

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

www.economy-confer.com.ua

Світ економічної науки

Випуск 10

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

26 грудня 2018 р.



Тернопіль
2018

"Світ економічної науки. Випуск 10": матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування. - Тернопіль, 2018. – 145 с.

УДК 330 (063)
ББК 65я431

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей економічної наукової інтернет-конференції «Світ економічної науки. Випуск 10», 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

- Аврамчук Наталія Олександрівна, Стояненко Ірина Василівна*
**ФОРМУВАННЯ ЦІНИ НА ІННОВАЦІЙНУ ПРОДУКЦІЮ:
ПРОБЛЕМИ ТА НАСЛІДКИ.....8**
- Вербенська Наталія Володимирівна* **МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ
ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....11**
- Джуровець Анна Іванівна* **ДЕМОГРАФІЧНА КРИЗА В УКРАЇНІ ТА
ШЛЯХИ ЇЇ ПОДАЛАННЯ.....13**
- Жураківська Катерина Анатоліївна, Пермінова Світлана
Олександрівна* **«FAST-TRACKING GREEN PATENT» ЯК НОВИЙ
ТРЕНД ПАТЕНТУВАННЯ: АКТУАЛЬНІСТЬ ТА МОЖЛИВІСТЬ
ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ.....16**
- Корнацька Анастасія Сергіївна, Ситник Наталія Іванівна*
**СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ.....19**
- Мазуркевич Ірина Олександрівна* **ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ
ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ
РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....21**
- Острижнюк Христина Володимирівна* **ОСОБЛИВОСТІ
ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОВАРУ НА РИНКУ В УМОВАХ РОЗВИТКУ
КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА.....24**
- Ратинський Вадим Віталійович* **КЛАСИФІКАЦІЯ ТИПІВ
ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СЕРВІСНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....27**
- Федишин М. П., Солійчук Аліна Олегівна* **СУЧАСНИЙ СТАН
ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ СИСТЕМИ США.....29**
- Яремик Христина Ярославівна, Смеречанський Мар'ян Михайлович,
Пащенко Тетяна Олександрівна* **ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....32**

Менеджмент. Маркетинг

<i>Dudko Anastasiia Valeriivna</i> EVALUATION OF EFFICIENCY OF BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY.....	35
<i>Бендина З. Т., Передало Х. С.</i> ЖІНКИ-ЛІДЕРИ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ: СТАН ТА ПРОБЛЕМИ.....	36
<i>Белашова Марія Дмитрівна</i> ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ.....	39
<i>Гелевачук Зоя Йосипівна, Бруханська Анастасія Вікторівна</i> ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ В ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ.....	41
<i>Ромашко Олександра Михайлівна, Баріляк Василина Олександрівна</i> СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ АВТОЗАПРАВНОГО БІЗНЕСУ.....	44
<i>Тельная Юлія Андріївна</i> УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	46
<u>Облік, статистика і аудит</u>	
<i>Горяк Альона Вікторівна, Чухліб Алла Василівна</i> СТАТИСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ.....	48
<i>Грищенко Юлія Сергіївна</i> КЛАСИФІКАЦІЯ ДОХОДІВ ВІД ОБМІННИХ ОПЕРАЦІЙ ВІДПОВІДНО ДО НС(П)БОДС ТА МСБОДС.....	49
<i>Їжаковський Дмитро Анатолійович, Кліменко Руслан Анатолійович, Яремик Мирослав Іванович</i> РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ У ПОБУДОВІ «ЗВІТУ ПРО УПРАВЛІННЯ».....	51
<i>Каландирець Оксана Володимирівна, Прилуцька Аліна Віталіївна</i> ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ДОХОДІВ СПЕЦІАЛЬНОГО ФОНДУ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ.....	53

Ковальчук Максим Сергійович, Вакулюк Софія Анатоліївна
**ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ІЗ ПОКУПЦЯМИ ТА
ЗАМОВНИКАМИ.....55**

Полишвайко Ірина Андріївна, Чухліб Алла Василівна
**ОЦІНКА
НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ОБЛІКОВО -
АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ
ЗАСОБАМИ.....58**

Пушкарьова Олена Юріївна
**НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ
ЗДІЙСНЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ В ДЕРЖАВНОМУ
СЕКТОРІ.....60**

Столярчук Анастасія Василівна, Гойдало Ольга Степанівна
**ВІДОБРАЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ВИТРАТ У
БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ63**

Хмелюк Альона Василівна, Вовненко Аліна Миколаївна
**ОБЛІК
РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ І ПІДРЯДНИКАМИ НА
ПРИВАТНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....67**

Хмелюк Альона Василівна, Спекова Олександра Романівна
**МЕТОДИ
КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ: ВІТЧИЗНЯНА
ПРАКТИКА.....72**

Чусова Владислава Дмитрівна, Кубік Валентина Дмитрівна
**УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ
ОПЕРАЦІЙ.....77**

Шинкар Юлія Степанівна
**ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА
КОНТРОЛЮ ВИТРАТ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ.....79**

Економічний аналіз. Економіко-математичне моделювання

Хмелюк Альона Василівна, Романова Світлана Віталіївна
**ОЦІНКА
ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ХІМІЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ПАТ
«ДНІПРОАЗОТ».....82**

Шпак Наталія Григорівна
**ДОСЛІДЖЕННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ
ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У МІЖНАРОДНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ
СИСТЕМІ.....87**

Банківська справа

Ковальова Олена Миколаївна, Мірошникова Катерина Олександрівна
**МОДЕЛЮВАННЯ ЗМІНИ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЮ
КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ВПЛИВУ
ЗОВНІШНІХ ЧИННИКІВ.....89**

Ковальова Олена Миколаївна, Пенюва Марія Олександрівна
**ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ У
ФІНАНСОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА.....92**

Максименко Каріна Ігорівна
**СТАН РОЗВИТКУ ТА АКТУАЛЬНІ
ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРЕДИТНОЇ СИСТЕМИ
УКРАЇНИ.....95**

Нечаяк Ірина Борисівна
**КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ СТІЙКОСТІ
МЕХАНІЗМУ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ.....98**

Першина Аліна Володимирівна, Пшенна Марія Василівна
**РОЗВИТОК
СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА
ПЕРСПЕКТИВИ.....100**

Пруднікова Олександра Олексіївна
**КОНТРОЛІНГ ВИРОБНИЧИХ
РЕСУРСІВ У СФЕРІ ПОСЛУГ.....103**

Пруднікова Олександра Олексіївна
**БЮДЖЕТУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ
МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА.....106**

Інвестиційно-інноваційні процеси в економіці

Лісевич Наталія Анатоліївна
**АНАЛІЗ СТАНУ ТА ОЦІНКА
ПЕРСПЕКТИВ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ.....110**

Митрофанова Наталія Сергіївна
**УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....115**

*Яремик Христина Ярославівна, Івасечко Наталія Ярославівна,
Пащенко Тетяна Олександрівна*
**МОНІТОРИНГ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ
БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....117**

<i>Білоус Мар'яна Ярославівна</i> МІЖНАРОДНИЙ ЛІЗИНГ В УКРАЇНІ.....	121
<i>Бурова Олена Юріївна</i> ТЕОРЕТИЧНЕ УЗАГАЛЬНЕННЯ ВИКЛИКІВ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМЦІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В ПРОЦЕСІ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ.....	125
<i>Мединська Тетяна Ігорівна</i> ФІНАНСОВІ МАНІПУЛЯЦІЇ КРУПНИХ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ У СВІТОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ ОСТАННІХ ДЕСЯТИЛІТЬ.....	128
<i>Нізельська Марія</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СФЕРИ БІЗНЕСУ ЗАВДЯКИ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ СПІВРОБІТНИЦТВУ УКРАЇНИ ТА НІМЕЧЧИНИ.....	130
<i>Плющ Діана Станіславівна</i> ПЕРСПЕКТИВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТОВАРНОЇ СТРУКТУРИ ЕКСПОРТУ ТОВАРІВ З УКРАЇНИ В ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СОЮЗ.....	133
<i>Семененко Тетяна Олексіївна, Черненко Єлізавета Олександрівна</i> АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ ДОЛАРИЗАЦІЇ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ.....	136
<i>Фестич Світлана Анатоліївна</i> РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ.....	139
<i>Шанюк Олександра Василівна</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	142

ФОРМУВАННЯ ЦІНИ НА ІННОВАЦІЙНУ ПРОДУКЦІЮ: ПРОБЛЕМИ ТА НАСЛІДКИ

Аврамчук Наталія Олександрівна

студентка, Київський національний торговельно-економічний університет

Стояненко Ірина Василівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та фінансів підприємства, Київський національний торговельно-економічний університет

В сучасних ринкових умовах господарювання для більшості видів економічної діяльності характерним є ціноутворення на основі попиту та пропозиції з врахуванням витрат на виробництво продукції та бажаного рівня прибутковості, що підприємство бажає отримати. Враховуючи ціни та динаміку попиту на продукцію підприємства приймають рішення про обсяги власного виробництва тієї чи іншої продукції, ефективність вкладення капіталу в виробництво товарів та послуг і його рентабельність. Саме результати власного аналізу ефективності вкладення капіталу в виробництво товарів та послуг є підставою для прийняття рішення про доцільність ведення господарської діяльності та формування виробничої програми підприємства.

В той же час, формування ціни на інноваційну продукцію є більш складним процесом з врахуванням специфіки даного виду товару. Оскільки постійні коливання цін на промислову та інтелектуальну продукцію і вартість залученого капіталу, що використовуються при виробництві інноваційних товарів і визначають їх собівартість та ринкову вартість загалом, методи ціноутворення на такий товар будуть дещо відмінними від загальних методів формування цін на товари та послуги.

Інноваційною може бути визнана продукція, яка відповідає таким вимогам [1]:

а) вона є результатом виконання інноваційного проекту;

б) така продукція виробляється (буде вироблена) в Україні вперше, або якщо не вперше, то порівняно з іншою аналогічною продукцією, представленою на ринку, є конкурентоздатною і має суттєво вищі техніко-економічні показники.

2. Інноваційна продукція може бути результатом тиражування чи застосування інноваційного продукту.

3. Інноваційною продукцією може бути визнано інноваційний продукт, якщо він не призначений для тиражування.

4. Рішення про кваліфікування продукції інноваційною приймає центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері інноваційної діяльності, за результатами експертизи.

Встановлення методу формування ціни на інноваційний продукт виходить з новизни товару, тобто товар на ринок ще не випущений, попит та пропозиція на нього не сформована, тому ціна вважається доринковою. В цьому випадку підприємство має свободу у виборі стратегії та методів ціноутворення. З урахуванням того, що ринок на кінцевому етапі скоригує кінцеву ціну продукції, підприємство вперше випускає товар з вихідною ціною за.

Основними методами встановлення вихідної ціни на інноваційну продукцію є [2]:

1. Витратний метод, за яким ціна орієнтується на витрати виробництва. До підрахованих витрат виробництва додається фіксований процент прибутку, тому в англійській термінології він отримав назву «pluspricing», що в буквальному перекладі означає «витрати + процент»:

$$Ц = ОВ + \frac{(100+P_n)}{100} \quad (1)$$

ОВ – загальний обсяг операційних витрат;

P_n – рівень бажаного прибутку підприємства.

Встановлення цін за даним методом є можливим та необхідним на принципово нову продукцію, коли неможливо її співставити з раніше випущеною або при встановленні цін на продукцію, що виготовляється по разовим замовленням, та на пробні зразки.

2. Агрегатний метод, за яким ціна визначається шляхом додавання цін на окремі конструктивні елементи товару [2]:

$$Ц = ЦЕ_1 + ЦЕ_2 + \dots + ЦЕ_n \quad (2)$$

ЦЕ₁ – ціна першого елемента,

ЦЕ₂ – ціна другого елемента,

ЦЕ_n – ціна n-го елемента.

Цей метод можна застосувати для товарів, що складаються з декількох окремо зроблених виробів або для товарів, що складаються з окремих вузлів, елементів. Перевагами агрегатного методу є можливість точного розрахунку суми витрат на виробництво інноваційного товару, а недоліками - неможливість оцінити споживчих властивостей даного товару і потенційного попиту на нього.

Формування ціни будь-якими іншими методами для інноваційних товарів неможливо з урахуванням відсутності конкурентів, аналогів та загалом подібної продукції на ринку.

Як бачимо, головною перевагою розглянутих методів формування ціни є можливість точного калькулювання затрат на виробництво. Поряд з цим не враховуються споживчі якості товару. Крім того неможливо визначити або спрогнозувати попит на нього та можливі фінансові результати від його реалізації підприємством.

Наявність проблем в сфері ціноутворення на інноваційні товари та послуги є однією з причин того, що в Україні кількість та частка промислових підприємств, які що займаються інноваційною діяльністю, в загальній кількості вітчизняних суб'єктів господарювання постійно скорочується (рис.1).

За даними державної служби статистики України, кількість промислових підприємств за останні 5 років вона зменшилася з 1715 підприємств в 2013 років до 759 підприємств в 2017 році [3].

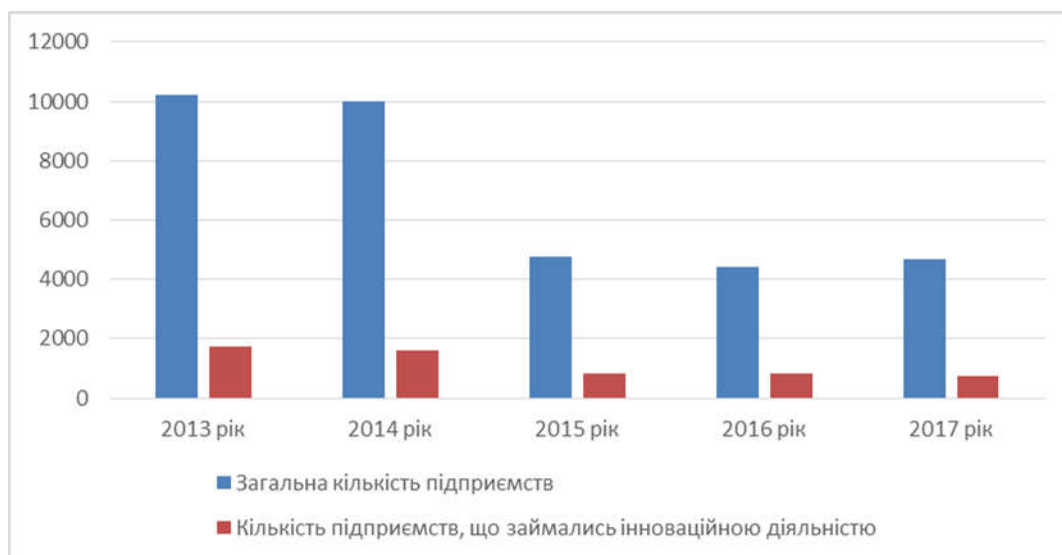


Рис. 1. Динаміка кількості промислових підприємств, що займалися інноваційною діяльністю у 2013-2016 роках*

*Джерело: сформовано автором на основі [3]

Така динаміка пов'язана з низкою внутрішніх та зовнішніх об'єктивних факторів, основними серед яких можна виділити:

- політична та економічна ситуація в країні;
- відтік іноземного капіталу інвестованого в інноваційну діяльність підприємств;
- недосконалість законодавчого забезпечення інноваційної діяльності;

- великі витрати на проведення інноваційної діяльності в Україні і відповідно занадто велика ціна на інноваційну продукцію;
- невисокий попит на інноваційну продукцію підприємств.

Варто відмітити, що саме неефективна цінова політика підприємств та відсутність досконалого механізму формування ціни на інновації є однією з причин відсутності попиту на вітчизняну інноваційну продукцію і відповідно зменшення обсягів інноваційної діяльності в Україні.

Для активізації інноваційної діяльності в нашій країні науковим школам та практикам необхідно сконцентруватись, перш за все, на розробці ефективної методики формування ціни на інноваційну продукцію з урахуванням оптимізації її витратної складової, як основного чинника забезпечення конкурентного рівня ціни. Саме конкурентна ціна інновацій забезпечить можливість виходу вітчизняних інноваційних товарів на міжнародні ринки, а Україні посісти гідне місце серед країн активних інноваторів.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>
2. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення. Навчальний посібник – К. : «Центр учбової літератури», 2012. – 480 с.
3. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Статистичний збірник [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Вербенська Наталія Володимирівна

бакалавр, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

Для ефективного управління дебіторською заборгованістю потрібно проектувати та удосконалювати систему. Тому що робота підприємства напряму залежить від дебіторської заборгованості, і це питання є одним з найважливіших у діяльності підприємства. Отже, як виглядає модель системи управління дебіторською заборгованістю на підприємстві? За допомогою рисунку 1 я зображу систему управління.

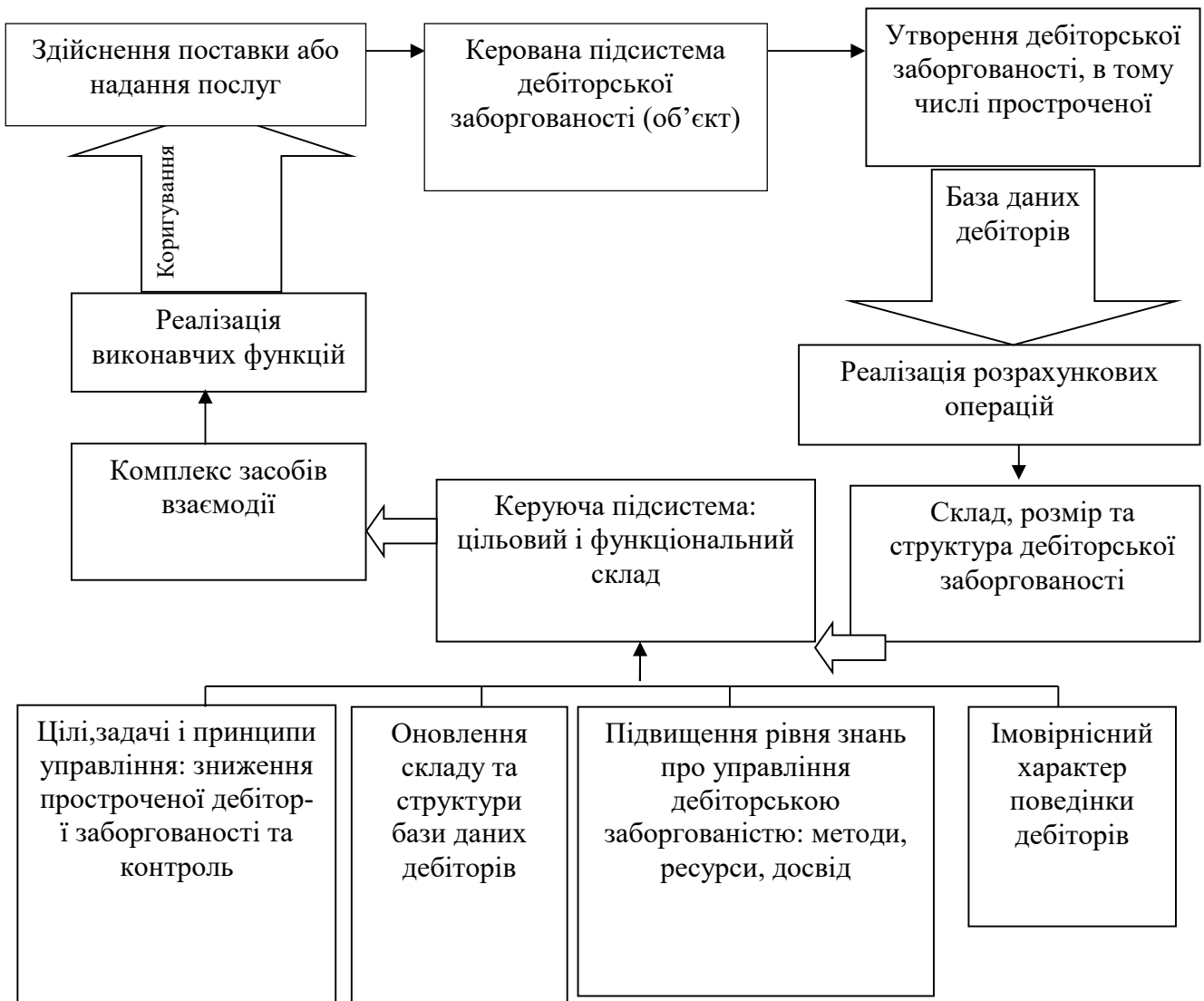


Рисунок 1 – Модель управління дебіторською заборгованістю

Система починається з об'єкту, тобто керованої підсистеми. Об'єкт утворюється в результаті здійснення поставки підприємством своїм замовникам або надання послуг і проведення ним платежів, у тому числі авансованих. Цей процес і є утворенням дебіторської заборгованості. Далі йде процес регулюючого впливу, який включає в себе три підпункти: реалізації розрахункових операцій, управління та реалізації виконавчих функцій. Розрахунковий блок на основі формування бази даних про дебіторів визначає склад, розмір, структуру і термін давності дебіторської заборгованості, що використовується блоком управління для розробки коригувальних управлінських впливів. Для цього керуюча підсистема розробляє цільові та функціональні способи, засновані на формулюванні цілей, завдань і принципів управління, оновлення складу і структури бази даних про дебіторів, розширенні теоретичних знань та узагальненні накопиченого досвіду з управління дебіторською заборгованістю, а також обліку імовірнісної поведінки дебіторів.

У результаті цього вироблений комплекс засобів впливу реалізується виконавчим блоком, що здійснює корегування платежів потенційним дебіторам (на вході моделі управління). Саме так завершується один умовний цикл управління дебіторською заборгованістю.

Список використаних джерел:

1. Білик М. Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств / М. Д. Білик // Фінанси України. – Міністерство фінансів України, 12/2003. – №12. – С. 24–36.
2. Савчук В. Практична енциклопедія фінансового менеджера – К. : Баланс Бізнес Букс, 2017. – 976 с.

Науковий керівник: Дзюбенко Олег Володимирович ,кандидат технічних наук, доцент кафедри економіки та маркетингу, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

ДЕМОГРАФІЧНА КРИЗА В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПОДАЛАННЯ

Джуровець Анна Іванівна

студентка, Чернівецький торговельно-економічний інститут, Київський національний торговельно-економічний університет

Дослідження демографічних процесів нерозривно пов'язане з виявленням визначальних для забезпечення стабільного й безпечного розвитку держави. Різко погіршується рішень життя, падає народжуваність, зростає смертність через нерівномірність в розвитку суспільства, природно-екологічні проблеми, війни, потрясіння. Населення країни є джерелом ресурсів для праці, споживачем і носієм економічних відносин.

Отже, актуальністю демографічної проблеми для України є скорочення населення, що негативно впливає на працездатний вік. Одним з першочергових завдань уряду є забезпечення оптимального демографічного стану, тобто трудовим ресурсним потенціалом. Населення є творцем суспільного блага та обумовлює економічний розвиток країни.

Дослідженням демографічної ситуації і демографічних процесів в Україні здійснювали чимало українських вчених, зокрема такі як Ю.А. Денисенко, Р.О. Кулинич, І.М. Демчак, М.К. Орлатий, О.В. Кошулько, О.І. Беспарточна, Н.В. Статівка, А. А. Смаглюк, С.І. Пирожков, Л.М. Олешенко та інші.

Сучасна демографічна ситуація в Україні визначається дослідниками, як демографічна криза. Особливістю демографічної кризи в Україні є скорочення населення країни, а в цілому світі у вигляді швидкого вибухового приросту, що в свою чергу пов'язане. Причинами зменшення населення України є: зменшення народжуваності, що полягає в неможливості забезпечити дитину; старіння населення, пояснюється тим що молоді, активні та працездатні люди, виїжджають за кордон в пошуках кращого для себе життя; погіршення здоров'я населення у зв'язку з погіршенням якості харчування; зменшення рівня медичного обслуговування; збільшення смертності, яка виникає через поширення нездорового способу життя, екологічні умови та нещасні випадки. Збільшення кількості людей похилого віку має негативний вплив на відтворення населення, провокує зрушення у статеві-віковій структурі що, у свою чергу, сприяє подальшому скороченню народжуваності.

Згідно з даними Державної служби статистики України на 1 січня 2018 року чисельність населення становила 42,38 млн.осіб, що у свою чергу показує зменшення чисельності у 2017 році на 0,2 млн.осіб.

Як бачимо з рисунка 1 чисельність населення України за останні 5 років зменшувалась, причиною цього зменшення може бути нестабільна військово-політична ситуація на території України. В результаті чого велика кількість населення загинула, була взята в полон, або ж просто виїхала за межі країни. Причиною такого виїзду може бути несприйняття ситуації, яка склалась, або переїзд до своїх рідних у сусідні країни, щоб зберегти своє життя.

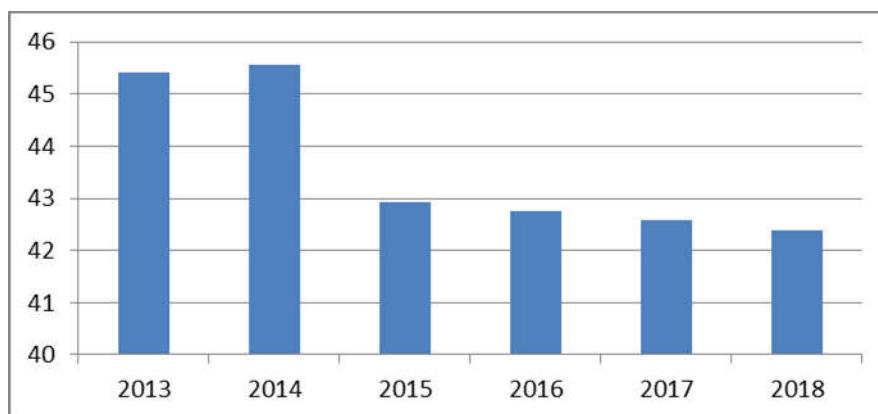


Рис. 1 . Чисельність населення України за 2013-2018 роки (млн. осіб)
Джерело побудоване за даними [1].

До причин демографічної кризи в Україні також можна віднести низьку заробітну плату. Для прикладу на 1 січня 2018 року середня заробітна плата становила 7711 гривень, при цьому мінімальна становила 3723 гривні, а прожитковий мінімум для працездатної особи становив 1762 гривні. Тому більша частина населення змушена виїжджати за

кордон, щоб забезпечити свою родину, самих себе. Це призводить до розпаду сімей, зменшення народжуваності та виникнення проблем зі здоров'ям, адже люди в чужій країні не думають про нього.

Тому демографічні процеси не можуть залишатися без уваги держави, адже вони стосуються найважливіших сфер людського життя та розвитку суспільства. З метою дії на процеси відтворення населення і здійснення позитивних процесів в цьому напрямі держава проводить демографічну політику, яка є основною частиною соціально-економічної політики. Демографічна політика України в сучасних умовах повинна бути спрямована не тільки на стимулювання народжуваності, але й на зміцнення сім'ї, підвищення матеріального добробуту людей та зниження захворюваності та смертності.

Отже, закономірністю сучасних демографічних процесів в Україні є зменшення чисельності населення, що спричинене різними чинниками. Для вирішення цієї проблеми держава повинна розробляти і впроваджувати такі дії, які збільшать населення країни, підвищать якість життя. А саме: збільшення заробітної плати працівникам, для того щоб подолати бідність населення; державна підтримка сімей, через стимулювання народжуваності та забезпеченні гарантій для поліпшення матеріального положення сімей з дітьми; поліпшення житлових умов, яке буде відбуватись через доступні кредити для молодих сімей, іпотеки; боротьба із захворюваністю; забезпечення молодих людей роботою після закінчення навчального закладу, та стимулювання діяльності молододі та креативної молоді.

Питання поліпшення умов для покращення демографічної ситуації в країні – одне з основних завдань державної влади.

Список використаних джерел:

- 1) Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ukrstat.gov.ua>
- 2) Мінімальна заробітна плата [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/min/>
- 3) Розмір прожиткового мінімуму на 2018 рік [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.lawportal.com.ua/rozmir-prozhitkovogo-minimumu.html>

«FAST-TRACKING GREEN PATENT» ЯК НОВИЙ ТРЕНД ПАТЕНТУВАННЯ: АКТУАЛЬНІСТЬ ТА МОЖЛИВІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ

Жураківська Катерина Анатоліївна

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

Пермінова Світлана Олександрівна

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

Протягом останніх кількох років стало ключовим для національних і міжнародних екологічних політик сприяння екологічному інноваційному розвитку. Уряди бачать зелені інновації не тільки як важливий засіб для вирішення екологічних питань та сприяння сталому розвитку, але і як потенційну рушійну силу економічного зростання, особливо в часи економічного спаду. Оскільки навколишнє середовище пов'язане з такими галузями як відновлювана енергетика, сортування сміття, вдосконалення техніки, на цьому тлі ряд національних офісів інтелектуальної власності по всьому світу впровадили новий вид патентної заявки – ‘fast track “green” patent applications’, - тобто заявки, що спрямована на патентування еко-інновації в швидкий термін часу.

В англійській літературі були запропоновані різні визначення еко-інновацій, а також різні взаємозамінні терміни (наприклад, есо, green, environmental, есо-friendly innovation). Проте, незважаючи на широкий спектр різних визначень, є спільні риси, які проявляються у тому, що еко-інновації в першу чергу сприяють зменшенню впливу на навколишнє середовище і відкривають нові стійкі шляхи розвитку для підприємств на ринку.

Індикатори інновацій можна розділити на дві категорії: індикатори, засновані на введенні та на основі результатів.

Режими інтелектуальної власності (ІВ), особливо патентне законодавство, є, найбільш важливими серед регуляторних засобів, які сприяють технологічним інноваціям. З цієї причини ряд національних відомств з питань ІВ запровадили заходи для прискорення «зелених» заявок на патенти.

Перша програма була створена Великобританією у травні 2009 року. Австралія, Ізраїль, Японія, Південна Корея та США приєднались в цьому ж році. Канада (у березні 2011 року), Бразилія та Китай у 2012 році розпочали подібні програми, згідно з якими, час, необхідний для

отримання патенту, може бути значно скорочений - з декількох років до кількох місяців.

Для отримання пришвидшеного патенту на еко-інновації висувається відповідні умови (табл. 1).

Таблиця 1

Опис умов програми в країнах-учасницях [4]

Країна	Дата початку	Технології
Великобританія	Травень 2009	Всі екологічно чисті винаходи
Австралія	Вересень 2009	Всі екологічно чисті винаходи
Південна Корея	Жовтень 2009	Технології, акредитовані Корейською мовою або фінансуються урядом
Японія	Листопад 2009	Енергозбереження та скорочення CO ₂
Ізраїль	грудень 2009	Всі екологічно чисті винаходи
США	грудень 2009	Якість навколишнього середовища, енергозбереження, розвиток відновлюваних джерел енергії або парникових газів скорочення викидів
Канада	Березень 2011	Всі екологічно чисті винаходи
Бразилія	Квітень 2012	Альтернативна енергетика, транспорт, енергозбереження, управління відходами та сільське господарство
Китай	Серпень 2012	Енергозберігаючі технології, охорона навколишнього середовища, нова енергія, нові енергетичні транспортні засоби

За період з 2012 по 2015 понад 5 000 заявок на патент просили прискорену експертизу в рамках різних програм. Патентне відомство США (USPTO) мало найбільшу кількість запитів (3,533). Рівень отримання зелених патентів в Австралії, Канаді, Японії та Кореї дуже низький (від 1% до 2%), і значно вище в США (8%), Ізраїлі (13%) та Великобританії (20%).

Порівнюючи звичайну процедуру отримання патентів в даних країнах з патентуванням еко-інновацій, прослідковується значне скорочення часу (табл.2).

Термін надання патенту для швидких еко-програм у порівнянні зі звичайною процедурою [4]

Країна	Національні процедури патентування	Швидкодоступні патенти	Скорочення часу до надання
Австралія	3,7 року	1,9 років	49%
Канада	7,8 року	2,5 років	68%
Великобританія	3,3 роки	0,8 років	75%
США	2,8 року	1,6 років	42%
Ізраїль	5,4 років	2,8 року	48%
Японія	6,4 року	-	-
Південна Корея	2,4 року	-	-

Основна перевага програм «fast-track Patents» полягає в тому, що вони приносять бажану диференціацію до процедур патентної експертизи. Тому патенти заявників, які можуть отримати значну користь від дострокового гранту вибирають прискорене дослідження і патентування.

Результати доводять, що патенти швидкого доступу мають вищу цінність, ніж еквівалентні патенти, що проходять звичайну процедуру. Включення фіксованих за часом патентів («fast-track Patents») до патентного портфеля значно підвищують вартість компаній, і сприяють отриманню конкурентних переваг на ринку. Дана процедура, в основному, застосовується до швидкозростаючих стартап-компаній в галузі «зелених технологій», які можуть використовувати даний патент для залучення інвестицій або ж продажу ліцензій та отримання доходу. Ситуація зі зміною клімату потребує різних ініціатив з боку усіх держав щодо перегляду та покращення законів стосовно із зеленими інноваціями. Встановлення сталих цілей ООН 2030 та цілей Європи 2020 спонукає до переосмислення концепції інновацій. Тому запропонована система має бути застосована в якомога більшій кількості країн, що допоможе отримати синергетичний ефект та мінімізувати найпоширеніші екологічні ризики.

Задекларувавши європейський вектор розвитку, пріоритетним інноваційним напрямком для України має стати впровадження системи «fast track “green” patent applications», що дозволить покращувати не тільки екологію, а й підвищувати економічний рівень країни.

Список використаних джерел:

1. Fast-tracking green patent applications (June 2013). WipoMagazine: – [Електронний ресурс] Режим доступу: https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2013/03/article_0002.html
2. Fast-tracking green patent applications. European IPR Helpdesk: –

[Електронний ресурс] Режим доступу: <https://iprhelpdesk.eu/node/1903>

3. Vito Albino (2013). Understanding Eco-Innovation Evolution: A Patent Analysis in the Energy Field/ 35th DRUID Celebration Conference 2013, Barcelona, Spain, June 17-19.
4. Dechezleprêtre, Antoine; (2013); Fast-tracking Green Patent Applications: An Empirical Analysis; ICTSD Programme on Innovation, Technology and Intellectual Property; Issue Paper No. 37; International Centre for Trade and Sustainable Development, Geneva, Switzerland, www.ictsd.org
5. Dechezleprêtre, A. and Ménière, Y.(2010). International patent families: from application strategies to statistical indicators. CERNA Working Paper.
6. Tran, S. (2012). Expediting innovation. Harvard Environmental Law Review, Vol. 36.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ

Корнацька Анастасія Сергіївна

студентська, Національний технічний університет України „Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”

Ситник Наталія Іванівна

доцент, кандидат біологічних наук, Національний технічний університет України „Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”

Актуальність франчайзингу у сучасних умовах пояснюється активізацією малого бізнесу, яка останнім часом характерна для економіки України. Адже франчайзинг дозволяє вирішити важливу для малого бізнесу проблему фінансування, яка часто обмежує його розвиток. Франчайзинг визначається як надання права на виробництво і (або) збут продукту (послуги) з наданням допомоги в організації та управлінні бізнесом. Тобто це метод ведення бізнесу, заснований на довгострокових відносинах між двома сторонами - франчайзером та франчайзі [1].

Незважаючи на економічні виклики, франчайзинг в Україні продовжує розвиватися в багатьох секторах та регіонах. Вагомою причиною цього є те, що українці вважають франчайзинг однією з найбільш життєздатних форм інвестування, оскільки він пропонує надійні і перевірені бізнес-моделі [2].

На рисунку представлена динаміка зростання франшиз в Україні, починаючи з 2001 р.

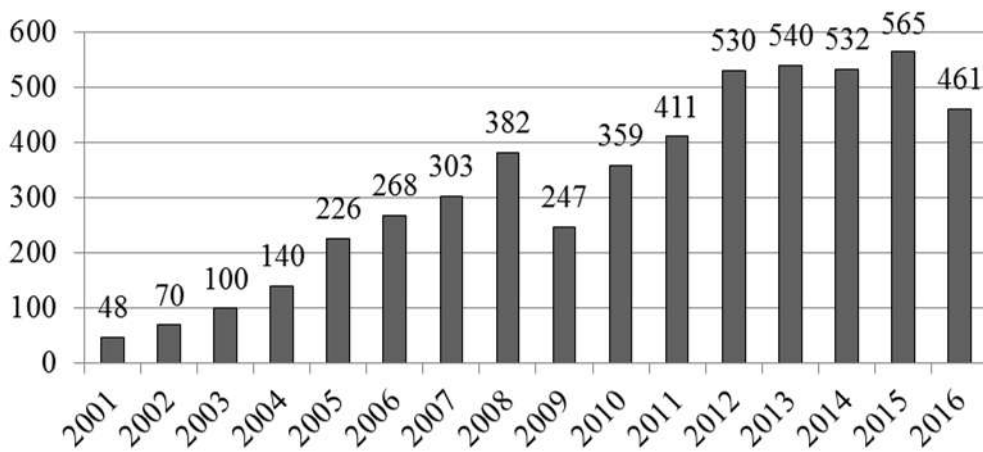


Рис. Кількість франшиз в Україні протягом 2001-2016 рр.
Складено на основі [3].

Як видно з рис., починаючи з 2001 р. в цілому спостерігається позитивна динаміка кількості франшиз. Економічна ситуація в країні значно впливає на цей показник: кризи 2008 р. та 2014 р. призвели до падіння загальної кількості франшиз. Разом з тим, економічна криза 2014 р. у певній мірі позитивно вплинула на франчайзинг, оскільки примусила компанії удосконалювати бізнес-процеси заради виживання. У 2015 р. відбулося зростання кількості успішних бізнес-моделей та «перевірених» франчайзерів і падіння незаконних франчайзерів. У 2016 р. спостерігалось зменшення ринку франчайзингу на 18% порівняно з аналогічним періодом 2015 р., що супроводжувалося певними структурними змінами у секторі: було відкрито 1100 нових відділень і 725 було закрито. У 2016 р. в Україні працювало 461 франчайзерів, а загальна кількість торгових точок склала 13 690. Їх річний бруutto-дохід досяг понад 38 млн. дол. Серед франчайзерів України 76% є активними, що означає, що вони працюють з франчайзі, а 24% - неактивні, тобто вони зареєстровані як франшизи, але працюють тільки у своїх торгових точках [3]. Найбільш популярними є франшизи, орієнтовані на бізнес-послуги, роздрібну торгівлю та ресторани швидкого обслуговування [3].

Отже, проведене дослідження свідчить про значний потенціал розвитку франчайзингу в Україні. Франчайзинг відкриває нові можливості співпраці з міжнародними компаніями, сприяє зміцненню стану українського бізнесу та переходу до нових прогресивних форм управління.

Список використаних джерел:

1. Лазарева С.Ф. Економіка та організація інформаційного бізнесу: навч. посіб. / С.Ф. Лазарева. – Київ: КНЕУ, 2002. – 667 с.

