлінні персоналом: по-перше, існує ризик, що підприємство отримає не дуже гарну репутацію; по-друге, якість товарів або послуг не задовольнить потреб споживачів; по-третє, для компанії шанси стати банкрутом можуть суттєво зрости. Для того, щоб уникнути даних можливих проблем необхідно чітко знати всі деталі щодо організації управління персоналом та застосовувати сторонні методи. Одним з таких методів є принцип Парето (також відомий як принцип 80/20).

Слід почати з того, що таке закон Парето. Принцип 80/20 стверджує, що від самого початку існує дисбаланс між прикладеними зусиллями та результатами. За точку відліку для такого дисбалансу приймається відношення 80/20: 20% витрачених зусиль дають 80% результатів [1]. Вивчаючи дану тему, було вирішено, що застосувавши принцип Парето відносно процесу керівництва персоналом, можна значно підвищити прибуток компанії та скоротити кількість витрат. Але проблема в тому, що лише незначна кількість менеджерів користуються даним законом, оскільки більшість налаштовані на відношення 50/50, тобто такі керівники очікують дійсності рівноваги, з самого початку вони дотримуються стереотипу, що 50% причин приведуть до 50% результатів. Але це неправильне твердження, оскільки існує велика кількість прикладів та спостережень, які демонструють, що лише незначна кількість подій впливає на те, що відбувається. Більша частина віддачі визначається малим числом впливу. Велика доля результатів досягається невеликими витратами сил та часу [2].

Згідно усього вище сказаного, можна в теорії припустити, що принцип Парето може і має застосовуватися у менеджменті персоналу. На практиці це виглядатиме наступним чином: лише 20% співробітників дійсно грають важливу роль, оскільки створюють 80% прибутку. Без інших цілком можна обійтись, практично не втративши при цьому бюджет в прибутковій частині, але суттєво скоротити його у витратній. Слід зазначити, що це стосується лише персоналу, що виконує однорідну частину роботи (наприклад, спеціалісти з продажу товарів чи послуг). Необхідно приділяти 80% уваги 20% результативних співробітників, і тільки в такому випадку можливо суттєво підвищити прибуток компанії,

створити її позитивний імідж та зменшити ризик збанкрутувати до мінімуму.

Отже, не дивлячись на те, що принцип Парето суперечить логіці, за його допомогою можна досягти успіху в управлінні персоналом та підприємством взагалі, максимізувати прибуток при мінімізації витрат та набуті блискучої репутації на конкурентному ринку.

Список використаних джерел:

1. Принцип 80/20 / Ричард Кох; [пер. с англ. О. С. Епиимова]. – Москва: Издательство «Э», 2016. – 448 с. – (Психологический бестселлер).
2. Менеджер 80/20. Главный принцип высокоэффективных людей [пер. с англ. Е. Деревянко]. – Москва: Издательство «Эксмо», 2014. – 250 с. – (Психологический бестселлер).

Науковий керівник: Рябєв Антон Анатолійович, старший викладач кафедри туризму і готельного господарства, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

**УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ В ПІДПРИЄМСТВАХ
АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ**

Панченко Олена Олександрівна

*студентка ОС «Бакалавр», Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ*

Чухліб Алла Василівна

*кандидат економічних наук, доцент кафедри статистики та
економічного аналізу, Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ*

Одним з важливих моментів в діяльності підприємств аграрного сектору є управління грошовими потоками, метою якого є забезпечення фінансової рівноваги та максимізація чистого грошового потоку господарського суб'єкта [1].

Управління грошовими потоками входить до складу фінансового менеджменту, здійснюється в рамках фінансової політики підприємства. Для управління грошовими потоками в аграрних підприємствах необхідно запровадити ефективну систему планування, обліку, аналізу та контролю, що сприятиме збільшенню оборотності грошових активів, ефективному використанню тимчасово вільних грошових коштів, забезпеченню профіциту грошових коштів.

Управління грошовими потоками – це, насамперед, інструмент для отримання прибутку. Ефективне управління грошовими потоками дає можливість самостійно фінансувати діяльність підприємства без залучення сторонніх організацій. Оцінка ефективності управління грошовими потоками здійснюється на основі чистого грошового потоку [1].

Результати господарської діяльності підприємств залежать від системи управління грошовими потоками. Система управління грошовими потоками –

це сукупність методів, інструментів, спрямованих на рух грошових коштів для

досягнення поставленої мети. Система управління грошовими потоками необхідна для виконання стратегічних і короткострокових планів підприємства, а саме збереження платоспроможності, фінансової стійкості, раціонального використання активів і джерел фінансування, мінімізації витрат.

Ефективне управління грошовими потоками вимагає розробки спеціальної політики управління, як частини загальної фінансової стратегії підприємства. Дана політика розробляється в декілька етапів:

- аналіз грошових потоків підприємства в минулому періоді;
- виявлення та вивчення факторів, які впливають на формування грошових потоків;
- обґрунтування типу політики управління грошовими потоками підприємства;
- вибір методів оптимізації грошових потоків;
- планування грошових потоків підприємства в розрізі окремих їх видів;
- забезпечення ефективного контролю реалізації обраної політики управління грошовими потоками підприємства.

Таким чином, ефективне управління грошовими потоками призводить до фінансової гнучкості підприємств аграрного сектору, збалансованості надходжень і витрачання грошових коштів, збільшення обсягів продажів, оптимізації витрат шляхом правильного розподілу ресурсів, підвищення ліквідності та платоспроможності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Литвинчук Т. В. Грошові потоки в системі управління підприємством/ Т. В. Литвинчук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 6. – С.86–90
2. Харченко В.А. Система управління грошовими потоками підприємства/ В.А. Харченко // Формування ринкових відносин в Україні. - 2011. - №1.– С.61-65

ТИПОЛОГІЯ ВИДІВ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ЯК НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ЇЇ ТЕОРЕТИЧНИХ ОСНОВ

Чебан Тетяна Миколаївна

*кандидат економічних наук, доцент, кафедра обліку, аудиту і
оподаткування Херсонського національного технічного університету*

В сучасній теорії та практиці бухгалтерського обліку визначальне місце займає облікова політика. Значущість та багатогранність облікової політики викликає необхідність розвитку її науково обґрунтованих теоретичних засад. Незважаючи на достатню дослідженість окремих методологічних, методичних і організаційно-технічних питань розробки облікової політики, її класифікація не набула досить повного висвітлення в навчальній та науковій літературі. В якості самостійного напрямку дослідження типологія видів облікової політики представлена в працях Т.Попітїч та І.Ю.Ніконової. Узагальнення їх підходів та близьких за проблематикою праць інших науковців дозволило систематизувати такі види облікової політики:

- за видами обліку: облікова політика фінансового, управлінського і податкового обліку [1, с.31; 2, с.69];
- за галузями економіки: облікова політика підприємств промисловості, торгівлі, сфери послуг [1, с.31] або з більшим ступенем деталізації за КВЕД ДК 009:2010 [2, с.69];
- за видами діяльності: облікова політика комерційних підприємств та некомерційних організацій [1, с.31; 2, с.69];
- за формами власності: облікова політика підприємств державної, колективної та приватної форми власності [2, с.69];
- за нормативно-правовим забезпеченням: облікова політика, складена на основі міжнародних або національних стандартів [1, с.31; 2, с.69];
- за складом: стандартна та нестандартна облікова політика [1, с.31];
- за періодом дії: вступна, поточна та заключна облікова політика [1, с.31];
- за видами підприємств: облікова політика великих, середніх, малих, мікропідприємств [3, с.17];
- за періодом дії: облікова політика попереднього періоду (ретроспективна), облікова політика звітного періоду (діюча), облікова

політика запланована (перспективна) [1, с.31; 2, с.69];

- за користувачами: власники, управлінський персонал, держава в особі контролюючих органів, інвестори та кредитори [1, с.31];
- за порядком створення: облікова політика фізичної особи-підприємця, юридичної особи та холдингу [2, с.69].

Аналіз систематизованої класифікації дозволяє зробити наступні висновки: запропоновані види облікової політики мають різну практичну значимість і суттєвість; деякі підходи є дискусійними та недостатньо обґрунтованими (поділ облікової політики за користувачами; формування облікової політики приватними підприємцями); групування облікової політики за деякими ознаками потребує уточнення (за видами діяльності слід виокремити облікову політику неприбуткових організацій, які формують так званий «третій сектор економіки»); навіть наведені численні ознаки класифікації не вичерпують різноманіття видів облікової політики.

Так, за сучасних умов окрім фінансової звітності об'єднання підприємств подають інтегровану звітність, яка ідентифікується як додаткова їх конкурентна перевага. Інтегровані звіти не мають нормативного алгоритму формування, а їх «поліфункціональна спрямованість потребує більшого ступеня деталізації інформації в розрізі економічних, соціальних та екологічних показників» [4]. Відповідно інтегровану облікову політику відрізняють специфічні методи обробки облікової інформації та колаборація як важлива змістовна характеристика [4]. Тому пропонуємо за ознакою виду звітності об'єднаних бізнес-структур виділяти облікову політику консолідованої (фінансової) та інтегрованої звітності.