2. Franchise Group [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://franchisegroup.com.ua/>
3. FRANCHISING INDUSTRY 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.franchise.org/sites/default/files/USCS_Franchising_Resource_Guide_2018.pdf

ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Мазуркевич Ірина Олександрівна

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

У рамках дослідження економічної ефективності діяльності підприємств ресторанного бізнесу постає питання визначення показників ефективності функціонування ресторанного господарства як частини національної економіки країни. Оцінку ефективності діяльності закладів ресторанного господарства слід розглядати в контексті макроекономічного та мікроекономічного рівня, тобто з позицій самої користі для власників ресторанного бізнесу та з позицій користі для держави як вагомого джерела наповнення бюджету і вагової складової розвитку індустрії гостинності. Ресторанне господарство на макроекономічному рівні представляє собою сукупність суб'єктів господарювання, що оцінюється за показниками кількості закладів, величини товарообігу, податкових перерахунків до бюджету, кількості робочих місць, рівня забезпечення потреб населення в організації харчування і відпочинку. Оцінка ефективності господарської діяльності підприємств ресторанного бізнесу на мікрорівні відображується не лише динамікою отриманої рентабельності підприємствами РГ, а й якісним і кількісними показниками розвитку бізнесу. За умови ефективної роботи закладів ресторанного бізнесу, зростає оборотність посадкових місць закладу, збільшуються можливості підприємств щодо впровадження сучасних технологій в організації виробництва та обслуговування споживачів закладів, а отже, зростає престиж закладу і рентабельність його господарської діяльності.

Заклади ресторанного господарства здійснюють виробництво та реалізацію платних послуг і безпосередньо впливають на соціально-економічне становище регіону та країни в цілому. Спектр послуг закладів ресторанного господарства не обмежується виготовленням та реалізацією кулінарної продукції. Сучасні вимоги ринку та розвиток міжнародних

зв'язків між державами сформував наступне коло послуг: послуги бариста, послуги сомельє, гастрономічні шоу, проведення урочистих презентацій страв, бари-шоу, приготування страв на замовлення та в присутності гостя, риболовля та кулінарне приготування страв з риби у присутності гостя, караоке, знижки постійним клієнтам, виїзний кейтеринг з організацією дозвілля та багато інших послуг, що формуються з попиту та на основі духовних та матеріальних потреб замовника послуг [1, с. 149].

Головною проблемою оцінки ефективності господарської діяльності закладів ресторанного господарства є наявність достовірної та повноцінної інформації. На жаль, більшість закладів ресторанного господарства діють на ринку як суб'єкти малого бізнесу і загальні форми статистичної звітності не формують і не подають. Саме тому виникає проблема наявності повної та достовірної інформації щодо результатів господарської діяльності закладів ресторанного господарства. Також слід зазначити, що якщо до 2014 року інформація по товарообороту закладів ресторанного господарства в структурі роздрібної торгівлі ще була в наявності, то з 2014 року товарооборот закладів ресторанного господарства відслідкувати неможливо. Крім того, на сьогодні більшість нових закладів – це заклади готельно-ресторанного господарства, які окрім послуг розміщення, ще й надають послуги харчування, а в статистичних бюлетенях їх показники відображаються з позицій оцінки результатів послуг розміщення, що не дає об'єктивної оцінки ефективності управління даними закладами. В рамках інтеграції України в європейське середовище цікавим є досвід надання статистичної інформації у Європейському союзі, що надає можливості для аналізу на мега- та макрорівнях. В Європі всі країни Євросоюзу надають до служби статистики інформацію по «Тимчасовому розміщенню і організації харчування», в т.ч. розгорнуто за видом економічної діяльності «Діяльність із забезпечення стравами та напоями». Публікується цілий спектр інформації в розрізі країн, що дає широку уяву про рівень розвитку даного виду економічної діяльності як на території всього європейського співтовариства, так і на території окремих країн-учасниць. Зокрема подається інформація про: кількість підприємств, кількість зайнятих, наявний товарооборот, покупка товарів і послуг, витрати на персонал, маржинальний дохід, валовий прибуток. Таким чином, при наявності такої інформації спрощується оцінка ефективності діяльності закладів ресторанного господарства, що дає можливість обчислити та проаналізувати динаміку кількості закладів, продуктивність праці, середньорічні витрати на персонал, проаналізувати принцип пропорційності в оплаті праці (співвідношення темпів росту продуктивності праці і темпів росту середньорічної оплати праці) та

оцінити показники рентабельності підприємств ресторанного бізнесу. Такий розгорнутий матеріал надає широкі можливості для аналізу процесів, що відбуваються у ресторанному господарстві, порівняльного аналізу, планування дій щодо підтримки і розвитку даного виду економічної діяльності. Узагальнюючи проведені теоретичні дослідження, нами виокремлено дві основних концепції щодо методики оцінки ефективності: затратна та ресурсна. Обчислені за даними підходами показники з однієї сторони – враховують рівень віддачі ресурсів, а з іншої – динаміку рівня показника в часовому проміжку та співвідношення окремих частин галузей, підприємств тощо за величиною певного показника. В практичній діяльності підприємств результати і затрати постійно змінюються, тому динаміка їх співвідношення є особливо важливою складовою економічного дослідження. Встановлено, що основними критеріями або критеріальними показниками оцінки ефективності закладів ресторанного господарства на макрорівні є: величина товарообороту підприємств ресторанного бізнесу; величина доданої вартості, створеної у ресторанному господарстві; прибутковість ресторанного бізнесу; величина податкових надходжень, отриманих від ресторанного бізнесу; кількість зайнятих в галузі ресторанного господарства; величина середньої заробітної плати робітників, зайнятих в ресторанному господарстві. Важливо розглядати індикатори оцінки ефективності управління закладами ресторанного господарства в комплексі, для того щоб врахувати всі етапи формування продукції ресторанного господарства, яка починається з системи постачання і закінчується записом споживача в книзі скарг та пропозицій, що дасть змогу визначити слабкі місця системи. При вивченні процесів формування ефективності управління закладами ресторанного господарства визначаються причинно-наслідкові зв'язки. На мікрорівні, як індикатори оцінки економічної ефективності, ми виокремили показник рентабельності, та ще ряд показників, що фактично впливають на формування рентабельності, та водночас дозволяють виявити резерви її підвищення. Серед них середній товарообіг посадкового місця закладу ресторанного господарства; оборотність посадкового місця; коефіцієнт ступеню фактичного заповнення посадкових місць; середній чек [2]. Також вважаємо важливим показником економічної ефективності діяльності підприємства ресторанного господарства є маржинальний прибуток, але цей підхід більше допомагає в плануванні діяльності, формуванні асортиментної політики закладу [3, с. 310].

Таким чином, підприємства ресторанного бізнесу є невід'ємною складовою національної економіки країни. Вирішення методичних проблем оцінки ефективності господарської діяльності підприємств ресторанного бізнесу сприятимуть їх об'єктивній оцінці для потенційних

інвесторів, позитивно впливатимуть на збільшення податкових надходжень через вихід їх з тіньового сектора та в цілому сприятимуть підвищенню туристичної привабливості України.

Список використаних джерел:

1. Андрушків В.М., Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: методологічні положення та прикладні механізми / В.М. Андрушків, О.Є. Кузьмін. – Т.: ЛПЛЕЯ, 2007. – 292 с.
2. Кравченко О.М. Використання показників кількості відвідувачів і товарообороту для оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства / О.А. Кравченко, О.М. Кравченко, Н.А. Водянська // Економіка: реалії часу. – Одеса: СПД Побута М.І. – 2014. – № 4 (14). – С. 121 – 127.
3. Кравченко О.М. Використання маржинального прибутку підприємства для розробки оптимальної асортиментної політики / О.М. Кравченко // Праці Одеського політехнічного університету. – Одеса, 2012. – № 2(39). – С. 309 – 312.

ОСОБЛИВОСТІ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОВАРУ НА РИНКУ В УМОВАХ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

Острижнюк Христина Володимирівна

магістр, кафедра підприємництва та маркетингу, Інститут економіки та менеджменту, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

В сучасних умовах на ринку з'являється все більше виробників товарів різних категорій, що в свою чергу збільшує конкуренцію. Для того щоб виділитися серед конкурентів потрібно мати своє місце на ринку, а також набір купівельних потреб і сприйняття, частину індивідуальності бренду, яка повинна активно використовуватися для "відбудови" від конкурентів. Тому позиціонування товару стає все більш актуальним для виробників.

За умов насичення ринку товарами та послугами, з метою виділитися серед конкурентів та зайняти гідне місце у свідомості не тільки споживачів, а й усіх учасників ринку, компанії спрямовують свої зусилля на диференціювання пропозицій, на основі чого здійснюють позиціонування своєї продукції [3].

Процес позиціонування товару являє собою створення та забезпечення конкурентоспроможного становища на ринку, яке створюється у свідомості споживачів. Це дає змогу покупцям відрізнити

товар від товарів-аналогів та формує ієрархію цінностей, порівняно з товарами-конкурентами.

Сутність позиціонування досліджували вчені різних країн, зокрема: Дж. Траут, Ел. Райс, Ф. Котлер, Г. Хулей., Д. Сондерс, Н. Пірсі.

Позиціонування товару тісно пов'язане з сегментацією, оскільки ті чи інші якості товару виходять з потреб певного сегмента споживачів. Обравши конкретний сегмент потрібно визначити як завоювати його і здобути конкурентні переваги. Для цього потрібно дослідити позиції всіх конкурентів і визначити своє місце на ринку. В умовах складної економічної ситуації та посилення конкуренції на ринках необхідно правильно просегментувати споживачів, чітко визначити профілі отриманих сегментів і сфокусуватися на тій аудиторії, для якої конкурентні переваги компанії стануть максимально значущими [2]. Обираючи цільовий сегмент, товаровиробник повинен вирішити непросте завдання — яку частку зайняти на кожному сегменті. Вирішенню цього завдання допомагає позиціонування [2].

В Україні суттєвий внесок у розробку теоретичних і практичних питань щодо сегментування ринку та позиціонування товарів зробили вчені О.В. Зозульов, Т.М Циганкова, Л. Вікентьєва та інші автори.

Позиціонування проводиться з метою допомоги потенційним покупцям виділити товар серед товарів-конкурентів за якоюсь ознакою і віддати перевагу при покупці товару саме за цією ознакою (рис. 1).



Рис. 1 – Основні засади позиціонування товарів

Позиціонування – це комплекс маркетингових заходів, який пов'язаний з різними напрямками маркетингової діяльності: товарним, ціновим, збутовим, сервісним, але найбільше, з рекламним.

Крім основних засад, на яких може позиціонуватися товар, існують ще й принципи, яких варто дотримуватись для правильного та ефективного позиціонування (табл. 1).

Таблиця 1 – Основні принципи позиціонування товарів

Принцип	Характеристика
1. Послідовність у реалізації обраної позиції	Цей принцип передбачає, що необхідно дотримуватися одного разу обраного напрямку й не міняти позицію протягом тривалого часу. В цьому випадку клієнти будуть знати і цінувати фірму. Складові позиції можуть час від часу змінюватися, але сама позиція не повинна мінятися, так як в цьому випадку фірма дезорієнтує клієнтів.
2. Доступність та об'єктивність інформації про фірму та товар	Цей принцип передбачає, що при позиціонуванні товару дуже важливо, щоб позиція фірми підносилася клієнтам об'єктивно і просто, але водночас виразно й своєрідно.
3. Планомірність і послідовність при прийнятті рішень	Цей принцип передбачає, що при прийнятті рішень про асортимент пропонованих товарів і послуг, способах реклами і методи розподілу необхідно дотримуватись певної послідовності та планомірності.

Можна зробити висновок, що процес позиціонування є невід'ємною складовою процесу впровадження товару на ринок. При правильному позиціонуванні споживачі звернуть увагу на ваш товар, а це в свою чергу принесе прибуток виробнику.

Вдале позиціонування дозволяє підприємству обрати такі характеристики товару, ціни і засоби його реклами і продажу, які забезпечили б його конкурентоспроможність на ринку [2].

Список використаних джерел:

1. Типи позиціонування товарів і марок на споживчому ринку [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://economy.kpi.ua/files/files/39_kpi_2008.pdf - Назва з екрана.
2. Актуальні проблеми сегментування ринку та позиціонування товарів [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.agrosvit.info/pdf/8_2011/7.pdf - Назва з екрана.
3. Стратегії позиціонування у теорії маркетингу [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2012_1_13_20.pdf - Назва з екрана.

Науковий керівник: Паневник Тетяна Миколаївна, кандидат економічних наук, кафедра прикладної економіки, Інститут економіки та менеджменту, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

КЛАСИФІКАЦІЯ ТИПІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СЕРВІСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ратинський Вадим Віталійович

кандидат економічних наук, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Зміст поняття «сервіс» в науці досі не визначено чітко, межі або розширюються введенням в його структуру всіх видів діяльності, або звужуються до «побутового обслуговування». В даному контексті поняття «сервісна організація» мається на увазі підприємство сфери обслуговування. Метою статті є виявлення особливостей інноваційної діяльності сервісних організацій.

У сфері послуг розробка і впровадження інновацій мають свої характерні риси, що відрізняються від створення і управління інноваціями в сфері виробництва. По-перше, велика частина інновацій в сфері послуг не підлягає патентуванню, що істотно скорочує життєвий цикл інновацій. По-друге, для інновацій в сфері послуг характерні висока невизначеність наслідків. По-третє, досить складно оцінити ефективність інновації. По-четверте, у сфері послуг необхідний комплексний підхід до впровадження інновацій.

Можна виділити ряд класифікаційних ознак інновацій в сервісних організаціях. Залежно від об'єкта змін можуть бути виділені наступні типи інновацій:

- технічні, пов'язані з впровадженням нових видів техніки, пристосувань, інструментів, а також техніко-технологічних прийомів праці в обслуговуванні;
- організаційно-технологічні, пов'язані з новими видами послуг, більш ефективними формами обслуговування;
- управлінські, орієнтовані на вдосконалення внутрішніх і зовнішніх зв'язків організації, що використовують методи і форми менеджменту;
- комплексні, що охоплюють одночасно різні аспекти і сторони сервісної діяльності.

Залежно від ініціатора змін інновації в сфері послуг можуть бути поділені на:

- інновації «зверху-вниз», ініційовані керівництвом сервісної організації;
- інновації «знизу-вгору», ініційовані самими працівниками.

Інновації в залежності від причини їх появи діляться на:

- інновації, які викликані потребами, - розробляються для вирішення конкретної проблеми цільового ринку;
- інновації, спрямовані на підвищення ефективності, - розробляються для підвищення ефективності процесу, існуючої послуги або процедури.

Класифікація інновацій за ступенем новизни може бути представлена наступним чином:

- новітні інновації - створення і впровадження нових послуг;
- поступові інновації - поліпшення існуючих послуг або процесів;
- системні інновації - створення нової системи, наприклад, нові форми співпраці та взаємодії.

Всі системи в своєму розвитку проходять «порогові» етапи, які ведуть до різкої якісної зміни (біфуркації) процесів, які в них протікають, і до зміни організації в цілому. Необхідність впровадження інновацій в сервісній організації диктується такими факторами, як ринком і жорсткою конкурентною боротьбою, а також швидкою зміною технологій і появою нової генерації техніки, для якої не прийнятні старі методи сервісу.

Конкурентні переваги сервісних організацій це, перш за все:

- високотехнічний і стабільний механізм надання широкого кола послуг;
- персональний підхід, ідентифікація проблеми клієнта і її ефективне рішення;
- цілісність якості.

Отже, організація повинна мати істотні бізнес-причини для інноваційної діяльності; тобто інновації не є самоціллю. Інновація являє собою безперервний процес створення, тестування і впровадження нових ідей. Критерієм переходу до ноосферної економіки вважається формування сервісної моделі суспільства, якій відповідає домінуюча роль сфери послуг. Багато підприємств галузі послуг в останні десятиліття інтенсивно інтегруються в інноваційну економіку. Інновації в сфері послуг - це результат інноваційної діяльності (сервісний продукт, технологія або її окремі елементи, нова організація сервісної діяльності та ін.), який здатний більш ефективно задовольняти суспільні потреби.

Список використаних джерел:

1. Власюк Ю. А. Особенности инновационной деятельности сервисных организаций / Ю. А. Власюк // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2011. - № 1. - С. 98-102.
2. Richard L. Daft A Dual-Core Model of Organizational Innovation / Academy of Management Journal Vol. 21, No. 2.
3. Fariborz Damanpour Richard M. Walker Claudia N. Avellaneda Combinative Effects of Innovation Types and Organizational Performance: A Longitudinal Study of Service Organizations / Journal of Management Studies // Volume46, Issue4 June 2009 Pages 650-675

СУЧАСНИЙ СТАН ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ СИСТЕМИ США

Федишин М. П.

кандидат економічних наук, Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича

Солійчук Аліна Олегівна

студентка факультету фінансів, підприємництва та обліку, Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича

Доходи цільових фондів, державного і місцевих бюджетів, соціально-економічний розвиток України, національне багатство, рівень життя населення нашої країни багато в чому залежить від функціонування грошово-кредитної системи.

Одним із напрямів удосконалення функціонування грошово-кредитної системи України є використання позитивного закордонного досвіду, а зокрема досвіду однієї з провідних держав у світі — Сполучених Штатів Америки.

Грошово-кредитна система США — це форма організації грошового обігу і кредитування, що історично і законодавчо утворилася в цій країні. Грошово-кредитна політика США за перше півріччя 2018 року, розглядається в трьох інструментах:

1. Процентна політика. Протягом першої половини 2018 року Федеральний комітет з питань відкритого ринку (ФКВР) продовжував поступово збільшувати цільовий діапазон для ставки федеральних фондів. Зокрема, Комітет вирішив збільшити цільовий діапазон для ставки федеральних фондів на своїх засіданнях у березні та червні, привівши його до нинішнього діапазону від 1,75 до 2 %. Рішення щодо збільшення цільового діапазону для рівня федеральних фондів відобразили подальший прогрес економіки до цілей Комітету щодо максимальної зайнятості та цінової стабільності. Навіть із збільшенням цієї ставки, позиція грошово-кредитної політики залишається помітною, тим самим підтримуючи сильні умови ринку праці та стійке повернення до 2-відсоткової інфляції.

ФКВР очікує, що подальше поступове збільшення цільового діапазону для ставки федеральних фондів буде відповідати послідовному розширенню економічної активності, сильним умовам ринку праці та інфляції, незважаючи на 2-відсоткову ціль Комітету в середньостроковій перспективі. Відповідно до цього світогляду, в останньому Резюме економічних прогнозів (РЕП), який було складено під час чергового засідання ФКВР, орієнтир оцінок учасників на відповідний рівень для ставки федеральних фондів поступово зростає протягом періоду з 2018

року до 2020 року і до кінця 2019 року і до 2020 року дещо перевищить середнє значення прогнозу щодо її довгострокового рівня. Проте, як Комітет продовжував наголошувати, час і розмір майбутніх коригувань до цільового діапазону для ставки федеральних фондів будуть залежати від оцінки Комітету реалізованих та очікуваних економічних умов, щодо її цілі максимальної зайнятості та симетричної мети з інфляцією в 2 відсотки [3].

2. Політика балансу. ФКВР продовжує впроваджувати програму нормалізації балансу, описану в Додатку до принципів та планів нормалізації політики, які Комітет видав приблизно рік тому. Зокрема, ФКВР зменшує свої частки казначейських та цінних паперів агентства, поступово і передбачувано зменшуючи реінвестування основних платежів, які вони отримують від цих цінних паперів.

3. Фінансова стабільність. Фінансова система США залишається набагато більш стійкою, ніж протягом десятиліття перед фінансовою кризою. Оцінки активів продовжують підвищуватися, незважаючи на зниження з кінця 2017р. у співвідношенні прямих цін та доходів акцій та цін на корпоративні облігації. У приватному нефінансовому секторі запозичення серед підприємств з високим рівнем зловживання та низьким рейтингом залишається підвищеним, хоча співвідношення боргових зобов'язань та наявного доходу продовжує залишатися помірним. Вразливості, що випливають із кредитних ресурсів у фінансовому секторі, залишаються низькими, що частково відображає позиції капіталу в банках, тоді як деякі показники використання кредититів хедж-фондів зросли [3].

Економіка США прискорилася до 4,1-процентного зростання в другому кварталі, що є найкращим показником з 2014 року. У першому кварталі 2018 року ВВП США виріс на 2,2%. Держборг США оцінюється в 20 трильйонів доларів.

Згідно з даними Мінторгу США, споживчі витрати, які є головним двигуном економіки, у другому кварталі вирости на 4%, при цьому витрати споживачів на товари тривалого користування збільшилися відразу на 9,3%, а на послуги - на 3,1%, інвестиції в нежитлові компанії вирости на 7,3 відсотка.

Експорт за три місяці виріс на 9,3%, імпорт - всього на 0,5%, тобто, внесок зовнішньої торгівлі в загальне зростання американської економіки склало 1,06%, а це найвищий показник за останні п'ять років.

При цьому аналітики очікували ще більш високого зросту - 4,4% в річному обчисленні.

Долар і прибутковість по 10-річних казначейських облігаціях знизилися після звіту, який також показав, що інфляція за винятком продовольства і енергетики була нижче, ніж передбачалося. Очікується,

що керівники ФРС продовжать поступове зростання процентних ставок, спрямованих на те, щоб економіка не перегрівалася.

Темпи зростання споживчих витрат, на які припадає близько 70 відсотків економіки, перевищили прогнози на 3 відсотки, додавши до зростання 2,69 процентного пункту. Придбання нових автомобілів було основним фактором, поряд з витратами на охорону здоров'я, житлово-комунальними послугами та продовольчими послугами та житло. На додаток до зниження податків купівельна спроможність населення виграє від постійного найму, рівень безробіття, який є найнижчим з 1969 року, покращує фінанси, відносно низькі витрати на позики і містить інфляцію [4].

В Україні доцільно використовувати американський (США) досвід діяльності:

- комерційних банків;
- державних і контрольованих державою кредитних установ;
- інвестиційних банків, дилерських і брокерських фірм;
- фінансових компаній;
- недержавних пенсійних фондів [1, 124].

В Україні, слід використовувати досвід США щодо організації кредитування населення і підприємств. Подальші дослідження і розробки в галузі вивчення закордонного досвіду функціонування грошово-кредитної системи, а зокрема досвіду США, мають першорядне значення для збільшення доходів цільових фондів, державного і місцевих бюджетів, зростання національного багатства, прискорення соціально-економічного розвитку України, підвищення рівня життя нашого народу [2, 23].

Ми ознайомились з сучасним станом грошово-кредитної політики Сполучених Штатів Америки в першому півріччі 2018 року, яка проводиться завдяки трьом основним інструментам: процентна політика, політика балансу та фінансова стійкість. Також ми розглянули основні показники економіки США протягом цього періоду та доцільність використання американського досвіду грошово-кредитної політики для України.

Список використаних джерел:

1. Данилов В. О. Грошово-кредитні системи світу / В. О. Данилов // Гроші.— 2006. — №11. — с. 52 — 54. 2. Економічний словник. — М. : Вік, 2004. — с. 124 — 127.
2. В. П. Кодацький Грошово-кредитна система Сполучених Штатів Америки/ В. П. Кодацький // Економічний вісник Донбасу.— 2011. - №1. – С.23.
3. Monetary Policy Report submitted to the Congress on July 13, 2018, pursuant to section 2B of the Federal Reserve Act [Електронний ресурс]. –

Режим доступу: <https://www.federalreserve.gov/monetarypolicy/2018-07-mpsummary.html>

4. Трамп очікує трьохвідсоткове зростання ВВП в 2018 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://dt.ua/WORLD/tramp-ochikuyet-rohprocentnogo-zrostannya-vvp-v-2018-roci-284221_.html

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Яремик Христина Ярославівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і оподаткування, Українська академія друкарства

Смеречанський Мар'ян Михайлович

магістрант кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і оподаткування, Українська академія друкарства

Пащенко Тетяна Олександрівна

магістрант кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і оподаткування, Українська академія друкарства

Посилення кризових явищ в економіці держави супроводжується банкрутством та зменшення кількості суб'єктів малого підприємництва. Така тенденція суперечить світовому досвіду, де стійкий розвиток малого бізнесу забезпечує конкурентоспроможність та високу ефективність підприємницької діяльності з врахуванням потреб суспільства.

Вказані обставини посилюють актуальність вивчення проблем забезпечення економічної безпеки малих підприємств, що є визначальним фактором зміцнення безпеки економіки України.

За визначенням Волошина В.І. поняття «економічна безпека підприємництва (у секторі малих і середніх підприємств)», трактується як стан системи регулювання, та рівень розвитку підприємництва, згідно якого виконуються гарантії захищеності життєво важливих інтересів окремих суб'єктів підприємницької діяльності, а також підприємництва в загальному від внутрішніх і зовнішніх загроз [2]. Васильців Т.Г. поняття економічної безпеки підприємства пов'язує з конкурентоспроможною діяльністю, гарантуванням ефективного, стабільного, стійкого, прогресивного стану розвитку та при забезпеченні можливостей протидії негативним впливам зовнішнього і внутрішнього середовища [1, с.18].

З метою формування системи економічної безпеки необхідно визначити загрози та ризики, які притаманні фінансово-господарській

діяльності малих підприємств. В наукових працях здебільшого використовують підхід до вивчення загроз, який передбачає їх поділ на зовнішні та внутрішні.

Серед зовнішніх виділяють загрози, які не пов'язані з виробничою діяльністю підприємства: необґрунтовані зміни у системі державного регулювання підприємницької та господарської діяльності; неефективна податкова та фінансово-кредитна політика, корупція державної влади, нестабільність нормативно - правового забезпечення; неефективність системи державного управління; посилення конкуренції серед підприємств галузі; вплив макроекономічних факторів, таких як інфляція, зростання відсоткових ставок та інші. До внутрішніх загроз відносять високу ступінь зношенням технічної бази підприємства та низькі темпи її оновлення; втрату виробничих зв'язків та кваліфікованих працівників; помилки в процесі формування техніко-технологічної політики, порушення, які виникають з вини працівників підприємства, що суперечать інтересам його комерційної діяльності, витік або втрата інформаційних ресурсів, які мають конфіденційний характер та ряд інших[1,4].

Серед низки сучасних проблем, які створюють перешкоди економічній безпеці суб'єктів малого та середнього підприємництва слід відзначити: нестабільність законодавчої та нормативно правової бази; недосконалість системи оподаткування; корупційність і наявність адміністративних бар'єрів, тобто системи непрозорих взаємовідносин підприємців та державних органів влади, що перешкоджають розвитку суб'єктів господарювання; наявність виявів монополізації товарних ринків, непрозорі процедури розподілу робіт згідно державних замовлень; відсутність надійної соціальної захищеності і безпеки підприємців; недосконалість конкурентного середовища, нерозвиненість механізмів фінансово-кредитної підтримки та страхування ризиків малих підприємств; обмежений доступ малих підприємств до виробничих потужностей та джерел фінансування; низький рівень інституційної підтримки підприємництва; незаконне захоплення підприємств, шляхом здійснення рейдерських атак; відсутність системи інформаційного забезпечення підприємницької діяльності [3,5].

З метою вирішення вказаних проблем і підвищення рівня економічної безпеки суб'єктів малого підприємництва на сучасному етапі їх розвитку слід забезпечити: здійснення постійного моніторингу рівня ризикованості діяльності малого підприємства; забезпечення доступності для підприємств фінансово-кредитних ресурсів; формування системи інформаційної безпеки підприємств; підвищення рівня корпоративної культури суб'єктів малого бізнесу (прозорі конкурентні відносини, підтримання ділової репутації тощо); створення інноваційних кластерів за

участю суб'єктів малого бізнесу з метою забезпечення концентрації виробництва та реалізації продукції, об'єднання зусиль над поширенням інноваційних процесів, забезпечення конкурентних переваг ведення бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Васильців Т.Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення: Монографія. – Львів: Арал, 2008. – 384с
2. Волошин В. І. Пріоритети та методи забезпечення економічної безпеки малого і середнього підприємництва : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 « економіка та управління національним господарством» / В. І. Волошин ; [Ін-т регіональних досліджень НАН України]. –Л., 2008. – 196 с.
3. Денисенко М.П. Пріоритетні напрями посилення економічної безпеки / М. П.Денисенко, П. Т. Колісніченко // Економіка та держава. - 2017. - № 3. – с.31-35.
4. Економічна безпека: навч. посіб. / З. С. Варналій [та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. З. С. Варналія / З. С. Варналій . – К. : Знання, 2009. – 647с.
5. Сороківська О.А. Інноваційні напрями підвищення економічної безпеки підприємств малого бізнесу в умовах конфліктних ситуацій : дис. ... докт. ек. наук : 08.00.04 /О.А. Сороківська; ТНТУ ім. І. Пулюя. – Тернопіль, 2016. – 489 с.

EVALUATION OF EFFICIENCY OF BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY

Dudko Anastasiia Valeriivna
student, National Aviation University

In modern conditions of business development, domestic companies are increasingly reorienting their activities to the principles of strategic management, which goal is to create an effective mechanism for achieving certain strategic goals in the future. Selection and implementation of strategy are the basic components of this process, but the formation of conclusions about its effectiveness is no less important stage of strategic management because it allows us to determine how close the company is to the planned results and whether the implemented measures to achieve them justify the need to adjust the existing or introduce a new strategic plan.

Evaluation as the final stage of strategy development is based on comprehensive information and includes determination of possible consequences of implementing the chosen strategy. Strategy is evaluated for quality of planned actions and success of their implementation.

The most effective indicators of strategic activity are: increase or decrease of market share controlled by the enterprise; dynamics of enterprise income in comparison with the dynamics of incomes of competitors; tendencies of obtaining net profit by enterprise and the rate of return on investments; dynamics of increase in sales of products. But all in all, the procedure of evaluating the chosen strategy is the following: whether the implemented strategy leads to the achievement of the firm's goals. And this is the main criterion for evaluating the chosen strategy. If strategy meets the goals, then its further evaluation is carried out in such spheres: compliance of conditions and requirements of the environment with the implemented strategy; compliance of the strategy with the potential and capabilities of the enterprise; acceptability of the risk inherent in the strategy [2].

Methods for assessing the effectiveness of strategies can be divided into quantitative and qualitative. Their use is determined by the results expected to be obtained. The main quantitative methods are related to the calculation of profitability indicators, financial ratios. Along with the cost indicators, to assess the effectiveness of the strategy balanced indicators that characterize the economic potential of the object are often used [1].

Methods for evaluating the effectiveness of enterprise development strategy in practice can also be divided into three groups: graphic, matrix and index. Graphic methods include a radial diagram of competitiveness and polygon of competitiveness. These methods are easy to use, but they do not

make it possible to determine the meaning of a generalized criterion of competitiveness of an enterprise. Matrix methods (BCG, McKinsey, Shell, SWOT, Hofer / Schendel, etc.) allow detailed evaluation of development strategy options, but do not take into account the different weight of factors of competitiveness. Index methods include analysis of comparative advantages of competitors, integral method, self-esteem method. But their main disadvantage is that there is no generally accepted methodology for assessing the competitiveness of an enterprise [1].

Thus, currently a variety of methods and techniques for evaluation of effectiveness of the implementation of enterprise development strategy is used, but in each case we must set define an integral indicator that fully takes into account the impact of all market factors influencing enterprise strategy.

List of references:

1. Кваско А. В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємства/ А. В.Кваско // Наукові записки. Серія «Економічні науки». – 2017. – Вип. 1 (54). – С. 111-118.
2. Хоменко О. І. Види стратегій та інструментарій формування стратегії розвитку підприємства/ О. І. Хоменко// Управління розвитком. – 2015. – Вип. 3 (181). – С. 131-137.

Scientific adviser: Lytvynenko Larysa Leonidivna, Ph. D., Associate Professor, National Aviation University

ЖІНКИ-ЛІДЕРИ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ: СТАН ТА ПРОБЛЕМИ

Бендина З. Т.

студент, Національний університет «Львівська політехніка»

Передало Х. С.

кандидат економічних наук, доцент, Національний університет «Львівська політехніка»

У ХХІ столітті жіноче лідерство є досить популярною темою для обговорення. Адже сьогодні вільна, незалежна і цілеспрямована жінка — це далеко не рідкість. Представниці прекрасної статі із задоволенням перейняли багато чого з чоловічого світу: від одягу до ділової хватки. Жінка лідер - це та особистість, у якої вистачає сил, енергії, ресурсів та потенціалу вести людей за собою, запалювати в них натхнення, радість, життя, мотивувати та допомагати іншим.

Наше століття знаменується значними змінами в гендерних питаннях щодо лідерських позицій. Жінки-керівники поступово наздоганяють чоловіків за кількістю займаних посад. В Україні серед керівників організацій, відповідно до записів ЄДРПОУ, 40% жінок. Вони працюють в усіх професійних сферах – від торгівлі до юридичних послуг. І лише в освіті їх чисельність переважає над чисельністю чоловіків-керівників [1]. Найповільніша динаміка спостерігається у державному секторі. Ратуючи за гендерну рівність, законотворців до своїх лав прийняли тільки 12,5% жінок. У Верховній Раді з 423 депутатів 53 жінки. У Кабміні вони обіймають 3 керівні крісла з 24.

Існує низка причин, які зумовлюють труднощі у становленні жінок на позиціях керівників. У першу чергу це стереотипність поглядів щодо ролі жінки у світі. У суспільстві вважається, що для жінки найважливішим є самореалізація у сфері материнства, сімейного життя, а все інше – кар'єрний ріст, розвиток власних здібностей, розвиток творчості – це речі другорядні, якими варто поступитися для реалізації основної жіночої місії. Крім того, значною перешкодою є те, що жінок вважають менш компетентними та кваліфікованими працівниками, порівнюючи з представниками чоловічої статі. Тому виникає дисбаланс в оплаті тієї самої роботи, яку виконують чоловік і жінка. Ще однією проблемою є страх втрати жіночності, привабливості для чоловіків і можлива розплата за успіх – соціальна відчуженість.

Окрім того, жінкам, без усяких на те підстав, приписують такі установки на їх відношення до робочого місця:

- більше подобається робота, що не вимагає інтелектуальної напруги;
- в роботі більше цікавлять комунікативні і емоційні моменти;
- менший рівень цінування самоактуалізації і просування по службі, ніж у чоловіків,
- праця лише заради дрібних грошей, не особливе зацікавлення матеріальною винагородою.

Не дивлячись на труднощі у боротьбі за своє місце під підприємницьким сонцем, в Україні вже є ціла ніша сфер, які стали, практично, повністю жіночими, а саме [1]:

- Туризм – 61% і 62%;
- Професійні спілки – 62%;
- Бухгалтерський облік і аудит, оподаткування – 62%;
- Менеджмент театральних та концертних залів – 66%;
- Освіта у сфері культури – 66%;
- Менеджмент у сферах охорони здоров'я, освіти та культури – 68%;
- Середня освіта – 68%;
- Індустрія краси – 77%.

Приблизно в такій же мірі розподілилось співвідношення жінок до чоловіків серед фізичних осіб-підприємців. Лідерами є готельно-ресторанний бізнес та торгівля [1].

Міжнародна компанія KPMG, яка займається бізнес-консультаціями, провела масштабне опитування серед жінок-керівників світу. Чисельність респондентів становила 699 жінок із 42 різних країн та 14 галузей економіки. З них 37% - працівники компаній, доходи яких перевищують 500 мільйонів доларів США. Жінок-керівників питали про фактори, які на їхню думку допомагають їм досягти професійного успіху і очолювати компанії [2].

Дослідження виявило, що думки опитаних здебільшого збігаються щодо факторів особистого успіху. На перше місце жінки поставили активний особистий нетворкінг, тобто можливість вирішення складних життєвих та професійних ситуацій з допомогою друзів та знайомих. Іншими важливими якостями вони назвали добре розвинені комунікативні навички та компетенції для роботи з новими технологіями та сміливість у прийнятті непопулярних рішень. Одним із цікавих аспектів дослідження є ставлення його учасниць до гендерних квот. Лише 4% опитаних вважають їх наявність у вищому керівництві одним із ключових факторів особистого успіху. Проте, на питання, чи є програми реалізації лідерського потенціалу жінок ефективним засобом залучення більшої їх чисельності до світу бізнесу, вони дали позитивну відповідь, при цьому 83% підтримали такі ініціативи [2].

На сьогодні керівник – це лідер, який «живе» власною справою, всиляє відчуття впевненості в інших людей, відкритий до ідей, вміє не тільки слухати, а чути своїх підлеглих, розуміє, що саме наполегливість у кожній великій чи малій справі долає спротив. І це поняття не розмежовується гендерними відмінностями. Цьому підтвердженням є як історичні, так і сучасні приклади. І роль жінки в цих аспектах і надалі зростає, долаючи часто штучно створені перешкоди.

Список використаних джерел:

1. Жінки та чоловіки на керівних посадах в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://socialdata.org.ua/edrpou-gender/>
2. Цифрова ера – жіноча епоха [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/ua/pdf/2018/07/KPMG-Studie-Global-Female-Leaders-Outlook-ua.pdf>

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

Белашова Марія Дмитрівна

*студентка, Київський національний економічний університет
ім. Вадима Гетьмана*

Ціноутворення на основі психології – це особливий вид маркетингу, заснований на теорії, згідно з якою певні ціни чинять більший психологічний вплив на споживачів, ніж інші. Психологія ціни користується емоційним відгуком клієнта для заохочення до максимізації корисності. Споживче сприйняття цін на послуги – основа психологічного ціноутворення.

Ціноутворення на стратегічному рівні залежить від цілей, які підприємство ставить перед собою на ринку, від обраної концепції позиціонування. На тактичному рівні вибирається певний метод ціноутворення, відповідний розробленої ціновій стратегії, визначаються прийоми коригування ціни і розробляється програма захисту ціни від впливу зовнішніх факторів. А ось чи буде ціна прийнята ринком, в кінцевому рахунку залежить від споживача: його сприйняття товару, платоспроможності, тобто від якісних і кількісних характеристик попиту. Саме на споживача суттєво впливають психологічні аспекти ціноутворення, які досить довго розробляли вчені й фахівці зі всього світу. Найпопулярнішими та найдієвішими є такі методи:

Ефект унікальної цінності: для того щоб повною мірою використати цей ефект, підприємства витрачають великі кошти на зміну чи переробку свого товару в надії створити нові, унікальні якості, які будуть оцінені споживачем. Компанії роблять це тому, що чим більше покупців цінують унікальні характеристики товару, тим менше для них значить його висока ціна при ухваленні рішення про покупку. Споживачі повинні спочатку дізнатися про певну унікальність товару, а потім переконатися в його цінності.

Ефект відомих товарів-замінників: ефект відомих товарів-замінників стверджує, що покупці більш чутливі до ціни тоді, коли ціна товару вища стосовно відомих для покупця товарів-замінників. Якщо ж покупці взагалі не знають про існування аналогів, то їх чутливість до ціни дуже низька. Цей ефект тісно пов'язаний з поняттям «референтної ціни», тобто ціна, яку споживач використовує в якості основи для судження про конкретну ціну будь-якого товару.

Ефект витрат на переключення: ефект витрат на переключення свідчить, що покупці тим менш чутливі до ціни, чим більше додаткові витрати (грошові або негрошові) на зміну постачальників. Коли споживач звик робити покупки в одному і тому ж магазині (або купувати товар

однієї і тієї ж марки), це стає традиційним та автоматичним, дозволяючи суттєво економити сили, нерви, час і не ламати голову при здійсненні кожної покупки. У моделі традиційної поведінки невеликі коливання цін найчастіше ігноруються, оскільки сила звички виявляється сильніше економічного розрахунку. Особливо часто це проявляється при покупці товарів, що викликають сильне звикання - алкоголь, тютюнові вироби і т.д. Традиційні дії порушуються тільки таким підйомом цін, при якому покупець вже не має коштів для підтримки звичної моделі свого споживання. Зіткнувшись з неможливістю задовольнити свої потреби традиційним шляхом, він виходить на модель раціонального поводження.

Ефект «ціна - якість»: цей ефект означає, що для покупців ціна товару грає визначну роль, оскільки покупець стає менш чутливий до ціни продукту тоді, коли висока ціна означає кращу якість. Для деяких продуктів ціна значить значно більше, ніж просто сума грошей, яку покупець заплатить продавцю як неминучу частину угоди.

Ефект складності порівняння: ефект складності порівняння полягає в тому, що покупці менш чутливі до ціни, якщо товари погано піддаються порівнянню. Сфера маркетингу широко використовує цей прийом, навмисно надаючи споживачам ускладнену, заплутану інформацію, яка ускладнює порівняння однотипних товарів. Виробники техніки регулярно підвищення цін виправдовують технічними нововведеннями, які часом настільки нові, що раціонально зіставити зміни в якості й ціні виявляється неможливим.

Отже, ціноутворення тісно пов'язане з психологією людини. Аналізуючи різні техніки та методики, прослідковується тенденція залучення до підсвідомості споживача, що призведе до більшої кількості покупок. На мою думку, найбільш дієвими на сьогодні є дотримання правила «сотні», адже на всіх вітринах ми завжди бачимо величезні знижки, які манять усіх зайти, а насправді ці знижки набагато менші. Також ефект «ціна-якість» дуже часто вводить в оману споживачів, тому що часто виробники спеціально завищують ціну, щоб усі вважали їх продукт найякіснішим. Споживачі вже досить обізнані в магазинах, брендах, продукції, вони знають референтну ціну і вже можуть порівнювати чи справедливою є вказана ціна. Це й доводить нам ефект відомих товарів-замінників, адже знаючи ціни конкурентів покупець стає більш впевненим в своїх намірах щодо купівлі.

Сприйняття покупцем ціни товару безпосередньо впливає на ефективність продажів і прибутковість компанії-продавця. Маркетинговому відділу будь-якої компанії необхідно моделювати та вміти передбачати реакцію споживача на цінову стратегію, а найголовнішим є врахування психологічних факторів при її розробці.

Список використаних джерел:

1. Длігач А.О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика: Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2016.
2. Кириленко В., Кириленко Г. "Теорія ціни та сучасне ціноутворення в Україні" // Економ. України - 2016 - №8.
3. Литвиненко Я.В. / Сучасна політика ціноутворення: Навч. посіб. - К.: МАУП, 2015.
4. Shpanya A. Five ways to use psychological pricing. URL: <https://econsultancy.com/blog/65099-five-ways-to-use-psychological-pricing>.
5. Peter T. The Race You Can't Win – Tim Peter & Associates. URL: <https://www.timpeter.com/2013/01/16/the-race-you-cant-win/>
6. Murphy L. The Only 3 Acceptable Pricing Page Discount Tactics. URL: <https://sixteenventures.com/pricing-page-discount>.

Науковий керівник: Баша Інна Миколаївна, доцент, Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ В ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ

Гелевачук Зоя Йосипівна

асистент кафедри маркетингу, Криворізький економічний інститут, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Бруханська Анастасія Вікторівна

студентка, Криворізький економічний інститут, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Останнім часом все більше ринкове середовище інтегрується в Інтернет-простір, що примушує підприємства адаптувати свої маркетингові стратегії до нових умов інформаційного середовища. Модель віртуальної економіки продукує появу діджитал-маркетингу («digital-marketing») або цифрового маркетингу, який базується на інформаційно-цифрових засобах із використанням інтерактивного та таргетивного інструментарію.

Цифровий вид маркетингу – новий еволюційний вид маркетингу, який у якості каналу комунікацій широкоформатно використовує мережу Інтернет та цифрові медіа, дозволяє ефективно просувати товар або торгову марку через Інтернет.

Цифровий маркетинг надає компанії значні переваги при просуванні продукції у порівнянні з іншими конкурентами, а саме: інтерактивність; широка доступність веб-ресурсів; необмежений в територіальному

форматі споживчий сегмент; широке розповсюдження та охоплення Інтернет-технологіями цільового споживчого сегменту; оперативність реагування на зміни в стратегії [2]. При цьому витрати на реалізацію стратегічних цілей в цифровому маркетингу значно нижчі у порівнянні із бюджетом звичайної реклами.

Компанія може обрати два напрямки просування товару через цифровий маркетинг: напрямок «витягування» («pull-strategy») на базі самостійного споживчого вибору або напрямок «проштовхування» (push-strategy) на базі спам-розсилок та традиційного нав'язування продукції споживачу[3].

Стратегія просування із застосуванням інструментів цифрового маркетингу має бути логічним продовженням загальної функціональної стратегії розвитку компанії (в окремих випадках вона виступає елементом комунікаційної стратегії). Вона дозволяє сформувати культуру споживчого сегменту, коригувати уявлення про бренд, забезпечити безперервний моніторинг цільової аудиторії без територіального обмеження тощо.

До ключових компонентів стратегії просування в цифровому маркетингу відносять: веб-сайт, соціальні медіа та технології, технології мобільних гаджетів (через які визначаються цільові групи та здійснюється захоплення майбутніх покупців), трафік та вимірювання[1].

Веб-сайт є візитівкою фірми та основним джерелом для маркетингових досліджень. Його контент має бути змістовним, простим у навігації та доступним для оформлення замовлення, оплати його онлайн тощо. Переважна більшість інструментів цифрового маркетингу перенаправляє потенційного споживача саме на домашню сторінку фірми, а в такому випадку інформаційне наповнення сайту повинно виправдати очікування користувачів[1]. Компанії також варто потурбуватись про формування клієнтського портфелю за рахунок відвідувачів сайту: запросити їх електронні адреси, підписки на сторінки компанії та її новини, спонукати до діалогу з онлайн-консультантами тощо.

Соціальна компонента дозволяє використовувати соціальні мережі для просування продукції цільовим аудиторіям в режимі он-лайн, формуючи при цьому спеціальні медіа-платформи фірми[1]. Користується популярністю в цифровому маркетингу такі мережі як Facebook, Instagram, YouTube, Tweeter. Ефективність просування товару з використанням соціальної компоненти також напряму залежить від контенту повідомлень.

Мобільні технології відкривають широкий діапазон прикладного застосування засобів з просування товару в режимі non-stop, починаючи від seo-просування, контекстної та традиційної реклами, SMM, до партизанського маркетингу в режимі реального часу.

Вимірювання дозволяють визначити ефективність обраної стратегії просування товару через засоби цифрового маркетингу за такими параметрами: дії користувачів та конверсії, рівень заохочення користувачів до листування, рівень впливу на активність користувачів тощо.

Останнім часом серед трендових засобів цифрового маркетингу виокремлюють також онлайн-відео (переважає аудиторія до 30 років); нативна (природна) реклама, яка органічно вписується в інформаційний контент; залучення активних інтернет-користувачів (наприклад, блогерів) до рекламної компанії.

Загалом комбінація ключових компонентів може визначати такі стратегії просування товару в цифровому маркетингу як: «тарифіковане просування», «тестування рекламних площадок», «управління іміджем фірми/компанії», «проактивне просування» (комерційний результат досягається через взаємодію трафікового просування, таргетингу з плануванням реклами), або компанія може сформулювати цільову стратегію (обрати збутовий таргетинг, маркетингове переслідування чи полювання) [3].

В будь-якому випадку кінцевим результатом стратегічного планування є забезпечення лояльності контент-споживачів (останні купують товар через емоційний імпульс, в меншості випадків – покупка є раціонально обґрунтованим вибором).

Процес стратегічного просування через засоби цифрового маркетингу включає такі етапи: визначення цілей, цільової аудиторії, формування унікальної пропозиції, аналіз технологій та інструментів, розробка контенту, виконання та менеджмент, аналіз результатів та ефективності, коригування (за необхідності).

Отже, глобальні трансформації в інформаційно-економічному просторі визначили еволюцію стратегічних маркетингових інструментів через появу цифрового маркетингу та модифікацію стратегій просування з використанням Інтернет-ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Акулич М. Діджитал-маркетинг / Акулич М. – Видавниче рішення. - 2017. - 200 с.
2. Окландер М. Специфічні відмінності цифрового маркетингу від Інтернет-маркетингу / М.А. Окландер, О.О. Романенко // Економічний вісник НТУ України «КПІ»: Збірник наукових праць. – 2015 (12). – С. 362-371.
3. Рубан В. Цифровий маркетинг: роль та особливості використання. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. Вип. 2-2 (08). С. 20–25.

СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ АВТОЗАПРАВНОГО БІЗНЕСУ

Ромашко Олександра Михайлівна

кандидат економічних наук, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Бариляк Василина Олександрівна

студентка, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Однією з особливостей вітчизняного автозаправного ринку є те, що, незважаючи на певну монополізацію цін на паливні ресурси, мережі АЗК характеризуються конкурентною боротьбою за кожного клієнта у напрямку постійного розширення переліку пропонованих товарів і послуг, покращення їх якості, а також різноманітних акцій, знижок чи програм лояльності для клієнтів. Зараз на ринку йде боротьба за кожного клієнта, тому надзвичайно важливо надавати якісні послуги, реалізовувати товари найвищої якості та пропонувати значний асортимент товарів, який підійшов би кожному клієнту.

О. П. Карпій, Н. М. Васильців, Н. І. Михайлик виокремили в структурі послуг АЗС чотири складових елементи: корінь послуги, додаткові платні послуги, допоміжні платні послуги, корисні безплатні послуги [1]. Ми поділяємо їх думку, що найбільший інтерес для клієнта АЗС становлять всі додаткові, допоміжні і безплатні послуги, які надають автозаправні станції.

Оскільки ринок автозаправного бізнесу характеризується скороченням обсягів реалізації пального через девальвацію гривні і зниження купівельної спроможності населенню, то для диверсифікації ризиків національні АЗК дедалі активніше розвивають продуктовий рітейл і відкривають у складі комплексів торгові точки й ресторани.

Таким чином, на сучасному етапі розвитку автозаправного бізнесу АЗС не тільки повинні надавати «корінь послуги» за всіма видами палива, тобто бути мультизаправками, а також пропонувати широкий вибір товарів і послуг. Таким чином учасники ринку автозаправного бізнесу повинні перетворитися на багатофункціональні автозаправні комплекси.

На основі аналізу рітейла ринку АЗС нами запропоновано наступну сегментацію ринку, рис. 1.

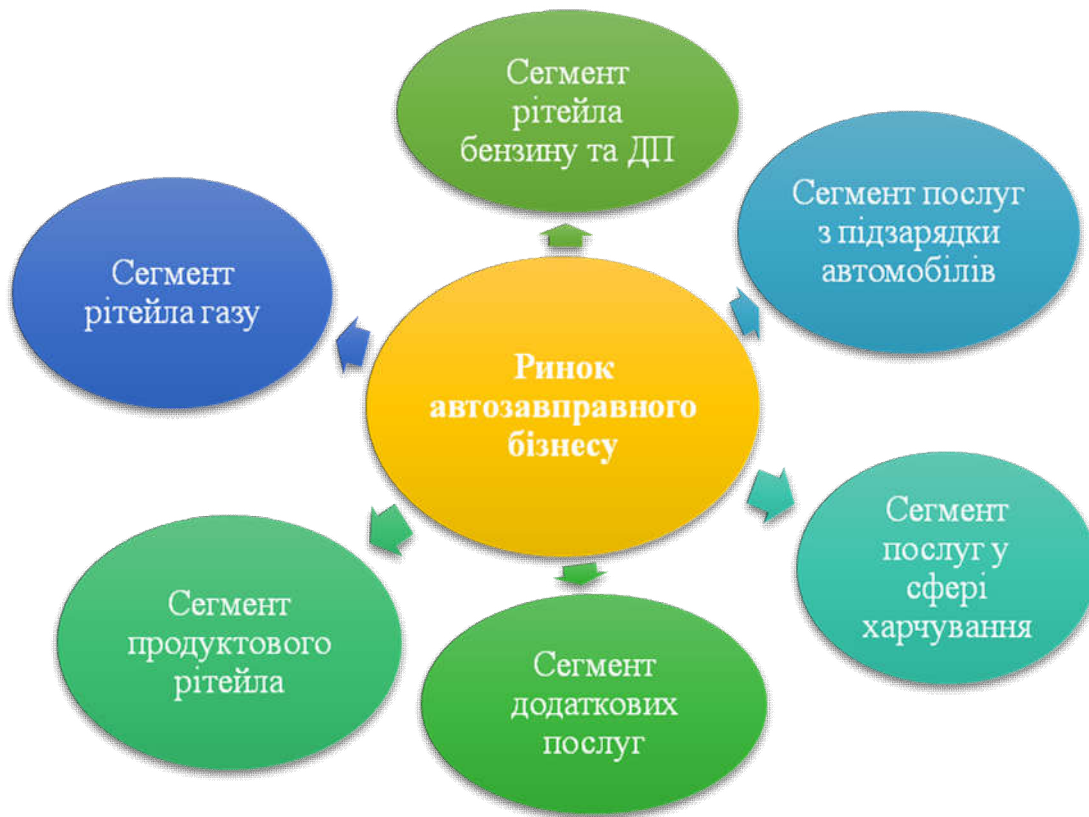


Рисунок 1 – Сегментування ринку автозаправного бізнесу
Джерело: розроблено авторами

На нашу думку, наведене сегментування ринку автозаправного бізнесу є найбільш доцільним, оскільки включає всі види товарів і послуг, які пропонуються АЗС. Перспективами розвитку даного ринку є розширення мережі електрозаживлення та газового сегмента, що зумовлено зростання вимог до екологічності палива, спадною тенденцією обсягів видобутку нафти та динамічним зростанням цін на неї.

Список використаних джерел:

1. Карпій О. П. Аналіз критеріїв, що впливають на вибір автозаправного комплексу / О. П. Карпій, Н. М. Васильців, Н. І. Михайлик // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. - 2016. - № 851. - С. 168-173. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2016_851_25.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Тельная Юлія Андріївна

бакалавр, Національний аерокосмічний університет

імені М. С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

Функціонування підприємств і нестабільність сучасних ринкових відносин, складність внутрішніх бізнес-процесів і обмеженість альтернативного прогнозування розвитку в умовах невизначеності зумовлюють актуальність проблематики фінансового ризик-менеджменту. Так як теоретичний аналіз та огляд методів управління фінансовими ризиками на більшості підприємств вивчається мало, виникає необхідність розробки теоретичних і методичних підходів до вирішення проблеми ризик-менеджменту з метою забезпечення результативності менеджменту в цілому.

Проведений аналіз спеціалізованої літератури показав, що більшість наукових досліджень присвячено лише окремим проблемам ризиків, більшість питань управління фінансовими ризиками потребують подальшого дослідження: створення моделей мінімізації ризиків, котрі буде можливо впровадити у діяльність підприємств, оптимізація методів і способів виявлення, оцінювання, аналізу та контролю ризиків [1].

Одним із найважливіших функціональних завдань управління фінансами суб'єкта господарювання являється управління фінансовими ризиками, що забезпечується створенням та реалізацією певної моделі управління ризиками як відокремленого функціонально-організаційного блоку фінансового менеджменту [2]. Управління фінансовими ризиками суб'єкта господарювання можна обґрунтувати основні положення формування моделі управління фінансовими ризиками, так, на основі новітніх теорій корпоративних фінансів та сучасної практики управління фінансами суб'єктів господарювання прийнято виділяти наступні фактори формування моделі управління фінансовими ризиками, у тому числі: структурування моделі управління фінансовими ризиками суб'єкта здійснюється виключно на основі особливостей фінансово-господарської діяльності конкретного підприємства, його статутних цілей із відповідних врахуванням теоретико-методологічних основ.

Система внутрішніх механізмів нейтралізації фінансових ризиків передбачає використання основних методів, наведених на рисунку 2.

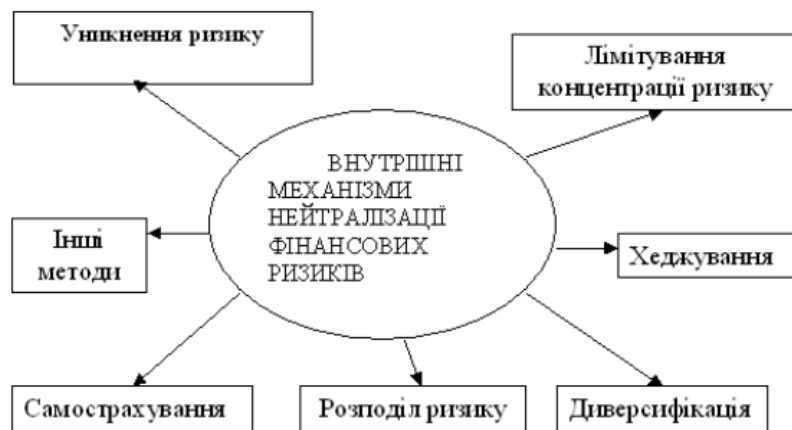


Рисунок 2 – Система внутрішніх механізмів нейтралізації фінансових ризиків підприємства

Джерело: Адамчук Н. Управление риском на предприятии и страхование / Н. Адамчук // Управление риском. – 2001. – № 1. – С. 32–39.

Однією з основних причин неефективного управління ризиками на підприємствах є відсутність «Відділу управління ризиками», а одним із методів зниження ризиків у сфері управління фінансовими ризиками може бути – страхування ризиків [3]. Виграш компанії при здійсненні фінансової діяльності забезпечується тим, що у разі страхування для нього ризик несподіваних збитків в будь-якому році не тільки замінюється меншим ризиком, але і обмежується сумою страхових внесків. Управління ризиками повинно бути набором практичних навичок за оцінкою ключових ризиків для компанії і визначенню максимального рівня потенційних втрат і мінімального рівня підтримки при виконанні виробничої програми.

Отже ефективним методом мінімізації ризиків на підприємствах є впровадження «Відділу управління ризиками», постійний досвід роботи у даній сфері фахівців цього структурного підрозділу розробляти власні моделі управління ризиками без звернення до страхових компаній, скоротивши при цьому затрати підприємства.

Список використаних джерел:

1. Адамчук Н. Управление риском на предприятии и страхование / Н. Адамчук / Управление риском. – 2001. – № 1. – С. 32–39.
2. Посохов І.М. Аналіз досліджень зарубіжних наукових шкіл ризик- менеджменту / І.М. Посохов / Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 4. – с. 164-172
3. Кадинская О.А. Управление финансовыми рисками / О.А. Кадинская – М., 2000. – С. 295.

СТАТИСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ

Горяк Альона Вікторівна

студентка економічного факультету, Національний університет біоресурсів і природокористування України

Чухліб Алла Василівна

кандидат економічних наук, доцент, Національний університет біоресурсів і природокористування України

Статистичне дослідження рівня доходів населення є актуальним на сьогоднішній день, адже останнім часом відбувається різка зміна структури доходів, прийнято низку нормативно-правових актів, що прямо або опосередковано впливають на номінальні та реальні доходи населення.

Доходи населення – це сукупність грошових коштів та натуральних надходжень, спрямованих на підтримку морального, фізичного, економічного та інтелектуального стану людини і на задоволення їх потреб. Формування доходів населення здійснюється за рахунок оплати праці, виплати соціальних фондів, підприємницьких доходів, доходів від особистого господарства та індивідуальної трудової діяльності, доходів від інших джерел.

Основним джерелом доходів населення є заробітна плата. Аналіз заробітної плати здійснюється за:

- номінальною заробітною платою - сума коштів, що виплачується за результати трудової діяльності;

- реальною заробітною платою – це сукупність товарів та послуг, які можна придбати за отриману номінальну заробітну плату [1]. Її розмір залежить від розміру номінальної заробітної плати, зміни цін на споживчі товари та послуги, розміру податків, що стягуються.

Зміну показників доходів населення в динаміці наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Динаміка показників доходів населення за 2013-2017 рр.

Показник	Роки					2017 р. до 2013 р., +/-
	2013	2014	2015	2016	2017	
Доходи, млн. грн.	1478073	1516768	1743979	1989771	2475826	997753
Витрати, млн. грн.	1364755	1485988	1743979	2007662	2475826	1111071
Сукупні доходи в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство, грн.	4470,5	4563,3	5231,7	6238,8	8165,2	3694,7

Продовження таблиці 1

Середній розмір домогосподарства, осіб	2,58	2,58	2,59	2,58	2,58	0,0
Середньорічний законодавчо встановленого прожиткового мінімуму (у середньому на 1 особу в місяць, грн.)	1113,7	1176,0	1227,3	1388,1	1603,7	490,0

У 2017 р. порівняно з 2013 р. доходи населення зросли на 67,5% і становили 2475826 млн. грн., витрати збільшились на 81,4% .

У 2017 р. порівняно з 2016 р. заощадження населення скоротились на 69 млрд. грн. Номінальні доходи населення підвищились на 24,4%, реальні доходи – на 6%. Наявний дохід у розрахунку на одну людину підвищився на 22,4% і в 2017 р. становив 43592,8 грн.

Таким чином, для України підвищення рівня доходів населення є надзвичайно актуальним питанням, вирішення якого потребує запровадження комплексу дієвих заходів, а саме: створення робочих місць, підвищення рівня оплати праці, реформування системи пільг, реформування пенсійної системи.

Список використаних джерел:

1. Махмудова М.М. Положительная динамика заработной платы населения крупного промышленного региона как результат антикризисного управления в условиях экономической нестабильности [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://vestnik.uapa.ru/ru/issue/2015/06/12/?print>

КЛАСИФІКАЦІЯ ДОХОДІВ ВІД ОБМІННИХ ОПЕРАЦІЙ ВІДПОВІДНО ДО НС(П)БОДС ТА МСБОДС

Грищенко Юлія Сергіївна

студентка, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Державний сектор економіки – найголовніша з частин економіки країни, розвиток якої забезпечує соціально – економічне процвітання суспільства в цілому. Питанням удосконалення організації та ведення бухгалтерського обліку в державному секторі останніми роками приділяють суттєву увагу. У міжнародній нормативній базі закріплено стандарт з визначення та відображення обліку доходів від обмінних операцій у державному секторі, а саме: Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку у державному секторі (надалі – МСБОДС) 9

“Дохід від операцій обміну, у національній нормативній базі закріплений стандарт Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку в державному секторі (надалі – НП(С)БОДС) 124 “Доходи”, яке визначає методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про доходи від обмінних операцій.

Проведене порівняння МСБОДС 9 «Доход від обмінних операцій» та НП(С)БОДС 124 «Доходи» в частині обмінних операцій та свідчить, що НП(С)БОДС 124 «Доходи» розроблений із урахуванням міжнародних підходів, однак існують деякі розбіжності, а саме в: НП(С)БОДС 124 «Доходи» не зазначено метод визначення доходів від обмінних операцій; складі доходів від обмінних операцій за НП(С)БОДС 124 «Доходи» виділено групи доходів «Бюджетне асигнування» та «Інші доходи від обмінних операцій». За МСБОДС 9 «Доход від обмінних операцій» суб’єкти державного сектору використовують метод нарахування для обліку доходів від обмінних операцій. В українській практиці законодавством чітко не встановлено застосування в бухгалтерському обліку державного сектору методу визначення доходів і витрат. Так операції за доходами відображаються в бухгалтерському обліку в момент їх проведення (тобто методом нарахувань), а операції з фінансування бюджетної установи – в момент зарахування коштів з одночасним відображенням боргу (тобто касовим методом). В НП(С)БОДС 124 «Доходи» визначено склад доходів від обмінних операцій відмінний від складу доходів від обмінних операцій за МСБОДС 9 «Доход від обмінних операцій». За національним стандартом виділено групи доходів «Бюджетні асигнування» та «Інші доходи від обмінних операцій». Бюджетні асигнування пов’язані з виділенням коштів розпорядникам бюджетних коштів на конкретну мету. Інші доходи від обмінних операцій складаються з доходів від курсових різниць та доходів від реалізації необоротних активів.

Проведене порівняння МСБОДС 9 «Доход від обмінних операцій» та НП(С)БОДС 124 «Доходи» в частині обмінних операцій та свідчить, що НП(С)БОДС 124 «Доходи» розроблений із урахуванням міжнародних підходів, однак існують деякі розбіжності, які були виявлені та проаналізовані. Надалі варто розглядати удосконалення національних стандартів, враховуючи досвід та впровадження міжнародних підходів.

Список використаних джерел

1. Бюджетний кодекс України від 23.12.2010 № 2856-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку державного сектору 9 «Дохід від операцій обміну». [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=80967&cat_id=80024

3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку державного сектору 124 «Доходи»: затв. наказом Міністерства фінансів України від 24.12.2010 № 1629, передано на реєстрацію в Міністерстві юстиції. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>.

Науковий керівник: Цятковська Олена Віталіївна, кандидат економічних наук, доцент, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ У ПОБУДОВІ «ЗВІТУ ПРО УПРАВЛІННЯ»

Їжаковський Дмитро Анатолійович

магістрант кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і оподаткування, Українська академія друкарства

Кліменко Руслан Анатолійович

магістрант кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і оподаткування, Українська академія друкарства

Яремик Мирослав Іванович

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і оподаткування, Українська академія друкарства

В ринкових умовах прийняття управлінських рішень відбувається при невизначеності зовнішнього та внутрішнього середовища фінансово-господарської діяльності підприємства, що обумовлює появу ризиків відхилення фактичного стану суб'єкта від планового. Тому кожен суб'єкт господарювання повинен розробити систему заходів, спрямованих на максимально можливе нівелювання таких небажаних наслідків. Процес управління ризиками повинен бути пов'язаний зі стратегічними завданнями розвитку організації та необхідністю забезпечення економічної безпеки бізнесу. Все це обумовлює необхідність оцінки впливу ризиків і розкриття інформації про них у звітності. У відповідності до змін, внесених до Закону України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» великі та середні підприємства будуть разом із фінансовою звітністю подавати звіт про управління (стаття 11.4) [1]. Відповідно до глави 5 Директиви № 2013/34/ЄС «Про річну фінансову звітність, консолідовану фінансову звітність і пов'язану звітність певних

типів підприємств» у Звіті про управління повинна подаватись інформація щодо розвитку компанії та її стану разом з викладенням основних ризиків, що є в неї, і невизначеностей, а також завдання і політику компанії в управлінні фінансовими ризиками, у тому числі її політику щодо страхування кожного основного виду прогнозованої операції, для якої використовується облік хеджування, а також схильність компанії до ризиків: цінового, кредитного, ліквідності та грошових потоків [2].

При побудові інформаційно-аналітичного забезпечення управління ризиками необхідно врахувати, що :

- воно є джерелом інформації про ризики, які пов'язані з підприємницькою діяльністю суб'єкта. Тому якість інформації має важливе значення, оскільки дає змогу адекватно оцінити рівень ризику та його фінансові наслідки. Бухгалтерський облік, як інформаційна система процесу управління, не може обмежуватися інформуванням зацікавлених користувачів про ризики, що супроводжують діяльності організацій. Він повинен дати оцінку можливого їх впливу на фінансово-майновий стан організації та фінансові результати діяльності. До основних причин виникнення невизначеностей в процесі господарської діяльності можна віднести: випадкові збіги обставин (форс-мажор), протидія учасників ринкових відносин (конкурентів, невиконання договірних відносин контрагентами, конфлікти в трудовому колективі), неповнота або неточність інформації про події чи факти, а також професіоналізм менеджменту. Тому основними параметрами інформаційно-аналітичного забезпечення управління ризиками має бути доречність, достовірність, достатність інформації та надійність джерел її отримання.

- фінансова звітність компаній є основним джерелом інформації, на основі якої приймаються управлінські рішення користувачами (стейкхолдерами), а, отже, є джерелом інформаційного ризику для них. Здебільшого інформаційні ризики є наслідком невизначеностей, що пов'язані з перекручуванням інформації в системі обліку внаслідок: вибору способів і методів обліку, калькулювання собівартості, способів оцінки об'єктів обліку і політики формування резервів, а також недостатнього рівня підготовки облікового персоналу до формування інформації для потреб управління чи їх професійного судження. Традиційним методом зниження інформаційного ризику є зовнішній аудит.

- бухгалтерський облік, як основа формування інформаційного забезпечення, містить інструментарій управління підприємницькими ризиками. Одним із найбільш поширених інструментів є створення резервів. Окрім операцій з власного страхування, в обліковій системі відображається інформація про інші інструменти: хеджування, комерційне страхування.

- корпоративна звітність є важливим інструментом управління системою взаємовідносин із стейкхолдерами, оскільки її показники не тільки задовольняють інформаційні потреби зацікавлених сторін, але також можуть впливати на формування очікувань контрагентів, тобто впливати на репутаційні ризики компанії. Крім того, репутаційний ризик посилюється при недостатній обізнаності зацікавлених сторін про ризики компанії у відносинах з різними партнерами [3]. Тому завданням інформаційно-аналітичного забезпечення управління ризиками є аналіз можливих дій зі сторони стейкхолдерів після оприлюднення звітності.

Отже, з метою підвищення ефективності управління ризиками компанії, необхідне постійне підвищення транспарентності звітності, що дозволяє зміцнити довіру зацікавлених сторін за рахунок подання надійної, своєчасної та репрезентативної інформації про бізнес компанії.

Список використаних джерел:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні. Закон України N 996-XIV від 16 07.1999. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
2. Про щорічну фінансову звітність, консолідовану фінансову звітність та пов'язаних з ними звіти певних типів компаній. Директива 2013/34/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 26 червня 2013 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://vobu.ua/ukr/documents/item/dyrektyva-2013-34-es>
3. Изнова Т. С. Аналитическое обеспечение управления репутационными рисками публичных компаний: дис. канд. эконом. наук: 08.00.12 / Т.С. Изнова.- Москва: ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», 2015.- 187 с.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ДОХОДІВ СПЕЦІАЛЬНОГО ФОНДУ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ

Каландирець Оксана Володимирівна

Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана

Прилуцька Аліна Віталіївна

Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана

Доходи є одними з найважливіших показників фінансово-господарської діяльності освітніх закладів, оскільки виступають основою для визначення результатів виконання кошторису бюджетної установи та його аналізу з метою виявлення внутрішніх резервів. Варто зазначити, що

при складанні та затвердженні проектів кошторисів залишки коштів за спеціальним фондом не плануються, але проект кошторису передбачає зведення показників за всіма джерелами надходження коштів до фонду та напрямків їх використання.

Дохідна частина спеціального фонду закладів освіти формується за рахунок двох шляхів надходження коштів: власні надходження та інші джерела надходжень до спеціального фонду. Власними надходженнями вважаються кошти, одержані від надання послуг, виконання робіт, реалізації продукції чи здійснення діяльності з виконання доручень, а також як гранти та дарунки (благодійні внески). Вони виконують переважно доповнюючу функцію відносно бюджетних асигнувань. Але з огляду на фінансову ситуацію, що склалась на даний час у державі і звужене фінансування, все більша увага приділяється власним доходам, за рахунок яких і формується спеціальний фонд закладів освіти.

Організація обліку власних доходів навчальних закладів, що здійснюється як на етапі планування показників господарсько-виробничої діяльності, так і на етапі їх фіксування у процесі бухгалтерського обліку, охоплює такі напрями: розробка класифікаційної схеми власних доходів освітнього закладу; організація планування доходів спеціального фонду; організація обліку надходження доходів; організація облікової номенклатури; організація носіїв облікової інформації.

Власні доходи освітніх закладів, як і доходи загального фонду, підлягають плануванню. Формування дохідної частини спеціального фонду проекту кошторису здійснюється за видами доходів та їх джерелами, які визначаються розробленою класифікацією доходів кожної освітньої установи. Щоб забезпечити отримання максимально вірогідного обсягу доходів, необхідно заздалегідь сформувати систему показників, застосовуваних у розрахунках. Стосовно доходів закладу освіти можна виокремити показники за доходами, що отримуються від: 1) надання функціонально основних послуг освітніх установ (кількість осіб, які навчатимуться на контрактній основі); 2) господарської чи господарсько-виробничої діяльності (кількість виробів навчально-виробничих майстерень та їх вартість); 3) оренди майна бюджетних установ (площа приміщень та розмір плати); 4) реалізації (кількість і вартість запланованих до реалізації об'єктів).

Крім розрахункових показників об'єктом планування щодо власних доходів установи є термін надходження доходів за видами. На підставі цих показників визначається сума доходів на наступний рік за кожним джерелом надходжень з урахуванням конкретних умов: для освітніх закладів більшість власних доходів прогнозується до надходження у середині I та III кварталів.

Організація обліку власних доходів освітніх установ здійснюється з урахуванням специфіки їх роботи. При цьому серед переліку облікових номенклатур виокремлюють: нарахована плата за навчання; нарахована плата за надані послуги з оренди приміщень; нарахована плата за харчування; нарахована плата за користування гуртожитком; здані виконані науково-дослідні роботи.

Отже, надходження спеціального фонду у освітніх закладах займають вагому частку. У зв'язку з цим необхідно посилювати контроль за їх плануванням і надходженням на усіх стадіях виконання кошторису доходів освітньої установи.

Список використаних джерел:

1. Бакалина Н. В. Реформування бухгалтерського обліку в державному секторі триває / Н. В. Бакалина // Бухгалтерський облік і аудит. – 2017. – №8. – С. 23–27
2. Цебеня Р. Л. Особливості доходів і видатків вищих навчальних закладів / Р. Л. Цебеня // Інноваційний вісник. – 2016. - №13. – С. 101-106

Науковий керівник: Цятковська Олена Віталіївна, кандидат економічних наук, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ІЗ ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ

Ковальчук Максим Сергійович

студент, скорочена програма економічного факультету, Львівський національний аграрний університет

Вакулюк Софія Анатоліївна

студентка, скорочена програма економічного факультету, Львівський національний аграрний університет

У процесі своєї діяльності підприємства здійснюють розрахунки з покупцями та замовниками (контрагентами). Реалізуючи товари, роботи і послуги, суб'єкт господарювання не завжди отримує оплату одразу. Таким чином у підприємства виникає дебіторська заборгованість.

Актуальним є питання організації обліку дебіторської заборгованості, адже її наявність та ефективне управління нею впливають на фінансовий стан підприємства. Для ефективного управління обсягами дебіторської заборгованості, а також термінами її погашення необхідна належна організація її обліку на підприємствах, що сприятиме посиленню контролю за своєчасним здійсненням розрахунків.

Отже, заборгованість покупців і замовників перед підприємством називають дебіторською. У Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість» (П(С)БО 10) визначені методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про дебіторську заборгованість та її розкриття у фінансовій звітності [2].

Згідно з П(С)БО 10, дебітори – це юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів. Дебіторська заборгованість – сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату.

Дебіторська заборгованість поділяється на:

- довгострокову – сума дебіторської заборгованості, яка не виникає в ході нормального операційного циклу та буде погашена після дванадцяти місяців з дати балансу;

- поточну – сума дебіторської заборгованості, яка виникає в ході нормального операційного циклу або буде погашена протягом дванадцяти місяців з дати балансу.

Дебіторську заборгованість, щодо якої існує впевненість про її неповернення боржником, називають безнадійною. А поточну дебіторську заборгованість, щодо якої існує невпевненість її погашення боржником, називають сумнівним боргом.

Основними нормативними документами, які регулюють облік дебіторської заборгованості, є:

- Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV;

- П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 08.10.1999 р. № 237;

- П(С)БО 11 «Зобов'язання», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31.01.2000 р. № 20.

Аналітичний облік розрахунків з покупцями та замовниками ведеться за кожним покупцем і замовником.

На рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» узагальнюється інформація про розрахунки з покупцями та замовниками за відвантажену продукцію, товари, виконані роботи й послуги.

Рахунок 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» має такі субрахунки:

361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями»;

362 «Розрахунки з іноземними покупцями»;

363 «Розрахунки з учасниками промислово-фінансової групи»;

364 «Розрахунки за гарантійним забезпеченням».

За дебетом рахунка 36 відображається реалізаційна вартість продукції, товарів, виконаних робіт, наданих послуг, за кредитом – сума

платежів, які надійшли на рахунки підприємства або в касу. Заборгованість покупців та замовників за одержану продукцію відображає сальдо рахунка.

Підприємства формують резерв сумнівних боргів на дату балансу. Одночасно обсяг резерву збільшує витрати звітного періоду. За рахунок створеного резерву списуватимуться безнадійні борги наступного року. П(С)БО 10 передбачає два методи формування резерву сумнівних боргів:

- виходячи з платоспроможності окремих дебіторів;
- на підставі класифікації дебіторської заборгованості [2].

Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги у балансі відображається як різниця між первісною вартістю і резервом сумнівних боргів, тобто за чистою реалізаційною вартістю.

Важливе значення для формування фінансових результатів підприємства має правильне і своєчасне списання дебіторської заборгованості. Для поліпшення фінансового стану підприємства необхідно вдосконалити методичний підхід до обліку та аналізу дебіторської заборгованості.

Значно спростити контроль за розрахунками та впорядкувати інформацію про дебіторів можливо за допомогою автоматизації обліку дебіторської заборгованості. Для цього потрібно вжити низку заходів:

- створити інформаційну базу учасників розрахунків на певному підприємстві;
- перевірити можливість погашення взаємної заборгованості за допомогою звірок взаємних вимог та зобов'язань;
- скоротити обсяги заборгованості проведенням взаємозаліків;
- вести облік та звітність проведених взаєморозрахунків [3].

Також кожне підприємство повинно організувати дієву систему внутрішнього контролю.

Метою внутрішнього контролю розрахунків з дебіторами є встановлення повноти, достовірності та своєчасності відображення даних у первинних документах підприємства, облікових реєстрах і звітності. Насамперед контроль передбачає перевірки дотримання планових показників; налагодження системи спостереження за строками здійснення платежів; контроль за виконанням договірних відносин; виявлення резервів зростання платоспроможності підприємства та контроль за результатами виконання оптимізаційних управлінських рішень. Важливо встановити оптимальне та найзручніше для підприємства співвідношення між дебіторською і кредиторською заборгованістю для прискорення оборотності цих двох показників. Вважається, що сприятливою є ситуація, коли період обороту дебіторської заборгованості підприємства менший, ніж період обороту кредиторської, оскільки за таких умов підприємство

може погасити свої зобов'язання за рахунок коштів, що надходять від дебіторів [1].

Таким чином, удосконалення обліку дебіторської заборгованості на підприємствах України вимагає законодавчих змін та змін облікової політики суб'єктів господарювання. Це допоможе поліпшити фінансовий стан останніх, оскільки підвищить ефективність ведення обліку дебіторської заборгованості, дозволить попередити проблеми неплатоспроможності контрагентів.

Список використаних джерел:

1. Кондукова Е. В. Аналітичні аспекти податкового дослідження стану розрахунків з контрагентами. *Сталий розвиток економіки*. 2012. № 3. С. 285-290.
2. П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 08.10.1999 р. № 237, зі змінами та доповненнями. URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99.
3. Соловей Н. В., Маліношевська К. І. Проблеми обліку дебіторської заборгованості. URL: http://www.nbuiv.gov.ua/portal/soc_gum/ppei/2010_25/malinoshevaska.pdf.

Науковий керівник: Прокопишин Оксана Степанівна, кандидат економічних наук, доцент, Львівський національний аграрний університет

ОЦІНКА НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ОБЛІКОВО - АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ ЗАСОБАМИ

Полишвайко Ірина Андріївна

студентка магістратури економічного факультету, Національний університет біоресурсів і природокористування України

Чухліб Алла Василівна

кандидат економічних наук, доцент, Національний університет біоресурсів і природокористування України

Ефективність функціонування аграрних підприємств значною мірою залежить від діючої нормативно-правової бази, що регулює обліково-аналітичне забезпечення управління основними засобами.

Нормативно-правову базу обліково-аналітичного забезпечення управління основними засобами доцільно зобразити у вигляді наступних рівнів.