Слушною видається пропозиція Височан О.О., яка обґрунтувала ієрархію облікової політики небюджетних неприбуткових організацій в залежності від трьох детермінант: обмеження, можливості і ризику. Такий підхід дозволив автору виділити чотири типи облікової політики: стандартизована, превентивна, перспективна та збалансована, які суттєво різняться [5, с.234].

Зміст облікової політики залежить від її загального спрямування на реалізацію довгострокової мети підприємництва. Тому, спираючись на дослідження Кулик В.А. [6, с. 12], пропонуємо виділяти облікову політику, спрямовану на реалізацію стратегії вартісноорієнтованого

бізнесу, максимізації прибутку, оптимізації оподаткування, лідерства та інш.

Таким чином, дослідження проблематики типології видів облікової політики дозволило узагальнити та систематизувати існуючі підходи, уточнити та розширити її класифікацію, що сприятиме збагаченню теоретичних уявлень про сутнісну характеристику облікової політики.

Список використаних джерел:

1. Никонова И.Ю. Учетная политика и ее классификационные признаки.// Известия Байкальского государственного университета. – 2012. – С. 28-31.
2. Попітч Т. Облікова політика: понятійний апарат і класифікація./ Т.Попітч.// Міжнародний науковий журнал «Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації».–2016. - Випуск 2.- С.63-74.
3. Т.Гоголь. Особливості облікової політики на підприємствах малого бізнесу./ Т.Гоголь.//Бухгалтерський облік і аудит. - 2012. - №12. – С.13-19.
4. Несторенко О.О. Методологічні аспекти формування інтегрованої облікової політики./ О.О.Несторенко.// [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/2173/1BE.pdf>
5. Височан О.О. ОРМ - модель облікової політики в діяльності небюджетних неприбуткових організацій. / О.О.Височан.// Інтелект ХХІ : науковий економічний журнал. – 2017. – №2. – С. 230-235.
6. Кулик В.А. Облікова політика підприємства: набутий досвід та перспективи розвитку: монографія / В.А.Кулик. - Полтава: ПУЕТ. - 2014. - 380 с.

ПОКАЗНИКИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО ПРИБУТКУ

Басистюк Катерина Миколаївна

студентка 4 курсу першого освітнього ступеня вищої освіти бакалавр спеціальності 073 – Менеджмент, Національний університет «Львівська політехніка»

Рентабельність – це відносний показник прибутковості, що характеризує ефективність господарської та фінансової діяльності підприємства [2]. Є декілька видів рентабельності, основні з яких: рентабельність продажу (комерційна прибутковість – прибуток, пов'язаний з доходами від продажів), рентабельність активів (економічна), рентабельність власного капіталу (фінансова). Проте загалом рентабельність це відношення певного виду прибутку до показника, рентабельність якого необхідно розрахувати.

Зважаючи на те, що рентабельність є результатом певних дій суб'єкта господарювання, вона може бути як у позитивного фінансового результату, так і дефіциту (негативного фінансового результату).

Показники рентабельності дуже часто розглядаються як найважливіший елемент аналізу фінансової та матеріальної ситуації підприємства. Ці показники важливі не тільки для людей, що ведуть бізнес, але й для фізичних та юридичних осіб в найближчому оточенні (наприклад, клієнти, постачальники, банківські установи тощо).

Оскільки рентабельність є одним з основних показників стану підприємства, то її необхідно ретельно проаналізувати в певному порядку – окремо абсолютні (доходи, витрати і прибуток), оскільки вони є основним джерелом інформації щодо оцінки рентабельності і відносні показники (коефіцієнти рентабельності).

Також, варто зазначити, що величина прибутку характеризує економічний ефект, а ефективність діяльності підприємства оцінюється його рентабельністю.

Прибуток – перевищення сукупних доходів над сукупними витратами. Обчислюють як різницю між чистим виторгом (без податку на додану вартість і акцизного збору) та витратами на виробництво й реалізацію продукції (робіт, послуг) [1].

У ринкових умовах підприємство повинне прагнути якщо не до отримання максимального прибутку, то, принаймні, до досягнення такого рівня прибутку, який дозволяв би йому не тільки зберегти свої позиції на ринку збуту своїх товарів і надання послуг, а й забезпечувати динамічний розвиток його виробництва в умовах конкуренції.

Заходи щодо збільшення прибутку:

1. Збільшення обсягу випуску продукції. На виробничому підприємстві даний захід доречний у випадку коли продукція має високу рентабельність, оскільки якщо впровадити збільшення випуску низькорентабельної продукції, то цей захід не забезпечить бажаного результату, а навіть навпаки – прибуток зменшиться. Також варто зазначити, що даний метод бажано впроваджувати у поєднанні з іншими заходами зі збільшення прибутку, як наприклад розширення ринку продажу.

2. Поліпшення якості продукції, що виготовляється. Цей метод є одним із кращих, оскільки висока якість забезпечить репутацію підприємства і отже попит на його продукцію, а відповідно чим вищий попит на продукцію тим більший прибуток отримає підприємство.

3. Продаж зайвого устаткування та іншого майна або здача його в оренду. У даному випадку для підприємства кращим буде обрати варіант здачі в оренду майна, адже його продаж принесе лише одноразовий прибуток.

4. Зниження собівартості продукції за рахунок більш раціонального використання матеріальних ресурсів, виробничих потужностей і площ, робочої сили і робочого часу. На виробництві даний метод слід застосовувати обережно, оскільки зниження собівартості продукції може призвести до зниження її якості, а отже, скоріш за все, і до зменшення прибутку.

5. Диверсифікація виробництва. Для виробничого підприємства впровадженням даного заходу зі збільшення прибутку може бути новий продукт або технологія виробництва. Проте у деяких випадках, як наприклад для цегельного заводу, диверсифікація продукції є неможлива,

але є можливою стратегія інтеграції, як наприклад, об'єднання в одній організації будівництва та виготовлення матеріалів для нього.

6. Розширення ринку продажу та ін. Щодо розширення ринку продажу для виробничого підприємства, то це може бути, наприклад, пошук нових каналів збуту продукції.

З цього переліку заходів впливає, що вони щільно пов'язані з іншими заходами на підприємстві, спрямованими на зниження витрат виробництва, поліпшення якості продукції та використання факторів виробництва [3].

Список використаних джерел:

1. Азаренкова Г.М. Фінанси підприємств: навч. посібник [для самост. вивч. дисципліни]. / Г.М. Азаренкова, Т.М. Журавель, Р.М. Михайленко. – 3-тє вид., виправл. і доп. – К.: Знання-Прес, 2009. – 299 с.
2. Економіка виробництва / Нестеренко В.Ю., Токар І.І. – Конспект лекцій, Харків – 2012. – 58 с.
3. Шляга О.В. Прибуток та рентабельність як показники ефективності виробництва [Електронний ресурс] / О.В. Шляга, Л.І. Шипуля. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_8_075.pdf.

Науковий керівник: Сорочак Олег Зіновійович, кандидат технічних наук, доцент, Національний університет «Львівська політехніка»

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

Гаврилюк Ю.С.

студентка 2 курсу магістратури, спеціальності «Менеджмент організацій та адміністрування», Київського національного університету ім. Т. Шевченка

Конкуренція – це рушійна сила економіки та будь-якої сфери бізнесу. Не можна не погодитись, що конкуренція банківської сфери особливо виснажлива та масштабна. Серед українських банків можна побачити тенденцію щодо посилення конкуренції. Адже вони ведуть боротьбу за кожного клієнта, щоб бути першим на ринку банківських послуг. Управління конкурентоспроможністю банку є досить важливим, оскільки не можна заперечити той факт, що ринок банківських послуг найбільш динамічний сегмент фінансового ринку. Постійно змінюється рівень технологій, сервісу, спектр продуктів та кількість суб'єктів, саме тому своєчасне врахування цих змін дасть змогу банку отримати пріоритетні можливості та досягнути високого рівня конкурентоспроможності перед конкурентами.

Питання конкуренції і конкурентоспроможності перебувають у центрі уваги дослідників протягом усієї історії розвитку економічних відносин. Питання конкурентоспроможності банківських установ досліджувалися як українськими, так і зарубіжними економістами. Серед них можна виділити роботи І.В. Фесюка, А.А. Душила, І.А. Бланка, О.О. Терещенка, В.Г. Маргасової, Р.В. Севастьянова, О.М. Зборовської, Ю.А. Долгорукова тощо. Також вагомий внесок у розвиток теорії конкуренції здійснили такі вчені, як Д. Рікардо, М. Портер., К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, А.П. Градов та ін.

Банківські установи конкурують не тільки між собою, а й із іншими фінансовими та не фінансовими інституціями, такими як: інвестиційні фонди, страхові компанії, торговельні організації, валютні брокери, фондові біржі та інші. Тому визначення банківської конкуренції, що

обмежується суто банківською діяльністю, є не достатньо аргументованим як зазначає В. Коваленко [1, с.88].

Конкурентоспроможністю банку – це спроможність банку ефективно використовувати наявні конкурентні можливості та здобувати нові конкурентні переваги з урахуванням потенційних і реальних загроз зовнішнього середовища з метою максимального задоволення потреб клієнтів та стратегічного зростання банківської установи [2]. Від ефективного управління конкурентоспроможністю залежить забезпечення стійких конкурентних позицій банків. Проаналізувавши загальні положення теорії управління, можна зробити висновок, що управління конкурентоспроможністю банку – це цілеспрямована сукупність дій суб'єктів управління щодо забезпечення конкурентоспроможності банку в невизначеному середовищі шляхом розробки механізму управління нею з формуванням необхідного забезпечення [4].

Стратегічний менеджмент виявляє перспективи напрямку розвитку банку через аналіз його зовнішнього та внутрішнього середовища. Таким чином стратегічна складова є вирішальною у забезпеченні ефективного управління конкурентоспроможністю. З метою підвищення ефективності прийняття управлінських рішень була розроблена структурно-функціональна модель управління конкурентоспроможністю банку на основі стратегічного підходу (рис.1).

Бачення банку, місія та стратегічні цілі діяльності банку є цільовими орієнтирами для формування управління конкурентоспроможності. Тому з цих стратегічних орієнтирів повинна починатися модель управління конкурентоспроможності банку.

За допомогою PEST-аналізу, моделі М. Портера та методу VRIO розробляють конкурентні стратегії банку. Необхідним для цього є стратегічний аналіз факторів внутрішніх умов його діяльності та зовнішнього середовища банку прямого та непрямого впливу. [3]

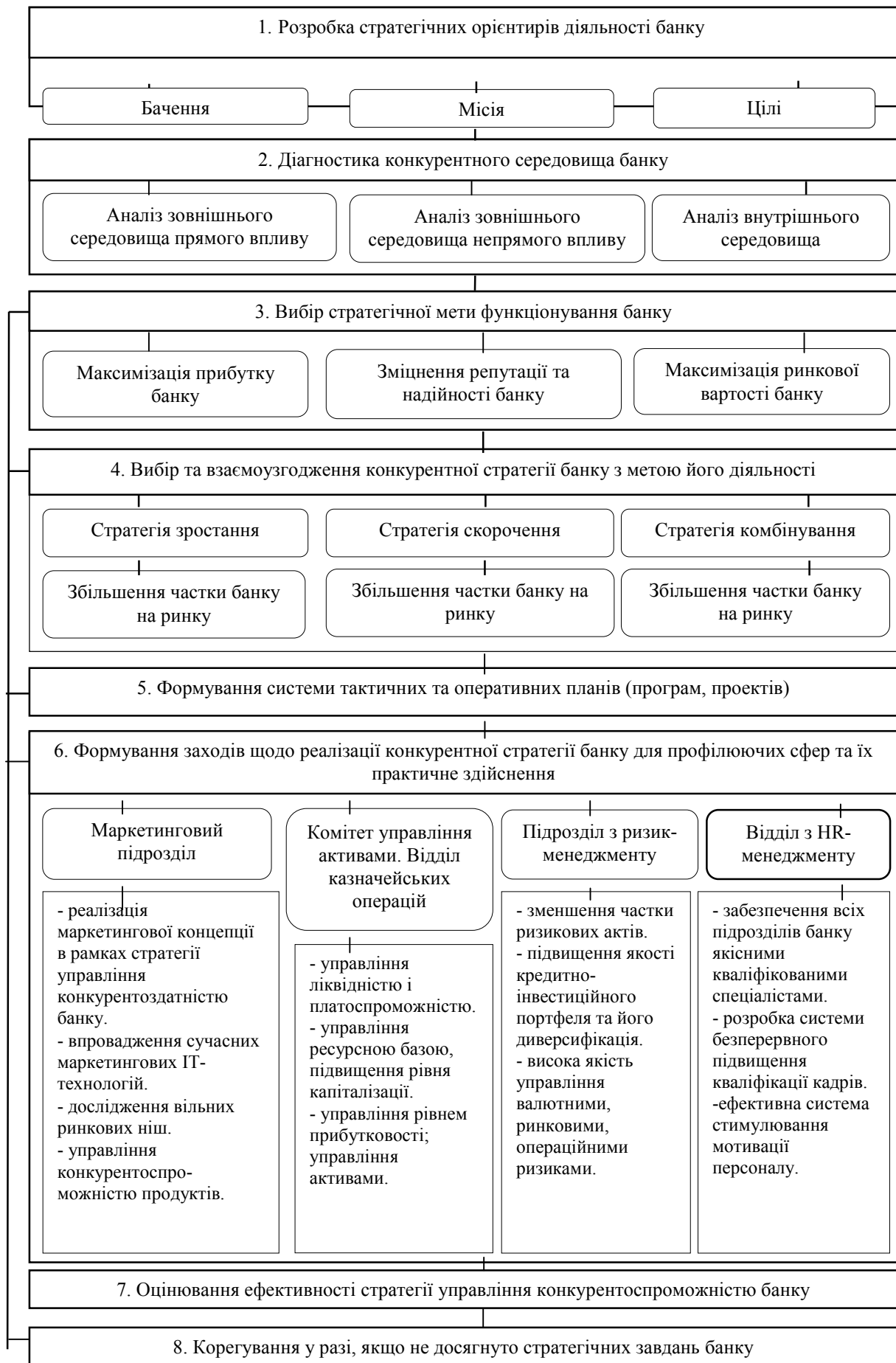


Рис 1. Модель управління конкурентоспроможністю банку

З урахуванням оцінки зовнішнього та внутрішнього середовища банку здійснюється вибір стратегічної мети функціонування банку.

Проведення SWOT-аналізу є необхідним для оцінки відповідності стратегії банку очікуваним змінам зовнішнього середовища. За результатами проведеного аналізу банк може визначити які зміни внести до стратегії та яким чином слід змінювати наявні ресурси. При виборі конкурентної стратегії банку перевага надається стратегічній альтернативі, що дозволяє раціонально використовувати наявні ресурси та можливості, забезпечуючи досягнення оптимуму між прибутковістю, фінансовою стійкістю та управлінням ризиками.

Деталізована сукупність рішень по забезпеченню конкурентоспроможності банку, які підлягають реалізації, передбачає складання системи тактичних та операційних планів. Основним плановим документом для цього є розроблені конкурентні стратегії.

У поточних планах діяльності структурних підрозділів банку деталізується формування заходів щодо втілення стратегії управління конкурентоспроможністю банку для профільюючих сфер та на тактичному рівні відбувається практична реалізація. [3] Безпосередньо реалізацією прийнятих рішень на оперативному рівні займаються функціональні та лінійні підрозділи банку, а також філії, що здійснюють практичну діяльність у регіонах [4].

Оцінювання ефективності конкурентної стратегії банку здійснюється як в цілому по установі, так і частково за кількісними та якісними показниками відповідно до функціонального напрямку. На підставі оцінки результатів попереднього етапу менеджмент банку робить висновок щодо досягнення стратегічних цілей управління конкурентоспроможністю.

Коригування дій та визначення відхилень отриманих показників від запланованих відбувається протягом усього циклу забезпечення конкурентоспроможності банку.

Отже, можна зробити висновок, що забезпечення високого рівня конкурентоспроможності банку за умов зростання інтенсивності конкуренції можливе лише за умови розробки відповідної стратегії, створення динамічної системи комплексного управління конкурентним потенціалом, координуючи відповідним чином тактичні дії банку.

Список використаних джерел:

1. Коваленко В. В. Методологічні підходи до створення й розвитку конкурентного середовища на ринку банківських послуг України / В. В. Коваленко // Фінанси України. – 2010. – №10. – С. 87–99.
2. Ковриженко Л. О. Теоретичні засади стратегічного управління конкурентоспроможністю банку / Л. О. Ковриженко // Вісник КЕФ КНЕУ імені В. Гетьмана. – 2011. – № 1. – С. 52–66.
3. Мірошніченко О. В. Механізм управління конкурентоспроможністю банку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 08.00.08 гроші, фінанси і кредит / О. В. Мірошніченко. – Суми, 2011. – 22 с.
4. Сало І. В. Система управління конкурентоспроможністю банку / І. В. Сало, О. В. Мірошніченко // Актуальні проблеми економіки – 2012. – № 5. – С. 279–285.

Науковий керівник: Балан Валерій Григорович, кандидат фізико-математичних наук, доцент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОРТФЕЛЯ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ КОРПОРАЦІЙ В УКРАЇНІ

Олійник Катерина Вадимівна

II курс магістратури, спеціальність «Корпоративні фінанси», Київський національний університет ім. Тараса Шевченка

Фінансові інвестиції корпорації є особливим активом, який може використовуватися в системі управління корпорацією для розв'язання різних завдань та впливати на її розвиток. Формування портфеля фінансових інвестицій корпорації являє собою багаторівневий процес, який поєднує різні напрями діяльності корпорації, реалізується в різних сферах, ринках і галузях.