I рівень – законодавчий – відображає сутність бухгалтерського обліку, його головні поняття, організацію регулювання та ведення бухгалтерського обліку. До першого рівня відносяться Конституція України, Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV, Господарський кодекс України, Податковий кодекс України.

Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» розкриває методологічні аспекти формування у бухгалтерському обліку та розкриття у фінансовій звітності інформації щодо основних засобів.

Податковим кодексом України визначено сутність термінів «основні засоби»; «амортизація»; «вартість, що амортизується»; «первісна», «ліквідаційна вартість», класифікацію основних засобів залежно від терміну їх використання.

II рівень – нормативний – включає НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», П(С)БО 7 «Основні засоби», П(С)БО 14 «Оренда», П(С)БО 27 «Необоротні активи, утримувані для продажу та припинена діяльність», П(С)БО 28 «Зменшення корисності активів», МСБО 16 «Основні засоби», МСБО 7 «Оренда», МСФЗ 5 «Непоточні активи, утримувані для продажу, та припинена діяльність».

В П(С)БО 7 «Основні засоби» наведено трактування основних категорій, що використовуються в обліку основних засобів, розкрито критерії визнання та оцінки основних засобів, методичні засади їх переоцінки, амортизації, вибуття.

III рівень – методичний, до якого належать методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів, методичні рекомендації про застосування реєстрів бухгалтерського обліку, Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій від 30.11.99р. № 291 (зі змінами), інші нормативно-правові акти.

IV рівень – організаційний, що стосується суто підприємства, є локальним і відображає регламентне забезпечення обліку основних засобів на підприємстві. До цього рівня належать статут, наказ про облікову політику підприємства, наказ про проведення інвентаризації, графіки документообігу та інвентаризації, посадові інструкції, порядок організації та реалізації внутрішнього контролю.

Облікова політика аграрних підприємств розкриває питання організації бухгалтерського обліку основних засобів, методів визначення їх вартості, нарахування амортизації тощо.

Список використаних джерел:

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/file/link/320289/file/IAS%2016.pd>
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>

НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЗДІЙСНЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ В ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ

Пушкарьова Олена Юріївна

*аспірант, Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

До недавнього часу в Україні не існувало правового і методологічного забезпечення функціонування служб децентралізованого внутрішнього аудиту в органах державного і комунального сектору. Фактично в міністерствах, інших центральних органах виконавчої влади функціонували контрольні-ревізійні підрозділи, проте їх діяльність не можна було порівняти з проведенням внутрішнього аудиту згідно з міжнародними (європейськими) нормами і правилами.

Отже, одним з основних завдань реформування системи державного внутрішнього фінансового контролю згідно Концепції розвитку державного внутрішнього фінансового контролю на період до 2017 року було утворення служб внутрішнього аудиту органами державного і комунального сектору, зокрема міністерствами, іншими центральними та місцевими органами виконавчої влади.

Згідно статті 26 Бюджетного кодексу України внутрішнім аудитом є діяльність підрозділу внутрішнього аудиту в бюджетній установі, спрямована на удосконалення системи управління, запобігання фактам незаконного, неефективного та нерезультативного використання бюджетних коштів, виникненню помилок чи інших недоліків у діяльності бюджетної установи та підвідомчих їй бюджетних установ, поліпшення внутрішнього контролю.

Питання утворення структурних підрозділів внутрішнього аудиту та його проведення в міністерствах, інших центральних органах виконавчої влади, їх територіальних органах та бюджетних установах, які належать до сфери управління міністерств, інших центральних органів виконавчої влади та обласних державних адміністраціях (далі – установи) визначені Постановою Кабінету Міністрів України від 28.09.2011 №1001 (далі – Постанова №1001). Згідно п.2 Постанови №1001 передбачено утворення

та функціонування підрозділів внутрішнього аудиту в міністерствах та інших центральних органах виконавчої влади з 01.01.2012. Для органів місцевого самоврядування ця норма носить рекомендаційний характер.

Об'єктом внутрішнього аудиту є діяльність установ в повному обсязі або з окремих питань (на окремих етапах) та заходи, що здійснюються його керівником для забезпечення ефективного функціонування системи внутрішнього контролю (дотримання принципів законності та ефективного використання бюджетних коштів, досягнення результатів відповідно до встановленої мети, виконання завдань, планів і дотримання вимог щодо діяльності центрального органу виконавчої влади, його територіальних органів та бюджетних установ, а також підприємств, установ та організацій, які належать до сфери управління міністерств, інших центральних органів виконавчої влади).

Основним завданням підрозділу є надання керівникові установи об'єктивних і незалежних висновків та рекомендацій щодо:

- 1) функціонування системи внутрішнього контролю та її удосконалення;
- 2) удосконалення системи управління;
- 3) запобігання фактам незаконного, неефективного та нерезультативного використання бюджетних коштів;
- 4) запобігання виникненню помилок чи інших недоліків у діяльності.

Внутрішній аудит проводиться згідно з планами, що формуються підрозділом, затверджуються керівником установи та оприлюднюються на її офіційному веб-сайті. Копія затвердженого плану (змін до нього) надсилається до Мінфіну.

Строк проведення внутрішнього аудиту не повинен перевищувати 45 робочих днів.

Внутрішній аудит проводиться відповідно до Стандартів внутрішнього аудиту, затверджених Наказом Міністерства фінансів України від 04.10.2011 № 1247 (далі – Стандарти).

Одним з основних моментів організації діяльності підрозділу внутрішнього аудиту є забезпечення його незалежності, в тому числі:

- організаційної (пряме підпорядкування та підзвітність підрозділу внутрішнього аудиту керівнику установи.);
- функціональної (недопущення виконання працівниками підрозділу внутрішнього аудиту функцій, не пов'язаних із здійсненням внутрішнього аудиту).

Стандартами визначені наступні напрями проведення внутрішнього аудиту:

- 1) аудит ефективності (оцінка діяльності установи щодо ефективності функціонування системи внутрішнього контролю, ступеня

виконання і досягнення цілей, визначених у стратегічних та річних планах, ефективності планування і виконання бюджетних програм та результатів їх виконання, якості надання адміністративних послуг та виконання контрольних-наглядових функцій, завдань, визначених актами законодавства, а також ризиків, які негативно впливають на виконання функцій і завдань установи);

2) фінансовий аудит (оцінка діяльності установи щодо законності та достовірності фінансової і бюджетної звітності, правильності ведення бухгалтерського обліку);

3) аудит відповідності (оцінка діяльності установи щодо дотримання актів законодавства, планів, процедур, контрактів з питань стану збереження активів, інформації та управління державним майном).

Стандартами визначені основні вимоги до планування діяльності з внутрішнього аудиту, ведення бази даних щодо об'єктів внутрішнього аудиту, організації та проведення внутрішніх аудитів, документування його результатів, моніторингу врахування рекомендацій за результатами внутрішнього аудиту, а також стандарти звітування, моніторингу, формування та зберігання справ, взаємодії з органами державної влади та оцінки якості за результатами внутрішнього аудиту

З урахуванням вимог Постанови №1001 та Стандартів розроблюються основні внутрішні документи з питань внутрішнього аудиту:

- положення про підрозділ внутрішнього аудиту;
- посадові інструкції працівників підрозділу внутрішнього аудиту;
- порядок планування і проведення внутрішніх аудитів, документування, реалізації їх результатів та, за рішенням керівника підрозділу, інші аспекти внутрішнього аудиту.

Забезпечення та підвищення якості внутрішнього аудиту є важливим аспектом діяльності з внутрішнього аудиту в установі. Внутрішня оцінка якості внутрішнього аудиту здійснюється керівником підрозділу внутрішнього аудиту. Механізм організації та проведення зовнішньої оцінки функціонування системи внутрішнього аудиту (здійснюється Мінфіном) врегульовано Порядком здійснення Міністерством фінансів України оцінки функціонування системи внутрішнього аудиту, затвердженим Наказ Міністерства фінансів України від 03.05.2017 № 480.

Таким чином, внутрішній аудит в державному секторі має достатні правові засади щодо реалізації своєї діяльності.

Список використаних джерел:

1. Концепція розвитку державного внутрішнього фінансового контролю на період до 2017 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.05.2005 № 158-р. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rada.gov.ua>.

2. Бюджетний Кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://rada.gov.ua>.

3. Деякі питання утворення структурних підрозділів внутрішнього аудиту та проведення такого аудиту в міністерствах, інших центральних органах виконавчої влади, їх територіальних органах та бюджетних установах, які належать до сфери управління міністерств, інших центральних органів виконавчої влади: Постанова Кабінету Міністрів України від 28.09.2011 № 1001. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rada.gov.ua>.

4. Стандарти внутрішнього аудиту: Наказ Міністерства фінансів України від 04.10.2011 №1247. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rada.gov.ua>.

ВІДОБРАЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ВИТРАТ У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

Столярчук Анастасія Василівна

студентка економічного факультету, Львівський національний аграрний університет

Гойдало Ольга Степанівна

студентка скорочена програма економічного факультету, Львівський національний аграрний університет

Систему народногосподарського обліку в Україні сьогодні утворюють такі види обліку: оперативний, статистичний, бухгалтерський, у тому числі фінансовий, податковий та управлінський. Екологічний облік на разі до господарського обліку не входить, хоча він може стати основою обліку витрат на охорону навколишнього середовища та витрат, пов'язаних із природоохоронною діяльністю підприємств.

Екологічний облік повинен виявляти та відображати у грошовій формі зовнішні ефекти (витрати). Вирішення цієї проблеми можливе за умови використання двох різних підходів:

1) внесення уточнень до системи традиційного обліку, перш за все, більш детальним і диференційованим відображенням екологічних аспектів підприємства, включаючи всі витрати на проведення природоохоронних заходів, а також змін, що викликаються ними, у бухгалтерському балансі підприємства;

2) реорганізація та розширення обліку, у тому числі за допомогою складання екобалансів для більш повного відображення зовнішніх екологічних витрат, як і ефектів виробничої діяльності [1, с. 12].

Для визначення впливу екологічної діяльності на діяльність підприємства в цілому необхідно виділяти у Звіті про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) окремим рядком доходи від

реалізації екологічно чистої продукції і собівартість такої продукції [1, с. 13].

Ведення синтетичного обліку екологічних витрат повинно ґрунтуватися на галузевих особливостях та специфіці діяльності конкретного підприємства. Згідно з П(С)БО 16 «Витрати», витрати на охорону навколишнього природного середовища передбачено включати до загальновиробничих витрат. Вважаємо, що залежно від виду екологічних витрат їх необхідно обліковувати на таких рахунках: 15 «Капітальні інвестиції», 23 «Виробництво», 91 «Загальновиробничі витрати», 92 «Адміністративні витрати», 94 «Інші витрати операційної діяльності» [1, с. 13].

Наведені рахунки за дебетом і кредитом кореспондують з іншими рахунками залежно від змісту господарської операції, що відбулася, згідно з Планом рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій [1, с. 14].

Як відомо, екологічні витрати є фундаментальним поняттям економіки природокористування, на якому заснований розвиток економічних аспектів природокористування.

Ведення бухгалтерського обліку екологічних витрат у запропонованих розрізах аналітичного обліку дасть змогу:

- ефективно управляти екологічними витратами;
- здійснювати аналіз екологічних витрат;
- формувати достовірну інформацію для національної екологічної статистики;
- здійснювати моніторинг стану довкілля [1, с. 14].

Екологічна діяльність підприємства пов'язана з відповідними витратами, які прямо чи опосередковано впливають на економічні показники його діяльності. Сума таких витрат у більшості підприємств значна, але на сьогодні бухгалтерський облік екологічних витрат ведеться безсистемно, вони не виокремлюються із загальної сукупності витрат. За існуючої організації бухгалтерського обліку це не дає змоги отримати достовірні дані про розміри, напрями та види природоохоронних витрат підприємств [1, с. 14].

У Плані рахунків бухгалтерського обліку необхідно передбачити рахунки, що відображають:

- виручку від продажу відходів;
- витрати на придбання екологічно чистої сировини;
- зарплату та премії за діяльність у сфері охорони навколишнього середовища;
- серед них амортизаційні відрахування природоохоронного устаткування;
- інші витрати на охорону навколишнього середовища [1, с. 14].

Для організації бухгалтерського обліку екологічних витрат необхідне вдосконалення нормативно-правового забезпечення обліку та вироблення облікової політики підприємства.

Зарубіжний досвід показує, що здійснення господарської діяльності повинно базуватися на свідомому екологічному управлінні бізнес-процесами будь-якого підприємства [2, с. 203].

Відображення в бухгалтерському обліку екологічних витрат має важливе значення, оскільки фінансова звітність містить інформацію про діяльність підприємства в галузі природокористування та його діяльність, що пов'язана із захистом довкілля. Виходячи з викладеного, ми розробили основні завдання бухгалтерського обліку екологічних витрат (див. рис.).

Відомо, що облікова політика, а відповідно й фінансова звітність підприємств у різних країнах мають певні відмінності. Це зумовлено соціальними, економічними та політичними чинниками. У таблиці наведемо порівняльну характеристику обліку екологічних витрат в Україні та у країнах світу [2, с. 202].

Як бачимо (див. табл.), врахування екологічних витрат, що виникають під час господарської діяльності підприємства, за національними стандартами дуже обмежене. Методика стандартизованого їх обліку в Україні надто недосконала. Тому необхідно переходити на міжнародні стандарти фінансової звітності.

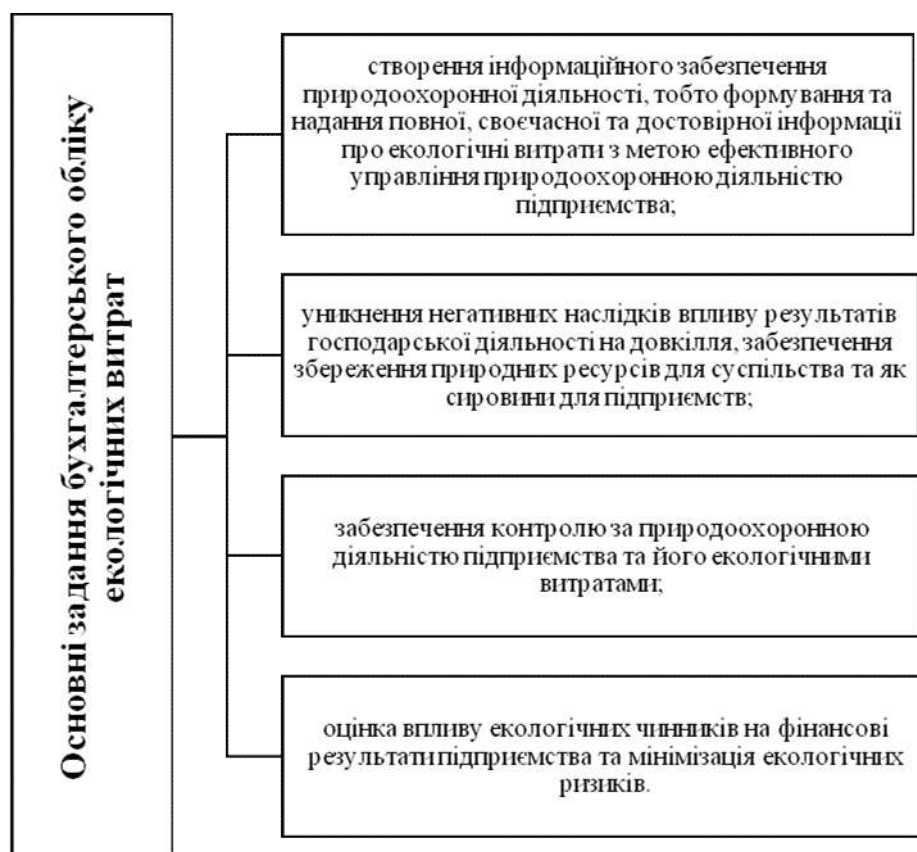


Рис. Основні завдання бухгалтерського обліку екологічних витрат.

В Україні відсутня надійна нормативно-правова база обліку та звітності, крім того, у підприємств нема мотивації для здійснення витрат на природоохоронні заходи. Усі ці питання потребують негайного вирішення та контролю з боку держави.

Таблиця

Порівняння особливостей врахування екологічних витрат на підприємстві за національними та міжнародними стандартами ведення фінансової звітності

Параметр порівняння	За національними стандартами	За міжнародними стандартами
1	2	3
Відношення до системи бухгалтерського обліку	Управлінський облік	Управлінський облік
Відображення екологічних витрат у звітності підприємства	Екологічні витрати не відображаються окремо, а повністю відносяться до собівартості виробленої продукції	Здійснення раціонального обліку та розподілу екологічних витрат, пов'язаних із господарською діяльністю
Систематизація обліку екологічних витрат	Облік та списання екологічних витрат ведеться безсистемно та за загальною методикою, без врахування їх особливостей	Врахування особливостей екологічних витрат під час здійснення їх обліку на підприємстві
Особливості облікової політики	Відсутнє врахування в обліковій політиці підприємства особливостей його господарської діяльності під час визначення екологічних витрат	Відкритість ведення документації, пов'язаної з обліком екологічних витрат та відповідно до отриманих результатів
Врахування в інвестиційній діяльності	Відсутня мотивація щодо врахування екологічних витрат, оскільки інвестори спостерігають саме за прибутковістю акцій	Врахування обсягу екологічних витрат під час здійснення інвестиційної діяльності (інвестори потребують інформації)

Оскільки в Україні негативний антропогенний вплив господарської діяльності людини на навколишнє природне середовище в декілька разів більший, ніж в інших країнах, то для нас це питання є дуже актуальним. Тому з метою покращання стану довкілля в Україні необхідне вдосконалення стандартів у сфері обліку екологічних витрат на основі міжнародних стандартів ведення фінансової звітності, удосконалення потребує й нормативно-правова база обліку та звітності відповідно до стандартів Європейського Союзу.

Список використаних джерел:

1. Савченко О. Ф., Даций О. І., Байда А. О., Зима Г. Ф. Екологічні витрати: проблеми права, обліку та оподаткування. *Економіка та держава*. 2015. № 5. С. 11-19.

2. Ілляшенко Т. О., Скобенко М. В. Відображення екологічних витрат за національними та міжнародними стандартами ведення фінансової звітності. *Економічні проблеми сталого розвитку*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. пам'яті проф. Балацького О. Ф. (м. Суми, 24-26 квіт. 2013 р.): у 4 т. / за заг. ред. О. В. Прокопенко. Суми : Сум. держ. ун-т, 2013. Т. 4. С. 201-203.
3. Екологічне управління: підручник / В. Я. Шевчук, Ю. М. Саталкін, Г. О. Білявський та ін. Київ: Либідь, 2004. 432 с.

Науковий керівник: Прокопишин Оксана Степанівна, кандидат економічних наук, доцент, Львівський національний аграрний університет

ОБЛІК РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ І ПІДРЯДНИКАМИ НА ПРИВАТНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Хмелюк Альона Василівна

*кандидат економічних наук, доцент, кафедра фінансів та обліку,
Дніпровський державний технічний університет*

Вовненко Аліна Миколаївна

Дніпровський державний технічний університет

Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» визначає нормативно-правові засади організації ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності [1]. Держава регулює організацію обліку з метою забезпечення єдиних принципів ведення бухгалтерського обліку та складання звітності для підприємств різних форм власності, зокрема і приватних.

Податковий кодекс України встановлює правові засади застосування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності, а також справлення єдиного податку [2]. А зміст і форму Фінансового звіту суб'єктів підприємницької діяльності регламентує П(С)БО 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» [5].

Отже, особливості організаційно-правової структури суб'єктів малого підприємництва обумовлюють специфіку організації обліку на малих підприємствах. В першу чергу це стосується форми бухгалтерського обліку як системи реєстрів обліку суб'єктів малого підприємництва, порядку та способу реєстрації в них.

Так, згідно з Методичними рекомендаціях по застосуванню реєстрів бухгалтерського обліку малими підприємствами від 25.06.2003 р. №422

[3] зазначено, що узагальнення інформації про господарські операції малі підприємства можуть здійснювати за:

1) *простою формою бухгалтерського обліку*, яку застосовують малі підприємства з незначним документообігом (кількістю господарських операцій), що провадять діяльність з виконання не матеріаломістких робіт і послуг та яка передбачає використання Журналу обліку господарських операцій. Для аналітичного обліку розрахунків з оплати праці, з дебіторами і кредиторами малі підприємства застосовують Відомість 3-м, підсумкові дані якої (без повторення записів, що здійснюються у Журналі безпосередньо з первинних документів) заносяться до Журналу обліку господарських операцій з позначенням у графі 3 «Відомість 3-м»;

2) *спрощеною формою бухгалтерського обліку*, яка передбачає узагальнення інформації про господарські операції у регістрах бухгалтерського обліку (табл. 1).

Таблиця 1. Облікові регістри спрощеної форми обліку згідно з Методичними рекомендаціями №422 від 25.06.2003 р.

Назва облікового регістру та призначення	Рахунки обліку
1	2
Журнал обліку господарських операцій	Всі рахунки
Відомість 1М Розділ I. Облік готівки і грошових документів Розділ II. (зворотна сторона) Облік грошових коштів та їх еквівалентів	30, 31
Відомість 2М Облік запасів	20, 21, 26
Відомість 3М Розділ I. Облік розрахунків з дебіторами і кредиторами, за податками й платежами, довгострокових зобов'язань і доходів майбутніх періодів Розділ II. (зворотна сторона) Облік розрахунків з оплати праці	37, 68, 64, 55, 69 66
Відомість 4М Розділ I. Облік необоротних активів та амортизації (зносу) Розділ II. (зворотна сторона) Облік капітальних і фінансових інвестицій та інших необоротних активів	10, 13 15, 14, 16, 18
Відомість 5М Розділ I. Облік витрат Розділ II. Облік витрат на виробництво Розділ III. Облік доходів і фінансових результатів Розділ IV. Облік власного капіталу, витрат майбутніх періодів, забезпечень майбутніх витрат і платежів	90, 91, 96 23 44, 70, 74, 79 40, 39, 47
Оборотно-сальдова відомість	Всі рахунки

Така побудова регістрів відповідає застосуванню спрощеного Плану рахунків та формуванню звітності відповідно до П(С)БО 25 (рис.2).

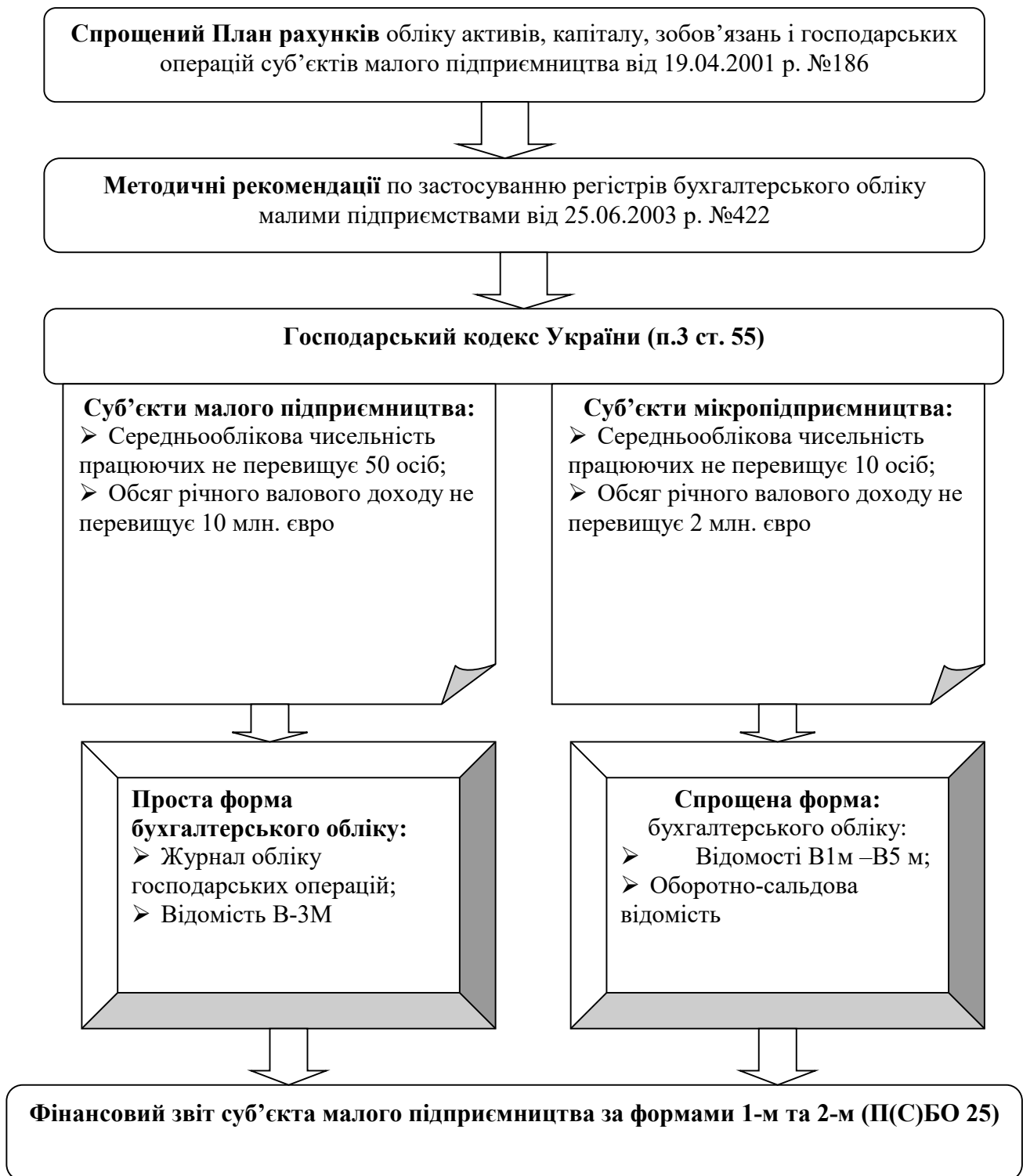


Рис.2. Схема організації спрощеної форми бухгалтерського обліку для малих підприємств

Дослідження виконано за матеріалами достовірної бухгалтерської звітності ПП «Продснаб». Підприємство зареєстровано Виконавчим комітетом Дніпропетровської міської ради 15.04.1999 року. Основний вид діяльності – виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості.

Вивчивши методику обліку розрахунків з постачальниками і підрядниками на підприємстві маємо відмітити певні зауваження та недоліки. Так, ПП «Продснаб» є суб'єктом малого бізнесу та має право на застосування спрощеної системи обліку і формування фінансової звітності. Крім того, при вивченні бухгалтерських записів встановлено, що їх здійснено з порушеннями Інструкції №291 «Про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій» [6]. Тому, з метою удосконалення обліку та встановлення єдиних методичних підходів в обліку розрахунків з постачальниками і підрядниками пропонуємо удосконалену методику, яка передбачає у випадку застосування авансових платежів використовувати рахунок 371 «Розрахунки за виданими авансами» (табл.2).

Таблиця 2. Аналітичний облік рахунку 631 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками» на ПП «Продснаб» за період лютий 2016 року

Зміст	Діюча методика обліку			Удосконалена методика		
	Дебет	Кредит	Сума, грн.	Дебет	Кредит	Сума, грн.
1.Перша подія-здійснено передоплату за продукцію (пшениця)	631	311	308000,00	371	311	308000,00
2.Відображено податковий кредит з ПДВ	6415	6441	51333,33	641	644	51333,33
3. Оприбутковано продукцію (пшениця)	201	631	254666,67	201	631	254666,67

Згідно з чинним законодавством підприємство самостійно визначило форму обліку, про що зазначається в Наказі про облікову політику. Журнально-ордерна форма обліку ґрунтується на принципі накопичення. Її суть полягає в тому, що для обліку однорідних господарських операцій використовуються накопичувальні відомості.

Теоретично дана форма обліку передбачає використання журналів-ордерів, тобто реєстрів систематичного запису, призначених для відображення кредитових оборотів. Аналітичний облік ведеться за допомогою відомостей аналітичного обліку .

До основних принципів журнально – ордерної форми належать: побудова журналів-ордерів за кредитовою ознакою; широке застосування накопичувальних журналів і допоміжних відомостей; скорочення кількості облікових реєстрів і усунення зайвих облікових записів;

поєднання в одному реєстрі хронологічного і систематичного запису; зазначення в журналах- ордерах кореспонденції рахунків; використання листа - розшифровки (розроблювальної таблиці); поєднання в одному журналі-ордері декількох економічно взаємопов'язаних синтетичних рахунків; забезпечення по ряду рахунків поєднання синтетичного і аналітичного обліку; максимальне використання шахових відомостей і лінійно – позиційного способу.

Отже, журнально-ордерна форма обліку включає такі облікові реєстри: журнали-ордери; відомості (накопичувальні та групувальні); розроблювальні таблиці; Головну книгу.

Накопичувальні та групувальні відомості використовують для складання фінансової звітності. Крім журналів-ордерів господарські операції відображаються у Головній книзі. Вона слугує для узагальнення даних журналів, взаємодії перевірки правильності записів на окремих рахунках і складання фінансової звітності. У Головній книзі відображаються підсумки оборотів по кредиту рахунків. При цьому кредитовий оборот із журналу-ордера за певним рахунком переноситься загальною сумою, а дебетовий оборот кожного рахунка Головної книги формується з різних журналів.

Таким чином, розглянувши основні принципи організації обліку розрахунків з постачальниками і підрядниками приватного підприємства ПП «Продснаб» нами встановлено, що методика обліку є недосконалою та потребує певних виправлень та уточнень. З метою удосконалення обліку та застосування єдиних методологічних підходів щодо обліку розрахунків з постачальниками і підрядниками розроблені рекомендації, що передбачають виправлення помилок та застосування правильних бухгалтерських записів.

Список використаних джерел:

1. Закон України № 996-XIV від 16.07.99р. «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» //: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14-155>
2. Податковий кодекс України: чинне законодавство станом на 10 грудня 2010 року:- К.: Алеута; Центр учбової літератури, 2011. – 488с.
3. Методичні рекомендації по застосуванню реєстрів бухгалтерського обліку малими підприємствами №422 від 25.06.2003р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.nau.ua/doc/?doc_id=196041.
4. Методичні рекомендації із застосування реєстрів бухгалтерського обліку малими підприємствами №720 від 15.06.2011р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article%>.

5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 "Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва" N 1591 від 09.12.2011р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PSBO25.aspx>.
6. Інструкція про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затв. наказом МФУ від 30.11.99 р. №291 // Все про бухгалтерський облік. – 2011. – №12. – С.59-120.
7. Хмелюк А.В. Статистична оцінка діяльності підприємств малого бізнесу: проблеми інформаційного забезпечення [Електронний ресурс]/ А.В.Хмелюк// Ефективна економіка. – 2013. – №12

МЕТОДИ КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ: ВІТЧИЗНЯНА ПРАКТИКА

Хмелюк Альона Василівна

*кандидат економічних наук, доцент, кафедра фінансів та обліку,
Дніпровський державний технічний університет*

Спекова Олександра Романівна

Дніпровський державний технічний університет

Конкурентоздатність вітчизняних підприємств на внутрішніх та зовнішніх ринках збуту спонукає їх не лише звертати увагу на забезпечення високої якості продукції та задоволення потреб споживачів, але й орієнтуватись на обсяг понесених при цьому виробничих витрат та підходи до визначення собівартості продукції. Підприємства повинні знаходити не лише напрями збільшення доходів, а й мінімізації витрат через застосування різних методів калькулювання собівартості продукції.

Сучасне визначення «методу калькулювання» розкривається як сукупність прийомів розподілу витрат підприємства за калькуляційними статтями та віднесення їх до об'єкта калькулювання.

Калькулювання собівартості продукції на підприємствах здійснюється відповідно до національного Положення (стандарту) бухгалтерського обліку (П(С)БО) 16 «Витрати», методичних рекомендацій з формування собівартості продукції та самостійно розроблених методик.

Питанням методології управлінського обліку в частині методів калькулювання собівартості продукції займалися як зарубіжні науковці, зокрема, Х. Гант, Ч. Гаррісон, К. Друрі, Г. Емерсон, Ч. Хорнгрен, так і вітчизняні вчені-економісти, зокрема: І.А. Білоусова, Ф.Ф. Бутинець, С.Ф. Голова, Л.В. Нападовська, М.І. Скрипник, В.В. Сопко, М.Г. Чумаченко та ін.

Аналіз наукових праць показав, що немає єдиного підходу до класифікації методів калькулювання собівартості. У підходах науковців існують відмінності: деякі ототожнюють методи обліку витрат і калькулювання, інші – окремо виділяють методи калькулювання в розрахунку собівартості продукції.

М. Врублевський [1] відзначає, що управлінський облік витрат виробництва складається з двох складових – власне обліку витрат на виробництво і калькуляційного обліку собівартості продукції.

М. Вахрушина [2] групує методи обліку витрат і калькулювання за трьома ознаками, а саме за: 1) об'єктами обліку витрат (попроцесний, попередільний, позамовний, метод обліку (калькулювання) витрат за функціями – ABC метод); 2) повнотою врахованих витрат (калькулювання повної та неповної собівартості); 3) оперативністю обліку і контролю витрат (облік фактичної собівартості і нормативних витрат).

О. Лишиленко [3] прирівнює методи обліку витрат до методів калькулювання, розглядаючи метод калькулювання (визначення собівартості) як сукупність способів аналітичного обліку витрат на виробництво, а також економічних розрахунків з метою визначення собівартості продукції, робіт, послуг.

Метою роботи є – розкриття теоретичних аспектів суті методів калькулювання собівартості продукції та здійснення порівняльного аналізу вітчизняної та світової практики.

У вітчизняній і зарубіжній практиці бухгалтерського та управлінського обліку використовується більше десятка методів калькулювання та обліку витрат. М.Б. Кулинич та В.В. Фреюк відмічають: «ні в офіційних документах, ні в спеціальній літературі, не вказано конкретного переліку методів обліку витрат і методів калькулювання, які є рекомендованими для використання підприємствами різних галузей промисловості» [4].

Тож, ми погоджуємось з думкою М.І. Скрипник стосовно того, що несистематизоване викладення сутності методів як у науковій, так і в спеціальній літературі значно ускладнює можливість чіткого розуміння в їх особливостях [5].

Традиційні методи калькулювання собівартості продукції зображено в таблиці 1.

Таблиця 1 - Традиційні методи калькулювання собівартості продукції

Метод калькулювання	Коротка характеристика методу
Позамовний метод (Job order cost system)	- застосовують в основному для індивідуального виробництва з механічними процесами обробки матеріалів при виготовленні екземплярів складних видів продукції і дослідних зразків, що не повторюються, а також в допоміжних виробництвах;

Попроцесний метод (Process cost system)	- використовують у виробництві одноманітної продукції (послуг) в безперервному або в такому, що складається з операцій, що постійно повторюються, виробничому процесі, коли відсутня необхідність уточнювати витрати для кожної одиниці;
Нормативний метод	- затрати обліковуються за встановленими нормативами, а собівартість продукції калькулюється ще на стадії планування виробництва. Метод широко застосовується в сільському господарстві;
Фактичний метод	- собівартість продукції калькулюється як сума фактично понесених затрат;
Змішаний метод	- прямі затрати обліковують за фактичними даними, а накладні – за середнім коефіцієнтом розподілу.

Наведені калькуляційні системи зорієнтовані переважно на виробничий етап життєвого циклу продукції, через це витрати, що на пряму не відносяться до етапу виробництва не співставляються з продукцією, яка є джерелом виникнення цих витрат. В результаті менеджери отримують недостовірну інформацію про собівартість продукції й можуть прийняти невірне управлінське рішення.

З виходом вітчизняних підприємств на міжнародні ринки та підвищенням вимог до надійності показника собівартості продукції все частіше застосовуються зарубіжні прогресивні методи калькулювання собівартості, що зображені в таблиці 2.

Основною проблемою таких методів як кайзер-костинг, таргет-костинг, система управління менеджментом, бенчмаркінг, є те, що вони є теоретичним плануванням прибутку і не можуть бути інструментом для визначення собівартості продукції. У вітчизняній практиці організації обліку витрат і калькулювання собівартості застосування методів таргет-костинг та кайзер-костинг принесе очікуваний результат в галузях, які займаються випуском соціально важливих видів продукції та виконують соціально затребувані роботи і послуги (транспорт, харчова промисловість, будівництво, житлово-комунальне господарство).

Таблиця 2 – Світова практика калькулювання собівартості продукції

Метод калькулювання	Коротка характеристика методу
ABC-костинг (activity – ased costing)	ґрунтується на принципі розподілу витрат на прямі і накладні. При чому непрямі витрати розподіляються не пропорційно певній базі (як при традиційних методах), а за допомогою індексу розподілювача – фактора, що має причинно-наслідковий зв'язок з витратами (наприклад, людино-години, машино-години, площі офісних і виробничих приміщень тощо). Переваги методу: підвищення обґрунтованості віднесення накладних витрат на конкретний продукт; точніше калькулювання собівартості; забезпечення взаємозв'язку отриманої інформації з процесом формування витрат;
Директ-костинг	метод неповної собівартості; обчислення собівартості тільки на основі прямих (змінних) виробничих витрат. Система виступає певним об'єднанням для управлінського та фінансового обліків;

Абзорпшен-костинг	- ґрунтується на тому, що до виробничої собівартості включаються всі виробничі витрати незалежно від того, є вони постійними чи змінними;
Таргет-костинг	застосовується на етапі проектування нового виробу або модернізації застарілої продукції. Даний метод розглядає собівартість не як заздалегідь розрахований за нормативами показник, а як величину, до якої повинна прагнути організація (цільова собівартість), щоб запропонувати ринку конкурентний продукт. Дана система формування собівартості ефективна в умовах, коли підприємство займається самостійною науково-дослідницькою діяльністю, здійснює розробку, виробництво товару, а отже, може безпосередньо впливати на рівень витрат на всіх етапах життєвого циклу товару.
Кайзен-костинг	зміст системи полягає у досягненні цільової собівартості продукції та пошуку шляхів зниження витрат до цільового рівня на стадії виробництва. Перевагою кайзен-костингу є те, що він забезпечує постійне зменшення витрат і утримання їх на заданому рівні, а основним недоліком є необхідність мотивації працівників і корпоративної культури. Взаємодія методів таргет-костингу та кайзен-костингу дасть змогу ефективно управляти собівартістю;
Lifecycle costing (LCC)	вимірювання й накопичення всіх фактичних витрат, пов'язаних із певним виробом упродовж його життєвого циклу;
Калькулювання за системою «точно в строк» (just – in – time – JIT)	застосовується при відмові від виробництва крупними партіями і створення безперервного – поточного виробництва. Мета: знищення зайвих витрат і ефективне використання виробничого потенціалу підприємства. Використання цієї методики дозволяє підприємству позбавитися від зайвих витрат шляхом скорочення непродуктивних витрат;
Метод ФВА (функціонально-вартісний аналіз)	метою цього методу є вдосконалення корисних функцій виробів за умови забезпечення вдалого співвідношення між витратами на їхнє виготовлення. Важливою умовою для функціонування ФВА є наявність у штаті підприємства досвідчених аналітиків, здатних правильно розподілити функції виробів, відстежити їхню динаміку та поведінку;
Кост-кліринг	метою методу є швидке скорочення витрат підприємства. Недоліком кост-клірингу є значна жорсткість, бо він передбачає зменшення витрат на заробітну плату і скорочення персоналу.