Портфель фінансових інвестицій корпорації є спеціально сформованим набором конкретних фінансових інструментів, використання яких здійснюється відповідно до окресленої стратегії

розвитку корпорації та дотримання пропорцій розподілу інвестованого капіталу. Такий портфель постає як визначена сукупність інструментів, що формується відповідно до розробленої інвестиційної стратегії, залежно від інвестиційних цілей розвитку корпорації.

Ефективне управління портфелем фінансових інвестицій корпорації сприяє її збалансованій діяльності, а також дає змогу власникам бути впевненим у оптимальному використанні фінансових ресурсів, спрямованих на зростання ринкової вартості корпорації. При цьому внутрішній контроль на етапах формування портфеля фінансових інвестицій є важливою складовою механізму діяльності корпорації, що сприяє його стабільному функціонуванню у короткостроковій та довгостроковій перспективах.

Впродовж 2014-2017 років українська фінансова система знаходиться у нестійкому фінансовому стані, причинами якого є як військовий конфлікт, так і економічна розбалансованість, загострення якої відбувалося упродовж останніх 10-ти років. До додаткових проблем можна віднести такі, як:

- нерозвиненість фінансового ринку України;
- необхідність підвищення вимог інвесторів та емітентів до забезпечення належного рівня дохідності та підтримання ліквідності, що спричиняє збільшення попиту на фінансові інструменти з необхідними характеристиками;
- обмеженість застосування фінансового інжинірингу для створення продуктів, в яких у ролі базового активу використовуються не лише цінні папери, а й індекси, процентні ставки, кредитні угоди, біржові товари тощо;
- недостатність розвитку технологій хеджування ризиків, що потребує вдосконалення механізму використання й оцінки інвестиційних продуктів при формуванні портфеля інвестицій [3, с.90].

Загалом, слід відмітити, що впродовж останніх років при формуванні українськими корпораціями портфеля фінансових інвестицій та розробці механізму інвестиційної стратегії значущими є такі три ключові аспекти:

- застосування системного аналізу при прийнятті рішень;
- аналіз тенденцій сучасного стану інвестиційного потенціалу з метою виявлення можливостей використання фінансових інструментів;

– розробка адаптивних механізмів інвестиційної стратегії з урахуванням волатильності інвестиційного потенціалу в умовах невизначеності української економіки [2, с.70].

Також доцільно зазначити певну закономірність, а саме: при формуванні портфелів фінансових інвестицій є помітним те, що кожна корпорація намагається дотримуватися чітких підходів до оцінювання дохідності, ризику, ліквідності, використовуючи найкращу практику та міжнародні стандарти фінансової звітності при управлінні портфелем фінансових інвестицій. Результати агрегованого аналізу структури портфелів фінансових інвестицій українських корпорацій свідчать про наявність чіткої тенденції до формування трьох основних типів портфеля, характеристики яких наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Структура портфеля фінансових інвестицій за видами фінансових інструментів

Види фінансових інструментів	Частка фінансових інструментів у портфелі відповідного типу, %		
	Агресивний	Поміrkований	Консервативний
Державні цінні папери	5	30	50
Інституційні облігації	10	25	25
Ощадні сертифікати	35	25	10
Звичайні акції	50	20	15
Всього	100	100	100

Джерело: складено автором за даними [4]

На основі здійснення вибіркового аналізу відкритих джерел фінансової звітності підприємств за 2017 рік було з'ясовано, що серед видів портфелів фінансових інвестицій за видами фінансових інструментів українських підприємств у 2017 році переважав поміrkований тип портфеля фінансових інвестицій. В свою чергу, найменша частка підприємств – це такі, які обрали формування агресивного типу портфеля фінансових інвестицій (рис. 1.1).

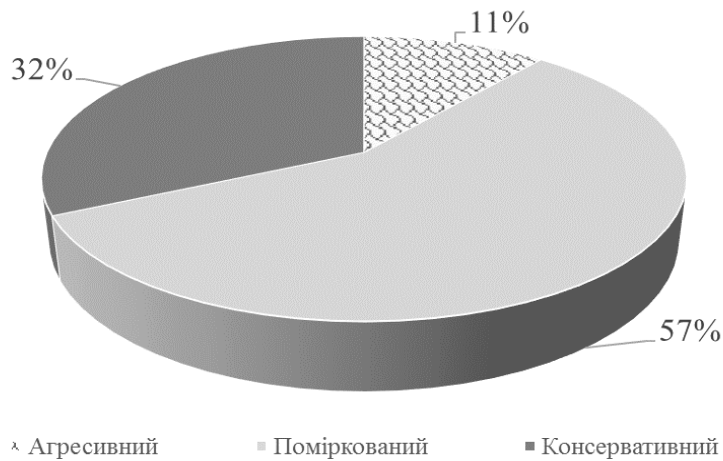


Рис. 1.1. Структура портфеля фінансових інвестицій за видами фінансових інструментів українських підприємств в 2017 році

Джерело: складено автором за даними [4]

Основними факторами формування такої структури є використання українськими підприємствами фінансових інструментів з високим рівнем надійності, на дохідність яких меншою мірою впливають макроекономічні чинники, та дотримання виваженої стратегії з активним застосуванням методу диверсифікації фінансових інструментів з метою зниження інвестиційних ризиків.

Зменшення обсягів фінансових інвестицій впродовж 2015 та 2017 рр. спричинено впливом капіталу за межі України та активним вилученням грошових коштів зі сфери фінансових інвестицій у сферу господарського споживання. Також причиною є вплив капіталу внаслідок переведення підприємницького бізнесу за кордон через нестабільність та складність політичної і економічної ситуації в Україні [5, с.6-7]. Ще одним негативним фактором, який вплинув на зменшення обсягів фінансових інвестицій є катастрофічне падіння виробництва у 2015 році, коли обсяг ВВП знизився на 10%, що стримало вкладення іноземних інвестицій в українську економіку. У 2015 році українські банки повернули зовнішнім кредиторам суму комерційних кредитів, яка на 384 млн. дол. США перевищувала суму отриманих у тому ж році зовнішніх запозичень.

Сучасні тенденції формування українськими підприємствами портфелів фінансових інвестицій свідчать про недостатню їх ефективність в період 2012-2017 рр., оскільки на даний момент український ринок цінних паперів є недостатньо розвинутим, і тому він не здатний

виконувати в повному обсязі функції перерозподілу інвестиційних ресурсів, що супроводжується такими факторами:

- висока концентрація ринку у короткостроковій та довгостроковій перспективах (домінування декількох емітентів);

- нерозвиненість фінансової інфраструктури, а саме значне домінування фондової біржі «Перспектива» на внутрішньому ринку українських паперів;

- обмеженість можливих джерел фінансування корпорацій і недооцінка ринком багатьох корпорацій;

- тенденція боргового характеру українського ринку, що зберігається доволі тривалий час;

- збереження високого рівня закритості ринку цінних паперів, що створює проблеми для малих та середніх підприємств з точки зору формування достатніх обсягів портфелів фінансових інвестицій.

На наш погляд, спрямованість фінансових інвестицій корпорацій безпосередньо залежить від зміни макроекономічних чинників, таких як: рівень інфляції, курс гривні до долара, податкове навантаження та фінансовий результат діяльності підприємств. Перші три чинники відповідають критеріям валютно-фінансової конвергенції відповідно до Маастрихтського договору, що є головною передумовою євроінтеграційного розвитку економіки фінансового ринку України [1, С.11] .

Результати проведеного нами моделювання свідчать про те, що найбільший вплив на динаміку фінансових інвестицій здійснює фактор податкового навантаження, а найменший – фінансові результати діяльності підприємств.

Коефіцієнт «фінансові результати діяльності підприємств» має додатне значення, а тому такий вплив є прямим. Ця тенденція пояснюється тим, що значення показника в останні роки має нестабільну динаміку – більшість підприємств є збитковими та мають недостатнього обсягу ресурсів на формування портфеля фінансових інвестицій. Порівняно з іншими факторами, фінансові результати підприємств чинитимуть менший вплив на можливість формування портфеля фінансових інвестицій з огляду на відсутність привабливих інструментів фінансування та нерозвиненість фондового ринку України.

Обмінний курс має обернене значення, що свідчить про те, що при збільшенні девальвації гривні, обсяг фінансових інвестицій підприємств буде знижуватись. Крім того, іншим показником впливу на фінансові інвестиції є податкове навантаження. При цьому, його вплив є найбільшим відповідно до розрахованої моделі.

Основною причиною прямої залежності між податками на фінансовими інвестиціями є наступна: у результаті зростання ставок деяких податків або введення специфічних податків на фондовому ринку, відбувається значний перелив капіталу від біржового до позабіржового ринку. Таким чином, у результаті значного зростання позабіржового ринку, загальний обсяг фінансових інвестицій підприємств буде зростати. Побудована економетрична модель була перевірена за основними параметрами та тестами, відповідно до яких встановлено, що вона має високий рівень якості та достовірно описує залежність між наведеними факторами.

Отже, підвищення ефективності формування портфеля фінансових інвестицій корпорацій в Україні насамперед залежить від сприятливого інвестиційного клімату, інвестиційної політики держави та активного використання фінансових інструментів ринку цінних паперів. Передумовою забезпечення активізації інвестиційних процесів в умовах невизначеності ринкової економіки є чітко сформований адаптивний механізм інвестиційної стратегії, який визначає пріоритетні напрями формування інвестиційного потенціалу, оптимальний вибір доцільних джерел фінансування, вдосконалення механізмів управління ризиками, контролю та оцінки ефективності реалізації інвестиційної стратегії.

Комплексний підхід при формуванні інвестиційної стратегії підприємства надає можливість оцінити рівень інвестиційного потенціалу та сформувати стратегічний інвестиційний план на підставі обґрунтованого вибору джерел фінансових інвестицій. Таким чином, незважаючи на чіткі ознаки зниження ділової активності, найближчим часом основними фінансовими інструментами для формування портфеля фінансових інвестицій підприємств залишатимуться боргові інструменти та акції, водночас у сегменті облігацій підприємств обсяг реалізації нових запозичень буде значно нижчим, ніж обсяг викуплених та погашених випусків.

Список використаних джерел:

1. Bukovinsky, S. A., et al. The Banking System of Ukraine: Towards European Integration, Kyiv, National Bank of Ukraine. BU NBU, 2015, 496 p.
2. Костирко Р. О. Аналіз впливу фінансових інструментів на формування інвестиційного потенціалу в економіці України / Р. О. Костирко, О. О. Середя // Часопис економічних реформ. – 2015. – № 1. – С. 68-75.
3. Науменкова С. Використання структурованих цінних паперів для фінансування корпорацій в Україні / С. Науменкова, Т. Буй // Фінанси України. - 2010. - №2. - С.89 -101. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu_2010_2_11
4. Річні звіти НКЦПФР за 2012-2016 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nssmc.gov.ua>.
5. Науменкова С. Фінансові інструменти забезпечення від політичних ризиків у проектному фінансуванні / С. Науменкова, С. Міщенко, Є. Тіщенко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2016. - №10 (187). – С. 6 – 17. – URL: http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2017/01/187_6-17.pdf

Науковий керівник: Науменкова Світлана Валентинівна, доктор економічних наук, професор кафедри фінансів Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Паньків Юлія Ігорівна

студентка групи Ф-21, Тернопільський національний економічний університет

Упродовж останніх років в Україні відбуваються складні політичні та економічні процеси, що негативно впливають на розвиток фінансової системи країни. Тому гостро стоїть проблема подолання негативних чинників, які ставлять під загрозу економічний розвиток держави та фінансовий стан рівня життя населення. На нашу думку, фінансова безпека є одним із головних показників стану фінансової системи країни.

Наявність кризових явищ в Україні призвели до послаблення рівня фінансової безпеки у державі, що не дозволяє їй бути конкурентоспроможною на сучасному світовому фінансовому ринку. Зазначене актуалізує потребу наукових досліджень стосовно пошуку перспективних шляхів розвитку фінансової системи України.

Фінансова система виникла з появою держави та пов'язана з її функціонуванням. Ми підтримуємо думку про те, що фінансова система – це сукупність урегульованих фінансово-правовими нормами окремих ланок фінансових відносин і фінансових установ (інституцій) за допомогою яких формуються, розподіляються і використовуються централізовані і децентралізовані фонди фінансових ресурсів і грошових засобів [1].

Політичні та економічні кризи зумовлюють послаблення фінансової системи, тому реальний сектор економіки досягає критичного стану. Надто повільний темп реформ, відсутня стратегія і тактика, слабкий розвиток фінансового ринку, наявність значного боргового навантаження та, коли міжнародний стандарт не відповідає вітчизняному законодавству є головними внутрішніми проблемами країни через які інтеграція України у світову економіку є повільною та малопродуктивною.

На нашу думку, розвиток фінансової системи повинен полягати у налагодженні функціонування всіх її сфер та ланок, удосконаленні діяльності інститутів та органів, які функціонують у сфері фінансів, запобіганні негативним наслідкам від глобалізаційних процесів, удосконаленні організаційного забезпечення співпраці на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Розвинена фінансова система є важливою умовою вирішення існуючих економічних проблем, серед яких особливо актуальною є необхідність оновлення надзвичайно застарілих основних фондів і фактично створення заново всієї дорожньо-транспортної, житлово-комунальної та іншої інфраструктури життєзабезпечення [2].

Щодо перспектив розвитку вітчизняної фінансової системи, ми погоджуємося з думкою, що їй необхідно ефективно імплементувати фінансовий механізм діяльності бюджетних установ, здійснювати перманентний пошук нових джерел фінансових ресурсів в умовах дефіциту бюджетних коштів, а також раціонально використовувати

кошти, залучені за допомогою державного кредиту, зміцнюючи при цьому довіру до державних цінних паперів [3].

Сьогодні Україна потребує ефективної реалізації програми фінансового оздоровлення держави та прийняття відповідних законів, здійснення практичних заходів щодо мінімізації збитків від фінансових криз для вітчизняної економіки. Вище перераховані рекомендації можуть допомогти Україні вийти на стабільний рівень та підняти країну на світовий рівень.

Таким чином, завдяки правильним рішенням уряду та бажанням розвивати українську фінансову систему, Україна вийде на сучасний світовий ринок як потужна та сильна держава з високим рівнем економіки.

Список використаних джерел:

1. Юрій С. І. Фінанси: підручник / За ред. С. І. Юрія, В. М. Федосова. К.: Знання, 2008. – 611с.
2. Кравчук П. Я. Проблеми та перспективи розвитку фінансової системи України / П. Я. Кравчук, Ю. С. Ткачук // Економічні науки. Сер. : Облік і фінанси. – 2013. – Вип. 10(2). – С. 129-133. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2013_10\(2\)__18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2013_10(2)__18)
3. Турченко Т. Проблеми сучасної фінансової системи України та пропозиції щодо її ефективного економічного розвитку / Т. Турченко, А. Третяк // Економічний аналіз. – 2012. – Т. 11(1). – С. 255-258. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2012_11\(1\)__57](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2012_11(1)__57)

Науковий керівник: Гупаловська Мирослава Богданівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів ім. С.І. Юрія, Тернопільський національний економічний університет

СУЧАСНИЙ СТАН ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Сліпак Інна Русланівна

студентка, Національний авіаційний університет

Судак Наталія Володимирівна

студентка, Національний авіаційний університет

На сьогоднішній день фондовий ринок України знаходиться на етапі свого становлення та значно відстає у розвитку від фондових площадок

промислово розвинутих країн. З огляду на це, дослідження сучасних умов та особливостей розвитку фондової біржової торгівлі та інфраструктурі України стає для національної економіки надзвичайно актуальним.

Фондові біржі функціонують на території України у вигляді акціонерних товариств. Вони зосереджують попит і пропозицію цінних паперів, сприяють формуванню їх ринкового курсу і здійснюють свою діяльність відповідно до чинного законодавства України, статутів і правил біржової торгівлі. Фондові біржі створюються торговцями цінними паперами, які мають дозвіл на здійснення комерційної і комісійної діяльності по цінних паперах.

Одним з основних джерел інформації щодо стану розвитку ринків цінних паперів є дані, які збираються та поширюються міжнародною рейтинговою агенцією “Standard & Poor’s”. За класифікацією “Standard & Poor’s” Україну віднесено до групи “Frontier markets” (граничний ринок), до якого входять ще 36 країн (зокрема, Румунія, Словенія, Кіпр, Панама). “Frontier markets” – це ринки, які є невеликими порівняно з “Emerging markets” (від англ. «ринки, що розвиваються») [1].

Якщо робити загальний огляд фондового ринку України, то за останніми даними частка операцій з цінними паперами, які вільно обертаються на фондовому ринку, не перевищує 10,96% від його загального обігу.

За даними Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку (НКЦПФР), загальний обсяг випусків емісійних цінних паперів у січні 2018 року становив 3,8 млрд грн, що більше на 757 млн грн порівняно з відповідним періодом 2017 року (3,02 млрд грн) [2]. Протягом січня 2018 року Комісією зареєстровано 9 випусків акцій на суму 289,9 млн грн. та 11 випусків облігацій підприємств на суму 954,7 млн грн .

Фондовий ринок в тій чи іншій країні характеризується, насамперед, обсягом біржової торгівлі цінними паперами, кількістю цінних паперів, що перебувають в обігу на фондових біржах. За результатами торгів на організованому ринку протягом січня обсяг біржових контрактів з цінними паперами склав 21,5 млрд грн. Протягом січня 2018 року порівняно з даними 2017 року обсяг біржових контрактів з цінними паперами на організаторах торгівлі збільшився на 49,4%. Найбільший обсяг торгів за фінансовими інструментами на організаторах торгів

зафіксовано з державними облігаціями України – 20,1 млрд грн, що складають 93,6% від загального обсягу біржових контрактів).