Запровадження директ-костингу, абзорпшен-костингу, ABC-методу на підприємствах України дозволить знайти нові, нестандартні рішення в ситуаціях, що вимагають інноваційного мислення. ABC-метод варто використовувати в галузях з більшою часткою в собівартості продукції накладних розподілених витрат, що дозволить відслідковувати причини виникнення накладних витрат і їх розподілу між об'єктами обліку на підставі фактичних вимірників.

Отже, розглянувши різні методи обліку та калькулювання витрат, стає зрозумілим, що перед підприємством стоїть непростий вибір, який повинен бути обґрунтованим поставленою метою виробництва. Керівництву підприємства важливо чітко встановити відмінності між ними, а також зрозуміти, як саме вибір того чи іншого методу позначиться на фінансовому результаті діяльності підприємства та яким чином

можливе удосконалення системи виробництва шляхом синтезу кількох найбільш оптимальних методів управління.

Якщо великі підприємства володіють додатковим резервом у формі «ефекту масштабу» (зниження питомих постійних витрат, що припадають на одиницю продукції, із зростанням рівня діяльності), то малі не можуть дозволити собі суттєвого нарощування обсягів виробництва без додаткових вкладень, тож стає необхідним пошук нетрадиційних підходів в оптимізації калькулювання собівартості продукції.

Порівняльний аналіз методів калькулювання свідчить про окремі переваги та недоліки будь-якого методу, а також про необхідність пошуку шляхів адаптації відповідних методичних підходів до того чи іншого виду діяльності. Застосування зарубіжних методів обліку витрат і калькулювання собівартості продукції у вітчизняній практиці вимагає значних змін традиційних підходів до калькулювання, перегляду поглядів на його значення в управлінні діяльністю компанії. Вітчизняним компаніям варто відмовитись від затратного методу ціноутворення, використовувати ціну готової продукції в якості інструменту управління його собівартості і підвищення його конкурентоздатності.

Таким чином, на нашу думку, жоден із методів (вітчизняних та зарубіжних) не дає абсолютного релевантного результату, тому в ідеалі управлінська система має компонувати в собі основні концепції стандартного обліку з урахуванням сучасних міжнародних методичних підходів.

Список використаних джерел:

1. Врублевский Н. Д. Управленческий учет издержек производства и себестоимости продукции в отраслях экономики: Учеб. пособие / Н. Д. Врублевский – М.; ред. журнала «Бухгалтерский учет», 2011. – 154 с.
2. Вахрушина М. А. Бухгалтерский управленческий учет: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / М. А. Вахрушина. – 8-е изд., испр. – М. : Издательство «Омега-Л», 2010. – 570 с.
3. Лишиленко О. В. Бухгалтерський управлінський облік. Навч. посіб. / О. В. Лишиленко – К., Вид-во «Центр навчальної літератури», 2006. – 254 с.
4. Кулинич М.Б., Фреюк В.В. Взаємозв'язок методів калькулювання і методів обліку витрат у вітчизняній і міжнародній обліковій практиці / М.Б. Кулинич, В.В. Фреюк // АГРОСВІТ.– 2014. – № 7. – С. 63-68.
5. Скрипник М. І. Позамовний та попроцесний методи калькулювання собівартості продукції: переваги та недоліки / Випуск 1(69) 2015 р. Серія «Економіка» 234 М. І. Скрипник // Економічні науки. Серія : Облік і фінанси. – 2011. – Вип. 8. – С. 412–423.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ

Чусова Владислава Дмитрівна

студентка, Одеський національний економічний університет

Кубік Валентина Дмитрівна

старший викладач кафедри бухгалтерського обліку та аудиту, Одеський національний економічний університет

Розвиток національної економіки України в умовах поглиблення Європейської інтеграції потребує розширення та актуалізації зовнішньоекономічної діяльності, що передбачає покращення рівня забезпечення облікового відображення операцій зовнішньоекономічної діяльності. Нормалізувати економіку України неможливо без належної організації зовнішньоекономічних зв'язків. Зовнішньоекономічна діяльність є однією з пріоритетних для українських підприємств, яка передбачає реформування бухгалтерського обліку, що характеризується наявністю певних прорахунків і неузгодженостей.

Для успішного ведення господарської діяльності необхідно створити ефективну та надійну систему бухгалтерського обліку, яка забезпечить дотримання законності, достовірності, своєчасності, повноти інформації про здійснення експортно-імпортних операцій. Положення Угод про Зону вільної торгівлі між Україною та Канадою, СОТ та в частині запровадження вільної торгівлі між Україною та державами членами Європейського Союзу визначають особливості бухгалтерського обліку зовнішньоекономічної діяльності підприємств України.

Теорія та практика обліку й аналізу експортно-імпортних операцій потребує запровадження заходів удосконалення: поліпшення обліку експортно-імпортних операцій оптимізацією як основного джерела інформації для прийняття обґрунтованих управлінських рішень; розробку нових методичних підходів до проведення аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства, що відповідають сучасним інформаційним потребам користувачів і можливостям інформаційних технологій; коригування термінів у податковому законодавстві відповідно до дефініцій бухгалтерського обліку; відповідність методики визнання доходів і витрат у бухгалтерському обліку та доходів і витрат у податковому; визначення порядку оподаткування операцій у іноземній валюті, що передбачає формування показників, тотожних даним бухгалтерського обліку [1].

Бухгалтерський облік є основним інформаційним джерелом для прийняття управлінських рішень в сфері зовнішньоекономічної діяльності. Документування експортно-імпортних операцій інтерпретується на всіх етапах реалізації зовнішньоекономічних операцій та забезпечується достовірністю даних, що відображаються в бухгалтерському обліку. Потребує удосконалення система

документування зовнішньоекономічної діяльності на початковому етапі реалізації операції, що спричинено невизнанням в обліку окремих витрат діяльності, пов'язаних з підготовкою до укладання зовнішньоекономічних контрактів [2, с. 16-18]. Всі питання відображення в обліку експортно-імпортних операцій слід прописати в наказі про облікову політику. Формування облікової політики підприємства в сфері ЗЕД, вибір комплексу елементів облікової політики щодо конкретних об'єктів обліку та звітності, має бути чітко підпорядковане стратегічній меті підприємства [3, с. 251].

Підставою для обліку імпортно-експортних операцій є договірні, супроводжувальні, дозвільні, митні, страхові, розрахунково платіжні та претензійні документи [4]. Удосконалення ведення документації на підприємстві, що займається зовнішньоекономічною діяльністю передбачає впровадження наступних напрямків: ведення реєстрів та журналів, які забезпечують упорядкування інформаційних джерел про реалізовані зовнішньоекономічні операції з врахуванням їх поділу на основні види; розкриття фінансової та нефінансової інформації здійснених господарських операцій з метою створення підстави формування для показників бухгалтерської звітності; розкриття інформації у внутрішніх документах у валюті здійснення операцій [2, с. 21].

Звертаючись до міжнародного досвіду, можливо визначити, що для покращення функціонування механізмів обліку і контролю зовнішньоекономічної діяльності підприємств важливим заходом є введення служби внутрішнього (управлінського) контролю, які очолюють внутрішні аудитори. Для покращення методики бухгалтерського обліку операцій доцільно застосовувати правила ІНКОТЕРМС, що визначають момент визнання в бухгалтерському обліку доходів, витрат і активів, отриманих у результаті експортно-імпортних операцій [1].

З метою ефективної організації бухгалтерського обліку необхідно провадити інтеграційний підхід, відповідно до якого напрямами облікової політики є організаційне (організаційні аспекти роботи облікового персоналу), технічне (організація техніки ведення бухгалтерського обліку), методичне (вибір альтернативних методик обліку експортно-імпортних операцій, оптимізація оподаткування експортно-імпортних операцій), управлінське (забезпечення адекватного і стандартизованого відображення в обліку та звітності операцій зовнішньоекономічної діяльності з метою контролю та управління) та аналітичне (оцінка зовнішньоекономічної діяльності на основі сформованої інформаційної бази для проведення аналізу з метою розробки стратегії підприємства) забезпечення [5]. Вищезазначений підхід забезпечить раціональне ведення бухгалтерського обліку та дієвість системи внутрішнього контролю зовнішньоекономічної діяльності.

Дослідження розвитку обліку експортно-імпортних операцій суб'єктів господарювання свідчить про відсутність єдиного підходу до забезпечення їх обліку і аналізу, що призводить до серйозних порушень

валютного, податкового та митного законодавства. Вищезазначене потребує поліпшення обліку зовнішньо-економічної діяльності шляхом його оптимізації як основного джерела інформації для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, що відповідають сучасним економічним реаліям.

Список використаних джерел:

- 1 Скрипник Маргарита Іванівна. Методологія та організація обліку і аналізу експортно-імпортних операцій (на прикладі підприємств пивобезалкогольної галузі України) : автореф. дис ... канд. екон. наук: 08.06.04. / Маргарита Іванівна Скрипник . – Київ : Б.в., 2005 . – 20 с.
- 2 Гордополов В.Ю. Методологічні положення бухгалтерського обліку експортно-імпортних операцій підприємств / В.Ю. Гордополов // Агросвіт. – 2018. – № 13. – С. 15-27.
- 3 Кубік В.Д. Роль і значення облікової політики в організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства/ В.Д. Кубік, Т.С. Сеннікова // Матеріали інтернет-конференції «Актуальні проблеми сьогодення у сфері фінансів, обліку та аудиту» 24-25 травня 2016 року м. Хмельницький ХКТЕІ кафедра фінансів, обліку та аудиту – 2016 - с. 248-251
- 4 Оляднічук Н.В. Облік експортно – імпортних операцій / Н.В. Оляднічук, О.Д. Підлубна // Облік і фінанси. – 2017. – № 1 (75). – 2017. – С. 48-56.
- 5 Венцель В. Т. Бухгалтерський облік і контроль експортно – імпортних операцій: теорія, методика, організація: автореф. дис ... канд. екон. наук: 08.00.09. / Віктор Тарасович Венцель; Житомирський державний технологічний університет – Житомир, 2012 . – 21 с.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА КОНТРОЛЮ ВИТРАТ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Шинкар Юлія Степанівна

*студентка, Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Розуміння особливостей обліку та контролю за витратами є необхідною умовою ефективного управління державними фінансами. Фіскальні правила, середньострокові бюджетні плани та річні бюджети не мають сенсу, якщо витрати не можна контролювати під час виконання. Відсутність розуміння особливостей обліку та ефективного контролю за витратами не лише загрожує макроекономічній стабільності та фіскальній дисципліні, але також може поставити під сумнів цілісність системи державного фінансового управління та підірвати довіру до Уряду, який керує державними ресурсами. Незважаючи на те, що інституційні

механізми отримання державних надходжень, як правило, досить централізовані в національному податковому органі, витрати цих ресурсів включають широкий спектр державних установ на різних рівнях влади, навіть у країнах з відносно централізованими системами управління державними фінансами.

Бухгалтерський облік витрат в бюджетних установах є одним із найбільш специфічних та трудомістких об'єктів обліку за контролем, рухом та наявністю бюджетних та позабюджетних коштів. Такий об'єкт обліку як витрати бюджетних установ та організацій потребують детального дослідження.

Діяльність бюджетних установ передусім спрямована на задоволення соціальних та культурних потреб суспільства та держави. Відповідно до Бюджетного кодексу України бюджетна установа – це заклад, установа чи організація, яка створена органами державної влади, та здійснює свою діяльність виключно за рахунок коштів, що надходять із державного чи місцевого бюджетів [1].

Бухгалтерський облік у сфері державного фінансування є однією з найбільш важливих складових в державному секторі України, так як він здійснює контроль за наявністю та рухом бюджетних коштів, систематичний облік виконання кошторисів; виконує управлінську, інформаційну, контрольну функції; ґрунтується на відповідних принципах: достовірність, повнота бухгалтерського обліку, незалежність, законність, та інші; має свій відповідний предмет та методики ведення, що досить сильно відрізняє його від бухгалтерського обліку в сферах підприємницької діяльності [2].

Під витратами розуміють державні платежі, які не створені і не компенсують фінансові вимоги. Вони є основою для результатів виконання кошторису доходів і витрат, його аналіз, який має на меті виявлення внутрішніх резервів. Витрати – це зменшення грошових коштів чи збільшення кредиторської заборгованості для отримання або поповнення продуктивних сил суб'єкта державного сектору.

Особливість обліку та контролю витрат у бюджетних установах полягає в тому, що витрати поділяються на витрати за обмінними та витрати за необмінними операціями. Витрати за обмінними операціями включають такі елементи витрат: оплата праці; нарахування на заробітну плату; матеріальні витрати; амортизація; фінансові витрати; та інші витрати за обмінними операціями. Що ж стосується витрат за необмінними операціями, то вони включають такі елементи витрат: трансферти та інші витрати за необмінними операціями. Для обліку витрат за обмінними операціями використовуються рахунки 8 класу за виключенням рахунків 85 групи, які використовуються для обліку витрат за необмінними операціями.

Отже, для ефективного контролю за витратами бюджетних установ для початку потрібно розуміти особливості обліку у даній сфері, виявити специфічні проблеми та недоліки контролю за витратами, уряду потрібно розробити інструменти та заходи щодо їх подолання. Реформи для вирішення питань щодо виконання бюджету можуть вимагати чіткого уточнення процедур виконання бюджету, впровадження або вдосконалення системи управління ризиками, вдосконалення системи гарантій / розподілів бюджету, встановлення контролю за зобов'язаннями, посилення управління грошовими коштами, впровадження обліку за методом накопичення тощо. Реформи, що проводяться на вищому рівні, такі як запровадження середньострокового фіскальні / бюджетні рамки, зміни до бюджетного календаря, покращення витрат бюджетної політики та програм або збільшення розміру або управління резервами на випадок непередбачених обставин також може знадобитися для зміцнення довіри до бюджету та контролю за витратами бюджетних установ.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Ляшенко О.С. Бухгалтерський учет в бюджетных учреждениях: краткая энциклопедия / О. С. Ляшенко // Всё о бухгалтерском учете. – 2010. – № 38. – С. 33-36.

Науковий керівник: Цятковська Олена Віталіївна, кандидат економічних наук, доцент, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ОЦІНКА ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ХІМІЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ПАТ «ДНІПРОАЗОТ»

Хмелюк Альона Василівна

*кандидат економічних наук, доцент, кафедра фінансів та обліку,
Дніпровський державний технічний університет*

Романова Світлана Віталіївна

Дніпровський державний технічний університет

Кінцевим позитивним результатом господарської діяльності підприємства є прибуток [1]. Підприємства, в першу чергу виробничі (хімічні) не здійснюють господарську діяльність лише заради власного задоволення. Звичайно ефектом їх діяльності є одержання прибутку. А основною умовою отримання прибутку є додержання співвідношення, щоб вартість використаних ресурсів була менша ніж вартість проданих товарів, тобто підприємство може отримати прибуток у тому разі, коли воно добавляє вартість до використовуваних ресурсів. Тому основним напрямом аналізу фінансово-господарської діяльності є оцінка ділової активності підприємства.

Дослідженням питань ділової активності підприємства та методики її оцінки займалися багато вчених, зокрема: В.В. Вітлінський, Н.В. Бугас, А.П. Дорошенко, В. П. Губачов, Г.В. Костюк, А.М. Лебедева, Є.В. Мних, Є.М. Руденко, В.Я. Фаріон та ін. Але, не зважаючи на значні доробки, питання аналізу ділової активності підприємств висвітлені недостатньо, не існує єдиного методологічного підходу до його оцінки.

Ми погоджуємося з думкою багатьох вчених, щоб приймати ефективні рішення і мати можливість впливати на середовище, в якому доводиться діяти підприємству, йому необхідно здійснювати пошуки найкращих взаємозв'язків між набором економічних ресурсів і кількістю економічних благ, що виготовляються за допомогою цих ресурсів. Оцінка ділової активності – це основа, на якій ґрунтуються раціональні й ефективні рішення про обсяги та об'єкти витрачання майна (активів).

Зауважимо, що чистий прибуток, як показник ділової активності підприємства, використовується одним з трьох способів: зростання активів – всього, що має цінність і належить підприємству. Будь-яке зростання активів – це формування чистого прибутку; зменшення зобов'язань. Всі доходи, які надходять на підприємство, можуть

використовуватись для зменшення зобов'язань; виплата дивідендів – доходу власникам підприємства.

Ділова активність підприємства характеризується абсолютними і відносними показниками використання ресурсів та обсягами господарської діяльності. Пропонуємо здійснювати аналіз ділової активності за двома основними напрямками:

- оцінка динаміки абсолютного розміру формування фінансових результатів;

- оцінка рентабельності (ефект використання ресурсів та капіталу).

Дослідження виконано за матеріалами достовірної фінансової звітності ПАТ «ДніпроАзот», якому понад 60 років [2]. Основним предметом діяльності ПАТ «ДніпроАзот» є виробництво різноманітної хімічної продукції (мінеральних добрив, кислот, луги, продуктів хлорорганічного синтезу) та її комплексне використання шляхом переробки у споживчі товари, включаючи товари народного споживання або комплектуючі вироби до них; збут виробленої продукції та здійснення комерційної діяльності шляхом утворення власної системи збуто-постачальних підрозділів; зовнішньоекономічна діяльність відповідно до вимог чинного законодавства.

Ділова активність ПАТ «ДніпроАзот» знаходить своє відображення, насамперед, у досягнутих абсолютних показниках, які характеризуються розміром обсягів господарської діяльності, доходу (виручки), фінансових результатів, податками. Дохід від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг на ПАТ «ДніпроАзот» щорічно збільшується на відміну від чистого доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг. Так, в 2016 році валове надходження економічних вигід збільшилося на 107,26% у порівнянні з 2013 роком та на 45,33% у порівнянні з 2014 роком. Чистий дохід від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг збільшився на 171505 тис. грн у порівнянні з 2014 роком та на 6,6 % зменшився у порівнянні з 2015 роком.

Собівартість реалізованої продукції має тенденцію до збільшення. Так, собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) в 2016 році в порівнянні з 2014 роком збільшилась на 28,51%, а в порівнянні з 2015 роком знизилась на 20,0%. Валовий прибуток на ПАТ «ДніпроАзот» має аналогічні тенденції (рис.1).

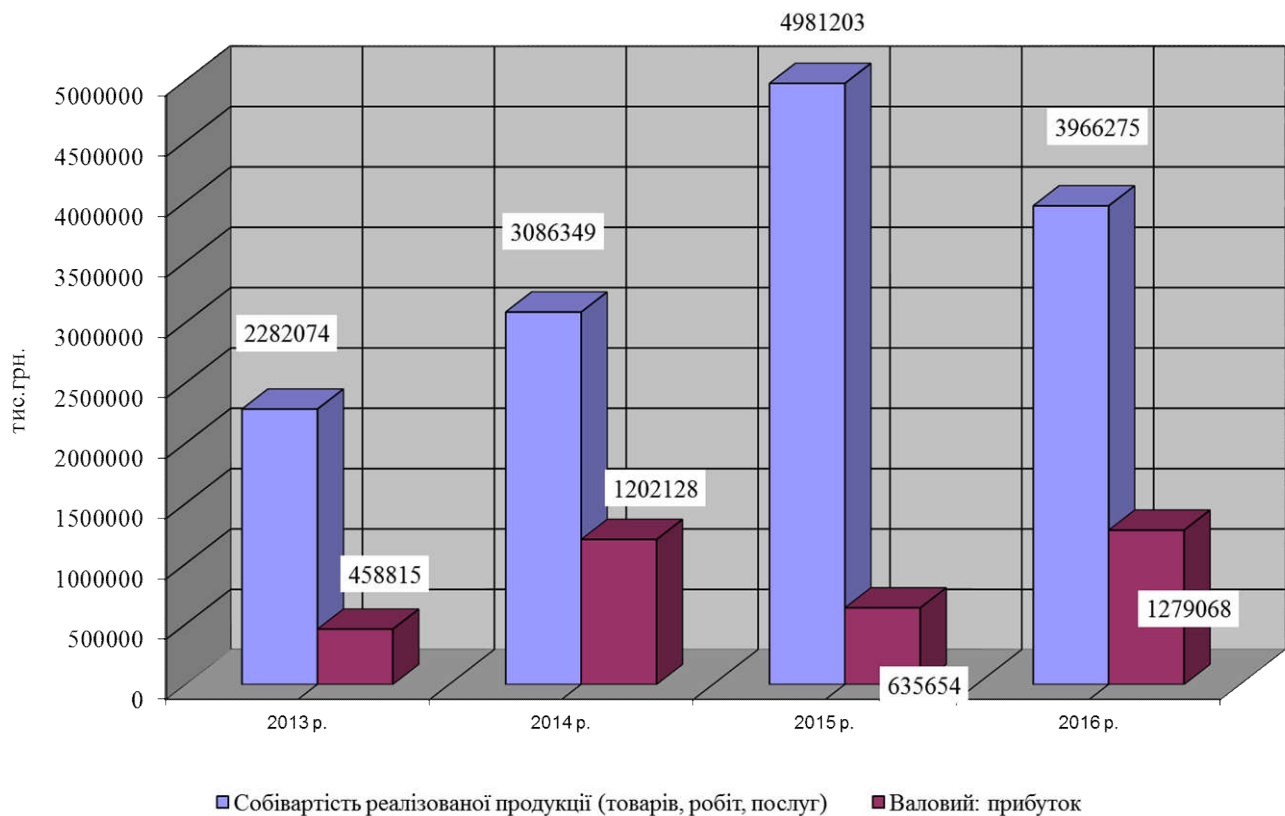


Рис. 1 Динаміка показників собівартості та валового прибутку ПАТ «ДніпроАзот»

Джерело: особисті розрахунки авторів за даними фінансової звітності

Таким чином, маємо відмітити, що в досліджуваному періоді спостерігається збільшення обсягів реалізації продукції (робіт, послуг), збільшення собівартості реалізації продукції (робіт, послуг) і збільшення валового прибутку. Найвищий рівень собівартості продукції спостерігається у 2015 році і відповідно найменший рівень валового прибутку у даному періоді, що є абсолютно незакономірним та потребує вивчення та пояснення.

Слід відмітити, що абсолютна більшість вітчизняних вчених вважають, що ділова активність — це комплексна характеристика, яка втілює різні аспекти діяльності підприємства, а тому визначається системою таких критеріїв, як місце підприємства на ринку конкретних товарів, географія ділових відносин, репутація підприємства як партнера, активність інноваційно-інвестиційної діяльності, конкурентоспроможність [4]. Таким чином, ділова активність може характеризуватись динамікою показників ефективності виробничо-господарської діяльності в цілому. Позитивна динаміка цих показників сприятиме зміцненню фінансового стану підприємства.

"Золоте правило" економіки підприємства передбачає додержання умови, за якої темпи зростання прибутку підприємства мають

перевищувати темпи зростання обсягів продажу, а останні повинні бути вищими за темпи зростання активів (майна).

Це співвідношення можна відображають формулою:

$$T_n \setminus T_{pn} \setminus T_a \setminus 100\% \quad (1)$$

де T_n , T_{pn} , T_a — темпи зростання прибутків, обсягів реалізації продукції і активів.

Таким чином маємо, що 2016 році в порівнянні з 2014 роком «золоте правило економіки» розвитку ПАТ «ДніпроАзот» діє:

$$293,59 \setminus 148,6 \setminus 140,8 \setminus 100\%.$$

А в 2016 році в порівнянні з попереднім роком ні:

$$46,44 \setminus 93,38 \setminus 69,60 \setminus 100\%.$$

Звичайно, абсолютні показники характеризують лише динаміку обсягів, розмірів фінансових результатів. З метою виявлення співвідношень досліджуваних показників необхідно застосовувати відносні величини. Тому наступним етапом аналізу ділової активності підприємства є оцінка ефективності використання активів та ресурсів підприємства шляхом аналізу рентабельності.

Як відомо, що рентабельність - це показник, що характеризує економічну ефективність, відносний показник, що порівнює отриманий ефект із витратами ресурсів, використаними для досягнення цього ефекту. Для розрахунку коефіцієнтів рентабельності найчастіше використовується чотири різних показники: валовий прибуток (р.2090 форми №2), операційна прибуток (р.20190 форми №2), прибуток до оподаткування (р.2290 форми № 2), чистий прибуток (р. 2350 форми № 2).

В процесі подальшого аналізу було вивчено динаміку показників рентабельності. Коефіцієнти рентабельності представлені в табл.1.

Таблиця 1. Динаміка коефіцієнтів рентабельності ПАТ «ДніпроАзот»

Показники	2014 рік	2015 рік	2016 рік	Коефіцієнт зміни, % 2016/2014	Коефіцієнт зміни, % 2016/2015
1	3	4	5	6	
1. Рентабельність сукупного капіталу	0,289	3,762	6,640	2294,47	176,49
2. Рентабельність власного капіталу	2,190	13,545	5,707	260,63	42,13
3. Валова рентабельність реалізованої продукції	12,564	11,317	24,385	194,08	215,47
4. Операційна рентабельність реалізованої продукції	6,205	3,733	4,816	77,61	129,00

5. Чиста рентабельність реалізованої продукції	0,488	1,938	0,964	197,57	49,73
6. Валова рентабельність виробництва	14,369	12,761	32,249	224,43	252,71
7. Чиста рентабельність виробництва	0,558	2,185	1,275	228,46	58,33

Джерело: особисті розрахунки авторів за даними фінансової звітності

Як видно з розрахунків, показники рентабельності капіталу перебувають на низькому рівні, але маємо позитивну тенденцію до їх збільшення. Так, якщо у 2014 році на 1 гривню валюти балансу припадало 28,9 коп. прибутку до оподаткування, то у 2015 році 3,762 грн., а у 2016 році 6,640 грн. Тобто, 2016 році рентабельність сукупного капіталу збільшилась на 2194,47% у порівнянні з 2014 роком та на 76,49 у порівнянні з 2015 роком.

Збільшення власного капіталу та чистого прибутку збільшили рентабельність власного капіталу. Так на 1 гривню власного капіталу у 2016 році припадає 5,707 чистого прибутку, що на 160,63% більше ніж у 2014 році, але на 57,87% менше ніж у 2015 році.

У 2016 році питома вага валового прибутку у чистому доході від реалізації продукції складала 24,385% і це є найбільшим рівнем у досліджуваному періоді.

Операційна рентабельність має тенденцію до зниження: 4,816% у 2016 році, що на 22,39% менше ніж у 2014 році, та на 29,0% більше ніж у 2015 році.

Чиста рентабельність реалізованої продукції також має тенденцію до зниження. У 2016 році на 1 грн чистого доходу припадало 96,4 коп. чистого прибутку.

Зниження собівартості реалізованої продукції у 2016 році призвело до збільшення ефективності виробництва продукції. Так, у 2016 році 1 грн собівартості принесла валового прибутку 32,249 грн, що на 124,43% більше ніж 2014 році та на 152,71 ніж у 2015 році.

Таким чином, в результаті здійсненого дослідження ділової активності ПАТ «ДніпроАзот» встановлено, що виробництво хімічної продукції є рентабельним, а витрати і активи ефективними. Підприємство має достатній обсяг ресурсів, виробничого потенціалу для успішного функціонування та отримання прибутку.

Список використаних джерел:

1. Економічний аналіз: Навч. посібник/М.А.Болух, В.З.Бурчевський, М.І.Горботок; За ред. акад. НАНУ, проф. М.Г.Чумаченка. – К., 2001. – 540 с.
2. Офіційний сайт ПАТ «ДніпроАзот» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.azot.com.ua/uk/>
3. Костирко Р.О. Фінансовий аналіз: навч. посібник / Р.О.Костирко. – Х.: Фактор, 2007. – 784 с.
4. Фаріон В.Я. Аналітична оцінка ділової активності та рентабельності підприємств/В.Я.Фаріон/ Інноваційна економіка. – 2013. -№10. – С.27-34
5. Цал-Цалко Ю.С. Фінансова звітність підприємства та її аналіз: навч. посібник/Ю.С. Цал-Цалко. – Київ: ЦУЛ, 2002. – 360 с.

ДОСЛІДЖЕННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У МІЖНАРОДНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ

Шняк Наталія Григорівна

старший викладач кафедри «Експлуатація портів і технологія вантажних робіт» Одеського національного морського університету

Міжнародна економічна система являє собою сукупність взаємопов'язаних елементів світової економіки з властивими кожному з них характеристиками. У процесі дії елементів світової економіки виникають різноманітні якості, характеристики, закономірності функціонування цієї системи [1].

Розвиток інтеграційних процесів є найважливішою характеристикою сучасного світового господарства. Міжнародна економічна інтеграція допомагає країнам більш раціонально використовувати сировинні, паливні, трудові ресурси, поліпшити територіальний поділ праці. Від звичайного економічного співробітництва, що базується, головним чином на торгівлі, економічна інтеграція відрізняється подальшим поглибленням всебічних зв'язків, зрощенням виробничих процесів окремих країн [2].

Проте неправильно розцінювати економічну інтеграцію тільки як виключно позитивне явище в міжнародній економіці. Поряд з потенційною вигодою, дана форма інтеграції містить негативний потенціал, і при певних умовах її реалізація може бути економічно не вигідною і привести до макроекономічних деструкцій в країнах-учасниках.

Теоретики неокласичного і неоліберального напрямків економічної теорії, серед яких можна назвати таких економістів, як М. Алле, В.Рюпке, Дж.Вайнера та ін. [3], в своїх роботах показали, що інтеграційні заходи

породжують двоїстий ефект: внутрішній регіональний обмін, як правило, активізується, тоді як обмін з країнами поза регіоном може і скоротитися. Так, Джейкобом Вайнером, з ім'ям якого пов'язують становлення теорії митних союзів, ще в середині минулого століття було показано, що створення митного союзу, в залежності від обставин, може або підвищити, або, навпаки, погіршити добробут його країн-учасниць і решти світу. Вчений довів, що в результаті створення митного союзу крім економічно вигідного ефекту, або «ефекту створення торгівлі», може виникнути негативний - «ефект відхилення торгівлі». Дж.Вайнер також переконливо продемонстрував, що результатом митного союзу може стати не виникнення нових торгових зв'язків, а переорієнтація колишньої торгівлі, і що «можлива (а на практиці і ймовірна) ситуація, коли обрані преференції будуть переважно переорієнтуючими торгівлю або шкідливими» [4].

Міжнародна економічна інтеграція означає взаємоприспособлення національних економік, інтеграцію їх у єдиний відтворювальний процес. Це передбачає відому близькість країн - учасниць міжнародної інтеграції і пояснює її регіональний характер.

Список використаних джерел:

1. Гончар І.А. Характер формування зовнішньої торгівлі України: статистична оцінка / І.А. Гончар, В.О. Бабірад-Лазунін // Статистика України. – 2013.– №2. – С. 16-20.
2. The Manual on Statistics of International Trade in Services, 2010, <http://unstats.un.org/unsd/tradeserv/ TESITS/msits2010.hvt/>
3. The World Trade Organization, 2017, Official web-site. Retrieved from <https://www.wto.org>
4. Вайнер Джейкоб // 100 великих економістів после Кейнса = Great Economists since Keynes: An introduction to the lives & works of one hundred great economists of the past. — СПб.: Экономикс, 2009. — С. 56—59. — 384 с.

МОДЕЛЮВАННЯ ЗМІНИ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЮ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ВПЛИВУ ЗОВНІШНІХ ЧИННИКІВ

Ковальова Олена Миколаївна

*кандидат економічних наук, доцент Одеського національного
політехнічного університету*

Мірошникова Катерина Олександрівна

студентка, Одеський національний політехнічний університет

Проблематика формування та управління кредитним портфелем комерційного банку постає особливо гостро у період спаду дохідності кредитних операцій у банківській системі, що обумовлені мінливістю зовнішнього економічного ринкового середовища, високим рівнем доларизації кредитних портфелів та підвищеним рівнем кредитного ризику, що потребує розробки комплексного розв'язання. Проведемо моделювання кредитного портфеля в залежності від впливу зовнішніх чинників на прикладі ПАТ «БАНК ВОСТОК» задля удосконалення управління кредитною діяльністю банківською установою.

Для ПАТ «БАНК ВОСТОК» розрахуємо дохідність кредитних вкладень шляхом діленням доходу від кредитних операцій по кредитах юридичних та фізичних осіб на середню суму відповідних кредитних вкладень за досліджуваний період (таблиця 1).

На фоні зростання кредитів виданих юридичним особам відбувається зниження їх дохідності на 1,81 в.п. за 2015-2017 рр., що складає 13,25 % у 2017 р. Дохідність кредитів фізичних осіб вище майже в два рази дохідності кредитів юридичним особам, проте банк здійснює акцент кредитування саме на юридичних особах. Вважаємо, що така кредитна політика банку пов'язана з тим, що кредитування юридичних осіб здійснюється передусім у рамках групи «Fozzy Group», а отже фактор прибутковості не завжди є визначальним. Такий підхід до формування та реалізації кредитної політики вважаємо вкрай ризикованим, оскільки орієнтованість лише на підтримку пов'язаних з групою Fozzy юридичних осіб може призвести до погіршення його платоспроможності та поставити під удар усіх його вкладників.

Таблиця 1 – Розрахунок показників дохідності кредитного портфеля ПАТ «БАНК ВОСТОК» за період 2015-2017 рр.

Показник	Станом на 31.12. 2015 р.	Станом на 31.12. 2016 р.	Станом на 31.12. 2017 р.	Відхилення за період 2015-2017 рр.
Процентні доходи від кредитів та авансів юридичним особам, млн. грн.	580,66	658,08	764,8	184,14
Сума кредитів юридичним особам, млн. грн.	3853,84	5010,47	5770,48	1916,64
Дохідність кредитних операцій з юридичними особами, %	15,07 %	13,13 %	13,25 %	-1,81 %
Процентні доходи від кредитів та авансів фізичним особам, млн. грн.	5,2	5,21	6,08	0,88
Сума кредитів фізичним особам, млн. грн.	19,43	24,16	25,6	6,17
Дохідність кредитних операцій з фізичними особами, %	26,76 %	21,56 %	23,75 %	-3,01 %
Дохідність кредитного портфеля, %	15,13 %	13,17 %	13,30 %	-1,83 %

Отже, кредитна політики ПАТ «БАНК ВОСТОК» потребує удосконалення для підвищення дохідності кредитного портфеля банку, що можливе за умови її переорієнтації: диверсифікувати кредитний портфель банку, розробити нові кредитні програми для фізичних осіб. З метою перевірки раціональності цієї пропозиції доцільно провести визначення залежності обсягу кредитного портфелю ПАТ «БАНК ВОСТОК» від зміни загальних доходів на одне домогосподарство України (X1) та темпу зміни ВВП (X2) у вигляді наступного математичного виразу:

$$Y = f(X1; X2) t + \delta t \quad (1)$$

Формула 1 являє собою двохфакторну модель обсягу кредитного портфелю ПАТ «БАНК ВОСТОК» від зміни загальних доходів на одне домогосподарство України (X1) та темпу зміни ВВП (X2).

У таблиці 2 відображений випадок впливу зміни доходів домогосподарств України, зміни ВВП [1] на обсяг кредитного портфелю ПАТ «БАНК ВОСТОК». Отримано досить достовірні результати моделювання впливу зовнішніх факторів на обсяг кредитування ПАТ «БАНК ВОСТОК», оскільки для даної моделі R-квадрат склав 0,92 (таблиця 3).

Таблиця 2 – Результати моделювання взаємозв'язку між зміною загальних доходів на одне домогосподарство, ВВП України та темпами зміни обсягу кредитного портфелю ПАТ «БАНК ВОСТОК»

Показники	Коефіцієнти	Спостереження	Передбачене Y	Залишки
Y-перетин	-3264,92	1	694,85	-353,75
Змінна X 1	1,23	2	1682,41	-280,32

Змінна X 2	-111,25	3	2074,51	117,68
		4	2981,21	270,41
		5	4139,90	-266,63
		6	3982,26	1052,37
		7	6335,85	-539,77

Таблиця 3 – Демонстрація підсумків інструменту «Регресія»

<i>Регресійна статистика</i>	
Множинний R	0,960869897
R-квадрат	0,92327096
Нормований R-квадрат	0,884906439
Стандартна похибка	663,4410974
Спостереження	7

Так, зокрема, темпи зміни ВВП (X2) за результатами побудованої моделі мають негативний вплив на обсяг кредитування банку, що цілком відображає сучасні реалії розвитку економіки. В умовах падіння обсягів виробництва потреба в кредитних ресурсах знижується. Щодо загальних доходів на одне домогосподарство, то їх динаміка свідчить про позитивний вплив на обсяги кредитування банку – тобто в сучасних умовах потреба українських домогосподарств у кредитних ресурсах є високою. Звичайно тут потрібно коригувати обсяги кредитування з огляду на платоспроможність останніх. Врахування рівня доходності кредитування фізичних осіб для ПАТ «БАНК ВОСТОК» дозволяє говорити про доцільність розвитку даного напрямку кредитування найближчим часом. Тут основна задача лежить в площині розробки зважених підходів кредитної політики щодо забезпеченості кредиту та можливості його стягнення.

Графічно ця залежність представлена двохмірної площиною, отриманою за допомогою статистичного методу множинної регресії. Ця площина описується рівнянням 2.

$$Y = - 3264,92 + 1,23X_1 - 111,25X_2 \quad (2)$$

Нахил площини в напрямку зміни доходів домогосподарств України (1,23) являє чутливість обсягу кредитного портфелю ПАТ «БАНК ВОСТОК» до зміни доходів домогосподарств України. Тобто чим більше зростання загальних доходів на одне домогосподарство України тим більшим буде обсяг кредитного портфелю ПАТ «БАНК ВОСТОК». Нахил площини в напрямку темпу зміни ВВП (-111,25) являє чутливість обсягу кредитного портфелю ПАТ «БАНК ВОСТОК» до темпу зміни ВВП. В нашому випадку отриманий результат означає, що чим менший приріст ВВП тим менший обсяг кредитного портфелю ПАТ «БАНК ВОСТОК».

Таким чином, зі збільшенням ВВП, обсягу доходів домогосподарств України обсяг кредитного портфелю банку збільшиться. На сьогодні визначено негативний вплив ВВП на кредитування банку та позитивний вплив доходів домогосподарств. Така ситуація повністю відповідає класичним положенням про економічну кризу – падіння економіки спричиняє падіння обсягів її кредитування та зниження реальних доходів населення, що спричиняє їх додаткову потребу у кредитному ресурсі.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ФІНАНСОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Ковальова Олена Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент Одеського національного політехнічного університету

Пєнова Марія Олександрівна

студентка, Одеський національний політехнічний університет

В умовах дефіциту власних фінансових ресурсів необхідних для розвитку підприємства, доцільно використовувати інструменти та методи фінансового інжинірингу для створення найбільш оптимальних засад для залучення від зовнішніх джерел фінансування. На прикладі СП «Оптіма-Фарм, ЛТД», розглянемо можливість моделювання параметрів облігацій з метою зваженого підходу до управління позиковими фінансовими ресурсами та мінімізації ризиків несприятливого впливу результатів фінансової діяльності на фінансово-економічну безпеку підприємства.

Станом на 31.12.2017 р. у структурі довгострокових зобов'язань і забезпечень підприємства є інші довгострокові зобов'язання у формі процентних облігацій (номінальна вартість – 300 000 000 грн), що складають 4,23 % у загальній сумі джерел фінансування.

В проспекті емісії облігації, на наш погляд, є певні недоліки, усунення котрих при додатковій емісії дозволить позитивно вплинути на фінансовий стан та зобов'язання емітента. Запропоновані зміни у проспекті емісії СП «Оптіма-Фарм, ЛТД», представлено у табл. 1.