Дослідження сучасного стану національного фондового ринку продемонструвало, що, в цілому, він має потужний потенціал розвитку. Напрями вдосконалення ринку повинні бути засновані на вирішенні виявлених проблем розвитку і можуть бути об'єднані в чотири основні групи:

- удосконалення законодавчої бази;
- розвиток біржової інфраструктури;
- розширення участі в торгах і гармонізація його структури;
- вдосконалення інструментарію й нарощення капіталізації ринку в цілому.

Список використаних джерел:

1. Цінні папери і фондовий ринок: навч. посібник / О.С. Поважний, Н.С. Орлова, А.Л. Свечкіна. – Львів : Магнолія 2010, 2014. – 361 с.
2. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ssmsc.gov.ua/fund/analytics>

Науковий керівник: Задерака Наталія Миколаївна, старший викладач, Національний авіаційний університет

МЕЗОНІННЕ ФІНАНСУВАННЯ – ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ КРЕДИТНОГО РИНКУ, ЯК ДЖЕРЕЛО ФОРМУВАННЯ ПОЗИЧЕНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Сошенко Надія Олексіївна

студентка 2-го курсу магістратури, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

В умовах нерозвиненості інститутів фінансового сектору банківське кредитування відіграє важливу роль серед усіх інструментів залучення позикових коштів для потреб вітчизняних підприємств. У світовій практиці на кредитному ринку використовується широкий спектр форм

кредитування, які враховують окремі обставини залучення позикових ресурсів та володіють безперечними перевагами, порівняно з традиційними способами кредитування.

Серед інноваційних інструментів залучення позикових коштів для потреб розширеного відтворення варто виділити мезонінне фінансування. У зарубіжних країнах воно доволі широко використовується при реалізації венчурних проектів, тоді як в Україні — практично відсутнє.

За сутністю мезонінне фінансування поєднує ознаки боргового фінансування і прямих інвестицій. Власник ресурсів (інвестор) направляє їх на розвиток компанії реципієнта без входження до її капіталу, а в обмін на боргові зобов'язання та опціон з правом придбання акцій, позичальника в майбутньому за визначеною ціною. Найбільший інтерес мезонін-фінансування може складати для компаній, які вичерпали можливості залучити банківські позики або ж прагнуть залучити довгострокові ресурси і, водночас, володіють стабільними грошовими потоками чи значним обсягом капіталу.

Головною перевагою мезонінного фінансування порівняно з прямими інвестиціями є його нижча вартість, оскільки за умови зростання ринкової вартості підприємства погашення мезонін позики та викуп опціону здійснити дешевше, ніж викупити частку акціонерного чи пайового капіталу, передану інвестору при значенні прямих інвестицій.

Порівняно зі звичайним банківським кредитом мезонін-фінансування також має низку переваг, а саме:

- можливість залучати позикові ресурси на тривалий період і на вигідних умовах, у тому числі й компаніям, для яких банківське кредитування недоступне через відсутність забезпечення чи невідповідність фінансовим вимогам. Поряд з цим, максимально прийнятне співвідношення заборгованості до EBITDA у рамках мезонінного кредиту зазвичай у 1,5—2 рази вище, ніж для звичайної позики [5, с. 31], що розширює можливості доступу до кредитування для підприємств з недостатньою капіталізацією;
- широкі можливості залучення коштів, оскільки мезонін інвесторами у світовій практиці виступають не лише банки, але небанківські фінансові установи (пенсійні та страхові фонди, фонди приватних інвестицій, страхові компанії та ін.);

- можливість вибору зручної форми погашення заборгованості — шляхом безпосереднього повернення інвестору кредиту з процентними платежами, або ж передачі йому відповідного пакету акцій підприємства. Водночас за допомогою комбінації кількох інструментів, мезонінні кредити мають гнучкі умови виплати відсотків та повного погашення;
- збереження управлінської незалежності, оскільки впродовж дії угоди про мезонінне фінансування компанія кредитор не втручається у фінансову політику позичальника та напрями його діяльності (іноді кредитору можуть надаватися права щодо схвалення ключових рішень і здійснення контролю). Крім мобілізації додаткових ресурсів для потреб підприємства, мезонінне фінансування дає змогу також уникнути розмиття акціонерного капіталу, оскільки компанія позичальник зазвичай володіє правом викупу пайових цінних паперів, емітованих на користь мезонін інвестора. Це дає змогу домогтися зниження вартості сукупного капіталу, що винятково важливо для "молодих" підприємств з високим потенціалом росту;
- відтермінування виплати значної частини платежів за мезонін кредитом, оскільки проценти та інші платежі за боргом зазвичай здійснюються в момент його кінцевого погашення. Водночас за належної структуризації заборгованості позичальник може вирахувати витрати на залучення та обслуговування мезонін кредиту з бази оподаткування податком на прибуток [2].

Мезонінне фінансування передбачає застосування низки інструментів, які комбінуються з урахуванням специфіки підприємства та формують відповідну структуру заборгованості:

- мезонінний кредит (незабезпечений або субординований). Субординація такого кредиту забезпечується шляхом надання кредитору права на відчуження чи заставу безпосередньо реальних активів підприємства позичальника чи його акцій (структурна субординація) [5, с.32]. У зарубіжній практиці такі кредити надають на термін 5—10 років з правом дострокового його повернення після закінчення мінімально обумовленого строку кредитування;
- конвертовані облігації, які передбачають виплату фіксованих процентів та основної суми боргу після завершення терміну кредитування, або ж можливість отримання кредитором акцій

позичальника за заздальгідь обумовленою ціною замість повернення боргу. В окремих випадках практикується емісія облігацій з варрантом на акції позичальника, який може виступати самостійним фінансовим інструментом [7, с. 41];

— "прихована" участь інвестора у капіталі компанії позичальника, за якою інвестор володіє часткою у капіталі компанії, але не несе відповідальності за її зобов'язаннями перед кредиторами. При цьому інформація про участь інвестора у капіталі компанії позичальника закрита для третіх осіб, а відносини між ними щодо участі в управлінні та розподілі прибутку визначаються конфіденційною угодою.

Головним недоліком залучення позикових коштів за схемою мезонінного фінансування є їхня порівняно висока вартість, що пов'язане із вищим рівнем ризику для інвесторів. Оскільки воно є гібридним фінансовим інструментом, який поєднує ознаки кредитування та емісійного залучення коштів, то у випадку банкрутства позичальника заборгованість за мезонін кредитом буде стягуватись після погашення усіх кредитних зобов'язань, але перед поверненням акціонерного капіталу. Фактично, кредитор у схемі мезонін фінансування бере на себе частину ризиків акціонера, а тому розраховує на вищу доходність.

Загалом дохід мезонін інвестора складається з кількох потоків коштів: процентних платежів, у тому числі проценти за основною сумою кредиту (фіксовані або змінні, грошовий купон) та відкладені проценти (нараховуються періодично та капіталізуються з виплатою після погашення основної суми боргу); доходу від участі у розподілі прибутку позичальника (*participating loan*); доходу від реалізації варрантів (опціонів) на купівлю акцій позичальника (якщо ринкова ціна таких акцій перевищує номінальну); одноразових або періодичних винагород, в тому числі у формі додаткової знижки при розміщенні привілейованих акцій або певної кількості варрантів (опціонів) на акції позичальника; відшкодування за рахунок позичальника трансакційних витрат, пов'язаних з організацією угоди про мезонін фінансування та ін.

Для позичальника ці платежі, за винятком доходу від курсової різниці, характеризуватимуть вартість позиченого капіталу, мобілізованого за схемою мезонін фінансування. Тому у світовій практиці сфера застосування мезонінного фінансування — це ризикові та венчурні

проекти. Щодо вітчизняного досвіду, то використання такого способу залучення позикових коштів для потреб розвитку підприємств має випадковий характер.

Серед низки чинників, які перешкоджають активізації мезонінного фінансування в Україні доцільно відзначити: слабкість фінансового ринку, особливо сегменту позабанківських фінансових інститутів; несприятливий інвестиційний клімат; високий рівень недовіри вітчизняного суспільства до фінансових інститутів, слабкий розвиток культури фінансового інвестування; загальний високий рівень вартості кредитних ресурсів на ринку та ін.