Пропонується прив'язати базову ставку за облігацією до середньоринкової дохідності облігацій визначеного фармацевтичного сектору національної економіки, в якому здійснює фінансово-

господарську діяльність емітент цінних паперів. Оскільки, СП «Оптіма-Фарм, ЛТД» здійснював розміщення на фондовій біржі ПФТС, то доцільно здійснювати розрахунок дохідності корпоративних облігацій фармацевтичного сектору економіки саме на базі цієї фондової площадки.

Таблиця 1 – Порівняльний аналіз чинного проспекту емісії облігацій СП «Оптіма-Фарм, ЛТД» та його удосконаленої форми за параметрами облігацій

Параметр	Чинний проспект емісії	Проспект емісії з оновленими змінами до параметрів облігації	Результат імплементатії пропозицій
Критерій платності	Фіксована купонна ставка у розмірі 23 % річних.	Плаваюча відсоткова ставка зі встановленням колар-опціону та базовою відсотковою ставкою – 23 %.	Врахування кон'юнктурного фактору та грошових потоків емітента. Мінімізація ризиків за рахунок колар-опціону на фінансово-економічну безпеку емітента.
Параметр погашення основного боргу за облігаціями	Погашення передбачено разом з виплатою доходу за останній відсотковий період у 2025 році.	Введення можливості амортизації основної суми боргу за облігацією. Зменшення бази нарахування купонних виплат буде компенсовано за рахунок плаваючої купонної ставки.	Знизити фінансове навантаження на емітента у кінці строку обігу цінного паперу. Додаткова можливість для інвесторів реінвестувати отримані купонні виплати та частини основної суми боргу у дохідні фінансові інструменти. Мінімізації негативного впливу на рівень фін.-ек.безпеки підприємства.
Валюта випуску	Виплати відсоткового доходу, як і валюта випуску здійснюються в національній валюті України – гривні.	Емісія двохвалютних облігацій, оскільки компанія функціонує на фармацевтичному ринку з більшою часткою товарів, що імпортовані з-за кордону.	Інструмент управління валютним ризиком. Систематичні ризики будуть поділені між емітентом та інвестором. Додаткова можливість для інвесторів реінвестувати прибуток у спекулятивних цілях.
Частота виплат по купонах	Щоквартальна виплата відсотків.	Встановити на рівні одного разу на рік, враховуючи довгостроковий характер облігацій.	Гнучкість в питанні формування дохідної бази та планування фінансово-господарської діяльності.
Забезпечення облігацій	Звичайні (незабезпечені) облігації.	Створення гарантійного фонду.	Облігації поліпшеного кредитного рейтингу. Підвищення попиту на цінні папері за рахунок мінімізації ризику невиконання зобов'язань.
Строковість	Викуп облігацій за вимогою власників не передбачений.	Передбачити умову дострокового викупу облігацій при настанні певних умов.	Отримання конкурентних переваг у процесі залучення фінансових ресурсів на фондовому ринку України.

За критерієм валюти випуску слід передбачити можливість емісії двохвалютних облігацій, оскільки компанія функціонує на фармацевтичному ринку з більшою часткою товарів, що імпортовані з-за кордону.

За даними уповноваженого рейтингового агентства «ІВІ-Рейтинг», кредитний рейтинг облігацій СП «Оптіма-Фарм, ЛТД» дорівнює uaBBB, який означає, що позичальник характеризується достатньою кредитоспроможністю у порівнянні з іншими позичальниками. У випадку моделювання нового випуску облігацій за заданими параметрами (таблиця 1), у підприємства є можливість покращити свій кредитний рейтинг до рівня uaA, що буде визначати високу кредитоспроможність. У фармацевтичній галузі України до цінних паперів з високим рівнем кредитного рейтингу відносяться облігації ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця» – uaAA, що передбачає дуже високу кредитоспроможність позичальника або фінансового інструменту [1].

Доцільно ініціювати процедуру включення облігацій СП «Оптіма-Фарм, ЛТД» до біржового реєстру шляхом лістингу цінних паперів. Відповідно до актуальної фінансової інформації емітента СП «Оптіма-Фарм, ЛТД», була встановлена можливість присвоєння цінним паперам другого рівня лістингу, що дозволить підвищити якість цінних паперів та надасть їм конкурентні переваги.

Привабливість облігацій СП «Оптіма-Фарм, ЛТД», як інструменту розміщення інвесторами вільних фінансових ресурсів можна побачити при порівнянні їх з іншими найбільш використовуваними фінансовими інструментами при диверсифікації інвестиційного портфеля станом на 7.12.2018 р. за даними фондової біржі «ПФТС» [2] (табл. 2). У якості порівняльної бази були обрані облігації ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця», що виступає одним з лідерів фармацевтичної галузі України.

У табл. 2 представлені параметри облігації поточної емісії та майбутньої з урахуванням змін, що запропоновані в табл. 1. Порівняльна характеристика позикових фінансових інструментів дозволила побачити конкурентні переваги, що отримує СП «ОПТИМА-ФАРМ, ЛТД» у випадку внесення змін до проспекту емісії, які охоплюють параметри, що є ключовими для інвесторів при формуванні інвестиційного портфелю.

Таблиця 2 – Порівняльна характеристика позикових фінансових інструментів станом на 7.12.2018 р.

Показник	Облігації корпоративного сектору (на прикладі UA4000190169)	Облігації корпоративного сектору (на прикладі UA4000146104)	Удосконалений вид облігації корпоративного сектору
Дохідність, % (річних)	30 %	23 %	Базова ставка – 23,0 % Колар-опціон

Строк	Довгострокові цінні папери (10 років)	Довгострокові цінні папери (13 років)	Довгострокові цінні папери
Кількість платежів у році	4 рази на рік	4 рази на рік	1 раз на рік
Номінальна вартість	1000 грн	1000 грн	1000 грн
Рівень лістингу	0 рівень	0 рівень	2
Емітент	ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»	СП «ОПТИМА-ФАРМ», ЛТД	СП «ОПТИМА-ФАРМ», ЛТД
Вид фінансового інструменту	Іменна відсоткова звичайна незабезпечена	Іменна відсоткова звичайна незабезпечена	Відсоткова облигація (забезпечена)

Застосування фінансового інжинірингу дозволить вивести питання формування фінансових ресурсів та управління фінансовою діяльністю у СП «ОПТИМА-ФАРМ, ЛТД» на якісно новий рівень за рахунок моделювання праматерів облигацій нового випуску. Обґрунтовані рекомендації дозволять знизити фінансове навантаження, управляти валютним ризиком, забезпечити гнучкість планування фінансово-господарської діяльності емітента.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Національного рейтингового агентства «Рюрік» : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rurik.com.ua/>
2. Офіційний сайт Фондової біржі ПФТС : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pfts.ua/>

СТАН РОЗВИТКУ ТА АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРЕДИТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Максименко Каріна Ігорівна

студентка Чернівецького національного університету імені Ю. Федьковича

На сучасному етапі економічного розвитку одним з важливих шляхів виходу України з кризового стану займає удосконалення та подальший розвиток банківського та небанківського кредитування. Підвищення ефективності кредитної системи країни - одна з актуальних, гострих і складних проблем, яка існує на сьогоднішній день. Адже зараз кредитні інститути дещо уповільнили свою діяльність на ринку кредитування, що є безумовним наслідком економічної кризи, яка похитнула економіку. Проаналізуємо динаміку кредитування деяких фінансово-кредитних інститутів України за останні роки.

Таблиця 1

Динаміка суми наданих кредитів фінансових інститутів України,
млн. грн.[4; 5]

Суб'єкт	Рік			
	2015	2016	2017	9 міс. 2018
Кредити надані клієнтам банків	1 009 768	988 686	1 007 132	1 147 230
Кредити, надані клієнтам кредитних спілок	1 792,7	1 799,5 1	1 902,3	2 057,4
Кредити, надані клієнтам ломбардів	12 459,7	16 718,0	16 389,0	8 224,1
Кредити надані клієнтам фінансових компаній на умовах фін. лізингу	5 521,4	5 783,1	26 940,6	12 581,1
На умовах факторингу	16 555,9	16 887,5	12 764,8	14 013,9

Аналіз даних виявив, що протягом досліджуваного періоду відбулося збільшення обсягів наданих кредитів членам кредитних спілок. Станом на 30.09.2018 року кредити, надані членам кредитних спілок, становлять 2 057,4 млн. грн. та порівняно з відповідним періодом 2017 року збільшилися на 10,1%. Впродовж останнього року відбувся стрімкий ріст обсягів надання лізингових послуг, через зростання кількості юридичних осіб-лізингодавців та фінансових компаній, які надають послуги фінансового лізингу, що свідчить про перевагу лізингових компаній у співпраці з юридичними особами. В 2017 році сума наданих кредитів по операціях з факторингу зменшилась. Об'єктивною проблемою цьому стала неготовність самих компаній стати учасниками таких розрахунків. Щодо банківського сектора то протягом 2015-2016 рр. темпи зростання кредитних вкладень мали стійку тенденцію до уповільнення. На динаміку кредитних вкладень істотно вплинули кризові події останніх років, коли банки значно знизили свою кредитну активність. Сума наданих фінансових кредитів ломбардами в 2017 році зменшилась, це пояснюється зникненням деяких ломбардів на ринку через свою неконкурентноспроможність. Наразі попит на кредити ломбардів залишається стабільним, і вони залишаються орієнтованими на видачу дрібних та короткострокових кредитів.

До найбільших загроз у кредитній сфері України можна віднести наступні:

- недостатній рівень маркетингу, менеджменту та правового регулювання;
- відсутність обґрунтованої стратегії розвитку установ кредитної системи;
- нестабільність фінансового стану значної кількості банків;
- втрата довіри з боку населення та підвищений кредитний ризик;
- надто високі відсотки за кредитами;
- довга процедура розгляду можливості отримання кредиту тощо.

Зважаючи на необхідність підвищення рівня надійності, фінансової стійкості та конкурентоспроможності кредитних установ, необхідно вжити заходів щодо:

1. Підвищення довіри до банків та небанківських фінансово-кредитних установ шляхом: збільшення ресурсної бази банків, внаслідок чого поліпшується забезпечення фінансовими ресурсами і поліпшується фінансовий стан; здешевлення банківських ресурсів, а отже, і кредитів, оскільки, довіряючи банкам, населення нарощуватиме вклади і у разі зниження процентних виплат.

2. Підвищення ефективності контролю за діяльністю кредитних установ, досягнення повної відповідності принципам ефективного нагляду, що передбачає вдосконалення законодавства та нормативно-правових актів НБУ.

3. Підвищення рівня капіталізації банків, зокрема шляхом залучення нових акціонерів, збільшення резервного фонду, результату діяльності, активізації об'єднання банків, інтенсивнішого застосування процедури реорганізації банків шляхом приєднання та злиття фінансово нестійких банків [1].

4. Орієнтації на доходи від кредитування та обслуговування реального сектору економіки і зниження витрат за рахунок підвищення технологічності та комп'ютеризації банківських операцій, зменшення необґрунтованих витрат.

5. Упередження здійснення банками та небанківськими установами сумнівних кредитних та інших операцій шляхом ідентифікації клієнтів та їх операцій, посилення боротьби з «відмиванням грошей», підвищення відповідальності учасників договорів за неналежне виконання зобов'язань [2, с. 92].

6. Стимулювати інвестиційну складову фінансового ринку, що у зв'язку зі сплатою кредиту та відсотків за ним з доходу позичальника є передумовою до розширеного виробництва, і, відповідно, до зростання ВВП [3, с. 105].

Розв'язання вказаних завдань дозволить забезпечити належну фінансову стійкість кредитної системи, з одного боку, а з іншого – сприятиме більш ефективному використанню кредитних ресурсів у виробничому секторі. Також сприятиме створенню придатних умов для подальшого розвитку нашої економіки й зростання ефективності її функціонування.

Список використаних джерел:

1. Валюх В. Як визначити кращі умови кредиту: [Електронний ресурс]. / В. Валюх. – Режим доступу : <http://news.finance.ua/ua/~5/2008/09/04/136152>.

2. Григораш Т.Ф. Банківське кредитування в Україні: сучасний стан, основні проблеми та шляхи їх вирішення: монографія / Т.Ф. Григораш, С.С. Пільгуй. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2012. – 124 с.
3. Карлін М.І. Фінансова система України : навчальний посібник / М.І. Карлін – К.: Знання, 2011. – 324 с.
4. Огляд ринків фінансових послуг: [Електронний ресурс]. – <https://www.nfr.gov.ua/ua/Ohliad-rynktiv.html>.
5. Основні показники діяльності банків України: [Електронний ресурс]. – http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/arti?art_id=36807.

Науковий керівник: Гладчук Ольга Михайлівна, кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький університет імені Юрія Федьковича

КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ СТІЙКОСТІ МЕХАНІЗМУ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

Нечаюк Ірина Борисівна

кандидат економічних наук, Київський кооперативний інститут бізнесу та права

Зовнішній державний борг являє собою заборгованість держави за непогашеними зовнішніми позиками і невиконаними по них відсотках на певну дату. Цей борг складається із заборгованості міжнародним банкам, корпораціям і фінансовим організаціям та урядам.

Внутрішній державний борг складається в основному з боргових зобов'язань уряду перед юридичними особами, банківськими установами та по облігаціях внутрішньої державної позики. Облігації державної позики - це цінний папір, який засвідчує внесення його власником грошових коштів і підтверджує зобов'язання уряду йому номінальну вартість цінного паперу у передбачений строк із виплатою доходу, якщо це визначено умовами випуску. [1, с.29].

Наприклад, облігації внутрішньої державної позики (ОВДП) реалізуються за ціною, нижчою від їхньої номінальної вартості, оскільки за ними не здійснюється виплата відсоткового доходу. Різниця між ціною придбання та номінальною вартістю ОВДП, що відшкодовується власнику облігації в момент її погашення, і є доходом (дисконтом) з ОВДП. Тому сума коштів отримана від реалізації ОВДП набагато менша від загальної номінальної вартості випущених облігацій і вона не повністю направляється на погашення дефіциту бюджету.

Неповністю направляється на погашення дефіциту Державного бюджету і сума коштів отримана від зовнішніх запозичень, як і на

погашення та обслуговування зовнішнього боргу держави. У сумах зовнішнього запозичення маємо позики МВФ, Світового та Європейського банків реконструкції та розвитку направлені на впровадження інвестиційних проєктів, а також іноземні кредитні лінії з товарним наповненням. [4, с.29]. Одержання цих запозичень залежить від структурної перебудови економіки та створення інвестиційної привабливості в Україні (табл.1).

Таблиця 1.

Фактори стійкості механізму фінансової політики держави

Макроекономічні фактори	Мікроекономічні фактори	Фактори, пов'язані з діяльністю фінансового ринку
динаміка ВВП, стан платіжного балансу, умови зовнішньої торгівлі, продовольча і енергетична залежність, стан державного бюджету і структура державного боргу, міжнародні резерви, динаміка грошової маси, інфляція, динаміка валютного курсу	наявність виробничого потенціалу, боргове навантаження підприємств, наявність власних резервів, забезпеченість оборотними засобами, довіра до фінансових інститутів, корпоративна культура, ризик-менеджмент, гнучкість зарплат і цін	фінансова інфраструктура, співвідношення внутрішніх і зовнішніх процентних ставок, масштаб і форми міжнародного руху капіталу, капіталізація і ліквідність банківської системи, структура банківських активів, доступ приватного сектора до кредитування, динаміка цін фінансових активів

*Джерело: систематизовано автором

Слід підкреслити, що головним чинником, який змушує держави звертатись до зовнішніх запозичень, є не що інше як дефіцит Державного бюджету. Якщо країна, яка отримує міжнародні позики, не проводить економічних реформ, не нарощує свій науково-технічний потенціал, а із року у рік збільшує як внутрішній так і зовнішній борг, то вона не спроможна захистити вітчизняного виробника, а тим більше розвивати експорт і зайняти відповідне місце на світовому ринку конкурентоспроможності.

У цілому як внутрішні так і зовнішні запозичення повинні стимулювати виробництво, зростання капіталу, надходження доходів як у бюджет так і на відтворювальні процеси в економіці і зниження дефіциту бюджету. Але, основна задача при цьому заключається в тому, щоб фінансування дефіциту державного бюджету за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел в цілях утримання інфляції не було тормозом для економічного розвитку [2, с.5].

Важливим стратегічним завданням скорочення дефіциту є оптимізація і реструктуризація видатків бюджетів [3, с.30]. Бюджетне фінансування економіки має вирішувати завдання її структурної перебудови, концентруватися у перспективних галузях, які визначають науково-технічний прогрес, рівень економічної могутності держави. Видатки на соціально-культурні заходи необхідно спрямовувати на виконання бюджетних програм в обсягах, які забезпечували б якісне виконання державою своїх функцій.

Важливе місце серед стратегічних напрямів має відводитися удосконаленню міжбюджетних відносин і механізму їхнього регулювання. Міжбюджетні відносини мають здійснюватися на стабільній і прозорій основі, сприяти вирівнюванню соціально-економічного розвитку регіонів і територіальних громад та реальному збалансуванню бюджетів усіх рівнів.

Отже, розробка і послідовна реалізація заходів, спрямованих на збільшення прибутків бюджету і скорочення його видатків, регулювання бюджетного дефіциту, цілеспрямоване керування його розміром у сукупності з іншими економічними антикризовими мірами, сприятимуть соціально-економічному розвитку і процвітанню країни.

Список використаних джерел:

1. Василик О.Д. Державні фінанси України [Текст]: Підручник.// О.Д. Василик, К.В. Павлюк. К.: НІОС, 2002. 608 с.;
2. Лютий І.О. Концептуальні засади та суперечності реалізації фінансової політики держави. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2005. Вип. 79. С. 4–6.
3. Макаренко Є.В. Ефективна фінансова політика та місце бюджетного дефіциту щодо її забезпечення. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2009. № 3. С. 25–35.
4. Орловська Н. Дефіцит державного бюджету і джерела його фінансування. Вісник НБУ. 2010. №5. С. 28-30.

РОЗВИТОК СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Першина Аліна Володимирівна

магістр, Національна металургійна академія України

Пшенна Марія Василівна

магістр, Національна металургійна академія України

Виходячи з необхідності вступу України в систему міжнародних економічних відносин, перебудови економіки з використанням досвіду

інших країн відносно ринкових перетворень, проблеми розвитку страхового ринку тісно пов'язані з соціально-економічною ситуацією в державі, фінансово-кредитною політикою, законодавчим та організаційним забезпеченням економічних реформ в Україні.

Держава зацікавлена в розвитку страхової справи в Україні, як в механізмі підтримки рівня народногосподарського виробництва і можливості покриття непередбачених втрат і збитків підприємств та окремих громадян з мінімальною участю державних ресурсів і коштів державного бюджету.

Як відомо, перехід до ринкових відносин передбачає появу великої кількості суб'єктів господарювання, зацікавлених в забезпеченні захисту своєї діяльності, майна і прибутків від різних наслідків і непередбачених ризиків. Тому в цей період страхування повинно розвиватися особливо інтенсивно. Це обумовлюється такими причинами [1].

Так, існуюче законодавство про страхування не враховує сучасного стану економіки держави (наприклад, інфляції, яка швидко змінює всі страхові фонди і резерви). Інфляція по суті є проблемою номер один, оскільки непередбачуваність цінової динаміки суттєво ускладнює розрахунок ставок страхових премій і визначення обсягів виплат страхових відшкодувань і в кінцевому результаті може нанівець звести страховий захист [8].

Відповідно страховим компаніям важко прогнозувати рентабельність страхової діяльності. Вони постійно змушені шукати компроміси між збереженням реальної вартості страхових фондів, їх антиінфляційним захистом та ліквідністю. Катастрофічне знецінення грошей підриває основу довгострокового страхування. Невідповідність виплат страхового відшкодування фінансовим витратам відштовхує клієнтів від страхових організацій, не дивлячись на необхідність захисту від різних ризиків. Разом з тим, державна політика в галузі страхування не враховує того, що в країні немає страховиків, які б могли б конкурувати із західними фірмами [4].

Згідно діючого законодавства, фактично заборонено страховим компаніям займатисялюбими видами діяльності, крім страхової. Це призводить до того, що страховики не можуть ефективно страхувати під заставу, так як невідомо, що з цією заставою робити. Продати її не можна і використати по призначенню також не можна [5].

Необхідно відзначити, що держава недооцінює значення і роль страхового ринку в економіці. Так, страхові компанії, які займаються страхуванням життя (пенсійне, нагромаджувальне страхування, медичне) акумулюють грошові кошти населення і є найбільшими інвесторами в різні галузі народного господарства[6].

Страхові компанії, які займаються ризиковими видами страхування допомагають підприємцям відшкодувати виробничі витрати і витрати від стихійного лиха.

В силу змін форм власності в процесі реформування окремих галузей народного господарства виникло багато акціонерних товариств, страховий захист яких практично не вирішений в законодавчому плані. Не вирішеним залишається також питання про правовий захист національного страхового ринку від зарубіжних страхових компаній тощо [3].

Недоліками страхової справи на сучасному етапі розвитку страхового ринку є те, що відсутня широкомасштабна роз'яснювальна робота з питань страхування серед населення і в першу чергу серед потенційних страхувальників.

Значним гальмом в розвитку страхової справи є нерозвинутість інфраструктури страхового ринку, до основних елементів якої відносять правове і нормативне забезпечення, інформаційну мережу, кредитно-фінансову систему, підготовку кадрів (сюрвейери, андерайтери, страхові комісари), наукове обслуговування, аудиторську мережу, професійну етику і мову.

Назріла необхідність створення цілком нових для нас, але давно створених за кордоном інститутів, які обслуговують і контролюють страховий бізнес. Перш за все назріла необхідність організації експертних служб: сюрвейерів, менеджерів і консультантів по ризиках та інспекторів по позову. Створення таких служб і органів, координуючих їх роботу, а також закладів по навчанню профільних спеціалістів вимагають участі і сприяння держави[1].

Це дозволить сформувати інфраструктуру страхового ринку на рівні світових вимог, проводити аналіз і розробляти заходи по зменшенню і запобіганню ризиків, розвантажити суди і арбітражні заклади від чисельних позовів за страхове відшкодування, створити нові робочі місця та залучити висококваліфікованих спеціалістів, які часто не знаходять застосування своїм знанням і досвіду [2].

Експертні служби повинні відповідати сучасним вимогам по рівню технічного оснащення, спеціалізованих і експертних методик. Нині страхові організації мають гостру потребу в спеціалістах по актуарних розрахунках, юристах-спеціалістах в галузі страхування, спеціалістах по статистиці. Розвиток вітчизняного страхування викликає також необхідність розвитку сфери страхових посередників — брокерів. Це буде сприяти встановленню здорової конкуренції, розширенню можливості клієнтів для вибору оптимальної схеми страхування, створенню безконфліктних відносин між страховиками і страхувальниками [7].

Список використаних джерел:

1. Аналитический обзор за 2015. Страховой рынок [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.credit-rating.ua>.
2. Журавка О. С., Бочкарева Т. О Фінансова безпека сучасного страхового ринку України [Текст] / О. С. Журавка // Економіка. Фінанси. Право. – 2015. – №6/1. – С. 57-65.
3. Лютий І. О. Страхові компанії у розбудові фінансового ринку України / І. Лютий // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2006. - №81/82. – С.24-26.
4. Підсумки діяльності страхових компаній за 2015 рік [Електронний ресурс] / Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. – Режим доступу: https://nfp.gov.ua/files/DepFinMon/zvitni_dani/sk_%202015.pdf.
5. Андрусь М.І. Проблеми розвитку особистого страхування населення в Україні // Вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. – 2015. – Вип. 5. – С. 782-786.
6. Новини страхування // Форіншурер [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forinsurer.com>.
7. Диба В.А. Сучасний стан та перспективи розвитку страхових компаній в Україні / В.А. Диба // Економіка та держава. – 2016. – № 11
8. Гринчишин Я.М. Стан та перспективи розвитку страхового ринку України / Я.М. Гринчишин, А.В. Прокопюк // Молодий вчений. – 2017. – №3 (43). – С. 622-626.

Науковий керівник: Аберніхіна Ірина Георгіївна, кандидат економічних наук, доцент, Національна металургійна академія України

КОНТРОЛІНГ ВИРОБНИЧИХ РЕСУРСІВ У СФЕРІ ПОСЛУГ

Пруднікова Олександра Олексіївна

студент магистратури, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Контролінг ресурсів – це питання з яким кожна людина стикається щоденно. Що воно має під собою? Це аналіз, управління, оптимізація витрати ресурсів у процесі діяльності підприємства. Дане поняття близьке до поняття «фінансового контролінгу витрат», але є певні нюанси. Відповідно до різних джерел контролінг витрат це:

1. комплекс заходів з координації планування, розподілу, аналізу та контролю за витратами підприємства [1, с. 343]

2. зниження витрат, регулювання їх рівня, складу та призначення для досягнення поставлених цілей і отримання максимальної віддачі від використовуваних ресурсів, що реалізується через процесно-орієнтоване управління витратами, оцінку і регулювання вартості функцій діяльності, процесів і операцій [2, с.141]

3. система планування та бюджетування витрат, їхній розподіл; план-факт аналіз моніторинг і контроль з метою задля того аби ефективно впливати на рівень витрат. [3, с. 179]

В усіх цих визначеннях наскрізно прослідковується одна тенденція – визначення витрат через грошовий вимірник. Всі оптимізації використання реальних матеріалів, запасів чи ресурсів зводяться до єдиної мети – зниження грошових витрат. З такої точки зору фінансового контролера не завжди видно реальні зміни щодо процесу виробництва та використання ресурсів, видно лише подію зменшення чи збільшення витрат та факт необхідності змін.

Безпосередньо у визначенні контролінгу ресурсів спостерігається більше якісного впливу контролера на використання ресурсів підприємства. Працюючи на контролінгом саме ресурсів відбувається абстрагування від моделей аналізу, та занурення у лінію виробничого процесу, виявлення проблемних точок, їхня оптимізація у реальному а не грошовому вимірнику. *Отже, контролінг ресурсів це не просто цифровий аналіз, а і реальний вплив на процеси діяльності підприємства.*

За змістом ресурси підприємства можна розділити на: грошові, матеріальні, людські. У сфері послуг із цих ресурсів використовується лише два – грошові і людські. Матеріальні ресурси відсутні через відсутність безпосереднього виробництва речей матеріального побуту. Контролінг грошових ресурсів більшою мірою здійснюється фінансовим менеджером в процесі управління грошовими потоками. Залишається питання контролінгу людських ресурсів. І полягає воно в тому:

- як корелюється заробітна плата із витрачанням людського ресурсу?
- як оцінити проект на якому використовуються ресурси декількох осіб?
- як утворювати ціни на послуги?
- як аналізувати, оптимізувати, контролювати витрачання людського ресурсу?

На ці питання ми пропонуємо наступну відповідь. У використанні людського ресурсу є певне обмеження – час, а його кількість регламентується трудовим договором. З технічної точки хору відслідковувати час співробітників можна за допомогою безлічі програмних забезпечень, і це завдання не є надскладним, але приносить

безліч переваг. Саме аналіз витраченого часу кожним спеціалістом може допомогти:

- знаходити проблемні етапи у процесі реалізації послуг та вдосконалювати їх

- оцінювати і порівнювати співробітників між собою дивлячись на результати їхньої праці через призму якості та швидкості роботи

- із розрахунком ціни на послуги та план-факт витрат аналізом

Втім лише показника часу не вистачить для того аби порахувати ціну послуги у грошовому вимірі. Необхідно розраховувати вартість години праці (В). Розрахунок та використання такого показника має 2 етапи.

Етап 1. Розрахунок за фактичними показниками. На першому етапі варто визначити: • скільки на день має витратити співробітник годин – час (Ч)

- яка заробітна платня співробітника (ЗП_{пряма})

- який фонд заробітної платні персоналу, який не бере участі у безпосередньому наданні послуг (ЗП_{непряма})

- які є адміністративні витрати (А)

З такими даними визначимо, що собівартість години праці становитиме:

$$V_{\text{собівартісна}} = (\text{ЗП}_{\text{пряма}} + \text{ЗП}_{\text{непряма}} + A) \div \text{Ч} \quad \text{Формула 1}$$

Маючи собівартість години часу співробітника ми можемо оцінити чи вклалися ми у ціну послуги, або чи *покрила послуга за весь свій час надання витрати які понесло підприємство*, чи є ця послуга беззбитковою.

Для розрахунку ціни (клієнтської вартості години праці) варто до собівартості додати відсоток прибутку який очікує отримувати підприємство:

$$V_{\text{ціна}} = V_{\text{собівартісна}} \cdot (1 + \%_{\text{прибутку}}) \quad \text{Формула 2}$$

За допомогою такого показника та статистики витраченого часу на надання певної послуги підприємство може визначати ціну власних послуг.

Етап 2. Коригування. Разом із введенням та контролем такої системи оцінки витрачання людського ресурсу можуть знаходитися невідповідності: завищені заробітні платні неефективним співробітникам, занижені вартості певних послуг, занадто дорогі етапи реалізації певних послуг власним ресурсом, виявлення можливостей та економічних вигод аутсорсу тощо. Всі ці та інші індивідуальні лаги системи потребуватимуть коригувань з метою покращення її адекватності.

Отже, ми визначили що оцінити витрачання людського ресурсу можна за допомогою розрахунку вартості години часу робітників підприємства. Такий підхід до управління ресурсом зможе зробити реальний вплив на витрати підприємства знизивши їхній рівень.

Список використаних джерел:

1. Терещенко О. О., Бабяк Н. Д., Фінансовий контролінг, навчальний посібник, КНЕУ, Київ – 2013
2. Савчук Д. Г. Контролінг витрат у антикризовому фінансовому управлінні підприємством / Д. Г. Савчук // Облік і фінанси. - 2014. - № 4. - С. 140-145. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2014_4_23
3. Синчук І.В. Формування системи контролінгу витрат з метою забезпечення ефективності діяльності підприємства / І.В. Синчук // «Young Scientist» - № 3 (30) - march, 2016 С. 179-182. - Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/3/42.pdf>

Науковий керівник: Іванець Ірина Василівна, доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, кандидат економічних наук

БЮДЖЕТУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА

Пруднікова Олександра Олексіївна

студент магістратури, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Питання необхідності бюджетування діяльності малого підприємства є доволі дискусійним і розглядається науковцями із різних позицій.

З точки зору Івата В.В «порівняння фактичних даних з даними минулого періоду є ознакою пасивного адміністративного підходу...», «...саме тому будь-який варіант ефективної системи управління базується на фінансовому бюджетуванні, побудові планових показників, з якими порівнюються фактичні дані у встановлені звітні періоди» [1, с.1].

Антонець О.О. вважає, що «бюджетування на малому підприємстві повинно бути комплексним інструментом націленим на оптимізацію витрачання фінансових ресурсів підприємства» [2, с.3].

Заслугове на увагу сучасна характеристика бюджетування надана М.Д. Білик, з погляду якої воно є, з одного боку, процесом «складання фінансових планів і кошторисів, а з іншого – управлінська технологія, призначена для вироблення і підвищення фінансової обґрунтованості і прийнятних управлінських рішень» [3, с. 450].

Протягом 90-х років, на початку становлення ринкової економіки в Україні переважала думка, що бюджетування та планування не є необхідними частинами фінансово роботи на підприємстві, адже ринкові умови самі диктуватимуть як і скільки підприємство може заробити, а інструменти планування не здатні спрогнозувати ситуацію на ринку адекватно.

Кожна із цих думок має право на життя, адже несе в собі раціональне зерно та формує погляд на бюджетування з різних сторін.

Таким чином ми можемо сформуванати комплексне поняття «бюджетування». **Бюджетування** — це процес складання фінансових планів на майбутній звітний період щодо доходів і витрат підприємства, який спирається на статистичні данні минулих років та прогнозування їхньої зміни, з метою координації та контролю діяльності підприємства та обґрунтування прийняття управлінських рішень в майбутньому звітному періоді.

Систему бюджетів на малому підприємстві необхідно вводити поступово, адже велика кількість цифр для недосвідченого бізнесу може не принести користі. Маємо на увазі що необхідно для початку сконцентруватися на досягненні певних планів, а вже за успішного їхнього досягнення розширювати систему бюджетів. Але перш за все, перед тим як вводити якийсь бюджет у дію, необхідно визначити, які проблемні точки є у підприємства, та за допомогою, якого бюджету можна їх додатково проконтролювати.

Розглянемо які є бюджети за своїм змістом:

- операційні
 - продажів продукції
 - витрат виробництва, на збут, адміністративних
- фінансові
 - доходів і видатків
 - балансу
 - грошових потоків

Фінансові бюджети розглядають у собі діяльність підприємства у цілому, операційні – дають змогу проаналізувати і проконтролювати кожний сегмент діяльності окремо (окремо кожен вид продукції в розрізі продажів та собівартості, окремо кожен категорію витрат тощо).

Завдяки своїй детальності вважаємо операційні бюджети первинною ланкою для створення системи бюджетування на підприємстві.

Операційний бюджет продажів – це прогноз дохідної частини підприємства, він містить інформацію про запланований обсяг продажу, ціну й очікуваний дохід від продажу кожного виду продукції, визначає і обсяг виробництва продукції та витрати різних видів ресурсів на виробництво цієї продукції.

Розробка такого бюджету та встановлення плану на майбутній рік може відбуватися за двома методологіями:

- відштовхуючись від продажів попередніх періодів, та встановлення відсотку зростання
- відштовхуючись від потреби у грошових коштах для покриття витрат у майбутньому звітному періоді.

Перший підхід доцільно використовувати у разі роботи із даними прибуткового підприємства, адже він дозволяє сконцентруватися на економічному розвитку компанії.

Другий підхід більшою мірою підходить для підприємств, що мають певні проблеми із касовими розривами, заборгованість перед кредиторами, або які є неприбутковими. Він дозволяє сконцентруватися на проблемних точках та прорахувати критично необхідні обсяги продажів для забезпечення життєдіяльності підприємства. Для розрахунку такого бюджету пропонуємо методологію розроблену автором на базі розрахунку точки беззбитковості та скореговану на необхідність покриття грошової потреби.

Таблиця 1. Методологія бюджетування продажів на певний період діяльності підприємства на основі аналізу витрат

№	Показник	Пояснення	Розрахунок	Коментар
1	Адміністративні витрати з ПДВ	непрямі постійні витрати, які не залежать від обсягу випущеної продукції та сплачуються з рахунків юридичних осіб які є платниками ПДВ	-	<i>враховуємо не чисті витрати (з ПДВ) аби розуміти скільки саме грошових коштів нам буде необхідно сплатити за період</i>
2	Адміністративні витрати без ПДВ	непрямі постійні витрати, які не залежать від обсягу випущеної продукції та сплачуються з рахунків юридичних осіб які не є платниками ПДВ або здійснюються в тіні за допомогою готівки	-	
3	Постійні витрати	сумарні постійні витрати	№1 + №2	
4	Змінні витрати	змінні витрати прямо-пропорційно залежать від обсягу продукції	$\frac{\text{обсяг змінних витрат попередніх періодів}}{\text{обсяг продажів попередніх періодів}}$	отримуємо відсоток відношення змінних витрат до обсягу продажів
5	Обсяг продажів з ПДВ	грошовий вираз проданої продукції	№3 · (1 + №4)	той обсяг грошових коштів який дозволить покрити всі видатки періоду без касових розривів
6	Зобов'язання ПДВ	сума податку, яку суб'єкт господарювання у своєму податковому обліку нараховує на договірну вартість з урахуванням націнки, яку він додає до товару, щоб отримати прибуток	(№5 + 6)	
7	Кредит ПДВ	сума, на яку платник ПДВ має право зменшити податкове зобов'язання звітного (податкового) періоду	(№5 · №4 + 6 + №1 + 6)	той ПДВ який ми сплатили як кінцевий споживач наших підрядників (з постійних і змінних витрат)
8	ПДВ До сплати	різниця між податковим зобов'язанням і кредитом	№6 – №7	
9	Операційний прибуток	продажі за мінусом операційних витрат	№5 – (№4 · №5 + №1 + №2 + №8)	дорівнюватиме різниці між податковим зобов'язанням і кредитом

Методологія розрахунку хоча і схожа на прорахунок точки беззбитковості, втім вона не виводить діяльність підприємства в нульовий дохід, натомість надає інформацію про мінімально необхідні грошові надходження для безперебійного функціонування підприємства. Запропонований підхід варто прораховувати для кожного місяця майбутнього періоду. Такий підхід корисний саме для малих підприємств адже дозволяє швидко оцінити чи здатна поточна операційна діяльність покрити потреби, визначити планку продажів, зрозуміти до якого рівня необхідно зменшувати витрати або скільки вільних коштів залишається.

Таким чином ми визначили необхідність бюджетування на підприємстві та запропонували корисну та зручну для малого бізнесу методологію розрахунку бюджету потреби у грошових коштах.

Список використаних джерел:

1. Бюджетування витрат в системі управління малим підприємством, Івата В.В., веб-сайт. URL: <http://www.rtp.com.ua/en/news/2014/02/24/1/3096.html>
2. Антоненко О.О. Бюджетування діяльності малих підприємств. Вісник наукова періодика. Технічний прогрес та ефективність виробництва. Вип. 2012. С. 3 – 8.
3. Марченко О.І., Погріщук Г.Б., Бюджетування у системі фінансового планування на підприємстві: стан, перспективи розвитку. Науковий вісник Економічні науки. Вип. 1(24) 2013.
4. І. Б. Садовська, Т. В. Божидарнік, К. Є. Нагірська Бухгалтерський облік: навчальний посібник. Київ – 2013, URL: http://cul.com.ua/preview/buh_obl_sadovska.pdf
5. Довбуш Н.Є. Концептуальні основи бюджетування на підприємствах малого та середнього бізнесу. Інноваційна економіка. - 2015. - № 3. - С. 242-247

Науковий керівник: Іванець Ірина Василівна, доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, кандидат економічних наук

АНАЛІЗ СТАНУ ТА ОЦІНКА ПЕРСПЕКТИВ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ

Лісевич Наталія Анатоліївна

аспірантка, Подільський державний аграрно-технічний університет

Аграрний сектор є одним з основних бюджетоутворюючих секторів економіки, частка якого у зведеному бюджеті області за останній рік становить 20 відсотків, а також займає друге місце серед секторів економіки у товарній структурі експорту. Частка агропромислового комплексу Хмельниччини складає майже 37 відсотків у загальному обсязі валової доданої вартості області.

Сільськогосподарську діяльність у регіоні провадять понад 306 тисячі особистих селянських господарств та 1541 господарюючих суб'єктів, в тому числі 1047 фермерських господарств. Площа ріллі в обробітку по всіх категоріях господарств складає 1254 тис. га. У сільськогосподарських підприємствах зайнято близько 27 тис. осіб.

Основними проблемами галузі є: низький обсяг і неефективне використання джерел інвестицій; відсутність інвестиційної політики; недосконала нормативно-правова основа для сприятливого режиму інвестування; відсутність стабільних ринків збуту сільгосппродукції; нерозвиненість мережі заготівлі, зберігання, транспортування сировини.

Економічна оцінка інвестицій, інноваційно-інвестиційна діяльність в АПК досліджені в роботах: П.А. Андрєєва, В.М. Баутіна, В.В. Бочарова, М.І. Римміра, В. Савенко, К. Сагідева та інших. Разом з тим, багато наукових проблем щодо впливу інноваційних процесів на підвищення інвестиційної привабливості сільського господарства області залишаються невирішеними. Дослідники відзначають, що найважливішою проблемою в розвитку АПК є її слабка матеріально-технічна база, знос техніки та технологічного обладнання.