Список використаних джерел:

1. Альбетков А. Способы привлечения в компанию заемного финансирования / А. Альбетков // Финансовый директор. — 2007. — №1. — С. 72—79 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://fd.ru/articles/23638sposoby"privlecheniya"v"kompaniyu"zaemnogo"finansirovaniya](http://fd.ru/articles/23638sposoby)
2. Войтович А. Возможности и перспективы мезонинного финансирования в инновационной экономике / А.Войтович // Молодежь и наука: [сборн. матер. IX Всерос. науч."техн. конф. студ., асп. и мол. уч. (г. Красноярск: Сибирский федеральный ун"т, 2013)] [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://conf.sfu"kras.ru/sites/mn2013/section079.html](http://conf.sfu)
3. Кишакевич Б. Ю. Використання кредитно-дефолтних боргових зобов'язань як засобу залучення капіталу/ Б. Ю. Кишакевич // Вісник НЛТУ України. — 2008. — Вип 18.3. — С. 198203.
4. Ковалевский К. Бридж"финансирование: международная практика / К. Ковалевский // Бизнесобразование как инструмент инновационного развития экономики: [матер. науч."практ. конф. (Иркутск, 3 дек. — 29 марта. 2013 г.; Байкальская международная бизнес"школа].— Иркутск: БМБШ ИГУ, 2013. — С. 114—119.
5. Лурье В. Мезонинное финансирование: международный опыт и российская практика / В. Лурье, Е. Мелихов // Слияния & Поглощения. — 2013. — №4. — С. 3035.
6. Миськів Г. Кредитні деривативи як новітні інструменти кредитного ринку / Г. Миськів // Ефективна економіка. — 2014. — Вип. 7

[Електронний ресурс]. — Режим доступу:
<http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3177>

7. Петрикова Е. Мезонинный кредит как альтернатива проектного финансирования инвестиционных проектов / Е. Петрикова // Финансы и кредит. — 2013. — № 28 (556). — С. 39—47.

8. Шевченко"Перепьолкіна Р. І. ЛВО"фінансування угод злиття і поглинання: особливості та перспективи українського ринку / Р. І. Шевченко"Перепьолкіна // Наукові записки НУ "Острозька академія". Серія: Економіка.— 2013. — Вип. 23. — С. 327—330.

**PROBLEMS AND OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT
OF THE INNOVATION SPHERE OF ECONOMICS**

Baxodirov Jasurbek Olyorbek o'gli

*student, Tashkent University of Information Technologies named after
Muhammad al-Khorazmiy, Tashkent, Republic of Uzbekistan*

Shuxratov Ma'murjon Shuxrat o'gli

*student, Tashkent University of Information Technologies named after
Muhammad al-Khorazmiy, Tashkent, Republic of Uzbekistan*

Abstract: In this article, the world economy is closely interconnected with macroeconomic processes. It is a dynamic system of continuous revival of these progressive development and institutions. Development is achieved through innovation in all processes of the economy, which allows to propose an important role of innovation in the development of countries and regions. This article analyzes the differentiation of science and technology development trends. Basic parameters include science, research, technical equipment and communication structures.

Key words: effectiveness, innovation, innovative business, economic development

The formation of an innovative economy, the main role in which the information technology, is a strategic direction of development of the economy of Uzbekistan. In developed 80-95% of the growth in gross domestic product falls to the share of new knowledge, embodied in technology and technology. Urgency of justification of innovation type reproduction of the economy lies in the fact that in the modern economic world, innovations are one of the key factors determining the prospects for social and economic development.

The effectiveness of innovation is largely determined by innovation infrastructure. Innovative infrastructure is a set of interrelated production and technical systems, organizations, firms and relevant organizational management systems necessary and sufficient for effective innovation and realization of innovations.

In the modern world, the following trends dominate, which have a powerful impact on the development of innovative economy and closely intertwined with each other:

- Support of innovative business;
- expansion of demand for innovations in the economy;
- development of innovative infrastructure;
- effective integration into the global innovation system;
- implementation of technological and research projects, ensuring competitiveness in world markets;
- development of scientific and educational potential;
- the formation of a new innovative culture in society and the enhancement of the status of the innovator.

In the modern sense, the national innovation system (NIS) is a collection national public, private and public organizations and mechanisms for their interaction, in the framework of which activities are carried out to create, store and disseminate new knowledge and technology. Effective NIS is built by joint efforts of the state, entrepreneurial and scientific environment and forms such a system of relationships, when innovations serve as the basis for the development of the economy and society. In the center of NIS are enterprises that organize production, striving for its development through innovation. The role of the state as a participant of the NIS is indisputable. It creates framework the operating conditions of the system, which include: macroeconomic policy, maintenance and development of a competitive environment, the creation and development of a regulatory and legal environment, promoting the development of entrepreneurship, the state of the technological base, the creation favorable tax and investment climate, formation of conditions for the international trade. An important structure is the cost structure by types of innovation. Cross-country comparisons show, that in Germany their share is 50%, in Sweden about 65%, in France almost 70%. Among the main reasons for the low innovation activity of the economy can be called The following: high cost of innovation and high level of risk; indifference business sector to science and innovation, the orientation towards maximizing profits in short-term period; absence of system innovation legislation; small the effectiveness of scientific and technological activities, the lack of active market demand on the results of intellectual activity; shortage of qualified personnel due to disproportions in the

development of the system of professional education in terms of knowledge and industry structure.

Innovation as a factor of competitiveness should be explored in the context of their interaction with other factors of competitiveness. Innovative development of the country is provided by a systemic approach to formation of normative-legal, organizational-economic, social, natural resources and other conditions of economic development. This is the dual aspect of innovation research, namely innovative potential as a factor of competitiveness and factors innovative development.

Conclusion: Undoubtedly, there is a steady growth of competitiveness in Uzbekistan. There intellectual and scientific and technical potential and all the necessary conditions for its implementation.

Literature:

1. . National Program for Personnel Training of the Republic of Uzbekistan // Barkamol avlod - the foundation of the development of Uzbekistan. - Tashkent: East, 1997.

Karimov I.A. Uzbekistan aspires to XXI century. Tashkent: Uzbekistan, 1999, p.

2. Law of the Republic of Uzbekistan "On Education". // Barkamol avlod - the foundation of the development of Uzbekistan. - Tashkent: East, 1997.

INNOVATIONS IN INSURANCE AND DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL ECONOMICS

Baxodirov Jasurbek Olyorbek o'gli

*student, Tashkent University of Information Technologies named after
Muhammad al-Khorazmiy, Tashkent, Republic of Uzbekistan*

Shuxratov Ma'murjon Shuxrat o'gli

*student, Tashkent University of Information Technologies named after
Muhammad al-Khorazmiy, Tashkent, Republic of Uzbekistan*

Abstract: This article considers the development of insurance as part of the financial market requires clarity such as self-awareness and definition of its

categories. Representatives of economic and legal sciences are interested in identification of insurance agents. According to Economist Adolf Wagner, this "economic institute" separates the at least some of the events that eradicate the harmful effects of the individual's property, so there are still some of the same dangerous situations.

Key words: insurance agent, money resource, effectiveness, requirement

In the Goby, insurance is treated as a distribution between a number of persons future, unknown and occasional needs. Considering the theory of the Gobby as fundamental idea, believed that the main purpose of insurance is to satisfy a random of need. In reality, as insurance practice shows, insurance is called upon, before in all, to satisfy the property and monetary needs of citizens and legal entities, The emergence of certain random encounters.

K.A. Grave and LA Lunts, under insurance in the broad sense of the word, understood, first of all, the aggregate of activities for creating resources of material and (or) money resources, at the expense of which are corrected the correction of harm, the restoration of loss in the social economy at natural disasters or accidents.

The main organization and legal regulation of insurance relations in Uzbekistan is The law "On Fearful Activities". In this law, the definition of insurance as " protection of property interests of individuals and legal entities, with the advent of certain insurance cases at the expense of cash funds, paid to insurers from paid insurance premiums (insurance premiums), as well as at the expense of other means of insurance companies".

The high share of plant life in the agricultural economy has led to the fact that more attention paid to health insurance. Because of the high price, insurance insurance for agricultural producers unsuccessful and the application has received a variant of insurance of the property, carried out with state Support. In this form of insurance, an attempt has been made to compile a market principle - economic self-sufficiency of the producer of goods with instruments of state regulation.

For many years of application of such a method of insurance, it revealed its main shortcomings. Po The development of this segment of the insurance market revealed the main problems in agro-insurance: all The measures do not represent the totality of the economic measures that provide the active participation of agricultural producers in insurance and a high level of insurance protection; low interest agricultural producers to insurance as an instrument of

fear protection; imperfect mechanism state participation in this process; insecure legal security; inaccuracy instruments of the institute of insurance of modern requirements. In fact, the insurance in the agricultural economy should develop in several directions - with state support, on the commercial basis and on the basis of mutual insurance. Forming a system of insurance agricultural activity is inextricably linked with the reconciliation of the entire agricultural economy. Considering agro-insurance as an element of agrarian policy, we see that the activities aimed at to strengthen the agricultural economy and to ensure the sustainable security of the country, require mutual relations of all agrarian policy. The main activities carried out within the framework of the agrarian policy, to various degrees there is a loss in the organization of insurance agricultural activity.

To date, the latest conceptual innovation in the field of development strategies is inclusive growth. The concept inclusive growth is based on the fact that the well-being of society is multidimensional concept, its level should not be measured only steady growth rates of real GDP and material incomes of the population. Empirical studies have shown that even countries, having the same level of average incomes of the population, can significantly 40 differ in terms of indicators of "involvement" and "quality of life". Opportunities to have work, access to education and health services, clean air and drinking water, as well as the level of social protection and opportunities for each person to participate in society. In this way, only the "sustainability" parameter for economic growth it is not enough: growth should be inclusive.