В області є всі потенційні можливості для збільшення виробництва продукції даної галузі. По всіх категоріях господарств на 1 січня 2018 року утримувалося - 230,7 тис. голів великої рогатої худоби, в тому числі - 133,6 тис. корів; свиней - 331,1 тис. голів; овець та кіз 26,9 тис. гол; птиці - 6,9 млн. голів.

Таблиця 1

Надходження продукції тваринництва на переробні підприємства у 2017 році

	Обсяг надходжень		Середня ціна купівлі	
	т	у % до 2016р.	грн за т	у % до 2016р.
Сільськогосподарські тварини (у живій масі)				
Загальне надходження	8738	85,9	х	х
Куплено – усього	5069	118,8	30843,4	132,6
Куплено сільськогосподарських тварин за видами				
велика рогата худоба	1495	143,6	25108,2	122,6
Свині	3547	110,0	33203,3	137,5
птиця свійська	–	–	–	–
Надійшло на перероблення власно вирощених переробними підприємствами тварин	3669	62,1	х	х
Прийнято на давальницьких засадах	–	–	х	х
Молоко				
Загальне надходження	197082	105,9	х	х
Куплено – усього	190617	104,3	5881,7	135,6
у т.ч. у населення	93258	78,4	5274,7	137,7

Дані згідно інформації Головного управління статистики
Хмельницької області

Аналіз інвестицій в основний капітал свідчить про те, що агропромисловий комплекс не став ще пріоритетною сферою вкладення капіталу. Вкрай повільно йдуть інноваційні процеси в сільському господарстві. Це пояснюється, по-перше, збереженням стійкої тенденції технологічного відставання підприємств АПК. Відсутність фінансування у агроформувань є стримуючим фактором нових агротехнологій.

Метою дослідження стало проведення аналізу поточного стану сільськогосподарської галузі Хмельниччини і оцінка перспективи інвестиційної привабливості даної галузі, детальний аналіз впливу інноваційних процесів на інвестиційний потенціал сільського господарства, в тому числі і молочного скотарства, підвищення ефективності впливу технічного потенціалу на виробництво кінцевого продукту, на основі системного підходу уявити перехід від окремих завдань моделювання на різних рівнях до системного моделювання в цілому.

Діяльність агроформувань в ринкових умовах без залучення коштів для покриття сезонної потреби в фінансових ресурсах неможлива. Термін «розміщення ресурсів» позначає різні поняття. Категорія «інвестиційні ресурси» в цьому відношенні більш стійка, так як майже завжди усвідомлюється через сутність термінів «вкладення капіталу» або «Вкладення коштів», набір довгострокових активів, які повинні забезпечити ідеальну комбінацію контрольованого ризику і максимально можливої прибутковості.

Тваринництво є важливою галуззю сільського господарства, що дає значну частину його валової продукції. Значення цієї галузі визначається не тільки високою часткою її у виробництві валової продукції, але і великим впливом на економіку сільського господарства, на рівень забезпечення важливими продуктами харчування, створення робочих місць, розвиток соціальної сфери, переробної та харчової промисловості. Найбільш поширеними напрямками спеціалізації тваринницьких господарств в області в даний час залишаються: молочне скотарство, свинарство, птахівництво.

Таблиця 2

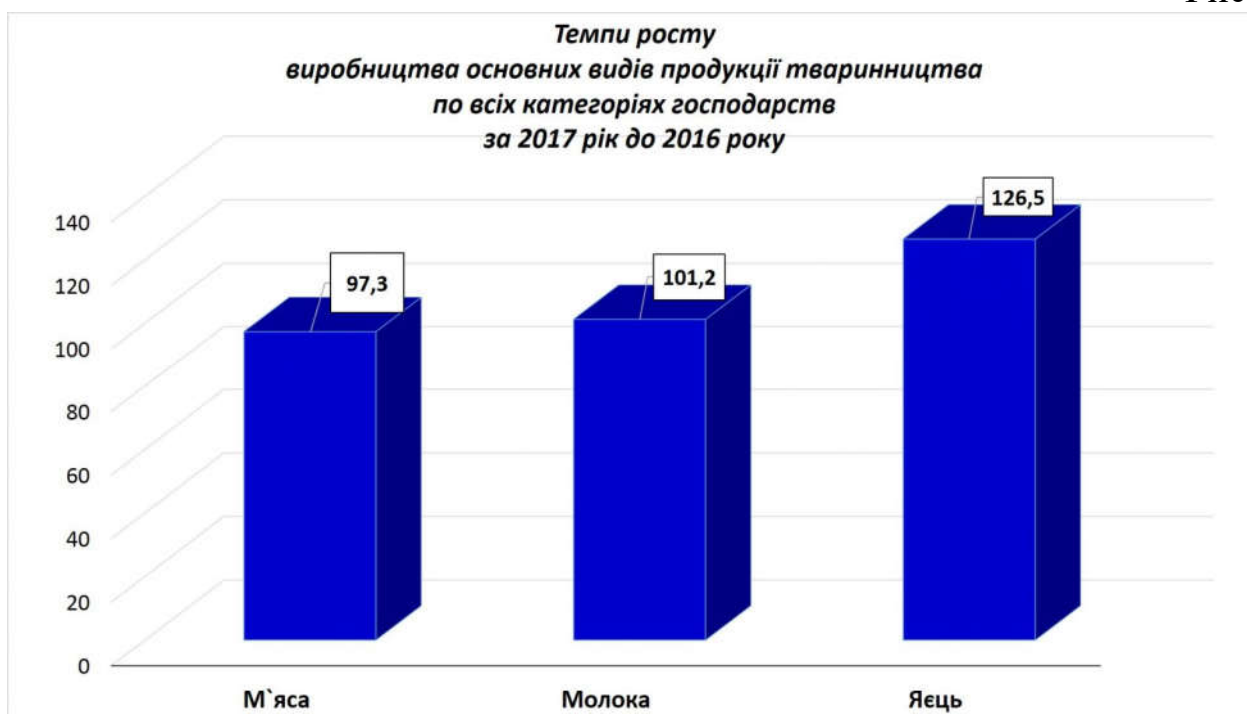
Індекс сільськогосподарської продукції

	Фактично за 2017р.	Темпи зростання (зниження), %			
		грудень 2017р. до		2017р. до 2016р.	<u>довідково:</u> 2016р. до 2015р.
		листопада 2017р.	грудня 2016р.		
Індекс сільськогосподарської продукції	x	x	x	109,7	108,2

Дані згідно інформації Головного управління статистики Хмельницької області

По всіх категоріях господарств реалізовано 95,2 тис. тонн м'яса, вироблено 596,8 тис. тонн молока, 1297,9 млн. штук яєць, 8 тонн вовни.

Основним пріоритетом розвитку галузі тваринництва є збільшення виробництва продукції (молока, м'яса, яєць) до кількості, що забезпечить її споживання на рівні раціональних норм. Це буде здійснюватися за рахунок будівництва, реконструкції великих тваринницьких комплексів і ферм, розвитку кооперативного руху.



Дані згідно інформації Департаменту агропромислового розвитку, екології та природних ресурсів Хмельницької облдержадміністрації
<http://www.apr.adm-km.gov.ua/Zagalna-InformatsIya>

Сільськогосподарські підприємства у 2017 році за власні кошти здійснювали будівельні роботи на 7-ми великих об'єктах в тваринництві, а саме: на трьох молочнотоварних фермах: ФГ «Бізон-1» с. Сахнівці Старокостянтинівського району, ФГ «Маїс», с. Масівці, Хмельницького району, ТОВ НВА «Перлина Поділля» с. Гулівці Білогірського району, на чотирьох свинокомплексах: ФГ «Династія», с. Йосипівка Старокостянтинівського району, ПП «Аграрна компанія 2004» с. Свіршківці Чемеровецького району та с. Доброгорща Хмельницького району, ТОВ «Камчатка» (четвертий модуль) с. Теліжинці Ізяславського району.

Введено в експлуатацію свинокомплекс ПП «Аграрна компанія» с. Бубнівка та першу частину молочно-товарної ферми с. Остапківці Городоцького району та ТОВ НВА «Перлина Поділля» с. Гулівці Білогірського району, модульні площадки ангарного типу для відгодівлі свиней ТОВ «Грінлайн-Агрогруп» с. Вербка Ярмолинецького району. Відновлено роботу свинокомплексу ТОВ «Подільський бекон» с. Воронківці Старокостянтинівського району.

Важливою потребою є зміна стратегії ведення тваринництва з наданням першочергового значення розвитку тваринництва в індивідуальному секторі та збереженню чисельності поголів'я ВРХ м'ясних порід, а саме: створення сімейних ферм та підтримка особистих

селянських господарств з виробництва та переробки тваринницької продукції; зниження собівартості та трудомісткості виробленої продукції шляхом запровадження прогресивних енерго- і ресурсозберігаючих технологій та оновлення матеріально-технічного оснащення; підвищенні якості та конкурентоспроможності виробленої молочної сировини шляхом запровадження безконтактного доїння та первинної обробки (охолодження); підвищення продуктивності та генетичної якості тварин, в тому числі в особистих господарствах населення, шляхом заміни наявного поголів'я племінними телиць та нетелей молочного напрямку продуктивності; забезпечення отримання здорового маточного поголів'я шляхом запровадження штучного осіменіння високоякісним генетичним матеріалом, що усуне споріднене розведення.

Для активізації інвестиційної діяльності в сільському господарстві вважаємо за доцільне орієнтуватись на основний кластер - зовнішніх інвесторів (підприємства, приватні особи) і перспективний - населення регіону.

Висновки. Для розвитку аграрного конкурентоспроможного виробництва і продовольчого забезпечення продуктами харчування населення Хмельниччини необхідно впроваджувати інноваційний механізм за рахунок збільшення обсягів інвестицій в основний капітал в сільському господарстві, а саме: придбання високопродуктивної техніки, що дозволяє впроваджувати прогресивні ресурсозберігаючі технології; будівництва тваринницьких комплексів; придбання технологічного обладнання та спеціальної техніки; закупівля племінної худоби.

Виділення бюджетних ресурсів слід здійснювати за такими напрямками: субсидії на придбання мінеральних добрив, отрутохімкатів, кормів, виплату відсотків за отриманими з державних ресурсів кредитами; субсидувати кошти на зберігання продукції і транспортні засоби для перевезень, будівництво виробничих приміщень, створення виробничих кооперативів; здійснювати контроль за паритетом цін на промислову і сільськогосподарську продукцію; надавати підтримку внутрішніх цін на сільськогосподарську продукцію; для державної фінансової підтримки і підвищення прибутковості товаровиробників застосовувати цільові (гарантовані) ціни на зерно та інші важливі види сільськогосподарської продукції. Рівень цільових цін повинен гарантувати прибутковість для самофінансування розширеного виробництва товаровиробників. Саме цільова ціна є економічною реальністю, тобто ціною реалізації.

Список використаних джерел:

1. Баутін В.М. Інноваційна діяльність в АПК // Економіка і управління 2005.- №8. - С. 19-25.

2. Бездудний Ф.Ф., Смирнова Г.А., Нечаєва О.Д. Сутність поняття інновація і його класифікація // Інновації.- 1998.- №2.-3. - С. 89-73.
3. Бочаров В.В. Інвестиції // Інвестиції в сільському господарстві.- 2010.- №2. - С. 84-89.
4. Гончарова Н. Інноваційна економіка: проблеми і пріоритети // Актуальні проблеми економіки.- 2004.- №8. - С. 130-139.
5. Пьянкова К.В. Перспективи розвитку інвестиційної політики в аграрному секторі економіки // Досягнення науки і техніки АПК.- 2004.- №7. - С. 15-18.

Науковий керівник: Волощук Катерина Богданівна, доктор економічних наук, професор, Подільський державний аграрно-технічний університет

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Митрофанова Наталія Сергіївна

магістр, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського "Харківський авіаційний інститут"

Інвестиції як економічна категорія виконують ряд найважливіших функцій, без яких неможливий нормальний розвиток економіки підприємства і держави в цілому, так як інвестиції спрямовуються не тільки з метою отримання прибутку, а й з метою регулювання економіки в цілому і проведення певної структурної політики.

Сучасний світовий фінансово - економічна криза, що вибухнула в 2008 р, ставить нові вимоги перед інвестиційним механізмом, перетворюючи управління інвестиційною діяльністю підприємства в один з найбільш значущих аспектів фінансового менеджменту. Варто одночасно з цим відзначити, що інвестори, раніше володіли великим запасом вільних коштів завдяки стійкому зростанню фінансових ринків, втратили великі суми, на довгий час вилучивши їх з обороту.

Отже, рівень вимог, що пред'являються інвесторами до інвестиційних проектів підприємств реального сектора економіки багаторазово зріс, що змушує підприємства приділяти більше уваги опрацювання та аналізу своєї інвестиційної діяльності.

При виборі об'єкта інвестування проводиться низка передінвестиційних досліджень: вивчаються всі інвестиційні ризики, проводяться маркетингові дослідження, оцінюються напрямки інвестування. Обґрунтування доцільності інвестицій потребує розгляду якомога більшої кількості інвестиційних проектів із метою вибору

найкращого. Звичайно, в цій справі інвестору допомагають інші учасники (посередники) інвестиційного процесу.

В умовах гострої конкуренції підприємствам необхідно швидко адаптуватися до змін зовнішнього і внутрішнього середовища, де виграє те підприємство, яке швидше за інших пристосується до реалій часу й адаптується до них.

Головним суб'єктом інвестиційної діяльності є саме підприємство, яке виступає у ролі інвестора і приймає рішення про вкладення власних, позикових і залучених майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти інвестування. Крім того, учасниками інвестиційної діяльності є кредитори, інвестиційні посередники, підрядники та ін. Ефективне управління інвестиційною діяльністю підприємства забезпечується реалізацією ряду принципів.



Рисунок 1 Принцип управління інвестиційною діяльністю підприємства

Інноваційна активність національної економіки визначається результатами діяльності підприємств, які розробляють і впроваджують нововведення у виробництво товарів, сферу послуг та інші галузі господарювання. Інноваційна діяльність має дуже важливе значення. При постійному розвитку науки, техніки, технологій можливий випуск конкурентоспроможної продукції та послуг.

Список використаних джерел:

1. Білик М. Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств / М. Д. Білик // Фінанси України. – Міністерство фінансів України, 12/2003. – №12. – С. 24–36.
2. Савчук В. Практична енциклопедія фінансового менеджера – К. : Баланс Бізнес Букс, 2017. – 976 с.

3. Татар М. С. Аналіз і оцінювання фінансового стану суб'єктів підприємницької діяльності [Текст]: навч. посіб. до виконання курсової роботи– Х.: Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2015. – 56 с.

Науковий керівник: Бабушкін Олександр Анатолійович, кандидат технічних наук, доцент кафедри економіки та маркетингу, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського "Харківський авіаційний інститут"

МОНІТОРИНГ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Яремик Христина Ярославівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і оподаткування, Українська академія друкарства

Івасечко Наталія Ярославівна

магістрант кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і оподаткування, Українська академія друкарства

Пащенко Тетяна Олександрівна

магістрант кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і оподаткування, Українська академія друкарства

Сучасні умови господарювання в Україні супроводжуються активізацією глобалізаційних, євроінтеграційних процесів, що підвищує актуальність питань забезпечення інвестиційної безпеки вітчизняних підприємств. Інвестиційна безпека як ключова складова економічної безпеки підприємства спрямована на забезпечення досягнення важливих стратегічних цілей суб'єктів господарювання: стійкого економічного зростання, підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності, зростання рівня їх конкурентоспроможності. Динамічність розвитку зовнішнього середовища та нестабільність внутрішніх чинників функціонування підприємств обумовлюють потребу здійснення постійного моніторингу стану інвестиційної безпеки в процесі стратегічних перетворень, що є необхідною умовою збереження досягнутого її рівня.

Особливості моніторингу, в тому числі економічної безпеки підприємства присвячено дослідження Козуб В.О., Клебанової Т.С., Коваленко Є.С., Устенко С.В та ряду інших авторів. Висвітленню питань моніторингу рівня фінансової безпеки підприємства, як елемента системи

його управління знайшло відображення в роботах Бланка І.А., Вергун А.М., Мішина О.Ю., Мішиної С.В., Сусіденко О.В. та інших. Вивченню проблем застосування моніторингу, як інструменту інвестиційної безпеки присвячені публікації таких авторів як: Басюк Т.П., Кудрявцева В.М., а також заслуговують уваги підходи Ковтун Н.В щодо статистичних досліджень інвестиційного процесу.

У роботі [1 с. 294] інвестиційна безпека підприємства трактується як «міра узгодження довгострокових економічних інтересів підприємства як суб'єкта інвестиційної діяльності з суб'єктами зовнішнього середовища, за якої в умовах загроз підприємство в довгостроковому періоді не переходить в кризовий стан, який загрожує збитками великого масштабу, втратою конкурентоспроможності, порушенням нормального режиму господарської діяльності». На макрорівні термін «інвестиційна безпека» трактується як процес забезпечення такого стану інвестиційної сфери, за якого економічна стратегія розвитку підприємства здатна зберігати і підтримувати достатній рівень інвестиційних ресурсів в умовах дії внутрішніх і зовнішніх загроз, що є необхідним для забезпечення стійкого розвитку та економічної стабільності, і як результат, зростання конкурентоспроможності національної економіки та добробуту населення [3]. З даної позиції, основна мета інвестиційної безпеки підприємства – інвестиційне забезпечення економічного розвитку підприємства.

Моніторинг - це система постійного спостереження за процесами і тенденціями, що мають місце у зовнішньому та (або) внутрішньому середовищі підприємства з метою своєчасної оперативної оцінки ситуацій, що виникають [6, с.138]. Ковтун Н.В. моніторингом інвестиційного процесу та інвестиційної діяльності вважає безперервне спостереження за станом інвестиційної сфери та факторами, що на неї впливають, з метою отримання її поточної оцінки та прогнозування на базі проведення всебічного статистичного аналізу [7, с.68].

У роботі Басюк Т.П. розглянуто функціонування моніторингу як системи. Автором виокремлено особливості формування системи моніторингу інвестиційної діяльності підприємства як основи інформаційного забезпечення його інвестиційної безпеки. Система моніторингу реалізації інвестиційних рішень розглядається як постійний нагляд за найважливішими поточними результатами реалізації певного інвестиційного проекту в умовах зміни зовнішнього та внутрішнього середовища[2]. Таким чином моніторинг інвестиційної безпеки повинен проводитися постійно в межах зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства з метою запобігання загрозам.

До основних етапів здійснення моніторингу відносять: ідентифікацію підприємства і об'єкту моніторингу; формування системи показників оцінки інвестиційної безпеки підприємства з урахуванням

специфіки його функціонування; збір і підготовка інформації, що характеризує стан об'єкту моніторингу; виявлення чинників, що характеризують перспективні напрями розвитку підприємства; моделювання і формування сценаріїв або стратегій розвитку підприємства; розрахунок та проведення аналізу показників інвестиційної безпеки; розробка пропозицій по попередженню і нейтралізації загроз інвестиційної безпеки підприємства [2,4,6].

До завдань моніторингу інвестиційної безпеки слід віднести: виявлення внутрішніх та зовнішніх факторів, що здійснюють вплив на інвестиційну безпеку підприємства; визначення причини, впливу деструктивних факторів; вивчення тенденцій зміни показників, які пов'язані з інвестиційною діяльністю підприємства; виявлення негативних тенденцій в сфері інвестиційної діяльності підприємства; розроблення цільових заходів з метою запобігання та ліквідації загроз інвестиційній безпеці підприємства.

На основі використання методології статистичного моніторингу інвестиційної діяльності та враховуючи особливості процесу підтримки рівня інвестиційної безпеки підприємства, комплексний методичний підхід щодо проведення її моніторингу включає такі складові: моніторинг зовнішнього, внутрішнього середовища та моніторинг реалізації інвестиційних рішень підприємства [2,4,6].

З врахуванням основних завдань системи моніторингу інвестиційної безпеки підприємства, нами узагальнено фактори, які можуть викликати значні та довготривалі зміни у сфері інвестиційної діяльності (Табл.).

В процесі моніторингу факторів, які обумовлюють загрози інвестиційній безпеці підприємства використовують необхідну та достатню систему показників, які згруповані за видами діяльності підприємства.

Таблиця

Фактори моніторингу інвестиційної безпеки підприємства[2].

Фактори моніторингу	
Зовнішнє середовище	Внутрішнє середовище
Стан економічного розвитку країни	Інвестиційна активність підприємства
Кон'юнктуру інвестиційного ринку	Фінансові результати інвестиційної діяльності окремих структурних підрозділів підприємства
Діяльність контрагентів та конкурентів	Нормативно-планові показники, що пов'язані з інвестиційною діяльністю
Нормативно-регулюючі показники в сфері інвестиційної діяльності	Інвестиційна привабливість підприємства
Інвестиційний клімат держави та регіону	
Фінансово-кредитна політика держави	
Попит на продукцію підприємства	

Система моніторингу інвестиційної діяльності підприємства як основи інформаційного забезпечення його інвестиційної безпеки повинна забезпечувати отримання двох блоків інформаційних показників: 1) необхідних для розробки і прийняття інвестиційних рішень на підприємстві, які формуються із зовнішніх джерел; 2) необхідних для аналізу в ході реалізації прийнятих інвестиційних рішень [2].

Досліджуються зміни величини відібраних індикаторів за певний період часу; визначаються відхилення фактичних і прогнозних даних від встановлених нормативів, що характеризує зниження ефективності інвестиційного рішення та визначає параметри кризової ситуації; проводиться аналіз причин, що спричиняють ці відхилення.

Використання системи моніторингу інвестиційної безпеки дозволяє безперервно відстежувати поточний її рівень та прогнозувати майбутній, виявляти й усувати потенційні загрози, забезпечувати вироблення і прийняття оптимальних управлінських рішень в сфері інвестиційної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Анісімова О. М. Інвестиційна безпека підприємства в контексті економічної безпеки: сутність, зміст, оцінка и система управління / О. М. Анісімова, О. С. Картечева // Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності.– 2012. – Випуск 1. Том 2. – С.293 – 297.
2. Басюк, Т. П. Інформаційне забезпечення системи інвестиційної безпеки підприємств [Електронний ресурс] /Т. П. Басюк // Східна Європа: економіка, бізнес та управління : електронний науково-практичний журнал. - 2017. - № 3 (08). Режим доступу до ресурсу: www.easterneurope-bm.in.ua/8-2017-ukr
3. Караєва Н. В. Теоретико-методологічні основи дослідження інвестиційної безпеки в системі антикризового управління [Електронний ресурс] / Н. В. Караєва, А. О. Межевич. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009_1/Karaeva_109.htm
4. Ковтун Н.В. Статистичне дослідження інвестиційного процесу та інвестиційної діяльності: теорія, методологія, практика. – Київ: 2005. –440 с.
5. Кудрявцев В.М. Система управління інвестиційною безпекою підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/11331/1/2.pdf>.
6. Сусіденко О. В. Формування системи забезпечення фінансової безпеки підприємства: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / О.В. Сусіденко; Хмельниц. нац. ун-т. – Хмельницький., 2015. –220 с.

МІЖНАРОДНИЙ ЛІЗИНГ В УКРАЇНІ

Білоус Мар'яна Ярославівна

студентка, Чернівецький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

На світовому ринку послуг вагоме місце займають орендні відносини, тобто передача у строкове оплатне володіння і користування різних об'єктів.

З розвитком оренди появився такий її вид, як лізинг. У вітчизняній економіці лізинг є досить новою сферою, однак, за останнє двадцятиліття лізинг став важливою складовою інвестиційної політики багатьох країн.

Термін «лізинг» походить від англійського дієслова «lease», що означає - здавати і брати майно в оренду.

При міжнародному лізингу суб'єкти угоди перебувають під юрисдикцією різних держав, або коли майно чи платежі перетинають державні кордони.

Відповідно виділяють експортну, імпорتنу та транзитну лізингову операцію.

Експортною лізингова угода називається тоді, коли виробник і лізингодавець знаходяться в одній країні, а лізингоодержувач - в іншій.

Відповідно імпортною операція буде за умови, що виробник буде в одній країні, а лізингодавець на лізингоодержувач з іншої країни.

Транзитною угода називається, коли всі учасники з різних країн [1].

Лізинг є одним із найпопулярніших у міжнародній практиці методів фінансування підприємств для оновлення виробництва та технічного оснащення. Лізинг є господарською діяльністю, яка спрямована на інвестування власних чи залучених фінансових коштів, та сприяє розвитку економіки.

Міжнародна співпраця в даній діяльності буде більш ефективною для нашої держави, ніж використання внутрішнього лізингу. У зв'язку з цим міжнародний лізинг, як метод залучення інвестицій в Україну займає вагоме місце. Без даного виду співпраці в Україні спостерігається дефіцит капіталовкладень за рахунок власних коштів підприємств, відсутність необхідної підтримки, обмеженість доступу до довгострокових кредитів і т.д. І саме міжнародний лізинг може стати потужним чинником у стимулюванні припливу інвестицій в основний капітал та економічне зростання в Україні. Це сприятиме позитивним змінам в економіці країни.

Саме тому українські лізингові компанії намагаються підтримувати зв'язки з іноземними підприємствами. Здебільшого це співпраця з

європейськими партнерами. Серед них Європейський Банк Реконструкції та розвитку, а також підприємства з Німеччини та Швеції. Крім того успішна співпраця Українських лізингових компаній з партнерами з Канади та США.

Так 19 червня 2018 року була підписана угода про надання субординованого кредиту німецьким банком розвитку Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) та українською лізинговою компанією ОТП Лізинг. Підписання угоди відбулося за дорученням німецького уряду в рамках програми «Агрофінансування». Цей кредит дозволить лізинговій компанії привабити нових міжнародних кредиторів, залучити більше кредитів і цим збільшити свій капітал.

Кредит сумою 17 млн.дол. лізингова компанія отримала терміном на 7 років з виплатою в кінці закінчення угоди. За допомогою кредиту українські компанії укладуть лізингових договорів з ОТП Лізинг на суму 180 мільйонів доларів замість запланованих 100 мільйонів. Кредит дозволить компанії забезпечити роботу з малим та середнім бізнесом і ще більше закріпить позиції на ринку лізингу, що на сьогоднішній день дорівнює 40-45% [2].

Найбільшим міжнародним фінансовим інвестором в Україні є Європейський Банк Реконструкції та Розвитку. З початку діяльності у країні в 1993 році Банк узяв на себе сукупні зобов'язання щодо надання майже €12,1 млрд. в рамках близько 400 проектів.

ОТП Лізинг вже не перший рік співпрацює з Європейським Банком Реконструкції та Розвитку (ЄБРР). Так у 2017 році компанія отримала кредит у гривні сумою 514 млн. грн. Вперше за історію співпраці ЄБРР та українських підприємств кредит надано в національній валюті. Тепер українські підприємства зможуть без валютних ризиків модернізувати своє виробництво завдяки підписанню такої угоди. ОТП Лізинг планувала укласти договорів на суму 70 млн. дол. у 2017 році, а тепер можуть перевиконати план на 30-40%, та підписати угод на суму 90-95 млн. дол., 30% з яких це фінансування малого та середнього бізнесу [2].

А у 2018 році **ЄБРР** надав кредит в місцевій валюті на суму до 324 млн. грн. (еквівалент €10 млн.) **«ОТП Лізинг»** для здійснення спільної діяльності на довгострокових засадах лізингових операцій з малими і середніми підприємствами по всій країні. Завдяки новому кредиту ЄБРР ОТП Лізинг зможе подовжити термін лізингових угод, які вона пропонує, і укладати їх у місцевій валюті. Це дозволить компанії диверсифікувати свою клієнтську базу, у першу чергу завдяки орієнтації на менші за розміром компанії.

EU4Business – це ініціатива ЄС, створена для підтримки приватного сектору в країнах Східного партнерства, у тому числі Україні. Метою цієї ініціативи є зміцнення співпраці шляхом надання малому і середньому

бізнесу професійних консультацій та фінансування. Підтримка в рамках ініціативи «EU4Business» надається спільно з іншими організаціями, зокрема ЄБРР.

Малі та середні підприємства України мають можливість отримати грантове фінансування в розмірі до 1 млн. євро в рамках даної ініціативи EU4Business з метою отримання вигоди від Угоди про поглиблену та всебічну зону вільної торгівлі (ПВЗВТ) між Україною та ЄС [3].

Scania - це шведська глобальна корпорація, яка займається продажем автомобілів, вантажівок, автобусів. У липні 2017 року компанія Scania продала 44 вантажівок Українським компаніям, які змогли зробити дане замовлення завдяки фінансовому лізингу. Придбати нові вантажівки вдалось з допомогою фінансової підтримки компанії «Сканія Кредит Україна» у межах спеціальної програми «Scania SilverLine». Замовниками техніки стали компанії різних секторів економіки: аграрії та будівельники, виробники мебелі, представники молочної та логістичних галузей [4].

Українські компанії співпрацюють не тільки з Європою, а й з країнами американського континенту. Так канадська компанія Versatile впровадила спеціальну ексклюзивну фінансову програму в Україні. Спеціально до збирального сезону компанія Versatile разом з банками-партнерами, зокрема українською компанією ЛЕМКЕН-Україна, підготувала лізинговий кредит, який дозволив з 1 квітня 2017 року купити комбайни без початкових вкладень і без збільшення вартості для споживача. За умовами лізингу, клієнтам надали можливість купити техніку VERSATILE з 0% передоплатою і з 0% ставкою по кредиту до 1 грудня 2017. Виплачують кредит сезонними внесками, рівними частинами починаючи з серпня. Клієнт може комфортно для себе сплатити кредит після отримання виручки від реалізованої продукції.

Українські лізингові компанії зможуть скористатися інструментом кредитних гарантій DCA (development credit authority), забезпечених казначейством США. про це зазначається на сайті Асоціації «українського об'єднання лізингодавців». Ці гарантії дозволять українським лізинговим підприємствам активніше фінансувати бізнес і брати на себе більший обсяг ризику, співпрацювати з ризиковими підприємствами.

В Україні посередником при надання гарантій буде USAID – кредитна рада USAID розглядатиме заявки від лізингових компаній і встановлювати ключові параметри співпраці. Гарантії DCA покривають до 50% від зобов'язань. У разі дефолту лізингоодержувача лізингова компанія звертається в USAID по компенсацією гарантованих сум.

Разова комісія при отриманні гарантії становить в середньому 1,5% від максимальної суми гарантованих зобов'язань. Раз на півроку потрібно платити регулярну комісію – близько 1,5% від суми використаних гарантій. Дані гарантії дозволять лізинговим компаніям Надавати

фінансування новим категоріям бізнесу (наприклад, надавати в лізинг медичне обладнання), співпрацювати з компаніями, які вважаються ризиковими, а також укласти лізингові договори на більш тривалі терміни.

З 2002 року ДСА-гарантії в Україні отримували банки «Надра» на суму 6 млн. дол. (частка використаної гарантії – 62,38%), «Львів» – на 8190000 грн. (19,19%), ПроКредит Банк на 9, 29 млн. дол. (28,6%), а також 5 кредитних спілок – на 2 млн. дол. [5].

Отже, міжнародний лізинг широко використовується на міжнародній арені. В Україні такий вид кредитування тільки отримує популярність, проте вже зараз є чудовою альтернативою звичайному кредитуванню. Завдяки міжнародному лізингу в країну надходять новинки науково-технічного прогресу, що стимулює інноваційний розвиток та скорочує термін морального та фізичного старіння техніки в країні. Міжнародний лізинг є вигідним, тому можна стверджувати що протягом десяти років даний вид бізнесу набуде значного поширення і на теренах України.

Список використаних джерел:

1. Григоренко Є.В. Лізинг як перспективний вид діяльності / Є.Григоренко // Ринок цінних паперів України. – 2002. – № 1-2. – 12с.
2. ОТП-Лізинг. Новини компанії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.otpleasing.com.ua>
3. ЕБРР виявляє довіру до українського ринку лізингу. Українське об'єднання лізингодавців. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uul.com.ua/2018/ebrr-vyavlyaye-doviru-do-ukrayinskogo-rynku-lizyngu/>
4. Фінансовий лізинг допоміг українським підприємствам оновити свій автопарк сучасними Scania. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uul.com.ua/2017/finansovuj-lizyng-dopomig-ukrayinsk/>
5. Руденко В. Українські лізингові компанії отримують гарантії США / Financial club / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://finclub.net/news/ukrainskie-lizingovye-kompanii-poluchat-garantii-ssha.html>

Науковий керівник: Бабінська Ольга Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

ТЕОРЕТИЧНЕ УЗАГАЛЬНЕННЯ ВИКЛИКІВ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМЦІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В ПРОЦЕСІ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

Бурова Олена Юріївна

студентка, Харківський національний технічний університет сільського господарства ім. П. Василенка

Однією з закономірних стадій еволюції суб'єктів агробізнесу в Україні не залежно від масштабів здійснення економічної діяльності або галузевих пріоритетів цієї діяльності все частіше вважається освоєння даними суб'єктами зовнішніх ринків збуту виробленої продукції. Однак, перед носієм відповідальності за прийняття рішення про початок міжнародної експансії очікувано виникає низка запитань. І хоча кожній компанії притаманні власні характерні риси поведінки у бізнес-середовищі, накопичений за роки незалежності досвід українських підприємців стосовно організації своєї міжнародної діяльності беззаперечно містить цілий набір універсальних інструментів для шліфування експортних стратегій і тактик реалізації експортного потенціалу.

Не зважаючи на масив отриманої інформації і значну кількість вирішених за майже 30 річний період торгових кейсів, все ж, на нашу думку, знанням набутим під час організації міжнародних відносин суб'єктами українського агробізнесу, не вистачає системності. Брак системності теоретичного підґрунтя, таким чином, відбивається і на їх безпосередній діяльності як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Наприклад, стратегія підвищення конкурентоспроможності часто зводиться до поліпшень характеристик продукту і цінового фактору, не зважаючи на загальну стратегію розвитку [3]. Таке бачення призводить до, в тому числі, втрати потенційно цікавих ринків збуту. Типовою є ситуація, коли розміри ввізного мита відлякують вітчизняних товаровиробників, не здатних до самостійного пошуку партнерів або ефективного просування свого бренду. Низький рівень ділової етики та англійської мови, неготовність і, подекуди, небажання вивести бізнес із тіні ускладнюють адаптацію до специфіки технічних вимог, розробку взаємовигідної експортної стратегії. Вищезазначений неповний список недоліків, безумовно, приймає участь у формуванні загального враження від українського підприємця на міжнародному ринку, де навіть декілька несумлінних експортерів можуть зіпсувати імідж цілої галузі.

В міжнародних ділових колах Україна сприймається як економіка з рівнем ризику інвестицій вище середнього. Беручи до уваги корупціогенний фактор та інші питання з верховенством права, закордонні контрагенти схильні до скрупульознішого аналізу українських

партнерів, подання запитів щодо додаткової інформації через власні контактні мережі. Відсутність систематизованої бази даних не дає можливості, також, оцінити стан економічного середовища потенційних партнерів з української сторони (кількість і діяльність їх постачальників і клієнтів), прогнозувати результати тих чи інших трансформаційних випадків.

Стосовно гідної мотивації для подолання такого скупчення перешкод до набуття вітчизняними виробниками сільськогосподарської продукції високого рівня конкурентоспроможності в умовах транснаціональної торгівлі, то в більшості випадків, бажання виходу на зовнішній ринок для українських підприємців аграрної галузі викликано вичерпанням місткості внутрішнього ринку, яке призводить до зниження адекватного платоспроможного попиту. В таких випадках експортна діяльність носить епізодичний характер з притаманними йому негативними наслідками у вигляді трансакційних витрат та втрати так званої «сезонної премії» від реалізації продукції в періоди несприятливої кон'юнктури. Такі наслідки з великою долею вірогідності будуть нівельовані тими підприємцями, яким вдасться організувати систематичний експорт. Впровадження зазначеного підходу до ведення зовнішньоекономічної діяльності вимагає вкладання значних матеріальних і часових ресурсів. Для забезпечення успішності наміченої стратегії необхідно оцінити ступінь готовності підприємства до задоволення попиту на новому рівні технічно-правового супроводу [2].

Комплекс заходів, направлений на боротьбу за ринок збуту кінцевого продукту, при цьому, має бути представлений такими елементами як, наприклад, аналіз представленості на аналізованому ринку аналогічних товарів і товарів-субститутів, позиціонування власного продукту в межах відповідного сегмента і оцінка щільності товарного насичення в рамках спеціалізованих лінійок тощо [1]. Не менш важливим фактором забезпечення успішності експортної кампанії є спроможність довести етичність переконань щодо методів організації партнерських відносин, свою відданість справі, оскільки все більше уваги з боку менеджерів-закупівельників приділяється ціннісній сумісності з постачальником. Щодо технічної відповідності, то кожній мережі властиві свої вимоги, проте в більшості випадків якість має відповідати стандартам BRC, SQF, FFSC 2200, IFC або Global GAP, які визнаються Глобальною ініціативою з безпеки продуктів харчування (GFSI).

Процедура проходження сертифікації, зокрема сертифікаційного аудиту, є відносно дорогою (800 EUR/день) і може виявитись нездоланною перешкодою невеликих компаній на шляху до освоєння ринку крупних мереж, зацікавлених виключно в товарах з зазначеною сертифікацією. В такому випадку підприємству слід починати розвиток

бренду в середовищі окремих магазинів і малих торгових мереж локального значення, в так званому B2B сегменті. Даному ринку, як правило, характерні інші вимоги та критерії. Зрештою, не поодинокими є випадки допомоги іноземних партнерів в проходженні необхідної сертифікації в разі прикладання достатніх для цього зусиль українцями.

Особливий товар матиме попит навіть за незначних поставок. Однак, покращення міжнародного статусу стрімко викличе необхідність збільшення обсягів при збереженні якісних характеристик. Втім, початок розвитку міжнародних торгових компетенцій традиційно визначається малими обсягами – для підтримки довготривалих відносин потрібні фундаментальні підходи [4].

В ситуації коли готовність підприємства нарощувати обсяги експорту є випереджаючою відносно темпів зростання попиту на зміст цього експорту особливу увагу варто звернути на такий метод просування бренду, як його представленість на різного роду відкритих професійних форумах та спеціалізованих торговельних майданчиках і місіях. Підготовка до такого роду заходів може займати до півроку з розрахунку факту обмеженості виставкових площ та відповідного попиту на них. Під час підготовки особливого наголосу потребує розробка скриптів для персоналу, тобто коротких діалогів, які мають лаконічно характеризувати бренд та особливості (конкурентні переваги) продукції, яку він представляє при спілкуванні з потенційними клієнтами.

Список використаних джерел:

1. Бабан Т. О. Зовнішні фактори експортного потенціалу ячменю / Т. О. Бабан. // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. – 2014. – №149. – С. 73–80.
2. Власенко Т. В. Моделювання динаміки розвитку для удосконалення управління спеціалізацією підприємства / Т. В. Власенко, В. М. Власовець. // Технологический аудит и резервы производства. – 2016. – №5. – С. 9–15.
3. Даниленко В. В. Детермінанти та пріоритети моніторингу конкурентоспроможності аграрних підприємств / В. В. Даниленко. // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент. – 2016. – №1. – С. 78–83.
4. Онегіна В. М. Експорт зернових і цінові тенденції / В. М. Онегіна, В. Я. Амбросов. // Економіка України. – 2005. – №1. – С. 73–79.