Conclusion: Insurance in the overwhelming majority of countries is abusive, but state in every possible way stimulates the producers not to neglect this risk management tool. Practically everywhere the agricultural producer can count on state support, only if he has hands fear plane. The forms of this support and the system of state-private partnership in this sphere can be completely different, and our country can choose its own way of development of this sphere, It is composed with the account of climatic and mental features. Agrarian insurance should It can be implemented as a part of agrarian policy and may be effective if there is long-term the normal base and the success of the ongoing activities. Priority in the system agricultural insurance should be, in the first place, the interests of the farmer, preservation of domestic agricultural production and maintenance of occupational safety countries.

Literature:

1. Karimov I.A. Uzbekistan aspires to XXI century. Tashkent: Uzbekistan, 1999, p.
2. Law of the Republic of Uzbekistan "On Education". // Barkamol avlod - the foundation of the development of Uzbekistan. - Tashkent: East, 1997.
3. National Program for Personnel Training of the Republic of Uzbekistan // Barkamol avlod - the foundation of the development of Uzbekistan. - Tashkent: East, 1997.

ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ ІНВЕСТУВАННЯ У КРИПТОВАЛЮТИ

Бойко Тимур Петрович

аспірант кафедри «Фінансові ринки», Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

У криптовалюти, як правило, інвестують шляхами в обхід законодавства на біржах, такій як Coinbase. Однак, курси криптовалют не мають фундаментального забезпечення та регулюючої ролі центробанків, а інвестори часто страждають від інтернет-атак. Тому більш мінливі і малопередбачувані в порівнянні з фіатними валютами. Спекулятивні чинники сильніше позначаються на динаміці котирувань, слідує із природи криптовалюти:

- **Відсутність державного регулювання.** Криптовалюти децентралізовані, не мають ніяких регулюючих фінансових органів.

- **Відсутність прив'язки до відчутної цінності** на відміну від національних валют, що прив'язані до цінності, яку має нація (нафта, золото)

- **Відсутність реальної вартості.** Не можливо визначити ринкову вартість. Наприклад, реальна вартість акцій корпорації включає в себе конкретні фінансові показники діяльності.

Із природи криптовалют можна вивести і можливі легальні фінансові механізми для інвестування у криптовалюту:

- **Ф'ючерсні контракти на крипто валюти на регульованих біржах:** Присутність ф'ючерсних контрактів на криптовалюти на традиційних біржах фактично зробить їх становище «законними» в

існуючій фінансово-правовій системі. Криптовалюти стануть одним з ключових класів активів на глобальних біржах, що відкриє доступ для великих традиційних фінансових інститутів, що діють виключно в рамках законодавства. Факт наявності фінансових гарантій по операціях з деривативами на крипто валюти підвищить інвестиційну привабливість, а значить і попит на базовий актив і його ціну. Це означає, що глобальний попит на біткоіни і ліквідність ринку значно підвищаться.

- Інвестування в активи суміжних з криптовалютою областей.

Одним із шляхів є інвестування в компанії, які виробляють обладнання для майнінгу видобутку крипто валюти - акції компаній, які виробляють ASIC-обладнання або відеокарти, - наприклад, AMD та NVIDIA, що є наслідком технології «видобутку» криптовалют, наприклад у «біткоїн», інвестор (майнер) повинен першим з усіх майнерів знайти рішення для особливої математичної задачі. Цей процес відомий як Proof-of-Work - «доказ роботи» - особлива математична задача, під час якої майнер намагається першим вгадати 64-значне шістнадцяткове число (хеш), яке виявиться менше або дорівнює цільовому хешу. Хеш підбирається випадковим перебором. Для того щоб стати першим, необхідна величезна обчислювальна потужність щоб мати високий хешрейт - коефіцієнт хешування, який вимірюється в мегахешах в секунду (MH/s), гігахешах в секунду (GH/s) і терахешах в секунду (TH/s). Зазвичай тут і використовують продукти вказаних вище корпорацій AMD та NVIDIA.

Список використаних джерел:

1. Молчанов Н.В. Криптовалюта: проблеми та поняття // Science Time. 2014. №10 (10) С.300-303.
2. ITI Capital. Як організовано торгівлю ф'ючерсами на біткоіни на Чиказькій біржі [Електронний ресурс] 2017, URL: <https://habrahabr.ru/company/iticapital/blog/346580/>
3. Саакян А. Г. Криптовалюта як первинний інструмент у формуванні валютного регулювання держави // Науковий вісник ЮІМ. 2015. №4 С.17-20.
4. Дурдієва Д.А., Ісупова В.Ю. Сучасний стан електронної платіжної системи в умовах глобалізації світової економіки // Теорія і практика

Науковий керівник: Дегтярєва Наталія Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Караван Наталія Анатоліївна

кандидат економічних наук, декан факультету менеджменту, економіки, соціології та філології Дніпровського державного технічного університету

Оцінка ефективності інвестиційних проектів базується на «стандартній» системі показників, яка включає наступні: чиста приведена вартість, індекс прибутковості, внутрішня норма рентабельності та строк окупності інвестицій. Однак, кінцеве рішення стосовно доцільності реалізації окремого інвестиційного проекту приймається із урахування його ризику. Найбільш поширеними методами оцінки ризику є аналіз чутливості, аналіз сценаріїв та імітаційне моделювання.

Аналіз чутливості дозволяє перевірити еластичність показника «чиста приведена вартість» по відношенню до коливань однієї із змінних величин, а саме обсягу реалізації в натуральному вираженні, рівня цін на продукцію, суми інвестиційних витрат, тривалості реалізації проекту, ставки відсотку тощо. Важливим етапом реалізації цього методу є визначення критичних значень для кожної змінної величини. Основним недоліком методу є те, що при розрахунках передбачається зміна лише одного фактору. Інші залишаються на базовому рівні, що дуже рідко відповідає практичній діяльності.

Метод аналізу сценаріїв реалізації проекту передбачає необхідність формулювання й оцінки трьох гіпотез: песимістичної, реалістичної і оптимістичної. Для кожної гіпотези розраховують показник «чиста приведена вартість», середньоквадратичне значення якого характеризує абсолютний ризик проекту. На відміну від аналізу чутливості, цей метод дозволяє одночасно оцінити вплив відразу декількох факторів.

Дослідження комбінованого впливу декількох ризиків, а також наслідків нагромадження ризикових ситуацій та їх відокремленого впливу на загальний фінансовий результат уможливорює використання методу імітаційного моделювання.

Для оцінки ризику інвестиційних проектів використовують також такі важливі фінансово-економічні показники, як «операційний важіль» та «фінансовий важіль (левередж)». Наприклад, якщо для окремого інвестиційного проекту показник «операційний важіль» має високе значення, то це свідчить про його високий ризик, який пов'язаний із значною питомою вагою постійних витрат. Вирішення питання щодо економічної доцільності залучення для реалізації інвестиційного проекту позикових коштів базується на ефекті фінансового важеля. Так вибір оптимальної структури інвестиційного капіталу передбачає необхідність проведення наступних розрахунків: оцінки загальної потреби у капіталі, частки власного капіталу, показника «рентабельність — фінансовий ризик» для усіх варіантів структури та швидкості повернення інвестицій. У таблиці 1 наведені результати розрахунку цих показників для різних варіантів структури інвестиційного капіталу для одного з промислових підприємств м. Кам'янського. Рівень фінансового ризику та строк окупності найменші для такої структури капіталу, коли частка позикового капіталу становить 20 %.

Таблиця 1. Оцінка структури інвестицій

Найменування показників	Варіанти співвідношення капіталу					
	1	2	3	4	5	6
Питома вага власного капіталу, %	100	80	60	40	20	-
Питома вага позикового капіталу, %	-	20	40	60	80	100
Рентабельність власного капіталу	0,475	0,521	0,597	0,750	1,207	-
Рівень фінансового ризику	-	0,040	0,080	0,120	0,160	0,200
Рентабельність/Фінансовий ризик	-	13,029	7,467	6,249	7,545	-
Швидкість повернення інвестицій	2,103	2,398	2,790	3,334	4,142	5,467

Таким чином, наявний методичний інструментарій дозволяє не тільки здійснити об'єктивну оцінку ризику, а й дослідити усю сукупність факторів впливу, сформувавши необхідну інформаційну базу для ефективного інвестиційного менеджменту.

**МІЖНАРОДНІ НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ІНТЕРНЕТ-
КОНФЕРЕНЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ**

Світ економічної науки

Випуск 2

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

28 березня 2018 р.



www.economy-confer.com.ua

Підписано до друку 04.04.2018
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Друк на дублікаторі.
Умов.-друк. арк. 4,5. Обл.-вид. Арк 4,95.
Тираж 80 прим.

Громадська організація «Наукова спільнота»
46027, Україна, м. Тернопіль, вул. Загребельна, 23
Ідентифікаційний код 41522543
тел. 0979074970
E-mail: rusenkos@ukr.net

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