Науковий керівник: Бабан Т. О., кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний технічний університет сільського господарства ім. П. Василенка

ФІНАНСОВІ МАНІПУЛЯЦІЇ КРУПНИХ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ У СВІТОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ ОСТАННІХ ДЕСЯТИЛІТЬ

Мединська Тетяна Ігорівна

кандидат економічних наук, Рівненський державний гуманітарний університет

Контури майбутньої глобальної економіки у значній мірі визначатиме стратегічне планування і господарська діяльність головних рушійних сил інтернаціоналізації – як і, зокрема, її результату – транснаціональних корпорацій. Тому актуальною постає проблема дослідження причин, які призвели до хвиль банкрутств цих інституцій.

Першу хвилю банкрутств серед транснаціональних корпорацій у 2000–2004 рр. спровокували фінансові махінації та зловживання з боку вищого менеджменту даних утворень. Наприкінці 2008-го – 2009-му роках банкрутства пов'язують із різким падінням іпотечного ринку і ринку нерухомості взагалі.

Причина першої хвилі – махінації з використанням фінансових інструментів компанії – махінації, пов'язані з маніпулюванням внутрішньо-корпоративними фінансовими потоками. Це маніпуляції менеджменту корпорацій з акціями та корпоративними облігаціями. Другий вид фінансових маніпуляцій пов'язаний із маніпулюванням внутрішньо-корпоративними міжнародними фінансовими потоками. Це, насамперед, використання у транзитних схемах офшорних фірм та банків.

Найпопулярнішими офшорними юрисдикціями вважаються Британські Віргінські Острови, Співдружність Багамських Островів, Республіка Панама, Острів Мен, Гібралтар. Офшорні фірми реєструються і в деяких респектабельних країнах (традиційних міжнародних фінансових центрах світу) – Ліхтенштейні, Люксембурзі та деяких ін. Відомо близько 300 юрисдикцій, які надають іноземним компаніям можливість міжнародного податкового планування. Кількість класичних офшорних районів не перевищує 50–60 найменувань.

Нещодавно з'явилися також нові форми офшорних підприємств – компанії міжнародного бізнесу, пільгові чи звільнені компанії. Основна їх відмінність полягає в тому, що вони можуть відкривати в офшорній юрисдикції функціонуючий офіс для ведення бізнесу і мають право на придбання нерухомості.

У розвинутих державах (США, Великобританії, країнах Європейського Союзу) хоча й існує антитрансферне, антиофшорне й антидемпінгове законодавство, проте доводиться вести боротьбу із “брудними” грошовими і товарними потоками. Так, багато країн знижують рівень прозорості для фінансових операцій міжнародних

представництв іноземних організацій задля підвищення інвестиційної привабливості своїх економік [1, с. 48].

Самі американці більше, ніж половину своїх коштів вклали у компанії та фонди, які займаються фінансовими спекуляціями, адже, як зазначають аналітики, найбільш слабке місце американської економіки – це скорочення інвестицій у реальний сектор. Наприклад, керівництво однієї з найбільших американських ТНК “Enron” прагнуло максимально звільнитися від “твердих” активів (виробничих будівель, машин, обладнання), оскільки вони “акумулюють” готівку, яку можна було б ефективніше використовувати в торговельних операціях. Як наслідок, корпорація “Enron” майже перестала займатися виробництвом, а стала здебільшого великим торговельним майданчиком, тобто типовою спекулятивною фінансовою компанією, центральною ланкою якої став торговельний підрозділ “EnronOnline”, що був свого часу найуспішнішим проектом мережі Інтернет [2].

Прикладом такого банкрутства став і американський банк Washington Mutual, який втратив за останній рік більше 95 % своєї вартості та був узятий під контроль Федеральною корпорацією страхування депозитів США (FDIC). Це банкрутство стало найбільшим в історії американських банків [3]. “Washington Mutual” у значній мірі постраждав від кризи американської іпотеки, проте фатальною для нього виявилася втеча вкладників, які відкликали з банку депозитів на 16 млрд дол. Тривалі переговори про порятунок банку зрештою закінчилися невдачею, банк так і не отримав нового власника.

Можна стверджувати, що низка сенсаційних корпоративних скандалів мала гучні та тривалі наслідки не лише для Сполучених Штатів, а й для світової економічної та інституційної систем і, окрім низки банкрутств у 2001–2004 рр., по суті породила глобальну фінансову кризу кінця 2008-го року. Було підірвано довіру до корпорацій, а також до системи фондових ринків у цілому як до об’єкту вкладання коштів. Пересічні вкладники виявилися беззахисними перед системою віртуальних фінансів. Спекулятивні операції стали прибутковішими, ніж виробництво продукції, проте це не сприяє технічному прогресу та розвитку суспільства в цілому і є значним викликом сьогодення. Так, десятирічний економічний бум свого часу (наприкінці ХХ ст – початку ХХІ ст) у США не створив умови для здійснення інновацій, що могло б слугувати основою для нової хвилі економічного піднесення.

Висновки

Нажаль, сьогодні ми спостерігаємо, що реальна економіка навіть найбільш потужних в економічній царині держав дедалі більше стає заручницею віртуальних фінансів. Компанії США, так само як і споживачі, мають від’ємний індекс накопичення, оскільки ліквідність

спрямовується не в реальний сектор, який дедалі більше цього потребує, а в акції, де вона може знецінитися. Окрім того, можна констатувати, що міжнародний фінансовий ринок має деякий “ступінь свободи” щодо руху тіньових грошових і товарних потоків, зокрема для основних своїх гравців.

Список використаних джерел:

1. Карпенко Г. В. Фінансові механізми транснаціональних корпорацій у системі сучасної світової економіки // Наукові праці НДФІ 1 (46). – 2009. – С. 42-50.
2. Яценко В. Уроки Enron – фінансові і пенсійні / В. Яценко // Дзеркало тижня, № 6 (381) 16–22 лютого 2002 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zn.ua/2000/2040/33829/>.
3. Захаров П. Крупнейшее банкротство в США // Финансовой системе угрожает коллапс. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rbcdaily.ru/2008/09/26/focus/382450x0> 26.09.2008.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СФЕРИ БІЗНЕСУ ЗАВДЯКИ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ СПІВРОБІТНИЦТВУ УКРАЇНИ ТА НІМЕЧЧИНИ

Нізельська Марія

студентка Університету державної фіскальної служби України

Німеччина є вигідним стратегічним партнером для України в економічних відносинах. Таким чином, Німеччина може закріпити свої позиції як надійний партнер у сфері бізнесу, забезпечивши приріст ринкової економіки країни в цілому. Позитивні показники експорту та імпорту за останні роки створюють належне підґрунтя для існування партнерських зв'язків та їх подальшого розвитку. Виявлення проблем, які заважають перспективному функціонуванню цієї сфери, допоможе якнайшвидше привести українську економіку до нових стандартів.

Питанням економічного розвитку між Україною та Німеччиною займалися такі вчені, як В. Химинець, П. Білян, А. Мартинов, у свою чергу С. Буравченкова, Г. Харлан висвітлили зовнішньоторговельні зв'язки та становище у сфері бізнес-середовища. В. Гульченко та Ю. Рибаків у своїх працях досліджували економічний аспект зовнішньої політики Німеччини.

Метою дослідження є аналіз сучасного зовнішнього співробітництва у торговельній сфері України та Німеччини як ефективного механізму налагодження зв'язків у сфері бізнесу та поліпшення стану ринкового середовища. Необхідно дослідити проблеми, які заважають

налагодженому та якісному розвитку бізнесу між двома країнами та знайти шляхи для їх запобігання та усунення.

Україна відновлює свої позиції як важливий економічний партнер Німеччини [2]. Упродовж 2016 року німецькі компанії та підприємства експортували товарів та послуг до України на 550 мільйонів євро, або на 18% більше, ніж роком раніше. Експерти відмічають, що після двох років рецесії Україна знову заявляє про себе як про ринок, що зростає, тож збільшується й зацікавленість німецького бізнесу.

Імпорт з України до Німеччини демонструє динаміку зростання. Експортно-імпортні операції між Німеччиною та Україною у 2017 році продовжили взятий раніше курс на зростання. Товарообіг між Німеччиною та Україною значно пожвавився. Серед статей німецького експорту до України максимальну частку мало промислове устаткування. Німеччина також зберігає сильні позиції в експорті до України продукції хімічної та фармацевтичної промисловості. Рекордне зростання українського імпорту до Німеччини показали тютюнові вироби. Україна також значно збільшила показники постачань сільськогосподарської продукції до ФРН. Український імпорт до Німеччини зростає, хоч не так очевидно, але однак із хорошим плюсом у 3,4%. Причому тут на першому місці – виробництво автозапчастин в Україні для німецької автомобільної індустрії. Йдеться передусім про виробництво запчастин для електронної техніки і кабельних мереж. Розширення і експорту, й імпорту спонукало зростання німецькоукраїнського товарообігу. Зростання спирається, насамперед, на підвищення рівня німецького експорту в Україну після понад 30 місяців падіння або стагнації, коли в країні не було попиту на ці товари [5].

Для Німеччини це є дуже чітким сигналом: зростає платоспроможність, компанії-інвестори бачать подальші перспективи для співробітництва. Закуповується все потрібне для модернізації української економіки – машини, технічні промислові установки. Експерти вважають, що Україна має всі можливості для ще вищих показників на європейському, зокрема, на німецькому ринку. Адже з недавнього часу йде мова про деяку реструктуризацію української економіки. Якщо раніше передусім важка індустрія була мотором української економіки, то нині її вплив постійно зменшується. На її місце дедалі частіше заступає легка індустрія – текстильна, електронна промисловість, виробництво автозапчастин, а також меблів, продуктів харчування і кормів. Важка індустрія, звичайно, й надалі відіграє формуючу роль в Україні, але вже не найважливішу. В Україні є 4,5 тисячі підприємств з німецьким капіталом, з яких реально діючих – понад 2 тисячі. Також на теперішній час в Україні реалізується проектів німецької технічної допомоги на суму 600 млн. євро.

Німецька сторона також висловила готовність поділитися досвідом та надати практичну допомогу у вдосконаленні системи професійно-технічної освіти в Україні. За останні два роки відчувається поліпшення ділових відносин у сфері україно-німецького бізнес-середовища завдяки скасуванню численних регуляторних обмежень, йде певна переорієнтація, яка має позитивний характер завдяки Угоді про асоціацію з ЄС, відкриваються нові експортні шляхи, змінюється ситуація щодо імпорту. Проте залишаються певні розбіжності в стандартах, прийнятих в ЄС, та в тих, яких дотримується Україна [6].

Німецький бізнес бачить позитив у розвитку української економіки та готовий нарощувати обсяги торгівлі та інвестицій. Попит на розміщення виробничих потужностей в Україні починає поступово набирати обертів.

Висновки з проведеного дослідження. Головною проблемою для розвитку бізнесу в Україні наразі залишається корупція [3]. Доводити свою правоту підприємцям нерідко доводиться у судах. Боротьба з корупцією і бюрократією – жорстка, і відбувається не завжди послідовно, існує потужне протистояння. Часто реформи реалізуються лише після тиску міжнародних організацій, котрі спрямовують на них кошти. Але шлях до успіху нині лежить не тільки в економічній площині: українські компанії мають ще навчитися вести бізнес у ЄС, створити нові мережі контактів і збуту продукції. Німецький державний банк надав допомогу Україні у розмірі 300 млн. євро для розвитку малого та середнього бізнесу, щоб підтримати реальний сектор економіки та залучити кошти на модернізацію технічних стандартів [4].

Німецькі партнери здійснюють низку проектів у зонах, забруднених в результаті аварії на Чорнобильській АЕС. Важливим і корисним для України є співробітництво з установами та організаціями ФРН з питань мінімізації наслідків аварії на ЧАЕС і в галузі ядерної та радіаційної безпеки. Німеччина ініціювала заснування Міжнародного центру з питань подолання наслідків аварії на Чорнобильській АЕС [1].

В Україні дедалі зростає кількість підприємств, котрі займаються модернізацією і дедалі більше закупають машин і техніки у ФРН. Німеччина дуже хоче бачити стабільну, демократичну і економічно процвітаючу Україну. Федеральний уряд сприяє переходу України до ринкової економіки та спрямовує всі зусилля для просування до європейських структур.

Список використаних джерел:

1. Культурно–гуманітарне співробітництво між Україною та Німеччиною [Електронний ресурс] // Посольство України у Федеративній Республіці

Німеччина. – Режим доступу: <http://germany.mfa.gov.ua/ua/ukraine-de/culture>. – 01.12.2016.

2. Двосторонні відносини України та Німеччини [Електронний ресурс] // Federal foreign office. – Режим доступу: http://www.auswaertigesamt.de/EN/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/01-Nodes/Ukraine_node.html 02.02.2017.

3. Політичні відносини між Україною та Німеччиною [Електронний ресурс] // Посольство України у Федеративній Республіці Німеччина. – Режим доступу: <http://germany.mfa.gov.ua/ua/ukraine-de/diplomacy>. – 23.04.2017

4. Україна підписала з німецьким банком програму кредитування малого бізнесу [Електронний ресурс] // Європейська правда. – Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/news/2017/04/4/7064054/>. – 04.04.2017

5. Німецький бізнес задоволений зростанням торгівлі з Україною [Електронний ресурс] // Made for minds. – Режим доступу: <http://p.dw.com/p/2YWqb/>. – 02.03.2017

6. Україна не Німеччина – 5 секретів, які не хочуть знати українці. [Електронний ресурс] // Ділова столиця. – Режим доступу: <http://www.dsnews.ua/economics/pochemu-ukraina-ne-germaniya-10012017220000>

Науковий керівник: Назаров Микола Ігорович, кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки, Університет державної фіскальної служби України

ПЕРСПЕКТИВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТОВАРНОЇ СТРУКТУРИ ЕКСПОРТУ ТОВАРІВ З УКРАЇНИ В ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СОЮЗ

Плющ Діана Станіславівна

аспірант, Інститут міжнародних відносин Київського національного університету ім. Тараса Шевченка

Політична зміна пріоритетів зовнішньоекономічної діяльності України, політичні події, трансформація розвитку вітчизняної економіки, ускладнення доступу до традиційних експортних ринків та розрив значної частки зовнішньоторговельних зв'язків України з країнами Митного Союзу становлять перед Україною нові зовнішньоторговельні виклики та потребують докорінної перебудови зовнішньоторговельної діяльності в напрямку співпраці з країнами ЄС.

У 2017 р. експорт товарів з України до Європейського Союзу зріс на 31% і становив 17,6 млрд дол. США, що є найбільшим показником за

2013-2017 рр. з часу підписання Угоди про асоціацію України з ЄС. Крім того, протягом 2013-2017 рр. темпи приросту експорту в держави Європейського Союзу були в два рази вищі, ніж в інші держави світу, при цьому показники переорієнтації на європейські ринки збільшуються. Втім, в 2017 р. 40% товарного експорту України припало на Європейський Союз, до цього лише в 2003 р. частка експорту до ЄС досягла 38%. При цьому, значне збільшення реального експорту товарів припало виключно на держави Європейського Союзу порівняно з іншими державами.

В 2013 р. 33% експорту до ЄС займали товари, для яких ЄС був стратегічним і переважаючим ринком, а вже в 2017 р. частка таких товарів становила 38%. Це відбулось за рахунок скорочення частки товарів з низькою орієнтованістю на ринок ЄС, тобто товарів з часткою ЄС у їх експорті менше 25%. На відміну від 2013 р., коли сировина, напівфабрикати та перероблена продукція займали майже однакові частки в експорті в ЄС, у 2017 р. основу експорту в ЄС становила перероблена продукція [1].

Протягом 2013-2017 рр. основними товарними групами залишались чорні метали, електричні машини і устаткування, зернові культури, руди, шлаки та зола, жири та олії рослинного або тваринного походження; а статтями експорту в ЄС - наступні товарні позиції: кукурудза, олія соняшникова сира, комплекти проводів для свічок запалювання, напівфабрикати з вуглецевої сталі, руди та концентрати залізні агломеровані, насіння ріпаку з низьким вмістом ерукової кислоти, руди та концентрати залізні неагломеровані, макуха та інші тверді відходи з насіння соняшнику.

У структурі експорту металургійної продукції протягом 2013-2017 рр. найбільше збільшилася частка готових виробів з чорних металів. Динамічно зростає експорт деревини та виробів з неї, а також меблів. Попри відносно незначні обсяги, зростає експорт окремих видів машинобудівної продукції (проводів, акумуляторів, водонагрівачів).

Найбільше зростання експорту в 2017 р. відбулося за рахунок турбореактивних двигунів, зокрема двигунів середньої потужності до Чехії та Латвії. Однак, частка продукції машинобудування в загальному експорті до країн Європи продовжувала знижуватися (через динамічніше зростання експорту інших товарних груп). При цьому експорт продукції машинобудування до країн Європейського Союзу характеризується відсутністю довгострокових контрактів.

Серед виробів з деревини найбільше зріс експорт до країн ЄС листів для облицювання (+30%), столярних виробів (+20%, зокрема дверей та їх рам, панелей для підлог), паперу та картону (+70%), ящиків та коробок (+80%). Серед промислових виробів найбільше зріс експорт до країн ЄС

скляних бутлів, пляшок (+25%), керамічної плитки (+90%), хутра (35%), суконь жіночих (+200%) та раковин (+20%) [2].

Ціновий індекс умов торгівлі, що показує відношення експортних цін країни до її імпортних цін, в 2013 р. в Україні становив 99,8%, в 2017 р. - 101,7%. Таким чином, внаслідок стрімкого падіння експортних цін спостерігаються найнижчі показники цінового індексу умов зовнішньої торгівлі товарами. В той же час, кількісний індекс умов торгівлі в 2013 р. становив 102,9%, в 2017 р. - 92,6% [3].

Щодо товарної диверсифікації експорту України, то в 2013 р. цей показник становив 244,1, в 2017 р. - 220,2. В цілому, даний показник говорить про вузький перелік товарів, що експортуються за кордон. Враховуючи, що показник диверсифікації залежить від кількості товарів та частки кожного з них у сукупному торговельному потоці, можна зробити висновок про невисокий рівень диверсифікації експорту. В 2013 р. показник товарної концентрації імпорту в Україні становив 40,97, в 2017 р. – 45,2 [4].

Індекс концентрації експорту Хіршмана в Україні в 2013 р. щодо сукупної торгівлі становив 0,373, в 2017 р. – 0,371. Порівняно зі структурою світового експорту, український експорт є більш концентрованим, аніж експорт розвинених країн. В той же час, індекс концентрації експорту Хіршмана в Україні в 2013 р. щодо країн ЄС становив 0,377, в 2017 р. – 0,373. Загалом, показник свідчить про помірний рівень концентрації експорту [5].

Індекс концентрації експорту CR-4 в Україні в 2013 р. щодо сукупної торгівлі становив 0,648, в 2017 р. – 0,652. В той же час, індекс концентрації експорту CR-4 в Україні в 2013 р. щодо країн ЄС становив 0,654, в 2017 р. – 0,655. Таким чином, в 2013-2017 р. показник характеризує високу ступінь залежності обсягів експорту України від кон'юнктури на світових чи регіональних ринках цих товарів або товарних груп [5].

Загалом, за розрахунками вчених, в середньостроковій перспективі європейський напрям інтеграції збільшить загальний рівень добробуту в Україні на 4,3% [6].

Загалом, у 2017 р. зовнішньоторговельні відносини з країнами Європейського Союзу продовжували покращуватися. Їх позиція як основних торговельних партнерів України зміцнилася саме за рахунок нарощення експорту товарів в ЄС.

Список використаних джерел:

1. Експорт розвіює міфи: що показала торгівля України з ЄС у 2017 році [Електронний ресурс] / В. Мовчан // Європейська правда — 2018. —

- Режим доступу:
<https://www.eurointegration.com.ua/rus/articles/2018/03/13/7078607/>.
2. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=69463442>.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://ukrstat.org/operativ/operativ2013/zd/in_fiz/in_fiz_r/in_fiz_1713_r.htm.
4. Портал відкритих даних TrendEconomy [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://data.trendeconomy.ru/dataviewer/trade/statistics/hhi_rp.
5. Статистичний аналіз концентрації експорту та внутрішньогалузевої торгівлі в Україні [Електронний ресурс] / М. В. Мазур, К. В. Сіренко // Ефективна економіка — 2018. — № 8. Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2018/36.pdf.
6. Офіційний сайт міжнародної торгівлі [Електронний ресурс]//Global Analysis Report for the EU-Ukraine TSIA. - Режим доступу: <http://trade.ec.europa.eu>.

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ ДОЛАРИЗАЦІЇ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Семененко Тетяна Олексіївна

кандидат економічних наук, Сумський державний університет

Черненко Єлізавета Олександрівна

студент, Сумський державний університет

Постановка проблеми. Сьогодні в Україні широко розповсюджений обіг долара США, який має великий вплив на економічну та політичну ситуацію в країні. Це сприяє відпливу капіталу закордон, штучно знецінює і підриває довіру національної грошової одиниці. Світовий досвід показує широкий спектр негативних наслідків доларизації: витіснення національних грошей, бар'єри на шляху здійснення грошово-кредитної політики та втрати контролю над економічним суверенітетом.

Мета дослідження. Визначити та проаналізувати рівень фінансової доларизації української економіки, а також дослідити її взаємозв'язок з обмінним курсом.

Виклад основного матеріалу. Україна відноситься до країн з поширеною неофіційною доларизацією, оскільки іноземна валюта виступає нелегальним засобом розрахунків. У нашій країні неофіційна доларизація відображається у вигляді фінансової, де висока частка долара США зосереджена в кредитному та депозитному секторі діяльності банку.

Фінансова доларизація характеризується відношенням кредитів в іноземній валюті до загальної вартості кредитів, а також співвідношенням депозитів в іноземній валюті до загальної вартості депозитів банків, які були надані суб'єктам економіки[1]. Представлених дані на рисунках 1 та 2, демонструють кредитну доларизацію на рівні 47,2%, та депозитну – 44,8% на період 2017 року. Отже, фінансова доларизація в Україні на разі має високі показники.



Рисунок 1 - Динаміка доларизації депозитів у банках у 2011-2017 рр.
Примітка: складено автором на основі джерел: [2].

Найнижчі показники зосереджені в 2013 році. Наступні три роки спостерігається тенденція до зростання, і найвищі показники депозитної та кредитної доларизації наведені в після кризових 2015-2016 роках, проте станом на 2017 рік цей рівень залишається досить високим. Рисунок 1 показує, що серед загального обсягу депозитів в іноземній валюті переважають депозити фізичних осіб. Проте серед загального обсягу кредитів в іноземній валюті кредити фізичних осіб та суб'єктів господарювання майже на одному рівні.



Рисунок 2 - Динаміка доларизації кредитів у банках у 2011-2017 рр.
Примітка: складено автором на основі джерел: [2].

Серед найпоширеніших способів розрахунку ступеня доларизації виокремлюють підхід МВФ. Даний спосіб обчислення характеризується відношенням депозитів в іноземній валюті до показника грошової маси МЗ. Відповідно до цього підходу, загрозливим для національної економіки рівнем доларизації вважають 30%. На рисунку 3 наведено показники рівня доларизації економіки України відповідно до даної методики.



Рисунок 3 - Рівень доларизації української економіки рр. за методикою МВФ та динаміка валютного курсу гривні протягом 2011 -2017рр.

Примітка: складено автором на основі джерел: [3].

Дані на рисунку демонструють, що українська економіка протягом 2011-2017 рр. показує рівень доларизації, що перевищує 30%. Відомо, що економічна криза 2014 року, яка позначилась стрімкою девальвацією гривні, відтоком капіталу з України та врешті зростанням негативних очікувань суб'єктів ринку. Винятком слугує 2013 рік, з показником 29,74%. Найбільш стрімке зростання рівня доларизації відбулось взимку 2015 року, коли курс підскочив до 40 гривень за 1 долар. Це явище супроводжувалось панікою населення, яке масово почало скуповувати іноземну валюту. Максимальний рівень доларизації спостерігається в 2016 році і становить 37,75. Незначним є покращення у 2017 році показником 33,6%, що пояснюється високою волатильністю інфляції, дестабілізацією банківської сфери та нестабільним валютним курсом. Справедливо стверджувати, що економіка України є високодоларизованою.

Порівняння курсу гривні з рівнем доларизації економіки підтверджує взаємозв'язок цих двох явищ. Поряд з цим нестабільність курсу національної одиниці провокує фізичних та юридичних осіб зберігати заощадження переважно у іноземній валюті.

Висновок. Економіка України відчула всі негативні наслідки та ризики, що пов'язані з витісненням іноземною валютою української гривні. Розвиток доларизації, зазвичай, виступає наслідком незадовільної реалізації функцій національної валюти в порівнянні з іншою іноземною.

Таким чином, витіснення національної валюти є результатом невиконання нею належним чином засобу платежу. Динамічність валютного курсу, що стимулюється високим рівнем інфляції нашоюхує резидентів до активізації валютної деномінації цінних паперів. Це в свою чергу виступає катализатором внутрішнього споживання та прискорює процес фінансової доларизації. Неврівноважена політика щодо валютного курсу, що допускає знецінення української гривні, тільки підвищує рівень доларизації, оскільки зберегти купівельну спроможність можуть лише власники іноземної валюти.

Список використаних джерел:

1. Міщенко В. Доларизація: причини та наслідки для економіки України / В. Міщенко, А. Сомик // Вісник НБУ. – 2007. - №5 . – С. 28-31.
2. Огляд банківського сектору НБУ за 2017 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=64628171>
3. Статистичні матеріали Національного Банку України. – Монетарний огляд [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=58037

РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

Фестич Світлана Анатоліївна

студентка магістратури факультету обліку, фінансів та економічної діяльності Чернівецького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету

Туризм є надзвичайно сильним катализатором економічного розвитку країн, адже завдяки розвитку галузі туризму створюються нові робочі місця, розвивається велика кількість інфраструктур (будівельна, транспортна, комунікаційна, різноманітних послуг тощо).

Будучи такою сферою людської діяльності, яка стрімко розвивається, туризм з кожним роком стає все вагомішим чинником культурного розвитку, захисту історико-культурної спадщини та навколишнього середовища, миру, міжнародного взаєморозуміння та дотримання прав людини.

Як бачимо, туризм досить швидко розвивається в усіх континентах світу та має важливе значення для їхнього розвитку. Роль, яку відіграє міжнародний туризм у розвитку світової економічної системи можна побачити визначивши його основні функції - соціальну, економічну,

гуманітарну, оздоровчу, комунікативну, пізнавальну, екологічну, творчу тощо.

Туризм прийнято вважати економічною категорією, так як його розвиток сприяє реалізації великої кількості послуг, відповідно, отриманню доходів, створенню нових робочих місць, диверсифікації економіки країни та розвитку інфраструктури.

Важливим є значення міжнародного туризму в здійсненні соціальної функції, яка має два аспекти. З одного боку, завдяки розвитку міжнародного туризму вдається ефективніше вирішувати проблеми з безробіттям, підвищувати рівень життя людей, які працюють у цій сфері, а з іншого - задовольняти індивідуальні та колективні потреби, наприклад, у нових враженнях чи зміні місця перебування. Також розвиток туризму сприяє наданню економічних благ і послуг у відповідності до бажань клієнтів.

Розвиток саме туристичної сфери пробуджує в людині зацікавленість і прагнення до збагачення та нових знань у галузі економіки, історії, науки і культури, природи, бажання відвідувати та вивчати природні, історичні та революційні пам'ятки, пізнавати традиції різних країн. Цим туризм виконує пізнавальну функцію.

Комунікативна функція туризму є важливою тим, що туристи можуть спілкуватися між собою у неформальній обстановці без огляду на соціальний стан, расу, вік, громадянство, національність та інші ознаки, які різнять людей між собою.

Варто відзначити й важливість екологічної ролі туризму. Його вплив на навколишнє середовище має здебільшого позитивний вплив. Він полягає у сприянні створенню національних заповідників і парків, охороні і реставрації історичних пам'яток, збереженню лісів, захисту берегів і рифів тощо. При цьому частина доходів від міжнародного туризму йде на захист навколишнього середовища [6].

З кожним роком міжнародний туризм пришвидшує темпи свого розвитку, тим самим сприяючи розвитку інших економічних галузей. Таким чином все більшого вдосконалення набувають такі стимулятори розвитку людства, як: новітні технології, комунікаційні мережі, засоби сполучення, засоби безпеки та багато інших складових, які є необхідними для злагодженого функціонування туристичної галузі.

Туризм справляє великий вплив на життя світової спільноти, є об'єктивною потребою сучасної цивілізації. У сучасному світі на міжнародний і внутрішній туризм припадає близько 10% світового валового внутрішнього продукту [3]. За даними Всесвітньої туристичної організації (TheWorld Tourism Organization), у 2017 році у сфері туристських послуг було зайнято понад 292 млн. осіб, це означає, що 1 із 10 працюючих був зайнятий у сфері туризму [1].

Надходження від міжнародного туризму нині є однією з найзначніших складових так званого невидимого експорту. Згідно з останнім випуском Барометра міжнародного туризму ЮНВТО, за 2017 рік туристичні напрямки по всьому світі прийняли 1,3 мільярда міжнародних туристів. Ця цифра свідчить про те, що число міжнародних прибуттів у порівнянні з тим же періодом 2016 року збільшилося на 7% [2]. Разом зі збільшенням кількості туристів в усьому світі, з кожним роком відбувається зростання доходів від здійснення туристичної діяльності, які у 2017 році становили 1340 млрд. дол. США, що на 120 млрд. дол. США більше, ніж у 2016 році [5].

Він не тільки збільшує валютні надходження в країну, а й забезпечує зайнятість населення, допомагає раціонально використовувати ресурси. Розвиток туристських зв'язків є важливим засобом нормалізації міжнародного становища, зміцнення дружби між народами і поглиблення взаєморозуміння. До переваг туристичної діяльності можна віднести такі:

- скорочення робочого часу і збільшення вільного часу;
- розширення використання різних видів транспорту для туристичних поїздок;
- зменшення витрат на поїздки за рахунок удосконалення усіх видів транспорту;
- розвиток засобів комунікації та інформаційних технологій;
- збільшення числа найманих робітників та службовців у розвинутих країнах і підвищення їх матеріального і культурного рівня;
- ослаблення обмежень на вивіз валюти в багатьох країнах і спрощення прикордонних формальностей [4].

Не менш важливе значення туризм має для кожної людини зокрема. Завдяки подорожам в різні куточки землі люди мають змогу розширювати свій світогляд, переживати нові емоції та враження, набувати нового досвіду.

Отже, найочевиднішим фактом величезного впливу розвитку сфери міжнародного туризму є те, що прагнення урядами кожної країни приваблювати все більше іноземних туристів та забезпечувати їх хорошим сервісом стає потужним поштовхом створювати та вдосконалювати цей сервіс в готелях, санаторіях, закладах харчування, місцях відпочинку, засобах сполучення, тобто, робити рівень життя населення вищим. Тому, в тих країнах, де розвиток міжнародного туризму сягає високого рівня, економіка розвивається величезними темпами, покращується культурне життя населення а громадяни живуть в достатку.

Список використаних джерел:

1. World Tourism Organization UNWTO. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/>.

2. Барометр світового туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mkt.unwto.org/barometer>.
3. Король М. М. Міжнародний туризм: сучасний стан та тенденції розвитку [Електронний ресурс] / М. М. Король, Є. В. Ісевич // Причорноморські економічні студії. - 2017. - Вип. 18. - С. 10-14.
4. Момонт Т.В. Основні фактори розвитку ринку туристичних послуг. Економіка. Управління. Інновації. / Т.В. Момонт. - 2012. - №1 (7).– 215 с.
5. Основні моменти туризму ООН: видання 2018 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://publications.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2018-edition>.
6. Темник І. О. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму / І. О. Темник // Ефективна економіка: [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/temnyk.htm.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Шанюк Олександра Василівна

*Чернівецький торговельно-економічний інститут, Київський
національний торговельно-економічний університет*

На сьогоднішній день відбувається зменшення залежності світової економіки від сфери виробництва та одночасне збільшення її залежності від сфери послуг. Міжнародна торгівля послугами включає послуги високих технологій, фінансові та туристичні послуги. Серед них вагому роль відіграють саме туристичні послуги.

В більшості країн активно розвивається туристична сфера, а міжнародні потоки туристів перетворилися на важливу складову частину процесу глобалізації економічних відносин. Міжнародний туризм сприяє розвитку регіонів, яким не вистачає економічних ресурсів і які розташовані далеко від індустріальних центрів. Для багатьох країн міжнародний туризм став самостійною галуззю, яка посідає важливе місце в структурі економіки.

Україна, поки що, не належить до світових лідерів за кількістю приїжджених туристів, хоча, завдяки особливостям географічного розташування, рельєфу, клімату, багатому природному та історичному потенціалу, має на це шанси.

З точки зору економічних показників, туризм є одним із найбільш розвинутих секторів. Його динамічний розвиток, дає змогу створювати нові робочі місця, підвищуючи добробут населення. Туристична індустрія активно розвивається і незважаючи на сучасне нестабільне економічне

становище є найбільш прибутковою галуззю - на її частку припадає близько 5% світового ВВП та 6% від загального обсягу експорту [1, с.16].

Сектор туристичних послуг поєднує такі види послуг: транспортні, торгівельні, освітні, рекламно – інформаційні, а також послуги спорту та охорони здоров'я. Галузь туризму підтримує національні традиції, сприяє розвитку народних промислів, вимагає створення сприятливих умов для свого функціонування. Саме тому, в більшості країн світу міжнародний туризм динамічно розвивається і дає можливості для ознайомлення з їхньою культурою, звичаями та історією. Міжнародний туризм є важливим джерелом збагачення національної економіки, що переконує в актуальності дослідження даної теми.

Проблему розвитку міжнародного туризму у своїх працях висвітлили: Бейдик О.О., Гринів Л.С., Мілашовська О.І., Гуляєв В.Г., Долішній М.І., Кифяк В. Ф. , Кравціва В.С., та інші [3].

На думку дослідників, на розвиток міжнародного туризму впливають такі фактори: економічне зростання і соціальний прогрес, які посприяли збільшенню кількості ділових і пізнавальних поїздок; вдосконалення всіх видів транспорту, яке зробило поїздки дешевшими; збільшення кількості найманих працівників у розвинутих країнах і підвищення їх культури; інтенсивніша праця, триваліші відпустки працівників; розвиток зв'язків і культурних обмінів між державами; розвиток сфери перевезень; зменшення обмежень щодо вивозу валюти в багатьох країнах.

Існує безліч організацій, які сприяють розвитку міжнародного туризму. До них, зокрема, належать: спеціалізовані заклади системи Організації Об'єднаних Націй (ООН); Світова організація торгівлі; Організація економічного співробітництва і розвитку; неурядові спеціалізовані, національні і регіональні організації по туризму. Всесвітня організація по туризму (ВОТ) – спеціалізована організація в системі ООН, яку створили ще в 1975 році, об'єднує понад 120 країн світу. Генеральна Асамблея ООН визнала ВОТ міжурядовою організацією відповідальною за розвиток туризму [2].

У зв'язку з різними рівнями соціально-економічного розвитку окремих країн і регіонів, міжнародний туризм у світі дуже нерівномірний. Найбільшого розвитку міжнародний він набув у західноєвропейських країнах.

Серед країн – постачальників туристів виділяють США, Бельгію, Данію, Німеччину, Голландію, Нову Зеландію, Швецію, Канаду та Англію. А до країн, які, в більшій мірі, приймають туристів належать: Австрія, Греція, Кіпр, Італія, Іспанія, Мексика, Туреччина, Португалія, Франція, та Швейцарія [3].

Всесвітній економічний форум опублікував рейтинг країн світу щодо індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму за 2017 рік, відповідно до якого Україна посіла 88 місце, отримавши оцінку 3,5 бали з семи можливих. В 2015 році такі дослідження щодо України не проводились. Тоді як, ще у 2013 році Україна знаходилась на 76 місці серед 140 країн світу. Експерти оцінюють внесок української сфери туризму в 1,3 млн. дол. США або 1,4% ВВП. В туристичному секторі України зайнято 214,4 тис. осіб або 1,2% від загального числа зайнятих [2].

В Польщі, наприклад, сфера туризму оцінена майже у 8 млн. дол. США, а в Туреччині – у 35,9 млн. дол. США, що становить, відповідно - 1,7% і 5% ВВП.

Дані свідчать про те, що в Україні не сприяють розвитку сфері туризму, доказом чого є 124 місце за цією складовою. Негативний вплив, також, здійснює рівень безпеки в країні – 127 місце [5].

Нажаль, сфера туризму в нашій країні не розглядається як пріоритетна – за показником «Пріоритетність розвитку сфери туризму для уряду країни» ми знаходимося аж на 122 позиції [5].

Причинами такої ситуації є: застарілий матеріально-технічний комплекс; інфраструктура, яка потребує відновлення; рівень сервісу, який не відповідає міжнародним стандартам; нерозвинена індустрія розваг; багато занедбаних пам'яток культури та історії; низка екологічних, соціальних та економічних проблем, які досі не вирішені [4].

Також, на розвиток туризму в Україні негативно впливає напружена політична ситуація. Анексія Криму та події на сході України спричинили зміни в структурі та об'ємах в'їзних і внутрішніх туристичних потоків. Окупація Криму спричинила втрату близько 30% рекреаційно-туристичного потенціалу [5].

Незважаючи на те, що в'їзний туризм стримують багато факторів, наші багаті природні, історико-культурні та трудові ресурси здатні стимулювати інтерес в туристів. Україна, все ж має умови для розвитку сфери туризму, серед яких: її географічне розташування, наявність величезної кількості культурних та природних заповідників, розвинена туристична інфраструктура, яка налічує 6 природних курортних територій України, що мають унікальні лікувальні ресурси, 7 культурно-архітектурних та природних об'єктів, які включені до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Маючи такі природні і культурні можливості, потрібно приділяти туристичній галузі найбільшу увагу, з точки зору державної політики

Розвиток туристичної сфери приведе до таких позитивних зрушень як: економічне зростання; нові робочі місця; територіальний та інфраструктурний розвиток; розвиток міжнародних зв'язків; розвиток

готельного-ресторанного бізнесу; створення умов для ознайомлення з культурною спадщиною України; задоволення культурних потреб іноземців та громадян України; створення сприятливих умов для збільшення доходів сільського населення України тощо.

Отже, розвиток міжнародного туризму в Україні вимагає розробки відповідної нормативно-правової бази, активної державної підтримки, створення конкурентоспроможного туристичного продукту, вдосконалення туристичної інфраструктури. Перспективи відновлення в'їзного туризму пов'язані із налагодженням ситуації на сході України, розвитком євроінтеграційних процесів, що зміцнить авторитет держави на міжнародному ринку туристичних послуг.

Список використаних джерел:

1. Парфіненко А. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища / А. Парфіненко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2015. – Вип. 126. – Ч. 1. – С. 12–23.;
2. Економічний дискусійний клуб [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://edclub.com.ua>.
3. Міжнародний туризм в Україні: проблеми та перспективи подальшого розвитку [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/>
4. Країни світу. Міжнародний туризм. Україна туристична [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://svit.ukrinform.ua/turism>.
5. Рекреаційні ресурси та курортологія [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://tourlib.net/>

Підписано до друку 02.01.2019
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
E-mail: tooums@ukr.net